

資生堂CSR [資生堂の社会的責任]

美しい社会と輝く未来のために一。

資生堂は、さまざまな活動を通して、社会から共感されるCSR活動をめざしています。

*CSR(Corporate Social Responsibility)とは企業の社会的責任を表す言葉です。

当バックナンバーに掲載している情報の対象期間は、2014年度(2014年4月1日から2015年3月31日)を中心としていますが、一部当該期間以前もしくは以後の内容も含まれています。

目次

○ 資生堂の CSR とは	1
○ CSR トップコミットメント	7
○ 女性・美容	8
● 資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム	8
● 女性活躍支援	12
● 子どものための取り組み	14
○ 環境	15
● 環境方針	15
● 環境マネジメント	18
● 環境リスクへの対応	19
● 環境目標と実績	22
● 商品での取り組み	28
● 生産での取り組み	35
● 研究・調達・物流・販売での取り組み	39
● 生物多様性の保全への取り組み	42
● 環境コミュニケーション	50
○ 組織統治	58
● コーポレートガバナンス	58
● コンプライアンス	90
● 資生堂のリスクマネジメント	92
○ 人権	94
● 人権の尊重・差別に関する方針	94
● 推進体制	94
● 人権啓発（教育）	94
● 社員の相談窓口	95

○ 労働慣行	96
● 人事に関する基本方針	96
● ダイバーシティ&インクルージョン	96
● 働きがいのある職場の実現	102
● 人事・公正な評価	107
● 人材の活用と育成	108
● 社員の安全と健康	110
● 雇用と労働	112
● 良好な労働組合との関係	114
○ 公正な事業慣行	115
● 公正な競争・取引の徹底	115
● 知的財産の保護	117
● 情報セキュリティー管理	118
○ 消費者課題	119
● 安心・安全なものづくりの推進	119
● お客さま満足度向上のための活動	122
● 動物実験と代替法に対する取り組み	130
○ コミュニティー参画および発展	131
● 社員による社会貢献活動	131
● 災害支援活動	139
○ バングラデシュ女性の活動支援に向けた取り組み	141
○ 東日本大震災における資生堂の取り組み	146
● 非常時の美容について	157
○ ステークホルダーとのエンゲージメント	165
● ステークホルダーダイアログ	165
● 化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議	165
● 第三者意見	172
○ 外部からの評価・受賞等	174
○ 活動実績データ	176
● 社会活動関連データ	176
● 人事関連データ	177
● 環境活動関連データ	186
○ 編集方針・GRIガイドライン対照表	194

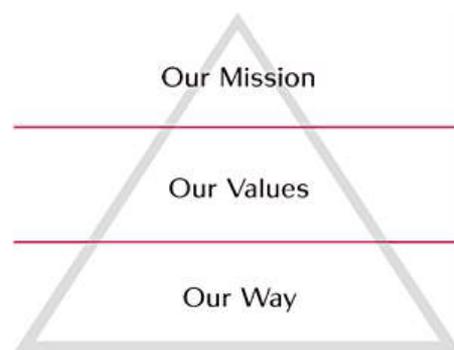
資生堂のCSRとは

「Our Way」および「資生堂グループ倫理行動基準」にもとづいた、CSR活動の全体像や活動領域をご案内します。

基本的考え方

私たちは、サステナブルな社会の実現をめざし、ステークホルダーとの対話と協働を通じて、社会の課題と期待に応える活動を展開し、人々の美しさ、健やかさを創造する経営を推進します。

資生堂グループのCSR活動は、資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」のもと、ステークホルダーに対して社員一人ひとりがとるべき行動基準を示した「Our Way」「資生堂グループ倫理行動基準」の実践として推進しています。



国連グローバル・コンパクトへの参加

資生堂は2004年9月、国連グローバル・コンパクトへの参加を表明、地球社会が持続可能な成長を実現するための課題解決や世界的な枠組み作りに参加、自発的に取り組むことを宣言しました。

具体的な取り組みとして、グローバル・コンパクト 4分野10原則を参考に、当社の調達活動基準である「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」を2006年3月に制定（2011年12月に改訂）、お取引先さまとともに高い倫理基準をもって調達活動に努める約束を社会にしています。

人権活動においては自らの企業活動の中で継続的に取り組むのはもちろんのこと、グローバル・コンパクト支持の一環として、2008年12月、世界人権宣言60周年を記念し、グローバル・コンパクトが企画するCEO宣言に賛同、世界に向け「人権が普遍的かつビジネスにおいて重要な課題であり、それぞれの企業活動において人権を尊重し、サポートする」ことを宣言しました。

環境活動においては、同じくグローバル・コンパクトが取り組む気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に参加表明、自らの事業活動において地球環境の保全に努めることはもちろんのこと、世界的な気候変動への取り組みを支持し、積極的に参画してまいります。

また、企業や民間団体が女性のエンパワーメントに取り組む上での実践的な手引きとするために、国連ウィメンと国連グローバル・コンパクトが協同制作したガイドライン「女性のエンパワーメントのための指針～平等はビジネス向上の鍵～」に、2010年9月に署名をしました。



Network Japan
WE SUPPORT



国連グローバル・コンパクト
『気候変動に関するイニシアティブ』への参加表明

認証状

「グローバル・コンパクト」の4分野10原則

「グローバル・コンパクト」は、各企業に対して、それぞれの影響力の及ぶ範囲内で、人権、労働、環境、腐敗防止の4分野に関して、国際的に認められた規範を支持し、実践するよう要請しています。その狙いは、各企業がそれぞれの事業を遂行する中で、これらの規範を順守し、実践することを通じて、世界に積極的な変化をもたらすことです。その原則は以下の通りです。

- 人権：企業は、
 - 原則1 国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
 - 原則2 自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。
- 労働：企業は、
 - 原則3 組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、
 - 原則4 あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
 - 原則5 児童労働の実効的な廃止を支持し、
 - 原則6 雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。
- 環境：企業は、
 - 原則7 環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
 - 原則8 環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
 - 原則9 環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。
- 腐敗防止：企業は、
 - 原則10 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

(2008年7月、日本語訳の改訂)

出典 国連広報センター (UNIC) WEBサイト

資生堂グループ・サプライヤー行動基準

<前文>

2011年4月、資生堂は全世界の資生堂グループ社員の活動の指針として、資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」を新たに制定し、遵守徹底を図っています。

資生堂グループは、「多くの人々との出会いを通じて、新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造する」ことを「Our Mission」として掲げ、お客さまに満足いただける「高品質・安心・安全」な優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に取り組んでいます。同時に、すべての取引先を「ともに新しい価値を創造していくパートナー」と考え、お互いが高い倫理基準を持って法令に従い事業を行い、お互いに持続的発展をすることを目指しています。

国連グローバル・コンパクトへの参加を契機として、取引先と資生堂グループとが同じ倫理基準を共有することを目的に、さまざまな国際的規範などを踏まえて、資生堂グループが取引先に求める倫理基準（以下「サプライヤー行動基準」と言います）を明文化しました。

資生堂グループ各社は、取引先の選定において、この「サプライヤー行動基準」を使用し、取引先にその遵守を求めるとともに、取引先が資生堂グループ各社との取引に関連した協力事業者にも同じ基準の遵守を求めることを期待します。資生堂グループは、取引先とともに、お客さまに安心・安全かつ社会的・環境的にも優しい商品・サービスの提供に努め、お客さまへの十分な情報開示とコミュニケーションを通じてより誠実に事業活動を行い、地域社会との関わりをいっそう大切にしながら、持続可能な社会の実現に努めたいと考えます。

<サプライヤー行動基準>

1. 人権

資生堂グループ各社は、国際的な基準等に従い人権を尊重している取引先と取引を行います。

資生堂グループ各社は、従業員の採用および処遇に関して、人種、皮膚の色、性別、年齢、言語、財産、国籍または出身国、宗教、民族または社会的出身、政治的見解またはその他の見解、障がい、健康状態、性的指向などによるあらゆる差別や虐待、セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントなどのモラルハラスメントを行わない取引先を支持します。

2. 法令遵守

資生堂グループ各社は、取引先が事業活動を行う国や地域で適用される全ての法令を遵守している取引先と取引を行います。

資生堂グループ各社は、法令の基準よりも厳しい国際的基準や業界基準等に基づいた先進的な活動に取り組む取引先を支持します。

3. 労働慣行

資生堂グループ各社は、取引先が事業活動を行う国や地域で適用される全ての労働法令を遵守する取引先と取引を行います。

資生堂グループ各社は、児童労働・強制労働の禁止、安全・清潔かつ健康的な職場の維持、従業員への最低賃金以上の賃金の支払い、労働時間に関する法令遵守、団結権の尊重などを考慮し、取引先を決定します。

4. 知的財産*の保護および機密の保持

資生堂グループ各社は、取引先、資生堂グループ各社、そして第三者の知的財産の保護と、機密情報および個人情報の管理・保護を確実にするために、必要な措置を講じている取引先と取引を行います。

資生堂グループ各社は、取引先に対して、資生堂との取引に関連した知的財産権の取得促進に加えて知的財産の侵害予防、営業秘密の識別・管理、個人情報の保護などの項目を確実にを行うために、方針・手続きを持ち、従業員を教育・指導することを求めます。

* 知的財産：知的財産権（特許権、商標権、意匠権 等）および営業秘密（ノウハウ 等）

5. 環境保全

資生堂グループ各社は、取引先が事業活動を行う国や地域で適用される全ての環境法令を遵守している取引先と取引を行います。

資生堂グループ各社は、その事業活動を通じて、環境保全に対する積極的な姿勢を維持し、生物多様性の保全、温室効果ガス排出の抑制、省資源・リサイクル、汚染の予防など、人も地球も美しく共生する持続可能な社会の発展に貢献するよう努めています。

資生堂グループ各社は、取引先に対して、環境保全の重要性を認識し、資源の利用から廃棄物の管理に至るまで、生物多様性や温室効果ガス排出の抑制など環境に配慮した経営に努めることを求めます。

6. 公正な取引

資生堂グループ各社は、取引先が事業活動を行う国や地域で適用される公正な取引に関する法令を遵守している取引先と取引を行います。

資生堂グループ各社は、品質、コスト、供給能力などを総合的に判断し、取引先を決定します。

資生堂グループ各社は、公正さを疑われるような贈答や接待をしたり、受けたりしません。

資生堂グループ各社は、取引先に対して、賄賂など不正な利益を目的とした贈答・接待を行わないことを求めます。

遵守状況の確認

資生堂グループ各社は、取引先がこのサプライヤー行動基準を遵守していることを確認するために、アンケート調査への回答、実地確認の受け入れ、関連資料や記録の提出、取引先の責任者の署名等を要請することがあります。

資生堂グループ各社は取引先に対し、取引の開始時に、資生堂グループサプライヤー行動基準の趣旨に賛同し、内容を遵守すること及び遵守の意思を示す書類の提出をお願いしています。

また、資生堂グループサプライヤー行動基準は時代の変化や社会の要請に応じて内容を改訂し、資生堂WEBサイト上で公開するとともに、取引先に案内します。なお、取引先は、資生堂グループサプライヤー行動基準改訂後も、賛同の意思は継続するものとし、遵守いただきますようお願いいたします。

改訂内容についてご不明な点やご意見がございましたら、資生堂グループ各社までご連絡ください。

2011年12月改訂

CSR活動の全体像

資生堂のCSR活動は、以下の2つの領域を基本に推進しています。

基本的CSR

リスクを最小限にし企業価値を守るための法令順守や企業存続に関わる問題を速やかに解決し進めます。

資生堂らしいCSR

未来まで続く美しい社会の実現に向けて、社会性・環境視点を取り入れた新価値の提案や社会貢献活動など、企業価値を高める活動です。特に社会からの期待が高く当社の強みを生かせる「女性・美容」「文化」「環境」の分野では、独自の取り組みを展開しています。



CSR活動の推進体制

企業価値向上を実現するCSR活動の着実な推進のため、取締役会直轄である「CSR委員会」において審議・検討を行っています。

体制図



CSR委員会

CSR委員会は、資生堂グループが社会的責任を果たすために求められる全ての領域を対象としています。社会からの要請事項や期待内容を把握し、CSR活動の方向性を検討するとともに、経営戦略上や業務運営上のリスクを把握・評価し、必要な対策を講じます。重要テーマについては活動結果を取締役に報告しています。

2014年度は計3回開催し、グループ全体でのグローバルなリスクマネジメントやコンプライアンス体制、今後の社会・環境活動の方向性について審議及び報告を行いました。

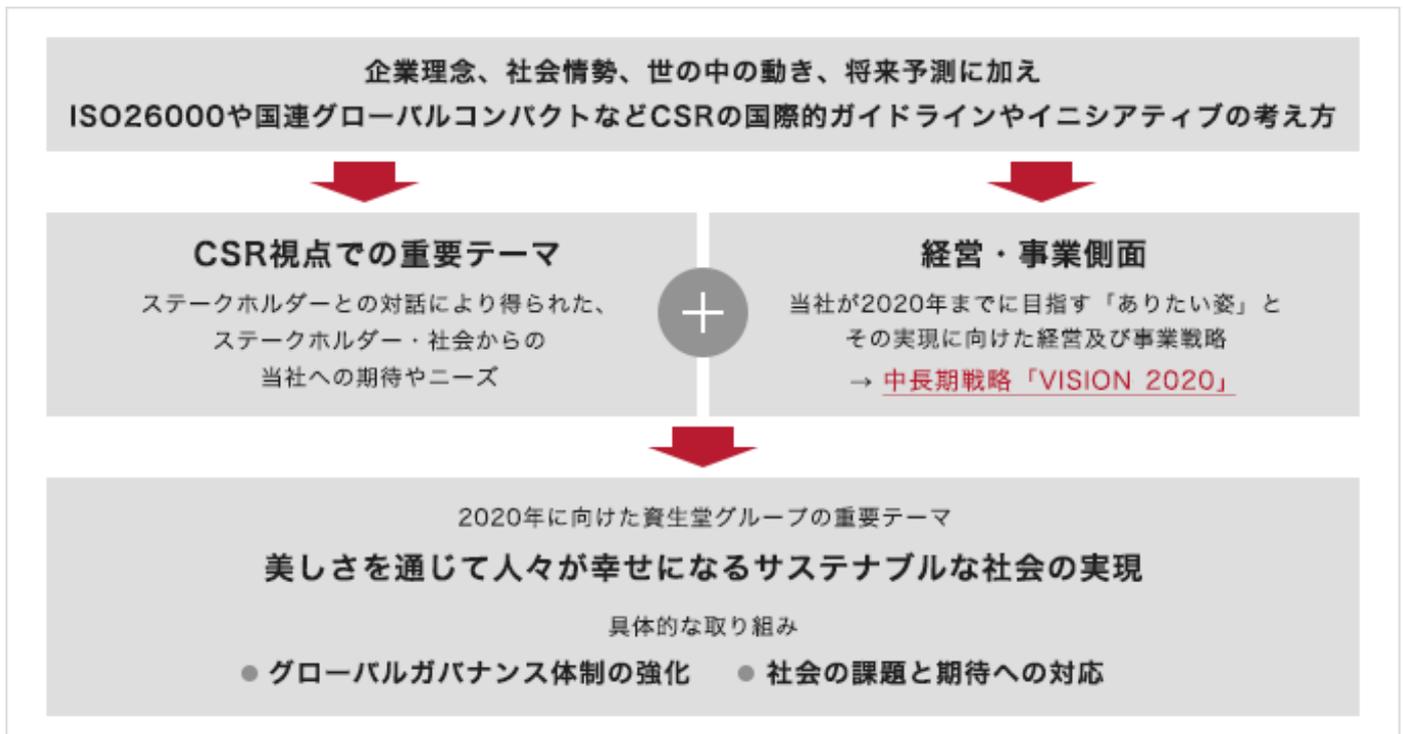
委員会メンバーについては、社内から横断的に委員を選定するとともに、専門性・第三者性・透明性を担保するために社外の委員、また社員代表として資生堂労働組合委員長を入れてしています。

2014年度CSR委員会メンバー

- ・委員長：代表取締役 執行役員社長
- ・委員：社外取締役1名、社内取締役3名、執行役員3名、経営企画部長1名、
労働組合代表1名、社外委員1名、社内監査役（オブザーバー）1名

重要テーマ

以下の考え方と手順にもとづき、2020年に向けた資生堂グループの重要テーマを設定しました。



CSR トップコミットメント

100年先も輝き続ける資生堂をつくる

私たち資生堂は、「美しい生活文化の創造」を企業理念に掲げ、自分らしく生きたいと願う人々の幸せの実現に貢献し続けることで、サステナブルな企業価値の向上をめざしており、2014年12月には中長期戦略「VISION 2020」を発表しました。

その達成に向けて、これまで培ってきた技術力、グローバルな事業展開力や人材など有形無形の資産を十分活かしかれていなかった現実を直視し、すべての活動を「お客さま起点」で再構築していきます。

また、全社員が一丸となったマーケティングを実践するとともに、革新的な技術開発を通じたイノベーションにより新しい価値を世の中に提案し続けることで、お客さまとの大切な絆である「ブランド」をよりいっそう輝かせていきます。同時に、環境や社会と共生していくことで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

このような考え方にに基づき、100年先も輝き続けることができる資生堂の原型をつくるのが私の使命と捉えています。

そして、2020年までに資生堂を、

エネルギーが充満した会社へ。

若々しさがみなぎる会社へ。

世界中で話題になる会社へ。

若者があこがれてやまない会社へ。

多様な文化が混じりあう会社へ。

日本やアジア、世界中のお客さま、社会から支持され、必要とされる会社にしていきます。

合言葉は、「動け、資生堂。」

全社員が、未来の資生堂をつくるために、一人ひとりのお客さまと共に歩もう、美しい生活文化を創造するプロフェッショナルとして新しい価値を生み出そう、という想いを持って、一丸となって動き始めています。

そして、未来まで続く美しい社会の実現に向けて、資生堂の全社員一人ひとりが、すべてのステークホルダーに対してとるべき行動基準として定めた「Our Way」と「資生堂グループ倫理行動基準」を、世界中で実践していきます。

この「資生堂グループ倫理行動基準」の中には、当社が参加を表明している国連グローバル・コンパクトで求められている「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に関する10原則も盛り込んでいます。

私たちは、高い倫理観と使命感をもってステークホルダーの期待に応えながら、100年先も輝き続けることをめざしてまいります。



2015年4月
代表取締役 執行役員社長

魚谷雅彦

女性・美容

資生堂はすべての女性がすこやかで美しくあるよう、支援します。化粧や美容を通じた社会活動や、女性の自立・活躍の支援など、あらゆる面から女性の生き方をサポートしています。

資生堂ライフクオリティ ビューティープログラム

資生堂では、これまで蓄積してきたハード・ソフト両面からの化粧や美容に関する研究成果を活用することで、一人ひとりのお客さまが望む美の実現をお手伝いし、心まで豊かになっていただくための取り組み「資生堂ライフクオリティ ビューティープログラム」を推進しています。

この活動は、2006年に開設した「資生堂ライフクオリティ ビューティーセンター」（東京・銀座）で、肌に深いお悩みを持つ方々へのメーキャップを行う「資生堂ライフクオリティ メーキャップ」と、全国で高齢者、障がいのある方や、学生、社会人などを対象にスキンケアやメーキャップを行う「資生堂ライフクオリティ ビューティーセミナー」からなり、これらの活動は海外でも展開しています。

資生堂ライフクオリティ メーキャップ

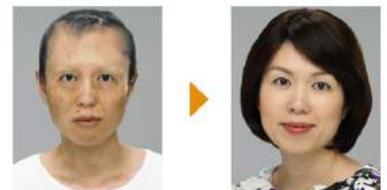
「肌に深いお悩みを持つお客さまに、最適な商品と美容法を提供することで、肌も心も一層美しくなっていく。そしてお客さまのQOL（Quality of Life=生活の質）向上をサポートする」ことをめざした活動です。

この活動では、あざや白斑（はくはん）などに対応したファンデーション『パーフェクトカバー』の開発を進める一方で、医療機関と連携して皮膚に疾患や傷跡を抱えた方々に対するメーキャップアドバイスを行っており、特に近年のがんサバイバーへの外見ケアに対する関心の高まりを受け化粧による解決法を全国で展開しています。

この活動は、2006年6月東京・銀座の本社ビル内の資生堂ライフクオリティ ビューティーセンターの開設を手始めとして、中国（上海・香港）、台湾（台北・高雄）にも同様の施設を開設し、グローバルに展開しています。医療機関での実習やOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）で専門の教育を受けたスタッフが、あざや濃いシミ、白斑、肌の凹凸（傷あと）、くすみやがん治療の副作用による美容上のお悩みなど、肌のさまざまな問題にあわせて、化粧によるカバー技術など、メーキャップアドバイスを無料で行っていきます。完全予約制かつプライバシーが保たれた空間なので、ゆっくりと安心してご利用いただけます。お客さまからは「自信がでてきて希望が持てるようになった」「キレイに隠すことができたのでこれからはメイクを楽しみたい」などの声が寄せられています。

また、この活動に共鳴し教育を受けた全国のお取引先や医療機関でも紹介していただいています。

（2015年9月30日現在 約380カ所）



※写真の外見変化は化粧とCGによる演出です。

ウィッグ協力：株式会社スヴェンソン
がん治療による外見上のお悩みをお持ちの方へ強いくすみなどの肌色変化、眉やまつ毛の脱毛手術後の傷あとなど、さまざまな問題に対応します。



資生堂が開発した『パーフェクトカバーファンデーション』シリーズ。

肌色の悩みや肌の凹凸を効果的にカバーします。



プライバシーが保たれた個室で、ゆっくりと安心してご利用いただけます。

TOPICS：「資生堂公開講座」にて顔面神経麻痺によるバランスメイクアップの実際を紹介

2015年1月17日（土）、資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター（東京・銀座）主催による資生堂公開講座（会場：資生堂銀座ビル）を開催し、195名のお客さまが来場しました。

今回の講座では、顔面神経麻痺を一例に、加齢や顔の表情のくせによって現われる口元、眉の高さのくずれなど外見上のお悩みを化粧でカバー「前を向いて生きていくヒント～化粧のちからで晴れやかな笑顔に～」と題して講演を行いました。

第一部は、顔面神経麻痺による外見上の悩みに関する医療の現状及び化粧の有用性について、医療者の立場から講演、第二部では「バランスメイクアップの実際」と題し顔のバランスを補正するメイクアップ法をデモンストレーションを交えて紹介しました。

講演終了後は、自由参加できるブース体験を設け、ハンドマッサージや香りによる癒しなどを体験いただきました。参加いただいた方からは、「化粧はきれいになる為だけでなく、心のケアにも役立っていると実感」、「化粧の力は、人を明るく楽しく輝かせる素敵なものだ」と改めて感じた」など嬉しい声を頂きました。

資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンターは、これからも「化粧」を通じた取り組みを行ってまいります。



講演する古田先生
(手稻溪仁会病院 耳鼻咽喉科・頭頸部外科部長)



バランスメイクアップの実演をする
青木和香恵

TOPICS : 「第29回日本がん看護学会学術集会」にて抗がん剤の副作用による脱毛した眉や色素沈着を目立たなくする方法を紹介

2015年2月28日（土）～3月1日（日）、「第29回日本がん看護学会学術集会」（横浜市）に資生堂 ライフクオリティ ビューティーセンター（東京・銀座）が昨年度に引き続き企業展示ブースを出展しました。

全国から約5,300名の看護師などが参加されている中、会場では当センターの専門の教育を受けたスタッフが美容ケア情報として、「脱毛時の眉の描き方」や「濃いくすみなどのカバー方法」をデモンストレーションにてご紹介しました。

展示ブースに立ち寄られた看護師からは、「眉を元通りに描くだけで自分らしさを取り戻せますね。化粧ってすごい!」、「肌色はその方の印象を大きく変えてしまうので、カバーでこんなに明るくできることを患者さんに知ってもらいたい」「副作用で治療を中止するべきか悩んでいる患者さんが、化粧でカバーする方法を知ること、治療を続けることができることから、ぜひ伝えたい」など声をいただきました。

資生堂では今後も、がん治療の副作用による外見の変化などでお悩みの方に「化粧のちから」でお手伝いしてまいります。



パーフェクトカバーで目立たなくする方法をご紹介

資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー

「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」は、1949年に高校卒業予定者を対象に、社会人の身だしなみとしての化粧法を知っていただくことをめざし、「整容講座」としてスタートしました。

以来、この活動は60年以上にわたり、すべてのお客さまに美しくなりたいという想いのもと、高齢者や障がいのある方など、参加者や目的に応じて内容を変え、発展してきました。

また、このセミナーは「美と健康を通じて社会のお役に立つ」という当社の理念に基づくCSR活動の柱のひとつとして、グローバルで展開しており、主にアジアでは高齢者や障がいのある方、欧州・米州ではがん患者の方などを対象に開催しています。2014年度は、日本をはじめ中国、ドイツ、アメリカなど、世界各地で約3,900件のセミナーを開催し、約65,600名の方に参加いただきました。なお、国内では2011年に事業化した「高齢者美容サービス」と、これまで実施してきた、高齢者、障がいのある方や、学生、社会人などを対象とした各種美容セミナーを統合、2013年7月より「資生堂ライフクオリティー事業」として超高齢社会の抱える課題解決にも貢献するサステナブルな活動を展開しています。

資生堂では今後も、こうした「化粧のちから」を活かしたセミナーを通して、より多くの方々の幅広い化粧ニーズにお応えし、一人ひとりの方がよりよく健やかな日々を過ごすためのお手伝いを続けていきます。



日本 高齢者福祉施設でのセミナーの様子



ドイツ 医療機関でのセミナーの様子

TOPICS： 経済産業省委託事業にて 「健康寿命（※1）延伸に化粧サービスの有効性を確認」

超高齢社会の重要な課題とされる健康寿命の延伸に、当社が開発した「化粧サービス」（化粧療法プログラム）が有効性を発揮することを確認しました。

これは、経済産業省が「健康寿命延伸産業」の基盤整備を目的として推進する「平成26年度健康寿命延伸産業創出推進事業」（※2）に、当社が2013年から展開する「資生堂ライフクオリティー事業」のノウハウが採択され、

「美容的ヘルスケアサービス提供による介護費用削減効果の検証」について、東京都健康長寿医療センターと共同で検証した結果によるものです。（実施期間2014年6月～2015年2月）

本検証の結果、健康度自己評価（※3）、抑うつ傾向の改善効果が確認され、「化粧サービス」が、健康寿命延伸のための新たなヘルスケアサービスとして有効であること、また介護費用削減効果が期待できることを確認しました。

当社では今回得られた検証結果を、「化粧サービス」の更なる質の向上や、高齢期の化粧の価値開発などに活用し、今後も介護事業所をはじめとする医療機関や自治体等と連携し、さまざまな高齢者の健康寿命延伸につながるヘルスケアサービスとして、「化粧サービス」を全国で積極的に推進してまいります。

※1: 自立した生活ができる期間。2000年にWHO（世界保健機構）が提唱した指標です。

※2: 公的保険サービスの周辺に存在する需要に応える公的保険外サービスの産業基盤を整備し、健康寿命延伸産業の振興を図る目的で実施するもので、平成26年度は15団体が採択され各地でビジネス実証や調査等の事業を実施しています。

※3: 高齢者自身の健康について主観的な評価を問う質問。簡単な指標でありながら、さまざまな健康変化の予測指標になり、近年では健康度自己評価を用いて健康寿命の算出が行われています。

「化粧サービス」の様子



女性活躍支援

女性研究者・学術支援活動

資生堂では、自然科学分野で指導的研究者をめざす女性への支援や、40年以上にわたる皮膚科領域への助成を通じ、科学界および皮膚科領域の発展に貢献しています。また、美容皮膚研究分野では、医療法人財団花椿会の寄付により「南青山皮膚科スキンナビクリニック」を開設しています。その研究成果は、すべての方のQOL(Quality of Life=生活の質)向上をめざし、新たな化粧品開発や美容医療に役立てられています。この功績が認められ、日本美容皮膚科学会からも表彰されています。

女子中高生の理系進路選択支援

資生堂では、「女性の理系人材の育成」という日本の社会課題解決の一助となるべく、2011年度より女子中高生を対象に、資生堂の豊富な技術と人材を活かした理系進路選択支援活動を開始しました。

2014年度は、立教女学院中学校、國學院大學久我山中学校など5校で、延べ約240名の中高生を対象に出張授業を実施いたしました。資生堂の研究員が講師となり、理系分野への興味を喚起するとともに、「理系を選択することで導かれる将来の選択肢の広さ・可能性」について、体験を踏まえたキャリア教育を行っています。

さらに、2014年度は新たなアプローチとして、立命館大学、東京理科大学合同主催の、「理系女子応援イベント：RIKEJO FES」に出展致しました。中部地区の女子中高生を中心に約250名の方に、科学の面白さや楽しさ、学びの先にある大学での研究、企業での研究開発の情報を連動して発信することで、理系の進路選択支援を深めました。

今後も、女子中高生が将来の「夢」を設計する後押しを行い、理系人材育成に貢献してまいります。



國學院大學久我山中学校における授業



RIKEJO FES

子育て支援

資生堂では、社員への「仕事」と「育児」両立支援にとどまらず、育児期の女性の多様な悩みについて社会全体で共有し応えるための取り組みを行っています。

事業所内保育所「カンガールーム汐留」

首都圏に勤務する子育て社員の「仕事」と「育児」の両立支援の一環として、2003年9月に事業所内保育所「カンガールーム汐留」をオープンしました。

"企業が連携して子育て環境を改善していく"という考えに基づき、主旨賛同の近隣企業へ定員枠の一部を開放しています。当施設により「いつでも安心して復職することができる」「子どもが近くにいる安心感」「迎え時間が不要なため、仕事に集中できる」など、働き方の意識改革やワーク・ライフ・バランスの実現へ大きく貢献しています。



資生堂ランニングクラブ

資生堂ランニングクラブは「強く・早く・美しく」をスローガンとして活動しています。

女性アスリートの支援を通じ、“自己に克つ強さ”“早く走る能力や技術”のみならず、“おもてなしの心”を育成し、心・技・体3拍子整った“資生堂ならではの健康美”を提唱していきます。

クラブに所属する選手を育成するとともに、社会貢献活動として、「社外ランニング教室・講演会」「地域ランニングイベントへの参加」を積極的に推進し、子どもから高齢者までの一般市民ランナーに“走ることの楽しさ”や“健康増進効果”をお伝えしています。

子どものための取り組み

ジュニア層へ向けた美容生活情報の提供活動

化粧品使用の低年齢化に伴い、自己流の使い方によって肌あれなどを起こす子どもが増えています。資生堂では、子どもたちに、自分自身ですこやかな肌を守るようになっていただくために、紫外線対策や洗顔方法などの美容生活情報をわかりやすく発信しています。

- 小学校における体験型出前授業「資生堂子どもセミナー日やけ予防/正しい洗顔」の実施
- ウェブサイト「キッズのためのキレイクラブ」での美容生活情報の発信
- 保健授業をサポートする映像教材（DVD）・校内掲示用かべ新聞・児童配付用リーフレットの無償提供

「資生堂子どもセミナー」「無償教材」のお申し込みは、「キッズのためのキレイクラブ」内専用申し込みフォームからお願いいたします。お問い合わせは、メールにてお願いいたします。



「資生堂子どもセミナー」の様子

環境

資生堂では、人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現をめざし、全社員が全世界で取り組む環境プロジェクト「資生堂アースケアプロジェクト」に取り組んでいます。

商品の環境対応や事業所でのCO₂排出量の削減など、事業活動のすべてのプロセスにおいて、環境への取り組みを進めています。

環境方針

社名に由来する創業の精神

「資生堂」社名の由来

いたれるかなこんげん ばんぶつとりてしょうず
 至哉坤元 万物資生

大地の徳はなんと素晴らしいものであろうか。
 すべてのものは、ここから生まれる。

資生堂の社名は、中国の四書五経の一つ、易経の一節「至哉坤元 万物資生」(大地の徳はなんと素晴らしいものであろうか、すべてのものはここから生まれる)に由来しています。

この一節の意味が表すように、地球の自然環境を尊重し、大切にすることを存在の拠り所としています。大地の徳に感謝し、そこから新しい価値を発見し、社会の役に立っていくこと、それが地球から恵みを受けている資生堂の使命です。今後、資生堂が永続的にお客さまを美しくしてさしあげるためには、地球への恩返しをしながら共生していくことが何よりも大切と考えます。

コーポレートメッセージ

一瞬も一生も美しく

資生堂のコーポレートメッセージは、地球との約束でもあります。

私たちは、美しい地球環境なくして、「美しく生きる」という一人ひとりのお客さまの願いに誠実に応えることはできません。

資生堂社員一人ひとりがとるべき行動を定めた「Our Way」「資生堂グループ倫理行動基準」では、「独自の厳しい基準に沿った環境対応を推進し、生物多様性に配慮しながら、人も地球も美しく共生する持続可能な社会をめざす」と宣言しています。資生堂は、肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境の実現に向けて全力を尽くします。

■ 資生堂エコポリシー

資生堂は1992年度に定めた環境に関する経営方針「資生堂エコポリシー」を基本として、環境活動を推進しています。

■ 資生堂エコポリシー

資生堂はすべての事業活動において地球環境の保全に努めるため、

1. 生態系に配慮し、資源・エネルギーを大切に利用します
2. 環境に負担をかけない新技術の開発と応用を促進します
3. 一人ひとりの環境保護意識の向上を図ります
4. 地域や社会との連携に努めます

■ 「地球の恵みの保全」に向けて

資生堂は社名の由来のとおり、創業以来一貫して地球の恵みに感謝し大切にしながら、事業を営んできました。しかし、今、この地球の恵みが急速に失われつつあり、将来の世代に継承することが危ぶまれています。私たちは、原点に立ち返り、地球の恵みに感謝し、これを保全しながら、「美しく生きたい」という人々の願いに誠実に応えた事業を営むことが、あるべき姿だと考えます。この考え方に基づき、「地球の恵みの保全」と「CO₂削減」「省資源」の3つの領域に取り組み、持続可能な社会の実現をめざします。

「地球の恵みの保全」のためには、「生物多様性の保全」および「水資源の持続可能な利用」が重要となります。前者については、2010年に以下のとおり「資生堂の生物多様性に関する考え方」をまとめました。

■ 資生堂の生物多様性に関する考え方

資生堂の社名には、「地球の恵みに感謝し、新しい価値を生み出す」という意味が込められています。

私たちは、資生堂の価値づくりの源泉である「地球の恵み」を、限りあるものとして認識し、将来の世代へ受け渡すために厳正に取り扱います。

さらに、生物多様性の保全に積極的に取り組み、持続可能な社会の実現をめざします。

一方、「水資源」については、2013年に以下のとおり考え方をまとめました。

私たちは、水系における健全な水循環や地域社会の水文化を尊重しながら、持続可能な利用をめざします。そのために、まず事業活動におけるバリューチェーンを通じた水資源の利用に関する実態の把握を行います。これを踏まえ、事業活動が水循環や水文化に与える影響の低減に努めます。

資生堂アースケアプロジェクトとは

「資生堂アースケアプロジェクト」は、事業活動のすべてのプロセスにおいて、資生堂グループの全社員が全世界で取り組む「環境プロジェクト」です。

資生堂が、地球の恵みを享受しながら新しい美しさを提案し続けていくには、地球への恩返しをしながら、地球と共生していく必要があります。肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境を実現することが、地球とともに生きる資生堂の使命です。

「資生堂アースケアプロジェクト」は、資生堂グループの企業理念と環境における経営方針である「資生堂エコポリシー」に基づき、「人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現」を使命としています。

資生堂アースケアプロジェクトのめざすもの

社会的責任として当たり前に取り組むべき「基本的環境活動」に加え、「資生堂ならではの環境活動」を積極的に進めることで「美とエコをつなぐ新しいライフスタイル」の実現をめざします。



■ 資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマーク



Shiseido Earth Care Project

このリングの表す意味、それは「地球」「循環」「約束」です。

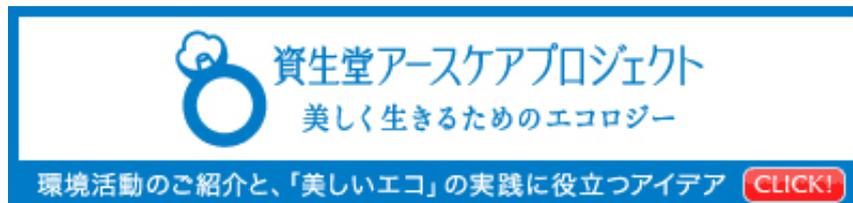
「地球」 それは、私たちにさまざまな恵みをもたらしてくれます。

「循環」 それは、永遠に続く美のサイクルを表しています。

「約束」 それは、資生堂と社会、資生堂と地球との間に交わされたものです。

そして、マークの色である美しいブルーは、「水」の象徴です。地球の表面の約70%、人の身体の約60%を占めている水は、生態系にとってかけがえのない存在であるとともに、化粧品にとっても大切なものです。

この青いリングに、資生堂の象徴である椿の花を組み合わせ、私たちの企業活動と自然との共生を表現しました。



環境マネジメント

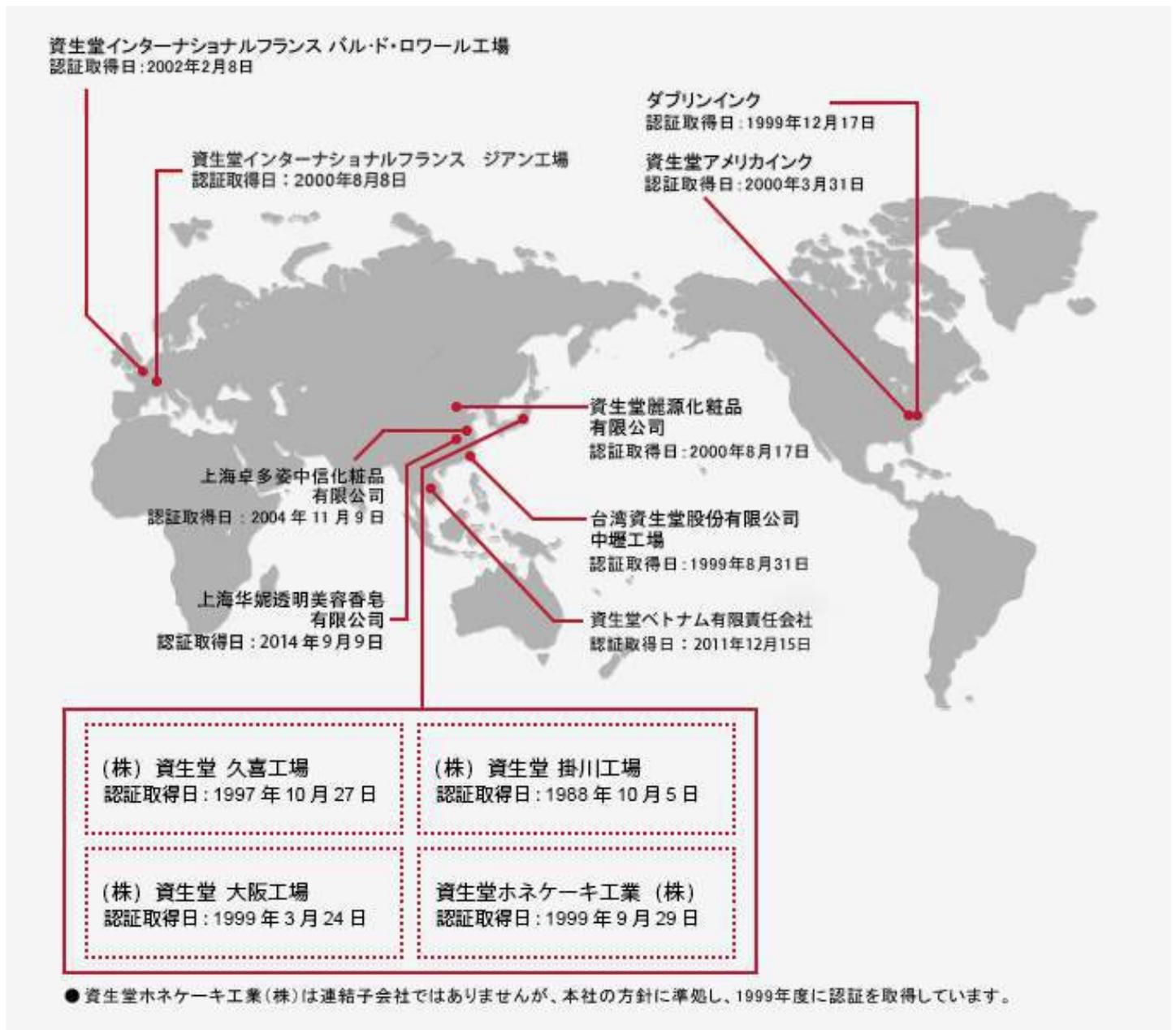
推進体制

資生堂では、2009年度に全世界の全社員をメンバーとする環境プロジェクト「資生堂アースケアプロジェクト」を発足しました。取締役会直轄である「CSR委員会」において、社内の環境活動計画の進捗を共有するとともに、さまざまな環境課題について検討・協議を行っています。

ISO14001認証に基づいた環境マネジメント

ISO14001は1996年に制定された環境マネジメントに関する国際認証制度で、認証取得後も、外部機関によって継続的に審査を受ける必要があります。資生堂では、各工場において、ISO14001に基づいたマネジメントシステムを運用しており、P (Plan : 計画)、D (Do: 実行)、C (Check: 評価)、A (Act : 改善) サイクルを繰り返すことによって、管理体制等の改善と環境負荷の低減を図っています。

2014年度 ISO14001認証取得状況



環境リスクへの対応

環境に関わるリスクは多岐に渡り、法規制は世界各国において年々強化されています。

このような状況を踏まえ、資生堂では本社が中心となって新しい環境法規制に関する情報収集やリスクなどの分析を行い、海外を含む関連部門と情報を共有化し、対応を図っています。さらに、生産部門においてはISO14001のシステムに基づいて環境法規制などの順守評価を実施し、法令順守を徹底しています。

国内および海外関係会社について調査を実施しましたが、2014年度においては重大な環境関連法規制等の違反はありませんでした。今後も継続して適正管理に努めてまいります。

産業廃棄物管理の徹底

産業廃棄物の不法投棄について、排出事業者の責任が厳しく問われている中、資生堂では国内全事業所に配置した「廃棄物管理責任者」を中心に、適正管理を推進しています。

また、定期的に社内業務担当者へ講習会を実施し、基礎的な内容にとどまらず、変化する法規制の内容や対応方法の共有化を図ることで、管理レベルの強化に取り組んでいます。14年11月には産業廃棄物中間処理業者さまにもご協力いただき、年1回社内義務づけている「中間処理業者の現場確認」の実施要領について研修を行い、廃棄物処理法への対応力を強化しました。



講習会の様子

化学物質の管理

資生堂は、PRTR法(化学物質管理促進法)で義務づけられた行政報告を実施するだけでなく、工場や研究所などで原料や試薬などの化学物質の使用と廃棄の自主管理を徹底しています。また、労働安全衛生の観点から、PRTR法、労働安全衛生法などで指定された成分を含む化学物質をお取引先さまへ提供する際には、半製品のSDS(安全データシート)発行をシステム化するなどの対応を図り、お取引先さまへのSDS交付を徹底しています。

PRTR法への対応

PRTR対象物質排出量・移動量

2014年度 (単位：トン)

法指定番号	物質名称 (法指定)	排出量			移動量	
		大気	公共水域	土壌	下水道	廃棄物
13	アセトニトリル	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
56	エチレンオキシド	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
71	塩化第二鉄	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
207	2,6-ジ-ターシャリ-ブチル-4-クレゾール	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
275	ドデシル硫酸ナトリウム	0.0	0.0	0.0	0.0	4.9
300	トルエン	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2
334	4-ヒドロキシ安息香酸メチル	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1

389	ヘキサデシルトリメチルアンモニウム=クロリド（ステアリルトリモニウムクロリド不純物）	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
409	ポリ（オキシエチレン）=ドデシルエーテル硫酸エステルナトリウム	0.0	0.0	0.0	0.0	21.9

※ PRTR :Pollutant Release and Transfer Register（特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律）
 上記物質は、PRTR法の第一種指定物質で、1事業所での年間取扱量が1トン以上（特定第一種は0.5トン以上）の物質について掲載しています。
 対象範囲：株式会社資生堂（鎌倉工場、掛川工場、大阪工場、久喜工場、リサーチセンター）、資生堂医理化テクノロジー株式会社

■ エコスタンダード

1997年度には、「資生堂グローバル・エコスタンダード」を策定し、商品開発、R&D、生産・調達、物流、販売、オフィスにおける行動指針をそれぞれ具現化しました。その後、環境問題を取り巻く状況が大きく変化したことから、環境に配慮した商品や販促物の設計基準をライフサイクル視点で見直し、2010年度に「モノづくりエコスタンダード」と「販促物エコスタンダード」を策定しました。

また、オフィスにおける環境活動基準である「オフィスエコスタンダード」についても今日的に見直し、再策定しました。モノづくりに関する2つのエコスタンダードにおいては、下記の評価項目を設け、商品及び販促物の環境対応を進めています。

モノづくりエコスタンダード

項目	評価項目
設計（容器包装）	（1）環境に負荷をかけない仕様・材質の選定
	（2）減量化・減容化
設計（中味）	（1）環境に負荷をかけない処方
	（2）容器包装を考慮した中味設計
調達	（1）環境に配慮した原料・材料の調達
生産	（1）生産時の環境負荷低減
物流	（1）物流・運搬時の環境負荷低減
使用	（1）使用時の省エネ・省資源
	（2）使用時の排出物（排水・排ガス）による環境負荷の低減
	（3）長期使用の促進
廃棄	（1）リサイクルしやすさの向上
	（2）お客さまによる捨てやすさの向上

販促物エコスタンダード

項目	評価項目
企画・設計	(1) 店頭で活用されやすい設計 1. 複数の売場サイズで対応できる設計 2. 多用途・複数展開可能な設計
	(2) 環境負荷が小さい材料の選定 1. 販促物の材料の選定 2. 個々の材料の選定 3. 特定パーツの材料の選定
	(3) 軽量・シンプルな設計
	(4) 規格サイズを踏まえた設計
	(5) 型の活用
	(6) 配送に適した設計
	(7) 廃棄が容易な設計 1. 分別しやすい設計 2. 材料名の表示
校正・印刷	(1) 省資源化した校正（製版）
	(2) 省資源化した刷版
	(3) 廃液を出さない印刷方法
	(4) 石油資源を節約するインキの使用
梱包・配送	(1) 梱包の簡素化
	(2) 過剰包装の抑制

環境目標と実績

環境目標と実績

現3カ年（2015～2017年度）環境活動方針と目標

資生堂では、前3カ年に引き続き、環境における経営方針である「資生堂エコポリシー」を踏まえ、本業であるモノづくりを通じた環境への取り組みを加速化すべく、1つ目の柱として「ライフサイクル全体での商品の環境対応」を推進しています。また、グローバル企業としての社会的責任を果たすため、「全世界でのCO₂排出量の削減」を2つ目の柱として掲げ、取り組んでいます。

ライフサイクル全体での商品の環境対応

全世界でのCO₂排出量の削減

ライフサイクル全体での商品の環境対応

「ライフサイクル全体での商品の環境対応」では、資生堂独自の環境基準である「モノづくりエコスタンダード」に則り、研究開発・商品企画・調達・生産・物流・販売・使用・廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体で環境対応を進めていきます。

まず、有限な石油資源の節約と、化粧品容器の廃棄・焼却時におけるCO₂排出量の抑制を目的として、2011年度より、サトウキビ由来ポリエチレン容器の採用を開始しました。その他にも、レフィル配置アイテムの拡大や、バガス紙*・FSC認証紙など環境に配慮した紙の商品への採用拡大など、商品の環境対応に積極的に取り組んでいきます。

また、水資源への対応として、商品のライフサイクルを通じた水使用量削減に取り組んでいます。

* サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維（バガス）を原料として作られる非木材紙

商品の環境対応の目標

項目	目標
植物由来容器の採用	2020年度までに、国内化粧品事業で使用するポリエチレンの70%以上を石油由来から植物由来に切り替えます。
レフィル化の加速	2020年度までに、国内化粧品事業のファンデーション（コンパクトタイプ）、白粉、シャンプー・コンディショナーのジャンボサイズのレフィルを100%配置し、化粧水・乳液（ディスペンサータイプ）のレフィルを70%以上配置します。
バガス紙他環境配慮紙の積極採用	2012年度以降の国内化粧品事業の新製品・リニューアル品で紙を使用する商品においては、バガス紙・FSC認証紙など環境配慮紙への切り替えを促進します。

(2011年度策定)

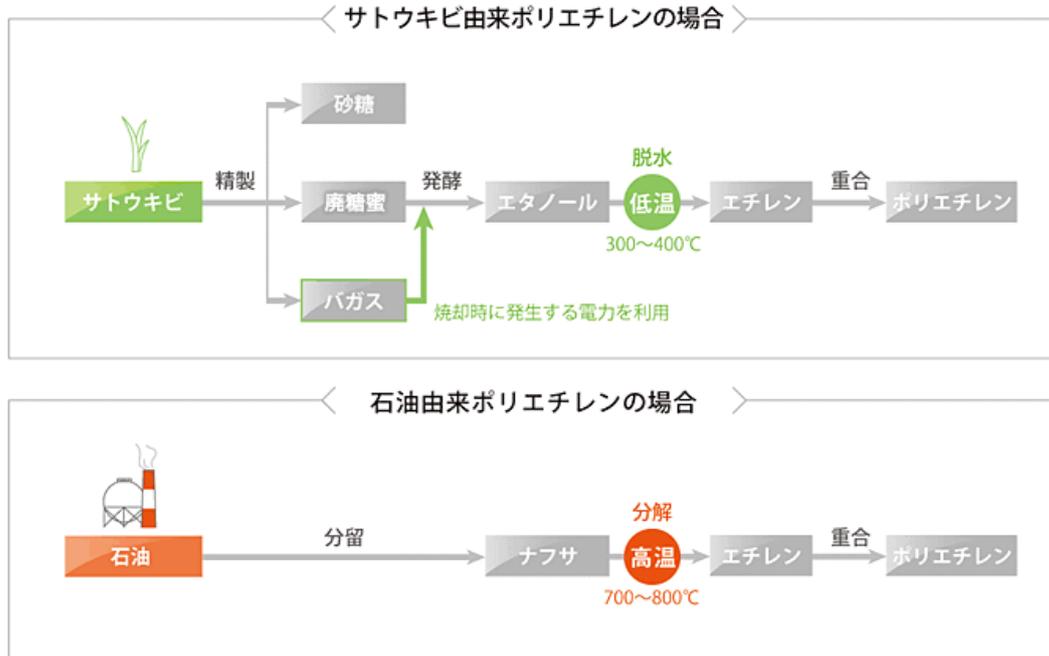
サトウキビ由来ポリエチレン

化粧品容器の主素材でもある石油由来ポリエチレンが廃棄・焼却される際に発生するCO₂は、大気中のCO₂濃度を増加させ、地球温暖化の要因の一つとなります。

それに対し、サトウキビ由来ポリエチレンを焼却する際に発生するCO₂は、サトウキビが生長過程で吸収してきたCO₂であることから、焼却時のCO₂の増減は±0（ゼロ）とすることができます。

また、サトウキビ由来ポリエチレンは、製造工程においてもCO₂排出削減効果があります。石油由来と比較すると、製造工程における加熱温度が低いためエネルギー消費量が少ないという利点に加え、サトウキビから砂糖を精製したあとの搾りかすである「バガス」を焼却して発生した電力を利用しているため、従来に比べCO₂排出量を大きく削減することができます。（図1参照）

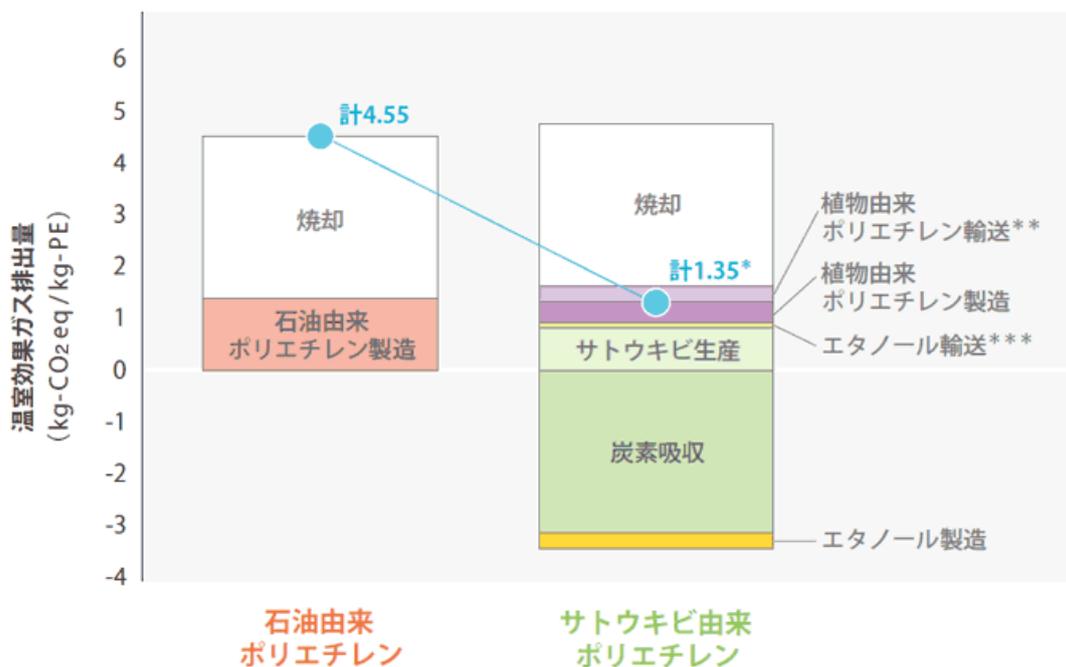
図1 ポリエチレンの製造工程



なお、サトウキビ由来ポリエチレンの原料となるバイオエタノールは、主にサトウキビの搾汁から砂糖を精製した残液部（廃糖蜜）を発酵して作られるため、大豆やトウモロコシなどに比べ、食糧との競合が発生しにくいというメリットがあります。

これらのことから、2011年9月より採用しているサトウキビ由来ポリエチレンのライフサイクル全体におけるCO₂排出量は、石油由来と比較すると7割強少ないという試算結果がでています。（図2参照）

図2 CO₂排出量の削減効果



* 添加剤・コモノマーが含まれていない前提
 ** ポリエチレン生産国(ブラジル)~日本(横浜港)
 *** エタノール工場~ポリエチレン工場

【菊池・平尾ら(2011年3月第6回日本LCA学会研究発表会)資料より】

全世界でのCO₂排出量の削減

「全世界でのCO₂排出量の削減」については、2011年度より、海外を含む全事業所（本社・リサーチセンター・工場・販売会社・関係会社）のCO₂排出量を管理し、全世界でCO₂排出量削減に取り組んでいます。

CO₂排出量削減目標

事業所		基準	2017年度目標	2020年度目標	対象
国内	生産事業所	2009年度	18%削減	20%削減	絶対量
	非生産事業所		11%削減	14%削減	
海外	生産事業所		22%削減	23%削減	BAU比※1
	非生産事業所		8%削減	11%削減	絶対量※2

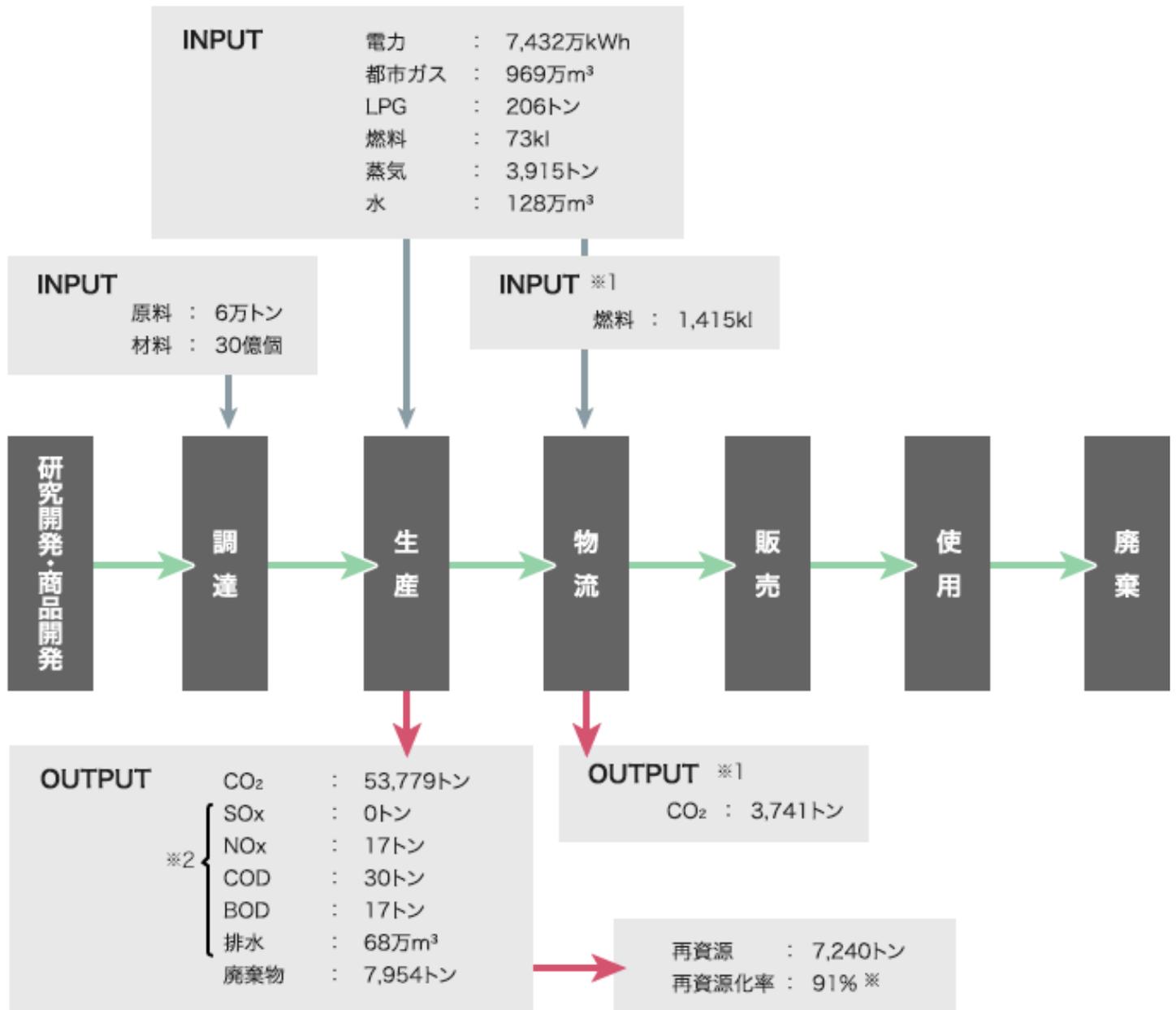
※1 BAU比: 特段の削減策を講じなかった場合に想定されるCO₂排出量 (BAU : Business As Usual) と削減策を講じた場合に想定されるCO₂排出量の比較

※2 海外非生産事業所については、データ未取得事業所を除く

環境目標と実績

2014年度 環境負荷実績

2014年度の資生堂の事業活動における環境負荷実績です。



対象範囲：

資生堂グループ国内および海外生産事業所

※1 (株) 資生堂

※2 国内生産事業所

※下記の生産事業所ではゼロエミッション（リサイクル率99.5%以上）を達成しています。

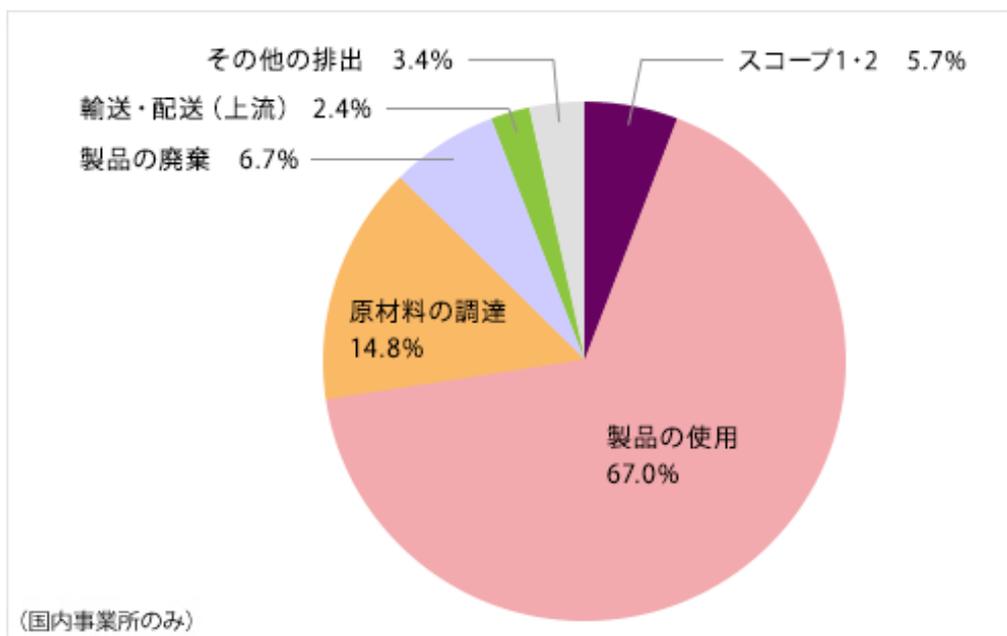
国内：大阪工場、掛川工場、久喜工場、鎌倉工場

海外：資生堂インターナショナルフランス パル・ド・ロワール工場、資生堂ベトナム有限責任会社、上海卓多姿中信化粧品有限公司

2014年度 バリューチェーンを通じたCO₂削減効果

資生堂はバリューチェーン全体の環境影響を把握し、効果的に削減するために、「GHGプロトコル・スコープ3基準」に基づき、バリューチェーン全体でのCO₂排出量の削減を行いました。

商品の環境対応における主要な取り組みである2014年度のレフィル配置・サトウキビ由来ポリエチレン採用による排出削減効果としては、原材料の調達で約8,900トン、製品の廃棄段階で約7,400トン、合計で約16,300トンのCO₂排出削減となりました。



※スコープ1：事業所からの直接排出

スコープ2：購入したエネルギーの生産（発電など）に伴う間接排出

スコープ3：スコープ2以外のバリューチェーンからの間接排出

上記のグラフでは製品の使用、原材料の調達、製品の廃棄、輸送・配送（上流）、その他の排出を含む

環境目標と実績

2014年度 環境会計

環境会計の集計について

対象期間：2014年4月1日～2015年3月31日（国内）、2014年1月1日～12月31日（海外）

対象範囲：国内生産事業所、海外生産事業所、国内リサーチセンター、本社部門

単位：金額は全て百万円

1. 環境保全コスト

分類		主な取り組みの内容	投資額	費用額
(1)事業エリア内コスト			346	174
内訳	(1)-1 公害防止コスト	水質汚濁、大気汚染の防止活動、大気・水質などの分析測定等	171	46
	(1)-2 地球環境保全コスト	太陽光発電、省エネ推進、オゾン層保護対策等	172	3
	(1)-3 資源循環コスト	廃棄物処理、リサイクル、排水再利用、資材削減等	3	125

(2)上・下流コスト	容器包装リサイクル法負担金支払、グリーン購入、製品のリサイクル等	0	187
(3)管理活動コスト	人件費（R&D除く）、環境管理費用、事業所内緑化等	12	445
(4)研究開発コスト	環境対応製品の研究開発等（人件費含む）	0	14
(5)社会活動コスト	椿の植林・保全活動、その他社員による環境保全活動、団体への支援、環境情報公表等	8	73
(6)環境損傷対応コスト	自然修復費用など	0	0
(7)その他のコスト		0	0
合計		366	893

2.環境保全効果

効果の内容		経済効果
収益	主たる事業活動で生じた廃棄物のリサイクル又は使用済み製品等のリサイクルによる事業収入	37
費用節減	省エネルギー関連	174
	廃棄物関連	4
	省資源関連	21
	その他	0
合計		236

商品での取り組み

資生堂では、2010年度に商品設計における環境基準である「モノづくりエコスタンダード」を制定しました。「モノづくりエコスタンダード」の定着を図るため、商品企画部門への勉強会などを実施し、運用しています。単に「環境に配慮している」というだけでなく、化粧品としての価値（効果・使用感・使い勝手・デザインの美しさなど）を損なわずに、「美とエコが共生する」モノづくりを実現し、商品を通じて、新しいライフスタイルの提案へつなげることをめざしています。

■ 商品に表示しているマークについて

資生堂は、サトウキビ由来ポリエチレンなどの植物由来プラスチックを容器全体の20%以上（重量比）使用している商品に、資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマークを記載しています。

2011年9月の「スーパーマイルド」を手始めに、「エリクシール」「TSUBAKI」「ANESSA」「UNOフォグバー」などでサトウキビ由来ポリエチレン容器を採用しています。



シンボルマーク記載例

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.096

クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトゥール ローション・エッセンスの立体成型パウチ

「クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトゥール」は、2014年4月のリニューアル発売（海外は3月発売）を機に、顔用マスクとセットで使用するローションとエッセンス（各1回分）の容器に立体パウチパックを採用しました。

小型ガラス容器を採用していた旧品に比べて容器重量が10分の1になり、廃棄物の減容化にもつながっています。

こうした環境配慮とともに、クレ・ド・ポー ボーテのブランドコンセプトである「内側から輝きを放つ肌」を表現した多面体のデザインやパウチパックの開封性の工夫などが評価され、2014年8月に「クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトゥール」が「2014日本パッケージングコンテスト(主催：公益社団法人 日本包装技術協会)※」において、最高賞である「ジャパンスター賞」のうちの一つ「公益社団法人日本パッケージデザイン協会賞」を受賞しました。

※優れたパッケージデザインや包装技術を表彰する国内最大のコンテスト。今回受賞した「ジャパンスター賞（経済産業大臣賞など計12賞）」のほか、「包装技術賞(6賞)」「包装部門賞(13賞)」があります。



クレ・ド・ポー ボーテ
コンサントレイリュミナトゥール



ローション・エッセンス (パウチパック)

No.093

フルメイク ウォッシュャブル ベースの開発

2012年12月に資生堂ウェブサイト「ワタシプラス」のオンラインショップにて先行発売、2013年2月に店頭発売した「フルメイク ウォッシュャブル ベース」は、重ねたメイクがお湯だけで簡単に落とせる世界初（※1）の化粧下地です。

水にはなじまず、40℃のお湯にだけ反応する資生堂独自の技術「ヴェールアクションポリマー」を開発し、初めて本商品に配合しました。

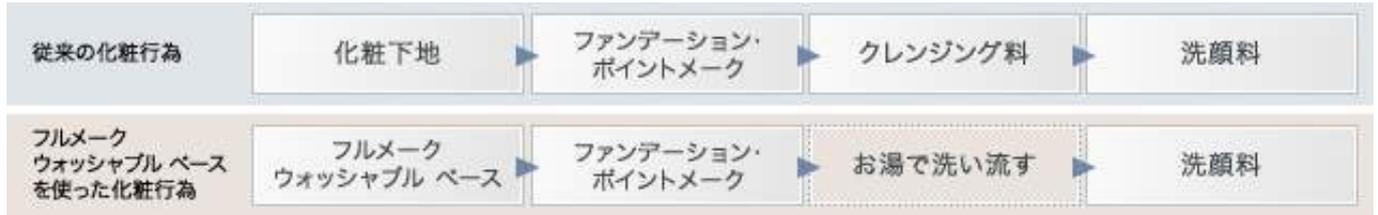
資生堂は、本商品を使うことによってクレンジング料が不要になるという特長から、化粧下地から洗顔料までの一連の化粧行為における環境負荷低減度を算出しました。具体的には、従来型の化粧行為と本商品を使った化粧行為（※2）を行った場合を想定し、ウォーターフットプリント（※3）の手法を用いて商品のライフサイクルを通じた水消費量の算出を試みました。その結果、1回の化粧行為あたり、約1.6L（※4）の水消費量を削減でき、本商品1本（35g）に換算すると、約90L（500mlペットボトル約180本分）を削減できる試算となります。



フルメイク ウォッシュャブル ベース

※1 株式会社Mintel Japanデータベース内 資生堂調べ

※2 従来型の化粧行為と「フルメイク ウォッシュャブル ベース」を使った化粧行為



※3 原材料調達から生産、使用、廃棄、リサイクルまでの商品のライフサイクル全体を通じた水の利用と、それに伴う環境・社会影響を定量的に評価する手法。原料となる植物の栽培や製品の製造工程に使われる水など、直接・間接的に投入されるすべての水を対象とします。

※4 本算定結果は、東京都市大学環境学部 伊坪徳宏教授による第三者検証を受けたものです。この数値は、お客さまのご家庭における水使用量を比較したものではありません。

No.055-2

スーパーマイルド容器へのサトウキビ由来ポリエチレンの採用

2011年9月、資生堂は、国内の化粧品・日用品としては初めてサトウキビ由来ポリエチレン容器をヘアケアブランド「スーパーマイルド」に採用しました。

サトウキビ由来ポリエチレンを焼却する時に発生するCO₂は、サトウキビが生長過程で吸収してきたCO₂であり、CO₂の増減は±0（ゼロ）といえることなどから、サトウキビ由来ポリエチレンは石油由来ポリエチレンと比較すると、ライフサイクル全体におけるCO₂排出量が約7割強少ないといわれています。

今回スーパーマイルド容器のレギュラーサイズ、ジャンボサイズのボトル部分には約96%、つめかえ用には約34%のサトウキビ由来ポリエチレンを使用しており、切り替え後1年間で約188トンのCO₂を削減できました。

（資生堂試算による）

また、サトウキビ由来ポリエチレンは、主にサトウキビから砂糖を精製した残液部から作られるため、食糧との競合が発生しにくいメリットもあります。

なお、この取り組みは、「第1回バイオマス製品普及推進功績賞（主催：日本バイオマス製品推進協議会）」を受賞しました。



スーパーマイルドの
サトウキビ由来ポリエチレン容器



サトウキビ由来ポリエチレンなどの植物由来プラスチック容器に記載するマーク（拡大図）

No.073

エリクシール スキンケアシリーズ 外箱の紙製化によるプラスチック使用量の削減

資生堂では、中核ブランド「エリクシール」のスキンケア商品において環境対応を進めています。

その第1弾として、2009年9月に高機能スペシャルケアとして発売した「エリクシール シュペリエル レチノバイタル」、2010年2月発売の「エリクシール ホワイト」では、これまでプラスチック製だった商品の外箱を、紙製に切り替えて発売しました。その後、2010年9月からは「エリクシール シュペリエル」においても外箱を紙製に切り替えています。さらに、一部商品の紙箱にはバガス紙を採用しています。

これらの取り組みにより、各商品発売後1年間で、プラスチック使用量を合計約90トン削減できました。

外箱を紙製にしたことで、商品情報を印刷できるスペースも広がったため、配合成分やご使用方法など、お客さまご自身で商品を選ばれる際に参考にしていただけるような情報の充実化を図っています。

また、第2弾として、2012年9月には、「エリクシールシュペリエル」「エリクシールホワイト」から化粧水・乳液のレフィル（つめかえ用）を発売しました。

レフィル容器はサトウキビ由来プラスチックを使用しているため、石油由来プラスチック製に比べてCO₂排出量の削減につながります。

また、本体容器につめかえて使っていただくことにより、廃棄プラスチックを約85%（本体重量比）削減することが可能となります。



エリクシール シュペリエル



エリクシール ホワイト

No.084

HAKU レフィル配置によるプラスチック使用量の削減

2011年2月にリニューアルした薬用美白美容液「HAKU メラノフォーカスW」において、新たに「付け替え用レフィル」を発売しました。

このレフィル容器をつくる際に使用するプラスチック量は、本体容器の使用量に比べ約60%削減しています。レフィルを配置することで、本体容器だけを生産する場合と比較して、プラスチック使用量を発売後1年間で約19トン削減できました。

このレフィルの発売には「省資源」という環境への配慮に加え、「素敵なパッケージを毎回捨てるのはもったいない」「中味の残量が確認できるようにしてほしい」というお客さまからの声にお応えしたい、という大きな目的がありました。また、レフィル容器の開発においては、なるべくお客さまが簡単に交換できる機構にするためのさまざまな工夫を施しています。

さらに、その他の環境対応として、外箱をプラスチック製から、バガス紙（サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維を原料として作られる非木材紙）製に変更し、枯渇資源である石油の使用量を抑え、持続可能となる植物由来原料に切り替えました。

なお、これらの環境対応は、2013年2月に発売した「HAKU メラノフォーカスCR」においても引き続き、採用しています。



左：HAKU メラノフォーカスCR
右：レフィル

No.083

クレ・ド・ポー ボーテ スキンケアリニューアルに伴う環境への取り組み

資生堂の最高級ブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、すべてにおいて「本物」を求めるお客さまにご満足いただくため、品質はもちろんのこと、あらゆる面において「最高級」であることをめざしています。

- ① スキンケア全アイテムにフェアトレード(※1)で調達した香料「サンダルウッド」を配合
 - ② 「ラ・クレーム」(クリーム)に初めてレフィルを配置
 - ③ 商品の外箱と能書(説明書)にバガス紙(※2)を採用
- などの先進的な取り組みを行いました。

その後も、フェアトレード原料(プレミアムアルガンオイル)を「ルージュエクラC」「レオスールデクラ」など一部商品に配合、能書にFSC認証紙(※3)を採用など、サステナブルな取り組みを進めています。

今後もクレ・ド・ポー ボーテは、自然や社会とのつながりを大切にし、品質だけでなく、環境にも配慮した商品をお届けします。

- ※1 発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することを通じ、途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す取り組み。資源の乱獲などを防ぎ、持続可能な活用をめざすことで環境保全にも貢献します。
- ※2 サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維を原料として作られる非木材紙
- ※3 FSCに「適切に管理された森林から生産された製品」と認証された紙



ラ・クレーム(クリーム) 本体



ラ・クレーム(クリーム) レフィル



左：ルージュエクラC(口紅・レフィル)
右：レフィルを専用ホルダーにセットして使用



レオスールデクラ(フェースカラー)

No.088

美容飲料「ピュアホワイトW」「コラーゲンシリーズ」のガラスびん軽量化と、はがしやすいラベルの採用

資生堂は、2011年度より、美容飲料「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」、「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」（各50mL）のガラスびんを当社従来品と比べて、約10%軽量化しました。

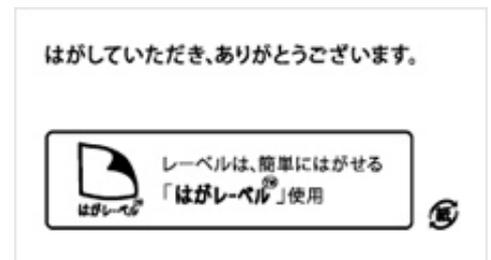
これは、お客さまの「飲み終わったガラスびんはまとめて捨てるので、少しでも軽くして欲しい」とのお声にお応えして実現した取り組みです。

このガラスびん軽量化の取り組みにより、「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」、「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」合計で、発売後1年間で約427トンのCO₂を削減できました。（資生堂試算による）

また、お客さまの「他の人にどんなものを飲んでいるか知られたくない」「ラベルをはがして廃棄したいのに、ラベルがはがしにくい」といったお声にもお応えし、簡単に手ではがせるラベルに変更しました。



ガラスびんを10%軽量化した美容ドリンク



簡単にはがせるラベル「はがラベルTM」

No.075

「綺麗のススメ」への環境対応型紙製容器（カートカン）の採用

2010年7月に発売した「綺麗のススメ」は、環境に配慮した紙製飲料容器「カートカン」を採用しています。また、2013年より「長命草<ドリンク>」についても、アルミ缶から「カートカン」に切り替えています。

「カートカン」には以下の特長があります。

①間伐材活用による森林の保全促進

健全な森の育成には、混み合った森から弱っている木を切り出すなどの保全作業、すなわち「間伐」が必要ですが、カートカンは間伐材を積極的に活用しています。また、国産材を30%以上使用していることから、国内森林の保全・健全な育成を推進しています。国内の森林が健全に育つと、排出されたCO₂を吸収するため、CO₂削減につながります。

②「緑の募金」に寄付

売上の一部を「緑の募金」に寄付する仕組みとなっており、国内の森林整備に活用されます。

③100%リサイクル可能

牛乳パックと同様にリサイクル可能です。

当初はカートカンでは当社が希望する賞味期限を保持することが難しいものでしたが、お取引先さまにお願いし、カートカンの長期保存性が実現できたため、今回の採用となりました。



綺麗のススメ



長命草

No.079

ホテル用石けん「泡ふる エコソープ」開発による廃棄量の削減

資生堂は、ホテル等の客室アメニティや業務用化粧品を取り扱う資生堂アメニティグッズを通じて、環境にも肌にもやさしいホテル用石けん「泡ふる エコソープ（2サイズ：10g、18g）」を2010年10月に発売しました。

「泡ふる エコソープ」（以下、「本品」）は、石けんの中にミクロの気泡を入れることで、すばやく泡立つとともに溶けて減りやすくなり、使用後の石けんの残量、すなわち廃棄量を大幅に削減することが可能となります。当社リサーチセンターによる実使用テストでは、当社従来品と比較して、使用後の石けん残量（廃棄量）が10gサイズで約90%、18gサイズで約67%削減でき、2サイズ合わせて発売から1年間で約12.5トンの石けん廃棄量が削減できました。（資生堂試算による）

さらには、気泡を入れることにより、廃棄量の削減だけでなく、大きさは従来のままで石けん原料の使用量を約3割減らすことが可能となります。

また、本品は気泡を入れるためにホテル用石けんの一般的な製造法である「機械練り」ではなく、高級洗顔石けんの製造法である「粹練り（わくねり）」を採用しています。一般のホテル用石けんには保湿成分がほとんど入っていないのに対し、本品はこの製法により約30%の保湿成分を配合することができました。保湿成分たっぷりの豊かな泡で洗顔用としてもお使いいただけるなど、今までのホテル用石けんにはないワンランク上の使用感を実感いただけます。（本技術の工程と処方については特許出願済み）

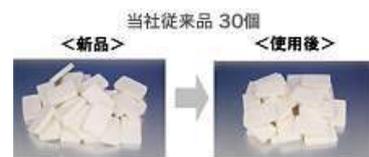
本品は、エコとビューティーを同時に実現できる、環境にも肌にもやさしい石けんとして、多くの旅館やホテルから好評の声をいただいております。



泡ふる エコソープ



ミクロの気泡を混入



「泡ふる エコソープ」と「当社従来品」の使用前後での残量の違い

No.065

ZOTOS社 ヘアケア商品ボトルのプラスチック再利用

資生堂グループの中でヘアサロン向け製品を製造しているZOTOS社（米国・コネチカット州）では、商品の中味品質と安全性、ボトル外観の美しさを保持したままで、容器のバージンプラスチック使用量を低減することに成功しました。

これは、既存のプラスチックボトル成形技術を四層構造の成型技術（二層の再生プラスチックをバージンプラスチックで外側と内側から挟む技術）に発展させた技術革新から得られました。

その結果、再生プラスチックは最大70%まで使用可能となり、バージンプラスチックは年間で約75トン削減、CO₂排出量は年間約360トン削減することが可能となります。



JOICO（ジョイコ）

生産での取り組み

生産部門では、CO₂排出量の削減目標達成に向けて、具体性をもった活動計画に落とし込み、PDCAサイクルを徹底しています。また、各生産事業所への再生可能エネルギーの利用や、全生産事業所でのゼロエミッションについても長期的に検討しています。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.082

ZOTOSインターナショナル ジェニーバ工場への風力発電設備導入

ヘアサロン向け製品を製造している資生堂の子会社ZOTOSインターナショナルのジェニーバ工場（米国・ニューヨーク州）に設置した大型の風力発電設備2基が、2011年12月より稼働を開始しました。

この2基合計で年間約400万kWh発電することができ、この規模は、米国風力エネルギー協会（AWEA）によると、米国内の製造会社（自社敷地内）において最大規模と公表されています。

この風力発電の稼働により、ジェニーバ工場の年間使用電力の約30%をカバーすることが可能となります。

また、ジェニーバ工場では、既にカーボン・オフセット（※）の取り組みを進めており、今回の風力発電の稼働により「CO₂排出ゼロの工場」となります。

また、2012年度には米国環境保護庁より"2012 Green Power Leadership Award"を受賞しました。



ジェニーバ工場の風力発電設備



稼働年月	2011年12月
年間発電量	約400万 kWh
CO ₂ 排出削減量	約2,150トン/年

※カーボン・オフセット：日常生活や経済活動において避けることのできないCO₂等の温室効果ガスの排出を、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等によって相殺しようとする考え方や活動の総称。

No.078

久喜工場における太陽光照明とLEDランプ導入による省エネルギー化

資生堂久喜工場は、2010年5月より埼玉県で初めてとなる、電力消費ゼロの「太陽光照明」を倉庫棟に導入しました。

太陽光照明とは、太陽光を屋根より採光し、屋内に取り込むことで、照明として有効利用するもので、電力を一切使用しない新たな照明システムです。

特殊な表面加工が施された曲面反射板により、朝夕や、冬の低い位置の太陽の光も効率よく集光し、プリズム反射しながら屋内に拡散することで、水銀灯では薄暗く感じられた倉庫内の隅の明るさを改善することができ、作業性及び安全性が向上しました。

太陽光照明は、太陽エネルギーを利用するためCO₂排出量はゼロとなり、設置後のメンテナンスが不要であることも、環境

負荷の低減に貢献します。

また、同時期に工場敷地内のすべての外灯を、水銀灯からLEDに変更しました。LEDの電力消費量は水銀灯の半分以下となります。

これら2つの取り組みにより、CO₂排出量を年間約45トン削減できます。



太陽光照明（屋上）



太陽光照明（イメージ図）



太陽光照明（倉庫内）

No.074

大阪・掛川工場における製品輸送保護材のリユース化

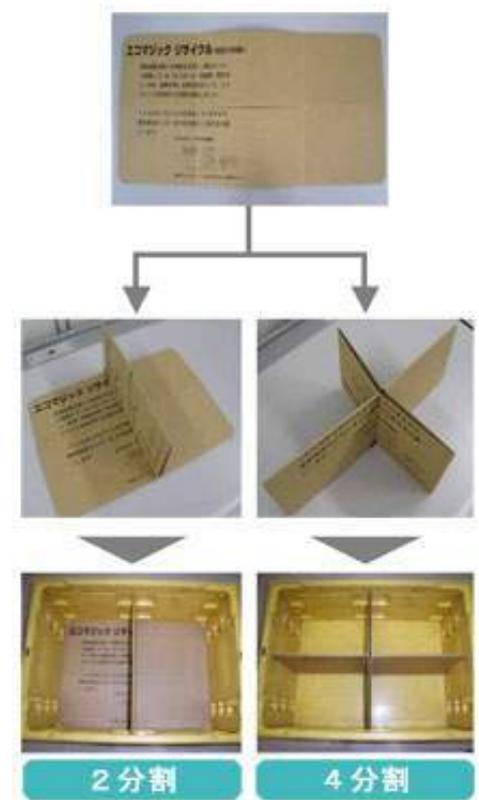
資生堂大阪工場と掛川工場は、環境に配慮した製品輸送保護材を開発し、2010年4月より運用をスタートしました。

従来は製品を輸送する際、製品の形状や物量に合わせて多種多様な輸送保護材を使用していたことから、リユースが困難で使用後は廃棄していました。

そこで、資生堂の物流委託会社である日立物流コラボネクスト株式会社と共同で、さまざまな形に展開可能となる「仕切り」を開発し、規格化しました。

この「仕切り」は、折りたたみ方を変えることによって2分割または4分割となり、目的に応じてフレキシブルに展開できることが特長です。そして、使用後は小さく折りたたんで工場に返却し、リユースが可能となりました。

リユース可能になったことにより段ボール使用量が年間で約53トン削減され、また輸送効率が向上したことで、輸送時のCO₂排出量を年間で約43トン削減することが可能となりました。



1枚の段ボールシートがフレキシブルに変化

No.072

ベトナム工場の環境対応

ベトナム工場が「アジアの環境モデル工場」として、2010年4月より稼動しました。

ベトナム工場では、省エネルギー対策として「中央エネルギー監視システム」を日本から導入し、工場内で使用されるエネルギーを視覚化することで、きめ細かな監視制御によりエネルギー消費を最小化しています。また、照明器具や冷凍機、空調機についても日本や近隣諸国から導入するなど、省エネルギー対策や環境に配慮した対応を図っています。

また、建設時の掘削により発生した残土を敷地外に廃棄せず、敷地内のランドスケープデザインに再利用するとともに、現在はゼロエミッション（廃棄物ゼロ）も達成しています。

ベトナム工場では、環境への対応で最も重要な「持続性」を大切にし、毎年、敷地内に植樹を行うなど、工場一体となって継続して環境保全に取り組んでいます。植樹した木が生長するように、この新しい工場も成長を遂げていきます。



ベトナム工場



工場敷地内に植樹した木

No.051

資生堂アメリカインク イーストウィンザー工場の環境対応

グローバル市場向け製品を製造している資生堂アメリカインク イーストウィンザー工場（米国・ニュージャージー州）は、2007年5月に「角度固定式」の太陽光発電設備を一次導入しました。さらに、2010年8月には、太陽の動きに合わせてパネル角度が変化する「太陽追尾式」の設備を二次導入し、イーストウィンザー工場の年間使用電力量の70%以上を太陽光発電でカバーできるようになりました。この設備は、ニュージャージー州でも上位にランクされる規模で、2010年には、"The 2010 New Jersey Governor's Environmental Excellence Awards"を受賞しました。

また、2012年4月には、ダブリンインク（ニュージャージー州）の工場にも「角度固定式」の太陽光発電設備を導入しました。

稼動年月	2007年5月（一次導入） 2010年8月（二次導入）
年間発電量	約230万 kWh
CO ₂ 排出削減量	約1,200トン/年



一次導入設備（角度固定式）



二次導入設備（太陽追尾式）

さらに、イーストウィンザー工場では、2012年7月より、材料納入時に発生する材料の保護材である発泡スチロールのリサイクル化にも取り組んでいます。これまでは埋立て廃棄物として処理していましたが、自社で加工し、有価物として売却しています。この取り組みにより、廃棄物を年間約7.5トン、CO₂排出量を約0.8トン削減することができます。

No.067

乳液の低エネルギー製造プロセスの開発

従来、乳液の製造は、すべての原料を一旦加熱して乳化してから冷却するという方法が一般的でした。

そのプロセスを見直し、一部の原料を加熱して「濃い乳液」を作り、それを常温の水分で薄めながら自然に冷却させるという製造方法を発案し、「加熱」のエネルギーを低減できることに加え、「冷却」のプロセスそのものが不要となる低エネルギー製造を実現しました。

これにより、製造時に排出されるCO₂を年間で約22トン削減でき

（※）、中味ロスの低減と製造時間の短縮も図ることが可能となります。

現在、この乳液の低エネルギー製造は、「ばら園ローズボディミルク RX」などに活用されています。

なお、この取り組みは、「平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました。

※対象となる乳液をすべてこの製造プロセスに変更した場合



ばら園ローズボディミルク RX

No.064

シャンプーの製造工程の低エネルギー化

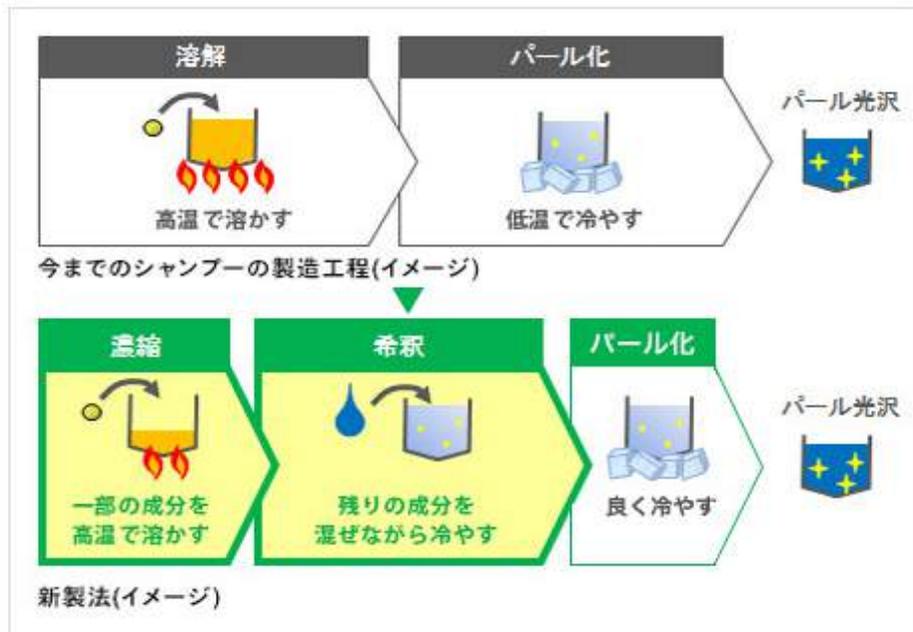
資生堂久喜工場ではシャンプーの製造プロセスを見直し、「スーパーマイルド」シャンプーにおいて低エネルギー製造プロセスの開発に成功しました。

一般的に、シャンプーは光沢感を出すための油分を水性溶液に混ぜて製造しますが、従来の製造プロセスでは、溶液中の油

分を均一にするために製造釜で一旦高温溶解し、その後低温冷却して油分を結晶化させます。

このたび「スーパーマイルド」シャンプーで実現した新製法では、一部の原料をあらかじめ高温溶解しておき、残りの成分を処方に合わせて製造釜に投入する順番とタイミングを工夫することで、高温溶解・低温冷却に必要なエネルギーを大幅に減少させることが可能となりました。

これにより、CO₂排出量を年間約29トン削減できたとともに、加熱・冷却の工程が減ったことで生産性の向上にもつながっています。



研究・調達・物流・販売での取り組み

資生堂は、研究開発において、CO₂排出量削減に向けた環境技術の開発とともに、環境に配慮しながらお客さまにとっての価値を実現する新技術の研究やソフト開発を進めることで新しい価値づくりをめざしていきます。

また、調達においてはサトウキビ由来ポリエチレンの共同開発をはじめとした、廃棄・焼却時に大気中のCO₂濃度を増加させない原材料の採用や、お取引先さまと一体となった環境対応技術の開発を進めています。お取引先さまに対しては、2006年3月より、「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」への同意と遵守状況を確認しています。今後もお取引先さまとともに生物多様性に配慮した調達を行い、持続可能な社会に貢献していきます。

物流においては、多頻度少量配送の見直しや同業他社との物流共同化（同じ物流拠点を活用）などを通じてCO₂排出量の削減を進めています。

販売においては、店頭照明のLED化や店頭で使用する販促ツールの環境対応に取り組んでいます。また、2009年度から営業車の車両シェアリング制を導入するとともに、2010年度には電気自動車を10台導入しました。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.092

「ワタシプラス」オンラインショップ用輸送箱の環境対応

2012年4月に開始した資生堂ウェブサイト「ワタシプラス」オンラインショップでは、店頭販売商品約2,600品を取り扱っています。

店頭で販売している商品を通信販売の配送でお届けするためには、しっかりとした外装梱包と多くの緩衝材が必要でしたが、

お客さまから一般の通信販売に寄せられる「商品に対して、緩衝材がむだに多い」という声に応えるべく、お取引先さまと環境に配慮した輸送箱の開発に取り組みました。

お届けする商品の大きさに合わせて、輸送箱は5サイズ配置し、さらに商品の大きさや形状によって変形する伸縮自在の紙製仕切りを新たに開発しました。この仕切り1枚であらゆる商品に対応でき、輸送時の振動や摩擦を軽減して商品を傷めずにお届けすることが可能となりました。

また、CO₂排出量削減・省資源という環境貢献効果に加えて、ガムテープを使わずに箱のふたのベロを引き上げるだけの「リフトアップワンタッチ式」を採用したことで、簡単に開封・折りたたむことができます。

なお、この取り組みは、「2013日本パッケージングコンテスト 輸送包装部門賞(主催:公益社団法人 日本包装技術協会)」を受賞しました。



化粧品ならではの楽しさをデザインした輸送箱



ケーキの箱の仕切りからヒントを得た紙製の仕切り

No.058

10面体段ボールでの配送を開始

資生堂は商品出荷用の段ボールを10面体に成型する機械と段ボールに商品を投入する機械を久喜工場に導入し、「TSUBAKI」「スーパーマイルド」「水分ヘアパック」「シーブリーズ」などで採用しています。

10面体の段ボール箱は側面の四隅を切り落とした形(上から見ると八角形)をしており、縦の支柱が増えることで強度が高まるため、段ボールの紙を従来より薄くできるほか、たくさんの商品をすき間なく詰めて配送効率を高めることが可能となります。

段ボール資材の減量と配送効率向上により、省資源化と年間800トン以上のCO₂削減が可能となり、製造時に加えて出荷・配送時までを含めたトータルな環境活動を推進しています。



No.085

バガス紙の活用促進に向けた新規調達ルートの開拓

資生堂は、バガス紙の新規調達ルートを確立し、2010年度より商品の外箱への活用を拡大しています。

「バガス」とは、サトウキビから糖汁(砂糖の原料)を搾った後の搾りかすのことで、そのバガスを加工すると紙の原料となるバガスパルプとなります。そのバガスパルプを原料として、製紙工場ではバガス紙に加工されます。バガス紙は本来廃棄されるバガスを原料とするので、木材紙に代わってバガス紙を活用することは、廃棄物のリサイクルや森林伐採抑制、生態系の保全につながります。

従来、バガスパルプの調達においては、品質やコスト面において課題があり、その活用が進んでいませんでした。

このたび、お取引先さまのご協力をいただき、環境対応にすぐれた製造工程で作られたバガスパルプを海外から調達する新たなルートを確立しました。これにより、品質やコスト面での課題を解決し、バガス紙を商品の外箱などに積極的に活用することが可能となりました。



バガス紙ができるまで(画像はイメージ)



バガス紙を活用した商品の外箱の例

- (左) PURE&MILD (中国専用ブランド)
- (中) クレ・ド・ポー ボーテ
- (右) HAKU メラノフォーカスCR

No.063

植物由来発酵アルコールへの切り替え

資生堂では、国内工場とリサーチセンターで使用しているすべての合成アルコールをカーボンニュートラルな植物由来（サトウキビ）発酵アルコールへ切り替えました。食糧競合を極力避けるため、原料をサトウキビに限定し、調達から出荷にいたるまでを分別管理して生産しているアルコールだけを選定。この切り替えにより、数千トンのCO₂削減が可能となります。

No.080

スキンケア商品陳列用トレーの共通化・再生プラスチック使用による省資源化

資生堂では、2010年10月度より、今までブランドごとに異なっていたスキンケア商品陳列用トレーの仕様を共通化し、さらに再生プラスチックを活用することで、省資源化を実現しました。

スキンケア商品の陳列用トレーの仕様を共通化したことにより、トレー成型時に使用する金型（スチール）を削減することができました。また、トレーに差し込むショーカードを変更するだけで他のスキンケアブランドにも使用可能となり、これま

でに比べ長期に渡って使用可能となったため、廃棄量の削減にもつながりました。

さらに、再生プラスチックをトレイ全体の68%に使用したことで、約70トンのバージンプラスチックが削減でき、スキンケア商品の陳列用トレイとして、化粧品業界初のエコマークを取得しています。



スキンケア商品陳列トレイ
(写真下：拡大図) エコマークの刻印

No.061

ビューティーコンサルタント（美容部員）の制服のエコ処理化

貸与期間を終えたビューティーコンサルタントの制服の処理について、2009年度より、焼却時に発生する熱を再利用する「サーマルリサイクル」から、コークス炉化学原料化法による「ケミカルリサイクル」に移行しました。これにより、繊維を化学原料等に100%再生利用することが可能となり処理後の残留物（灰）もゼロとなります。また、リサイクル処理におけるCO₂排出もほぼゼロとなり、従来の焼却処理に比べて大幅に削減することができました。なお、環境活動に対する意識を高めるため、制服にはエコマークのタグがついています。



生物多様性の保全への取り組み

資生堂の商品は、すべて「地球の恵み」からできています。「地球の恵み（生物多様性）」を将来にわたって活用していくために、それを保全していくことは非常に重要な課題です。資生堂の商品はすべて「地球の恵み」を享受していることを認識し、商品のライフサイクル全体で、その保全に努めていかなければなりません。資生堂では、「地球の恵みの保全」を環境活動の中核とし、生物多様性に対する考え方を明らかにしています。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

パーム油課題への取り組み

食品や化粧品の原料でもあるパーム油は近年急速に需要が増加しています。原料となるアブラヤシの大規模な農園開発のために熱帯雨林が違法に伐採され、野生動物の絶滅危機や森林減少による地球温暖化への影響が問題視されています。資生堂は2010年から、環境保全と持続可能なパーム油産業の振興や運営を行うことを目的として設立された「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO：Roundtable on Sustainable Palm Oil）」に参加しています。2012年3月のRSPO総会決議に基づき、2013年までに資生堂グループが使用しているパーム油およびパーム核油の全量をRSPOが認証するパーム油とすることを宣言し、切り替えを完了しました。認証にあたっては、RSPOで定められている「グリーンパーム認証（ブック・アンド・クレーム方式）※」を採用します。この宣言については、同会議のウェブサイトでも公開しています。



熱帯雨林に住む野生のオランウータン



※RSPO認証農園で生産されたパーム油・パーム核油の生産量を認証クレジットとして売買取引する方式。グリーン電力と同じ仕組みで、認証を購入することによりRSPOで認証された油を購入したことに同等とみなされる。



アブラヤシの実の説明に耳を傾ける社員

No.094

資生堂銀座ビル環境対応

資生堂は、本社社屋である資生堂銀座ビル（2013年秋竣工）の建て替えにあたり、緑化による地域の生態系と調和のとれたビル設計と、銀座地区への地域貢献を目的として、銀座周辺の緑地で生きもの（鳥類・昆虫類）の生態調査を実施しました。（調査協力：株式会社竹中工務店、株式会社地域環境計画）

調査の結果、銀座地区では生きものの種類・個体数が少ない状況であることが確認された一方、近隣の日比谷公園や浜離宮には生きものが多数存在し、繁殖や採餌行動が確認されました。このことから、本社社屋の屋上緑化が鳥類や昆虫類の中継地となり、生物多様性に配慮した街づくりに貢献できる可能性があることが分かりました。

ビル敷地内の樹木は調査結果を踏まえて選定しており、屋上に設けた「資生の庭」には、化粧品の原材料となる植物を栽培するゾーンも設けることで、社員が地球の恵みの大切さを肌で感じる学びの場として活用しています。

また、ビル全体についても、環境性能の高い資材や設備を導入したことで、旧社屋に対してビル全体でCO₂を約30%削減しており、建築物の環境性能評価システム「CASBEE」において、最高であるSランクを取得しています。



資生の庭

No.095

長命草の原料産地、与那国島の環境保全活動支援

「資生堂 長命草」ブランドの商品（ドリンク、タブレット、パウダー）に使用している長命草は、すべて与那国島産の原料にこだわっています。資生堂では2013年度より、与那国島の環境保全活動支援を行うとともに、商品の売上の一部を自然豊かな与那国島を守る環境保全活動に役立てています。

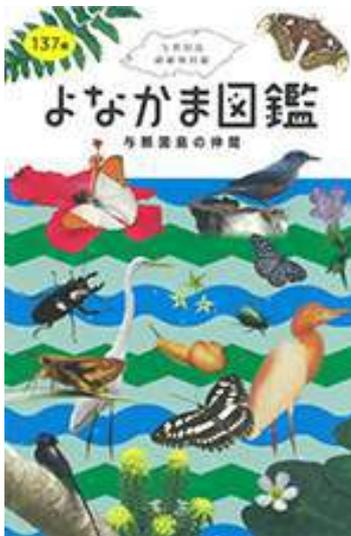
自然豊かな与那国島には、絶滅危惧種や固有種など貴重な動植物が数多く生息していますが、その数は減少傾向にあります。そこで、与那国いとなみネットワーク※、与那国町教育委員会と共同で、与那国島の豊かな自然環境や貴重な生態系を知り・守り・伝える活動を始動しました。

まず、貴重な動植物を知るきっかけづくりのため、島に生息する137種類の動植物を初めて編纂した『よなかま図鑑』を制作し、島の子どもたち全員と全800世帯に1冊ずつ配布しました。

また、島内の主要河川である田原（たばる）川に繁茂する外来植物「ホテイアオイ」の駆除を行っています。元々、水の浄化のために持ち込まれたものが、現在は水面を覆い尽くすほど繁茂し、本来生息している動植物も住みにくくなる危険性がありました。そこで、元の環境を取り戻そうと、14年5月には2トントラック約50台分のホテイアオイを撤去しました。作業により、水中に光が差し込み、川底には藻が生え、水生生物も多数観察されるようになるなど、環境改善につながっています。資生堂は今後も与那国島の方々とともに豊かな自然環境を守り、未来につなぐ活動を継続していきます。

※与那国いとなみネットワークについて

与那国島の自然、歴史、文化など、地域に根ざしたさまざまないとなみを見つめ、次世代に継承していく活動をすることを目的とした、与那国町役場が中心となり設立された団体。



『よなかま図鑑』

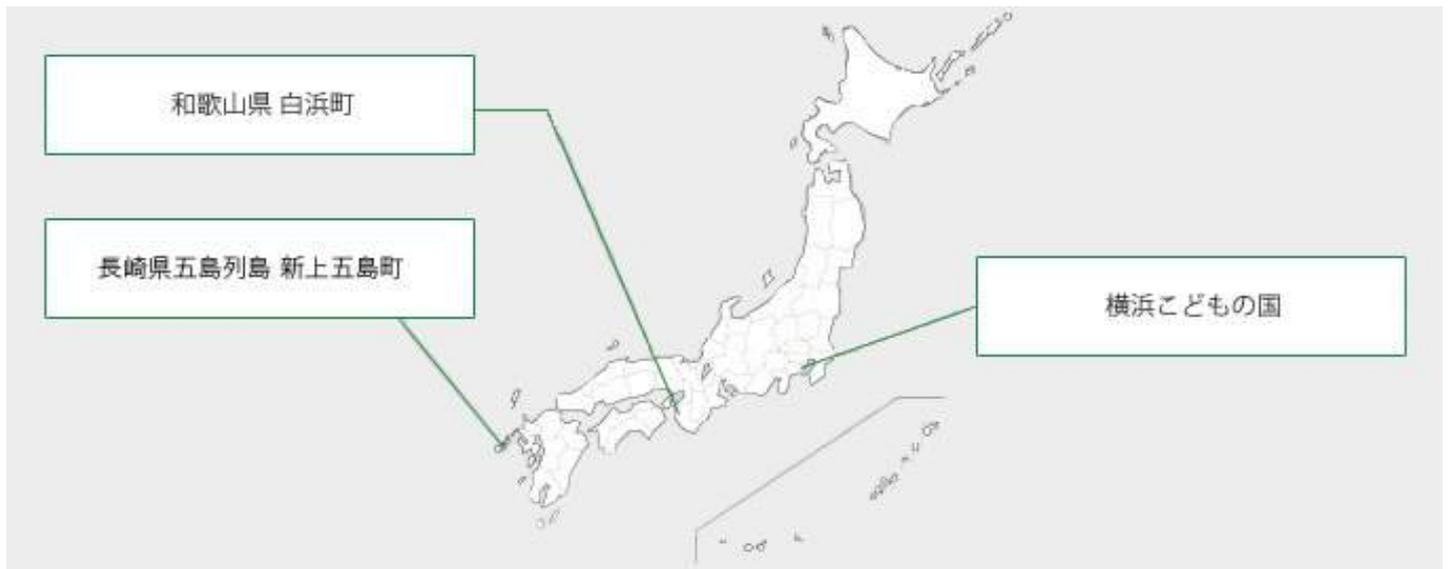


田原川のホテイアオイ撤去作業

椿の植林・保全ボランティア活動

地球の恵みの保全の大切さの理解を深める場として、2009年度より和歌山県で、2011年度より長崎県五島列島、横浜こどもの国で、毎年社員とその家族による椿の植林・保全ボランティア活動を継続して行っています。

椿の植林・保全ボランティア活動地



今年も実施！TSUBAKIの原料産地・五島列島で椿の実収穫

2015年9月2日(水)～3日(木)の2日間、ヘアケアブランド「TSUBAKI」を生産している久喜工場の若手社員を中心に、販売会社、本社の社員とお取引先さま総勢12名が、昨年に続き、椿オイルの産地長崎県五島列島で、地元の方々と一緒に椿の実の収穫を行いました。

資生堂では一番よい時期に収穫された実から絞られる品質のよいオイルを使用するため、また人手不足の農家さまをお手伝いし原料の安定供給の一助となることを目的として、昨年から五島列島に社員が伺い、収穫をお手伝いしています。

一般的なヤブツバキの実は7、8月ごろから実が赤く色づき始め、毎年9月頃に収穫時期を迎えます。今年は新上五島町と五島市で椿を育てる農家に伺い、収穫のお手伝いをしました。

初日はあいにくの雨、また翌日は暑い中での活動となりましたが、2日間で合計1.2t以上もの実を収穫することができました。収穫した実は数日間天日干しして乾燥させ、地元の製油所で「TSUBAKI」に配合される「厳選 椿オイル」へと精製されます。

収穫を行った社員からは「椿が手間暇かけて栽培され、実の収穫に大変労力があることを体感しました。多くの方々の思いが込められたこの実を、高品質のまま良い商品とし、お客さまに喜んでいただくことが、自分たちの使命だと思います。」「たくさんの人の手間や思いが込められていることを知り、今まで何気なく扱っていた原料ですが、生産者の方々への感謝を胸に業務に取り組みたいと思います。」といった感想が聞かれ、生産者の方々への苦労や、椿の実に込めた想いを学ぶ貴重な機会となりました。



椿の実収穫の様子



新上五島町で収穫した椿の実



五島市で収穫した椿の実

五島列島では、2011年より毎年社員ボランティアによる椿の植林・保全活動を実施しており、今年も10月に実施予定です。資生堂は今後も地元の方々と協力し、原料産地での環境活動を継続していきます。

No.089

「TSUBAKI」の原料産地 長崎県五島列島にて、 第5回椿の植林・保全ボランティア活動を行いました

2015年10月24日(土)～25日(日)、長崎県五島列島にて第5回椿の植林・保全ボランティア活動を実施しました。長崎県五島列島は、ヘアケアブランド「TSUBAKI」に配合されている椿油の産地です。資生堂では、2011年より自社商品の原料産地で社員ボランティアによる椿の植林・保全活動をスタートしました。

当日は暑いくらいの晴天のなか、社員とその家族47名が参加し、町役場や森林組合の方々にサポートしていただきながら、ヤブツバキの苗木を約85本植樹しました。また植樹に加え、これまで植えた苗木の周辺の下草刈りやツル刈り、植樹地内の階段整備など参加者は汗をかきながら一生懸命作業を行いました。

短い時間でしたが参加者にとっては「自分たちの手で椿を植え、その山を自分たちの手で守る」ことの意義を体感する1日となりました。これまでに植えたヤブツバキの苗木からは約10年後に椿油がとれるようになり、「TSUBAKI」に配合される予定です。

さらに翌日は地元の中高校生や町民の方々総勢200名のボランティアと一緒に蛤浜の海岸清掃を行いました。短時間のうちに予想以上のゴミが集まり、綺麗になった海岸に地元の方も参加者も喜んでいました。

今後も資生堂は地元の方と協力し、原料産地の環境保全活動に取り組むとともに、事業活動と一体となった環境活動を継続していきます。



1本1本大切に植樹



地元のボランティアと海岸清掃



参加者全員で集合写真

No.070

「資生堂 椿の森」植林・保全活動

資生堂は、2009年2月、和歌山県「企業の森」事業への参加に調印し、和歌山県西牟婁（にしむろ）郡白浜町椿において、10年間にわたる森林保全活動をスタートしました。「資生堂 椿の森」が誕生した2009年から2014年までの間に、合計約3,650本のヤブツバキを植樹しています。

2013年11月には、近畿エリアの社員のほか、九州や東京からも社員とその家族が参加し、総勢124名で活動を行いました。当日は地元の森林組合や県庁の方にご指導いただき、下草刈り、椿油の搾油体験、自然観察会の3つのプログラムを実施しました。社員は班ごとに分かれてこれまでに植えたヤブツバキが元気に育つように、ツルや下草の刈り取り作業に汗を流していました。

その後、森林インストラクターと一緒に「椿の森」を散策しながら秋の七草についてレクチャーしていただいたり、簡易的な方法で椿油の搾油を体験したりと、爽やかな秋の日差しの下、地球の恵みを肌で感じる1日となりました。参加した社員からは、「昨年自分が植えた椿が元気に育っているのが見られて嬉しかった!」「初めて椿油を搾油した。椿の種から椿油が出てくるのを見て感動した。」といった声が寄せられています。

今後も資生堂は、この活動を通じて地球の恵みに恩返しをしていくとともに、社員の環境教育にも積極的に取り組んでまいります。



下草刈りの様子



搾油体験



集合写真

横浜こどもの国「椿の森」で第4回椿の保全ボランティア活動を行いました

2015年2月21日（土）、横浜こどもの国の「椿の森」にて、第4回椿の保全ボランティア活動を行いました。

こどもの国（運営主体：社会福祉法人こどもの国協会）の「椿の森」は、1972年に資生堂が創業100周年記念事業として、安達式挿花創始者・安達 潮花（あだち ちょうか）氏の椿コレクションを買い取り、寄贈しました。1万5千m²もの広大な森には、現在サザンカを含めて約650種、約7,000本の樹があり、椿の名所としても知られています。



剪定は椿が元気に育つためにも必要な作業

今回は、社員とその家族を含めた計18名が参加し、3月21～22日に「椿の森」で開催される「ツバキまつり2015」に向けた見学通路の清掃活動や、通路をふさいでいる枝の剪定などを行いました。また、当日は天候に恵まれ、ひと足早く春が訪れたような陽気だったため、「椿の森」近くの温室で育てている苗木を外に出して日光に当てるなどのメンテナンス作業もお手伝いしました。参加した社員からは、「自然に触れ、リフレッシュできた」「枝の剪定は初めてで緊張したが、楽しかった」といった声が寄せられています。



活動終了。椿の森がきれいになり、参加者の表情も晴れやか！

資生堂は今後も社員が地球の恵みの大切さや自然と触れ合う楽しさを実感できる場として、横浜こどもの国での活動を継続していきます。

No.053

中国甘肅省にて第8回目の植林活動を実施しました

資生堂は、2008年より、中国・甘肅（かんしゅく）省蘭州市にて10年にわたる植林活動をスタートしました。2014年までの7年間の植林実績は約85,000本、定着率は90%以上で、東京ドーム約10個分の荒地を緑化しています。2015年4月には、中国・日本の資生堂グループ社員のボランティアと、甘肅省のお取引先さま、政府関係者を含む総勢70名で8回目となる植林を行い、コノテガシワなどの樹木を参加者全員で植林しました。

参加した社員からは、「第一回に植えた苗木がとても大きく強く育っているのを見て、10年と限らずその後も植林活動を毎年続け、もっと緑を増やしたいと思いました。」

「とても有意義な活動で、参加者全員が来年も参加したいと言っています。」といった声が聞かれました。

今後も植林活動を通じて日中の友好関係を深めるとともに、砂漠化防止とCO₂削減による環境保全、現地の雇用創出など、中国社会に貢献できる取り組みをめざします。

場所	中国・甘肅省蘭州市 「資生堂集団援助 蘭州市城関区羅漢山環保生態林建設基地」
植林面積	約46.7ヘクタール
植林本数	約85,000本（2008年4月～2014年12月）
期間	約10年



植林活動の様子



中国・日本の社員ボランティア

No.033-2

タイにおける植林活動

資生堂グループの販売会社である資生堂タイランドでは、2008年度から社員ボランティアを募り、タイの各地でマングローブの植林活動を実施しています。

本年は2015年11月に、バンコクのサムットプラカーン県にあるバンコク海軍基地 (Bangkok Naval Base) 近隣のマングローブ林で現地の社員49名が参加し、約400本の植林を行いました。

植林地までは、さまざまな障害物が点在し、ぬかるんだ道が約3kmも続く険しい道でしたが、参加者同士で協力し、励まし合いながら目的地までたどり着きました。

そして、ようやくたどり着いた植林地では腰までつかりそうな泥地の中、1本1本丁寧に植林をしました。

参加した社員は、「自分たちの会社が社会の一員として環境保全を行っていることをとても誇らしく思う」「植林地までの道のは大変だったが、社員同士支え合いながら目的地に辿り着くことができたことはとてもよい経験になった」と語っています。

美しいタイの自然と未来に思いを馳せるとともに、社員同士の絆を深める1日となりました。

マングローブに生息する植物は、条件の良い所では年に1mも生長して大気中のCO₂を盛んに吸収するため、地球温暖化防止効果が期待できます。また、マングローブ林には多様な生物が集まり、豊かな生態系が形成されることから、「命のゆりかご」とも呼ばれています。

資生堂タイランドでは、未来に美しい自然環境を残していきたいという思いを込めて、今後も環境保全活動を続けていきます。



参加者全員で記念撮影



活動地に向かって前進



1本1本大切に植林

No.069

KODAの研究

資生堂は住友林業株式会社との共同研究（※1）において、花芽（つぼみを形成する部位）の形成促進作用を持つ天然植物脂肪酸KODA（ α -Ketol-OctadecaDienoic Acid）が、挿し木の発根にも促進作用があることを発見しました。この働きを応用し、これまで発根が不安定とされてきたソメイヨシノの挿し木による増殖率を顕著に上げることに成功しました。

その後、住友林業と共同で、京都・霊鑑寺の300年以上の樹齢を重ねた樅の後継稚樹の増殖や、鎌倉・安国論寺の樹勢の衰えにより枯死することが危惧されていた樹齢350年の山茶花の後継稚樹増殖に成功しました。そして、このような名木を守る活動の他に、絶滅危惧種や希少種の発根増殖研究を通じて「種の多様性」の損失を防ぐ活動も進めています。

当初KODAの研究は植物の組織培養によって化粧品の成分を開発することからスタートしたもので、農林水産省との共同プロジェクト（※2）の、「果樹の花芽着生制御技術の開発」の他に、温暖化によるイネの収量低下の改善など農作物の分野でも研究が進んでおり、今後、地球温暖化が引き起こす気候変動による農作物への影響にも貢献が期待で



対照区 10 μ M KODA 100 μ M KODA

KODAによるソメイヨシノ挿し木の発根促進効果

きます。

このKODAの発見が、「第18回化学・バイオつくば賞」を受賞しました。

※1 環境省のプロジェクト「地球環境研究総合推進費」の中での共同研究で推進
課題名：森林造成技術の高度化による熱帯林のCO₂シンク強化

※2 農林水産省 生物系産業創出のための異分野融合研究支援事業
「花芽形成促進物質KODAによる果樹の花芽着生制御技術の開発」

環境コミュニケーション

各賞受賞

クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブが「2015日本パッケージングコンテスト」にて受賞！

2015年8月、「クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ」が「2015日本パッケージングコンテスト(主催：公益社団法人 日本包装技術協会)」において、「包装部門賞」のうちの一つ「化粧品包装部門賞」を受賞しました。「日本パッケージングコンテスト」は、優れたパッケージデザインや包装技術を表彰する国内最大のコンテストで、「ジャパンスター賞(計12賞)」「包装技術賞(計6賞)」「包装部門賞(計13賞)」の3つの部門があります。

「クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ」の日中用美容液2品(イドラタンジュール、イドラタンジュールアンリシ)は、2014年10月のリニューアル発売を機に、レフィル(詰め替え)を発売しました。

レフィルを発売したことにより本体容器に比べ、プラスチック使用量を約58%削減しています。

さらにレフィル容器に透明性をもたせることで中味残量が確認でき、また約90度回転するだけで簡単に取り外しができるよう、お客さまの声にお応えしたさまざまな工夫を施しています。

環境配慮や使用性の工夫とともに、「エネルギーに満ち溢れる鮮明な美しさ」を表現した美しいデザインが評価され、受賞にいたりました。



クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ
「イドラタンジュール」本体・レフィル
「イドラタンジュールアンリシ」本体・レフィル



「化粧品包装部門賞」盾

こどもの国より感謝状を授与されました

2015年5月8日(金)、こどもの国(※)の開園50周年を記念して、これまでこどもの国の発展に寄与した31の協力団体・個人に対し感謝状が贈呈され、資生堂と資生堂社会福祉事業財団が授与されました。

資生堂は創業100周年の記念事業として1971年に安達式挿花創始者・安達潮花氏の椿コレクションを買い取り、こどもの国に寄贈しました。「椿の森」はそのことがきっかけで誕生し、当初5,650本だった椿も今では約650種、7,000本まで増えています。

資生堂と縁のあるこの「椿の森」を守ろうと、資生堂では2011年から「椿の



こどもの国(横浜)

森」の保全活動を定期的に実施しています。これらの一連の活動に対し、このたび感謝状を贈呈されることとなりました。

また、資生堂社会福祉事業財団は児童福祉週間に合わせてこどもの国で開催される、神奈川県児童福祉施設入所児童の「児童福祉施設駅伝大会」「女子駅伝大会」「卒業生送別マラソン大会」への協賛に対し、感謝状が贈呈されました。

資生堂は今後も環境活動やさまざまな社会活動を推進していきます。

※1959年（昭和34年）皇太子殿下（現天皇陛下）のご結婚を記念して、全国から寄せられたお祝い金を基金に、1965年（昭和40年）5月5日のこどもの日に開園しました。次世代を担うこどもの健全育成のための施設で、児童福祉法に基づく児童厚生施設です。



表彰状授与

左：(株)資生堂 CSR部 環境企画室長
岡本善勝

右：公益財団法人 資生堂社会福祉事業財団
高橋 敦子

「LCA日本フォーラム奨励賞」を受賞しました

2015年1月29日(木)、「第11回LCA日本フォーラム表彰（主催：LCA日本フォーラム）」の表彰式が行われ、(株)資生堂、資生堂アメニティグッズ(株)、資生堂ホネケーキ工業(株)が「LCA日本フォーラム奨励賞」を受賞しました。

今回の受賞は、環境に配慮したホテル向けアメニティ「泡ふるエコソープ」の販売活動が評価されたものです。

「泡ふるエコソープ(以下、本品)」は、石けんにミクロの気泡を入れることですばやく泡立ち、溶けて減りやすくなるため、使い切れずに残ってしまう石けんの廃棄量を大幅に削減することが可能となりました。

本品においても、商品のライフサイクルにおける環境影響を評価する手法、LCA (ライフサイクルアセスメント) を用いてCO₂排出量や水消費量の算定を行っています。

今後も資生堂グループは、商品のライフサイクル全体での環境対応を推進していきます。



表彰式

(左から LCA日本フォーラム選考委員会 委員長 東京大学 石谷 久名 教授、LCA日本フォーラム 会長 東京大学 山本 良一 名 教授、経済産業省 片瀬裕文産業技術環境局長、資生堂アメニティグッズ(株)社長 久田 康博)



表彰状と楯

CDPの「気候変動パフォーマンス先進企業」に選定されました

資生堂は、2014年に国際的なNPO「CDP (本部:英国 ロンドン)」が日本企業500社を対象に行った気候変動対策に関する調査で、温室効果ガス排出量の削減および気候変動リスクの緩和に対する活動について優れた企業として評価され、「気候変動パフォーマンス先進企業 (クライメート・パフォーマンス・リーダーシップ・インデックス)」に選定されました。

2013年には、気候変動対策に関する情報開示において優れた企業として評価され、「クライメート・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックス」に選定されています。



受賞歴一覧

年月	受賞名	主催	受賞内容
2000年4月	「第9回地球環境大賞」環境庁長官賞	フジサンケイグループ	資生堂グローバル・エコスタンダードに基づく継続的な環境改善活動
2002年4月	「第11回地球環境大賞」文部科学大臣賞	フジサンケイグループ	化粧品の使用済みガラスびんリサイクルシステムの構築
2004年2月	「第8回環境コミュニケーション大賞」環境報告書部門 奨励賞	環境省、一般財団法人 地球・人間環境フォーラム	CSRレポートの内容
2009年6月	「2009日本パッケージングコンテスト」ロジスティクス賞	公益社団法人 日本包装技術協会	10面体段ボール箱による省資源包装
2010年6月	「2010日本パッケージングコンテスト」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「URARA ヘアクレンジング」へのポリ乳酸容器採用
2010年6月	「2010日本パッケージングコンテスト」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「草花木果」圧縮コットンによる輸送・保管時の体積効率向上によるCO ₂ 削減効果
2010年5月	「第18回 化学・バイオつくば賞」	財団法人 化学・バイオつくば財団	「KODAの生理作用の発見とその開発」の研究
2010年12月	"The 2010 New Jersey Governor's Environmental Excellence Awards" Clean Air部門	米国 ニュージャージー州	資生堂アメリカインクに太陽光発電設備を導入
2011年6月	「2011日本パッケージングコンテスト」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「エリクシールホワイトリセットブライトニスト(クリーム)」レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2011年6月	「2011日本パッケージングコンテスト」適正包装賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「HAKU メラノフォーカスW」レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2011年9月	第1回バイオマス製品普及推進功績賞	日本バイオマス製品推進協議会	サトウキビ由来ポリエチレン製の化粧品容器の採用
2011年10月	2011年度グッドデザイン賞	公益財団法人 日本デザイン振興会	「クレ・ド・ポー ボーテ」「HAKU メラノフォーカスW」環境に配慮した容器設計
2012年2月	「第2回かながわ地球温暖化対策大賞」温室効果ガス削減技術開発部門	神奈川県	乳液の低エネルギー製造プロセスの開発
2012年2月	「第15回環境コミュニケーション大賞」テレビ環境CM部門 優秀賞	環境省、一般財団法人 地球・人間環境フォーラム	企業CM「ユビエネルギー」篇

2012年4月	「2012年ジャパンパッケージングコンペティション（JPC展）」 社団法人日本印刷産業連合会会長賞	一般社団法人 日本印刷産業 連合会	「スーパーマイルド」へのサトウキビ由来ポリエチレン容器採用
2012年4月	「第21回地球環境大賞」 日本経済団体連合会会長賞	フジサンケイ グループ	五島列島産ツバキ油の自社商品配合と原料木ヤブツバキの植林・保全活動
2012年6月	「2012日本パッケージングコンテスト」 社団法人日本マーケティング協会会長賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「スーパーマイルド」へのサトウキビ由来ポリエチレン容器採用
2012年9月	2012 Green Power Leadership Award	米国環境保護 庁	ZOTOSインターナショナルに大型の風力発電設備2基を導入
2012年12月	平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰	環境省	乳液の低エネルギー製造プロセスの開発
2013年2月	「平成24年度コージェネ大賞」優秀賞 (産業用部門)	一般財団法人 コージェネレ ーション・エ ネルギー高度 利用センター	久喜工場「高効率温水利用システム」導入による省エネ活動
2013年8月	「2013日本パッケージングコンテスト」 輸送包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「ワタシプラス」オンラインショップ用輸送箱の開発
2013年8月	「2013日本パッケージングコンテスト」 適正包装賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「エリクシールシュペリエル」「エリクシールホワイト」スタンディングパウチ（サトウキビ由来ポリエチレン）のレフィル採用
2013年8月	「2013日本パッケージングコンテスト」 トイレタリー包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「薬用ハンドソープ つめかえ用」パウチタイプへの切替えおよびサトウキビ由来ポリエチレン容器の採用
2013年11月	CDP「クライメート・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックス（気候変動情報開示先進企業）」	CDP	日本企業500社を対象とした気候変動に対する情報開示に関する調査で優れた企業として選定
2014年8月	「2014日本パッケージングコンテスト」 公益社団法人 日本パッケージデザイン協会賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトール」環境に配慮した容器設計
2014年10月	CDP「クライメート・パフォーマンス・リーダーシップ・インデックス（気候変動パフォーマンス先進企業）」	CDP	日本企業500社を対象とした気候変動対策に関する調査で温室効果ガス排出量削減、気候変動リスクの緩和に対する活動が優れた企業として選定
2014年12月	「第11回LCA日本フォーラム表彰」LCA 日本フォーラム奨励賞	LCA日本フ ォーラム	環境に配慮したホテル向けアメニティ「泡ふるエコソープ」の販売活動
2015年8月	「2015日本パッケージングコンテスト」 化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ」日中用美容液2品、レフィル容器によるプラスチック使用量削減

社会との約束

2008年度、資生堂は環境先進企業として、環境活動に取り組んでいくことを社会に約束しました。まず、世界に向けて環境に取り組む強い意志を世界に表明する機会として、2008年11月、国連グローバル・コンパクトの気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に賛同しました。

日本国内においては、2009年3月、化粧品業界で初めて、環境省から「エコ・ファースト企業」に認定されました。そして、2012年5月には、環境省からの規約改定（2010年9月）を受け、当社の環境保全の新たな取り組み目標を「エコ・ファーストの約束」として宣言し、再認定されました。

取り組みの進捗状況については環境大臣に報告するとともに、定期的にウェブなどを通じて公表していきます。

「エコ・ファースト制度」について

「エコ・ファースト制度」は、2008年4月に環境省が創設した「業界のトップランナー企業の環境保全に関する行動を更に促進していくため、企業が環境大臣に対し、地球温暖化対策や廃棄物・リサイクル対策など、自らの環境保全に関する取り組みを約束する制度」です。

認定企業は「エコ・ファースト・マーク」を広報活動などに使用することができます。



エコ・ファースト・マーク

資生堂の「エコ・ファーストの約束」

1. 容器包装の3R（reduce, reuse, recycle）をはじめとする商品の環境対応を積極的に推進します。
2. 価値づくりの源泉である地球の恵みの保全に積極的に取り組みます。
3. 社員の環境教育に取り組み、地球の恵みの保全に貢献する人材を育成します。
4. 地球温暖化防止に向けた取り組みを積極的に推進します。

イベント出展

「エコプロダクツ2015」に出展しました

資生堂は、2015年12月10日（木）～12日（土）、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2015」に出展しました。

17回目となる今年は700の国内外の企業・団体が出展、3日間合計で約17万人の来場がありました。資生堂ブースには約9500人のお客さまにご来場いただき、資生堂商品の環境対応についてご紹介しました。

資生堂ブースは「大切につかう」「育ててつかう」というテーマで構成し、「大切につかう」のコーナーではさまざまなブランドのレフィル（つめかえ・つけかえ用）商品のご紹介、そして植物由来プラスチックやバガス紙の活用についてパネルで紹介しました。また美容ドリンク「ザ・コラーゲン」シリーズでは、はがしやすいラベル「はがレーベル」を採用しており、実際にお客さまにラベルをはがしていただく体験コーナーを設けました。



資生堂ブース

「育ててつかう」のコーナーでは「資生堂 長命草」の原料産地、沖縄県与那国島での環境保全活動や、ヘアケアブランド「TSUBAKI」の原料産地、長崎県五島列島での環境保全活動の取り組みをご紹介します。さらに掛川工場にある「植物工場」での、化粧品原料栽培の取り組みについてもご紹介しました。ブースには与那国島の長命草や、植物工場で栽培されたカモミールやセージなどの化粧品原料植物を展示し、実際に触れて体感いただけるよう工夫しました。

来場されたお客さまからは「容器の省資源化と使いやすさの両立を考えて商品を作られているのがよくわかりました。」「商品の原料植物を目にする機会はめったにないので新鮮だった。」といったお声をいただきました。

資生堂は、今後もサステナブルな事業活動をめざして環境活動を推進していきます。



長命草展示



イベントの様子

環境省主催「Water Day FESTIVAL」に出展しました

資生堂は、2015年8月1日（土）～2日（日）、千葉県にあるイオンモール幕張新都心にて開催された「Water Day FESTIVAL」にブースを出展しました。このイベントは、水資源の重要性や水環境保全について、広く国民に情報発信することを目的として、昨年より「水の日」である8月1日に開催されています。

会場では環境省が提案する水との新しい向き合い方「Water Style」をテーマに約30の企業・団体がそれぞれの商品やサービスを紹介しました。資生堂は「アクティブライフ WITH Water Style」をコンセプトに、来場されたお客さまに「シーブリーズ デオ&ウォーター」を体感いただき、水との生活をより身近で楽しくかつ快適にすることを訴求しました。

資生堂は今後もお客さまに水の大切さを伝えていくとともに、持続可能な利用をめざしていきます。



イベントの様子

その他の取り組み

地域と連携した環境教育

静岡県掛川市にある、資生堂 掛川工場では毎年、掛川市と協同で小学生に向けた体験型の環境学習会を実施しています。4回目となる今年は8月4日（火）に実施し、小学校3～6年生13名と保護者6名が参加しました。

環境学習会では資生堂の環境への取り組みの他、掛川工場のものづくりや紫外線についてなど、クイズや実験を交えて学習した後、工場内の環境設備や製造現場を白衣に着替えて見学しました。参加した子どもたちは普段着る機会のない白衣に興奮しながら各施設に興味津々に見ていました。見学の最後は場内に作られた緑のカーテン内で木陰の涼しさを体感しつつ、ゴーヤの収穫を行いました。子どもたちからは「実験やクイズが楽しかった」「また参加したい」との感想が寄せられています。

資生堂 掛川工場では今後も地域と連携した環境教育を継続していく予定です。



工場内見学の様子



緑のカーテンを体感

ステークホルダーとの協働

資生堂は2011年に「企業と生物多様性イニシアティブ（JBIB）」に加盟し、JBIB主催のシンポジウムで講演を行うなど、参画企業とともに、生物多様性に関する課題の解決に向けて取り組んでいます。「経団連自然保護協議会」にも加盟しており、2014年度は加盟企業とともにタイ・カンボジアの自然環境の実態把握のため、マングローブ植林地や森林を視察しました。

また、2009年にはLCA日本フォーラムに加盟し、国内外の動向を踏まえた環境影響・効率の評価方法について研究を行っています。2014年10月に開催された「エコバランス国際会議」では、「持続可能な調達のためのサプライチェーン環境評価」について発表を行いました。

今後も幅広いステークホルダーと協働し、持続可能な社会の実現にむけて取り組みを進めていきます。



タイのマングローブ植林地を視察



JBIB主催のセミナーでの講演

株主総会における環境対応

資生堂では、人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現をめざして、事業活動のあらゆるプロセスにおいてさまざまな環境への取り組みを行っています。

2015年6月23日(火)に開催した第115回定時株主総会においても、昨年に引き続き、環境省「カーボン・オフセット制度」（2012年5月17日施行）の認証を取得しCO₂排出量削減を支援しました。

「カーボン・オフセット」とは、自社努力では削減しきれないCO₂について、CO₂の排出削減や吸収活動で創出されたクレジットを購入し、オフセット(埋め合わせ)する取り組みです。「カーボン・オフセット制度」で購入可能なクレジットの中か

ら、再生可能エネルギーと、森林保全を通じたCO₂吸収活動に関する取り組みを選択し支援しています。なお、総会開催に伴って排出されるCO₂※については全量をオフセットしています。

さらに、株主のみなさまへ送付する招集通知にはFSC認証紙を使用するなど、株主総会全体で環境に配慮した取り組みを推進しています。

※ 招集通知の印刷や会場で使用する電力、株主さまや運営者の移動に係るCO₂排出など



認証番号：CO2-0125

www.jcs.go.jp

認証取得者：株式会社資生堂



招集通知

環境をテーマとした広告

資生堂では、雑誌広告などで、環境への取り組みをご紹介します。

- ・雑誌広告 資生堂アースケアプロジェクト 『資生堂の環境活動篇（2010年1月～2011年1月）』

組織統治

資生堂が企業として社会的責任を果たすための仕組みづくりです。

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンスの基本方針

当社を含む資生堂グループは、「美しい生活文化の創造」を企業使命としており、コーポレートガバナンスを「企業使命の達成を通じ、持続的な成長を実現するための基盤」と位置づけています。

コーポレートガバナンスの実践・強化により経営の透明性・公正性・迅速性の維持・向上を図り、「お客さま」「取引先」「社員」「株主」「社会・地球」という全てのステークホルダーとの対話を通じて、中長期的な企業価値および株主価値の最大化に努めます。併せて、社会の公器としての責任を果たし、各ステークホルダーへの価値の分配の最適化をめざします。

コーポレートガバナンス

経営・執行体制

取締役会、執行役員が関連する会議

当社の取締役会は社外取締役3名を含む取締役6名で構成され、代表取締役 執行役員社長が議長を務め、少人数で迅速な意思決定を行う体制としています。取締役会は最低毎月1回開催し、重要事項はすべて付議されています。

また、執行役員制度を採用し、意思決定・監督を担う取締役会の機能と、業務執行を担う執行役員の機能を分離しています。さらに、執行役員が重要案件の業務遂行を決裁する「Executive Committee」、および執行役員により当社の中期計画・年度計画に関する事項を定める「経営戦略会議」「経営計画会議」を設けることで、執行役員への権限委譲を進め、責任の明確化と経営のスピードアップを図っています。これらの3つの会議は、CEO（最高経営責任者）である社長が議長を務めています。このほか、各執行役員は担当執行役員の意思決定を行う会議において、業務執行に係る意思決定を行うほか、取締役会やExecutive Committee等への提案事項等を審議しています。なお、取締役および執行役員の任期は1年としています。

経営に外部視点を取り入れ、業務執行に対する一層の監督機能の強化を図ることを目的に、2006年度より独立性の高い社外取締役2名を起用しています。2011年には更に1名追加し、3名の独立性の高い社外取締役を起用しています。

これに加えて、社外取締役を除く3名のうちの1名は当社以外でのキャリアを持つ人材であるなど、取締役のダイバーシティ（多様性）を確保しています。あわせて、執行役員についても、若手の登用などを進めており、執行能力の向上を図っています。

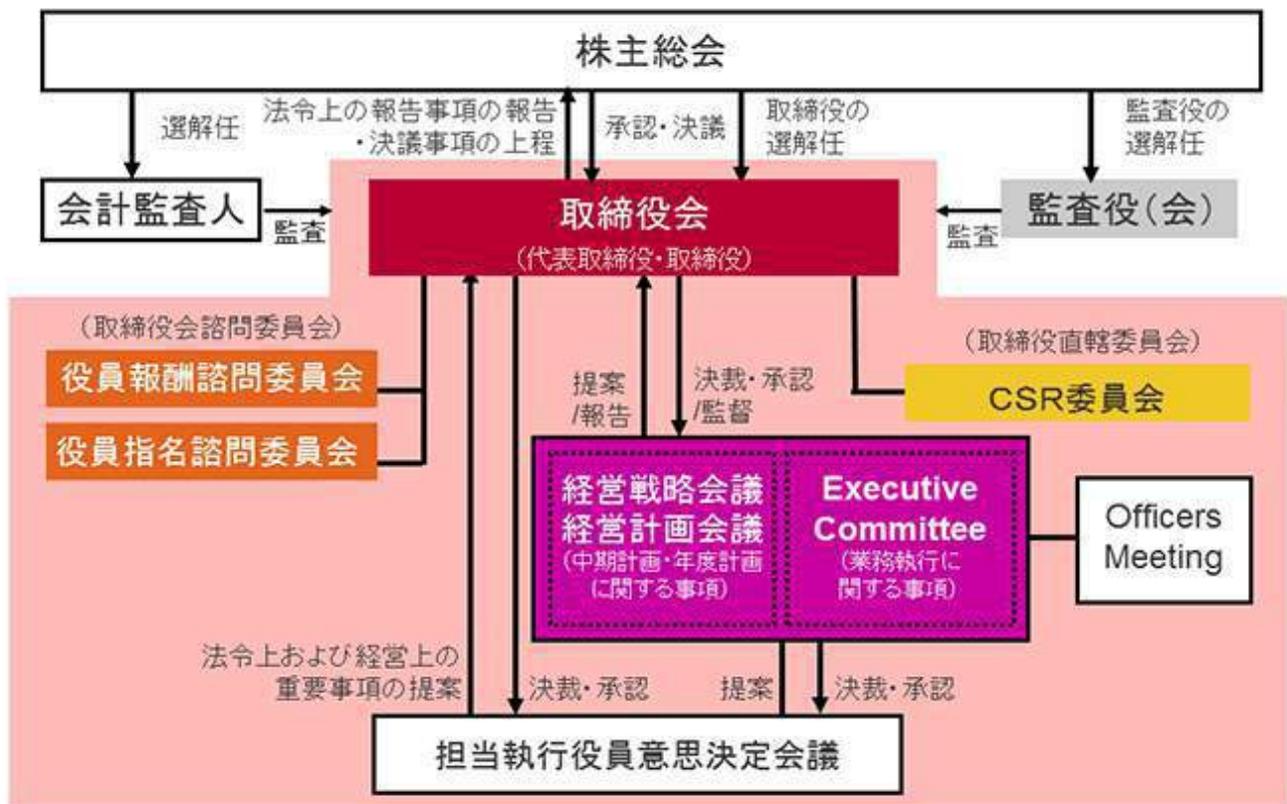
（2015年6月末日現在）

取締役会諮問委員会

経営の透明性・客観性を高める観点から、取締役会の諮問機関として、役員の報酬制度などの答申案を策定する「役員報酬諮問委員会」と取締役・執行役員候補の選抜などの答申案の策定を行う「役員指名諮問委員会」を設置しています。いずれの委員会も社外取締役を委員長とし、客観性を確保しています。

「役員報酬諮問委員会」では、各年度の役員賞与に関する検討を行うほか、2014年度には、2015年度から2017年度までの3か年に係る新たな報酬制度についての検討等を行いました。

「役員指名諮問委員会」では、新任執行役員候補の選抜のほか、トップマネジメント力の強化を狙いに、執行役員の在任期間の上限設定や昇降格・退任のルールなどを構築し、透明性の高い厳正な運用を行っています。なお、執行役員の在任期間の上限は、同一役位で原則4年、最大6年としています。



コーポレートガバナンス 監査体制

内部監査

当社では社長直轄の監査部が、グループ全体を対象に、業務執行の適正性を監査するとともに、内部統制の有効性を評価し、その結果を取締役会および監査役に報告しています。

このほか、安全、環境、情報システムなどの専門領域は、それぞれの担当部門が主管となり監査を実施しています。

監査役監査、監査役の機能強化に関する取組状況

当社は、常勤監査役2名と、独立役員である非常勤の社外監査役3名で監査役会を構成しています。監査役は、取締役会その他重要な会議への出席などを通じ、取締役の業務執行の適法性・妥当性について監査しています。また、社外監査役は、それぞれの分野での豊富な経験と識見を活かし、独立的な視点で必要な助言・提言・意見を述べています。

代表取締役と監査役は、定期的な意見交換会を開催し、コーポレートガバナンスについての課題解決に向けた活動へと結び付けています。また、監査役専従スタッフを配置するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備しています。

会計士監査

当社は、会社法に基づく会計監査人および金融商品取引法に基づく会計監査人である有限責任あずさ監査法人により会計士監査を受けています。

業務を執行した公認会計士の氏名および所属する監査法人名等は以下のとおりです。

(2015年6月末日現在)

所属する監査法人名	業務を執行した公認会計士の氏名等	継続監査年数
有限責任あずさ監査法人	指定有限責任社員 業務執行社員 目加田 雅洋	4年
	指定有限責任社員 業務執行社員 藤井 亮司	2年
	指定有限責任社員 業務執行社員 川上 尚志	5年

また、監査業務に係る補助者は、公認会計士・会計士補等で構成されています。

内部監査、監査役監査および会計士監査の相互連携

当社は、いわゆる三様監査（内部監査、監査役監査および会計士監査）の有効性と効率性の向上を図るため、それぞれの間で定期的な連絡会を開催して監査計画・結果の報告、意見交換などの相互連携の強化に努めています。

コーポレートガバナンス

役員報酬

当社の役員報酬制度は、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会で設計されており、客観的な視点を取り入れた透明性の高い報酬制度となっています。当社の役員報酬は、業績に連動しない基本報酬と業績目標の達成度や株価によって変動する業績連動報酬で構成され、報酬額の水準については、国内外の同業または同規模の他企業と比較のうえ、当社の業績に見合った水準を設定しています。

なお、業務執行から独立した立場にある社外取締役及び監査役には、業績連動報酬等の変動報酬は相応しくないため、基本報酬のみの支給としています。また、役員退職慰労金制度については、2004年6月29日開催の第104回定時株主総会の日をもって廃止しました。

当社は、2015年度から新たな3カ年計画をスタートさせました。これに合わせて役員報酬制度を変更し、より各役員の成果や責任への連動性を高めた設計としました。この新しい報酬制度により、2015年度から2017年度までの3カ年計画の着実な達成への動機づけを図り、資生堂が100年先まで輝き続ける会社となるための確かな土台を築き上げることを担保していきます。

新しい役員報酬制度では、抜本的な変革による事業基盤の再構築に際し、変革のリーダーとしての役員に求められる資質と役割を明確化した上で、求められる成果を上げた役員に相応の報酬で報いる制度設計としました。2015年度からの3カ年で取り組む事業基盤の再構築の成果が、連結業績や担当事業業績などの業績数値に反映されるまでには時間を要することを想定しています。一方で、この間当社役員は当社の長期的成長の観点から極めて重要な課題を解決し成果を上げることが求められます。このことから、業績数値への連動性が高い従来の設計のままでは、2015年度から2017年度までの変革の努力とその成果に十分に報いることができないと考え、連結業績や担当事業業績に加え、業績数値にすぐには反映されない戦略的な取り組みの成果について評価する割合を高めました。

この新役員報酬制度は、事業基盤の再構築を確実なものとすることに焦点を当てた設計であることから、2018年度以降については改めて役員報酬制度を見直し、2018年度以降の経営環境や課題、経営目標に合った設計に変更します。

新役員報酬制度の基本的な考え方

- 1 抜本的な構造改革の実現に報いることができる設計とする。
- 2 新たな組織体制における各役員の役割と責任を明確にし、その役割と責任の大きさに応じた報酬体系とする。
- 3 優秀な人材の流出阻止と必要に応じた外部からの獲得を可能とする報酬水準とする。

新役員報酬制度では、担当領域の規模・責任やグループ経営への影響が大きい役員ほど業績連動報酬の割合を高く設定しているという点では当社の従来の役員報酬制度の考え方を踏襲しているものの、従来に比べて基本報酬の割合が増加します。ただし、従来の制度と比較すると、年次賞与について、その支給率上限を引き下げることとしており、さらに目標達成率が100%を下回った場合における支給条件も厳格化すること、そして長期インセンティブ型報酬にこれまで導入していなかった業績条件を導入することにより、業績連動報酬に係る条件が、より厳しいものとなります。これにより、報酬制度全体として、各種目標を高い確度で達成しなければ十分な報酬を得ることができない、厳しい設計となります。

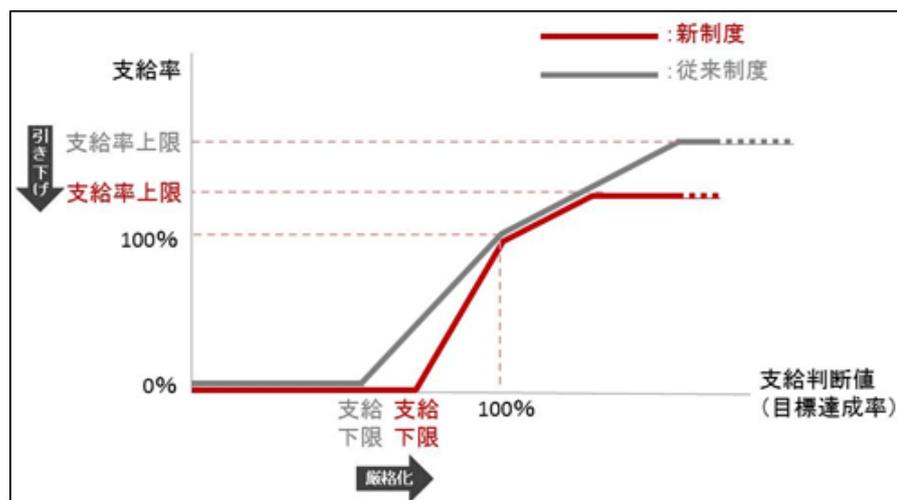
当社取締役の役位毎の種類別報酬割合（業績連動報酬に係る目標達成率が全て100%の場合）

執行役員としての役位	役員報酬の構成比			合計
	基本報酬	業績連動報酬		
		年次賞与	長期インセンティブ型報酬	
執行役員社長	50%	25%	25%	100%
執行役員副社長	54%～56%	22%～23%	22%～23%	
執行役員専務	54%～58%	21%～23%	21%～23%	
執行役員常務	54%～60%	20%～23%	20%～23%	
執行役員	56%～64%	18%～22%	18%～22%	

(注)

1. この表は、基本報酬額を該当の役位等級における中央値とし、かつ業績連動報酬に係る目標達成率を100%とした場合のモデルです。
2. 代表取締役と取締役の種類別報酬割合は同一です。
3. 各役員の役位等級に応じて異なる報酬テーブルが適用されるため、同一役位内であっても、個人別に報酬の種類別の割合が異なります。
4. 取締役会議長を担う取締役には別途定額の報酬が支給されますが、本表の計算には組み込んでいません。

年次賞与の支給率上限の引き下げと支給下限値の厳格化（モデル図）



取締役および監査役の第115期に係る報酬等の総額

	基本報酬	賞与	長期インセンティブ (ストックオプション)	合計
取締役 (11名)	262	51	130	445
うち社外取締役 (3名)	39	—	—	39
監査役 (6名)	96	—	—	96
うち社外監査役 (3名)	36	—	—	36
合計	358	51	130	541

単位：百万円

(注)

- 取締役の基本報酬は、第89回定時株主総会（1989年6月29日）決議による報酬限度額月額30百万円以内です。また、監査役の基本報酬は、第105回定時株主総会（2005年6月29日）決議による報酬限度額月額10百万円以内です。
- 上記の基本報酬には、当社の子会社の取締役を兼務している当社取締役1名に対し、当該子会社4社が当社を經由して支払った当連結会計年度に係る基本報酬32百万円が含まれています。
- 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬（ストックオプション）は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション（新株予約権）の当連結会計年度費用計上額の合計額です。
- 上記支給額のほか、以下の報酬等があります。
 - ①当社取締役3名及び監査役1名に対して、当該取締役及び監査役が取締役を兼務しない執行役員の地位にあったときに付与されたストックオプションの当期費用計上額8百万円
 - ②2014年6月25日開催の第114回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名に対して役員退職慰労金支給額23百万円（2004年の退職慰労金制度廃止に伴う打ち切り支給分）
- 取締役全員及び監査役全員について上記の役員報酬（注）1～4に記載したものを含む。）以外の報酬の支払いはありません。

代表取締役および報酬等の総額が1億円以上である取締役の第115期に係る報酬等の種類別の額

	基本報酬	賞与	長期インセンティブ (ストックオプション)	合計
代表取締役 魚谷 雅彦	47	6	9	63
代表取締役 カーステン フィッシャー	82	29	65	178

単位：百万円

(注)

1. 当連結会計年度において代表取締役の地位にあった役員及び連結報酬等の総額が1億円以上であった役員を記載しています。
2. 上記の基本報酬には、代表取締役カーステン フィッシャー氏に対し、同氏が取締役を兼務している当社の子会社4社が当社を経由して支払った当連結会計年度に係る基本報酬32百万円が含まれています。
3. 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬（ストックオプション）は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション（新株予約権）の当連結会計年度費用計上額の合計額です。
4. 上記2名の取締役について上記（注）1～3に記載したものを含む。）以外の報酬はありません。

会計監査人へ支払うべき報酬等の額

区分	支払額
第115期に係る会計監査人としての報酬等の額	187
当社および当社子会社が支払うべき金銭その他の財産上の利益の合計額	224

単位：百万円

(注)

当社と会計監査人との間の監査契約において、会社法に基づく監査と金融商品取引法に基づく監査の監査報酬等の額を明確に区分しておらず、実質的にも区分できないため、「第115期に係る会計監査人としての報酬等の額」にはこれらの合計額を記載しています。

コーポレートガバナンス

CORPORATE GOVERNANCE

Shiseido Company, Limited

最終更新日:2015年12月25日

株式会社資生堂

代表取締役 執行役員社長 魚谷雅彦

問合せ先:IR部(03-6218-5530)

証券コード:4911

<http://www.shiseidogroup.jp/>

当社のコーポレート・ガバナンスの状況は以下のとおりです。

I コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方及び資本構成、企業属性その他の基本情報

1. 基本的な考え方

資生堂は「お客さま」「取引先」「株主」「社員」「社会・地球」という全てのステークホルダーから「価値ある企業」として支持され続けるために、中長期的な企業価値・株主価値の最大化に努めるとともに、社会的な責任を果たし、かつ持続的な成長、発展を遂げていくことが重要であると認識しています。これを実現するために必要な「経営の透明性・公正性・迅速性」の向上に向け、コーポレートガバナンス(企業統治)の強化に努めます。

【コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由】

補充原則3-2(1)＜監査役会による外部会計監査人の評価＞については、2015年11月に開催の監査役会において「会計監査人の選任、再任、解任、不再任の審議の要領」を策定しましたので本項から削除しました。当該「審議の要領」のうち会計監査人の再任については、「会計監査人の解任または不再任の決定の方針」に加え、会計監査人の品質管理・監査チーム・監査計画・監査役等とのコミュニケーション・監査報酬の観点から、会計監査人の評価を行うこととしています。

当社では、各原則のうち以下の2項目については、一定の取り組みは行っているものの、コーポレートガバナンス・コードが示すベストプラクティスの実践を含めたコーポレートガバナンスへの取組みを通じ「透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定」を後押しするという観点から、さらなる検証・検討と対応が必要であると考えています。

原則4-8および原則4-11(3)については、2015年7月に開催の取締役会においてその方向性について審議し、2015年12月末を一つのめどとして検討を進めることを決議しました。

＜原則4-8:取締役会における社外取締役の比率に対する考え方およびその実現に向けた取り組み方針＞

2015年6月末日現在、当社の取締役会は業務執行取締役3名と独立社外取締役3名の計6名で構成されており、取締役会における独立社外取締役の構成比率は50%です。

ただし、当社では、少なくとも3分の1以上の独立社外取締役の選任を必要と考えるかどうかについて、ならびに必要と考える場合の取組み方針について、現時点では結論を持つに至っていません。取締役会における独立社外取締役の人数比率については、取締役会を監督機能に特化した機関として位置付けるのか、または業務執行機能の相当部分を担う機関として位置付けるのかの判断に直結する事項であると考えています。指名委員会等設置会社または監査等委員会設置会社のような委員会型の機関設計と、監査役会設置会社としての機関設計のどちらを採用するのかという議論にもつながるものであることから、現在慎重に検討を進めています。

当社としての見解・方針が定まった時点で、その内容をお知らせします。

＜補充原則4-11(3):取締役会の実効性に関する分析・評価の概要＞

当社では、現時点では取締役会の定期的な分析・評価は実施しておりませんが、これまでも必要に応じて取締役会における課題の把握のためのアンケート評価(自己評価)を実施していました。

今後は、取締役会の実効性向上のための課題を洗い出し、必要な対策に取り組んだ上でその結果を検証するPDCAサイクルを運用するために、取締役会の定期的な分析・評価を行っていくことを検討しています。

分析・評価の方法を定め、これを実施した時点で、分析評価の方法およびその結果の概要をお知らせします。

【コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示】

当社のコーポレートガバナンスに関する取り組みについては、本報告書のほか、株主総会招集通知、有価証券報告書およびアニュアルレポート等にも掲載しています。

コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示項目の内容は、次のとおりです。

＜原則1-3:資本政策の基本方針＞

当社は持続的な成長に向けて、必要と判断されるタイミングで迅速・果敢に投資を行うため株主資本の水準保持に努めます。その上で、フリーキャッシュフローやキャッシュコンバージョンサイクルを重視して、キャッシュ・フローとバランスシートのマネジメントの強化により、資本効率を意識した経営を実践します。

資金調達に関しては、有利な条件で調達可能な財務体質を維持すべく、ベンチマークとなる有利子負債比率は25%を目安としており、大型投資案件による資金調達が必要となった場合には、経営動向や財務状況および市場環境などを勘案して、最適な方法でタイムリーに実施します。

株主のみならず全体の利益還元については、直接的な利益還元と中長期的な株価上昇による「株式トータルリターンの実現」をめざしています。これに基づき、成長のための戦略投資をドライバーとして利益の拡大と資本効率の向上を図ります。利益還元の目標として、当社は中期的に連結配当性向40%を目安とし、安定的かつ継続的な配当を維持します。また、自己株式取得についてもフリーキャッシュフローレベルや市場環境を勘案しつつ、適宜実施します。

<原則1-4: 政策保有に関する方針および政策保有株式の議決権行使の基準>

1. 当社の政策保有に関する方針

当社は、株式の政策保有を以下の方針で行っており、必要最低限の保有水準としています。

- ・単なる安定株主としての政策保有は、コーポレートガバナンスの観点から行わない。
- ・株式の保有は、配当等のリターンも勘案しつつ、業務の円滑な推進等のビジネス上のメリットがある場合に限る。
- ・保有する株式については、主にビジネス上のメリット等の観点から定期的に検証を行い、必要性が薄れてきた銘柄を中心に縮小を図る。

2. 当社の政策保有株式の議決権行使の基準

当社は、政策保有株式の議決権行使にあたっては、提案されている議案について、株主価値の毀損につながるものでないかを確認します。そして、投資先企業の状況等を勘案した上で、賛否を判断し議決権を行使します。

議案の趣旨確認等、必要がある場合には、投資先企業と対話を行います。

<原則1-7: 関連当事者間取引の確認に係る枠組み>

当社は、「関連当事者の開示に関する会計基準」および「関連当事者の開示に関する会計基準の適用指針」に基づき当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性のある関連当事者を調査・特定し、当該関連当事者との取引の有無や当該取引の重要性を確認し、開示対象となる取引がある場合は開示を行っています。

関連当事者の有無および関連当事者と当社との取引の有無、ならびに取引の内容等については、開示に先立ち取締役会に報告し、「関連当事者の開示に関する会計基準の適用指針」に定める取引の重要性の判断基準に基づき、レビューを行っています。

<原則3-1: 主体的な情報発信>

1. 会社の経営理念、経営戦略および経営計画

当社の経営理念、経営戦略および経営計画については、当社の第115回定時株主総会招集ご通知(17ページ~23ページ)に記載して開示しています。

http://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2015/pdf/shm_0000.pdf

また、当社の企業使命である「Our Mission」、これを実現するために資生堂グループで働く一人ひとりが共有すべき心構えを定めた「Our Values」、そして資生堂グループで働く一人ひとりがとるべき行動を定めた行動基準である「Our Way」および「資生堂グループ倫理行動基準」につきましては、本報告書の「その他」の2.にも記載しています。

2. コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方と基本方針

当社のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方と基本方針は、本報告書の「コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方及び資本構成、企業属性その他の基本情報」の1.に記載の通りです。また、現状のコーポレートガバナンス体制を選択している理由については、本報告書の「経営上の意思決定、執行及び監督に係る経営管理組織その他のコーポレートガバナンス体制の状況」の3.に記載の通りです。

3. 取締役会が経営陣幹部・取締役の報酬を決定するに当たっての方針と手続き

当社の役員報酬制度は、社外取締役を委員長とし、委員に社外の専門家も加えた役員報酬諮問委員会で設計されており、客観的な視点を取り入れた透明性の高い報酬制度となっています。当社の役員報酬は、業績に連動しない基本報酬と業績目標の達成度や株価によって変動する業績連動報酬で構成され、報酬額の水準については、国内外の同業または同規模の他企業と比較のうえ、当社の業績に見合った水準を設定しています。

なお、業務執行から独立した立場である社外取締役および監査役には、業績連動報酬は相応しくないため、基本報酬のみの支給としています。また、役員退職慰労金制度については、2004年6月29日開催の第104回定時株主総会の日をもって廃止しました。

具体的な役員報酬制度については、当社の第115回定時株主総会招集ご通知(53ページ~57ページ)に記載して開示しています。

http://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2015/pdf/shm_0000.pdf

4. 取締役会が経営陣幹部の選任と取締役・監査役候補者の指名を行うに当たっての方針と手続き

当社では、取締役および監査役候補者の指名および執行役員の選任にあたっては、性別、年齢および国籍の区別なく、それぞれの人格および識見等を十分考慮のうえ、その職務と責任を全うできる適任者を指名・選任する方針としています。これに加え、取締役候補者については「取締役として株主からの経営の委任に応えることの重要性」を、監査役候補者については「企業経営における監査ならびに監査役機能の重要性」を加味して指名しています。

取締役候補者の指名および執行役員の選任は、候補者の妥当性について社外取締役を委員長とする役員指名諮問委員会の答申を得た上で、取締役会の決議をもって決定しています。また、執行役員社長の選任にあたっては、この手続に従うほか、役員指名諮問委員会でより慎重な検討を行っています。執行役員社長候補者は、当社の経営理念や経営戦略の実現などの観点から、あらゆる可能性を排除せずに社内外から選ばれますが、この選抜の段階から社外取締役を委員長とする役員指名諮問委員会およびその委員長が設置する特別部会において審議を受けています。

監査役候補者の指名にあたっては、代表取締役が候補者を選定し、その妥当性についての役員指名諮問委員会の答申と株主総会への選任議案提出に関する監査役会の同意を得た上で、取締役会において決定しています。

5. 取締役会が上記4.を踏まえて経営陣幹部の選任と取締役・監査役候補者の指名を行う際の、個々の選任・指名についての説明

当社では、従来より全ての取締役および監査役の候補者について、株主総会招集ご通知(参考書類)に記載のそれぞれの選任議案において、「候補者とした理由」を記載しています。第115回定時株主総会で選任をお諮りした取締役および監査役の「候補者とした理由」は、以下の通りです。また、第115回定時株主総会最終の時点で監査役の地位にある5名の監査役のうち、上記2名以外の3名の選任理由も併せて以下に記載しています。

〔取締役〕

魚谷雅彦:

魚谷雅彦氏は、経営者として十分な実績を有しており、特にマーケティングにおいてその手腕が高く評価されていることなどから、当社が執行役員社長として招聘し、2014年4月に同職に就任しました。同年6月25日開催の第114回定時株主総会での当社取締役への選任後、取締役会において当社代表取締役に選定され、株主のみならずの負託に応え、経営の舵取りを担ってきました。2014年度は、高いレベルのマーケティング能力とリーダーシップを発揮し、縦割り組織の弊害を取り払い、全社が一丸となって価値創造に取り組みお客さまにお届けする体制をつくり上げたほか、当社の課題を徹底的に洗い出し、その課題を直視して中長期戦略 VISION 2020を策定し、課題解決へのロードマップを定めました。これらの実績を考慮し、取締役会は同氏を引き続き取締役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

坂井透:

坂井透氏は、当社の取締役として取締役会で積極的に発言し、経営の重要事項の決定および業務執行に対する監督など適切な役割を果たしています。生産、購買、ロジスティクス等サプライチェーン全般にわたる分野で豊富な経験を有し、執行役員就任後は、経営企画部長として全社的な経営戦略の立案と構造改革を推進しました。2013年度からは国内化粧品事業の責任者として同事業における事業戦略の立案・推進を担当し、2014年度には全社を挙げてお客さまにブランドの価値をお伝えする“ICHIGANプロジェクト”の推進をリードしてきました。また、CSR委員会の委員として同委員会に出席し、積極的に意見を述べています。これらのことから、取締役会は同氏を引き続き取締役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

岩井恒彦:

岩井恒彦氏は、当社の取締役として取締役会で積極的に発言し、経営の重要事項の決定および業務執行に対する監督など適切な役割を果たしています。執行役員就任後は、品質保証、薬事、CSR、環境関連ならびにフロンティアサイエンス事業の責任者を務めてきました。2014年度からは当社の研究、生産、技術の各分野の総括担当役員を務め、研究開発分野においてお客さま起点型の価値開発の発展をリードするなどしてきました。また、CSR委員会の委員として同委員会に出席し、積極的に意見を述べています。これらのことから、取締役会は同氏を引き続き取締役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

石倉洋子:

石倉洋子氏は、国際政治経済および国際企業戦略に関する深い専門知識を有し、複数の企業において社外取締役としての経験を積み重ねています。また、「ダイバーシティの推進」や「女性のエンパワーメント」を通じてグローバルな競争力強化やイノベーションを促進する活動にも携わってきました。これらの経験や知見、専門知識を活かし、社外取締役として経営の監督のみならず、更なる女性の活躍促進やダイバーシティ推進などにも積極的に関与し、当社の企業価値の向上に寄与いただけるものと考えます。同氏は、社外役員以外の方法で会社経営に関与したことはありませんが、上記の理由から社外取締役として職務を適切に遂行することができると判断しましたので、取締役会は同氏を新たに社外取締役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

岩田彰一郎:

岩田彰一郎氏は、異業種・他業界の現役経営者として従来の枠組みにとらわれることのない視点から取締役会で積極的にご発言いただき、当社の社外取締役として業務執行に対する監督など適切な役割を果たしていただいています。また、役員報酬諮問委員会の委員長および役員指名諮問委員会の委員としてこれらの委員会に出席し、積極的に意見を述べていただきました。これらのことから、取締役会は同氏を引き続き社外取締役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

上村達男:

上村達男氏は、法学研究を専門とする大学教授としての法律知識に加え、資本市場およびコーポレートガバナンスに関する高い学識を有しており、当該観点から取締役会において積極的にご発言いただくなど、当社の社外取締役として業務執行に対する監督等適切な役割を果たしていただいています。また、役員指名諮問委員会の委員長および役員報酬諮問委員会の委員としてこれらの委員会に出席し、積極的に意見を述べていただきました。同氏は、社外役員以外の方法で会社経営に関与したことはありませんが、上記の理由から社外取締役として職務を適切に遂行することができると判断しましたので、取締役会は同氏を引き続き社外取締役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

〔監査役〕

西村義典:

西村義典氏は、監査役として選任される前は当社の取締役として取締役会で積極的に発言し、経営の重要事項の決定および業務執行に対する監督など適切な役割を果たしております。また、役員報酬諮問委員会およびCSR委員会の委員としてこれらの委員会に出席し、積極的に意見を述べていました。さらに、当社の執行役員として最高財務責任者を務め、財務、IR、情報企画および内部統制を担当し、その職責を十分に果たしました。また、同氏は財務・会計・税務について高い経験・知見を有することから、取締役会は同氏を監査役候補者

に決めました。(第114回定時株主総会)

岡田恭子:

岡田恭子氏は、当社企業文化部でのキャリアのほか、CSR部やビューティーサイエンス研究所を始めとした多様な部門を経験しています。当社が有する美容ソフト情報、当社の社史および企業文化ならびに社外への文化支援など、当社の無形の資産や関連情報に明るく、他の監査役が有する経験・知見等を補完する領域について豊富な知識を有しています。これを活かすことで他の監査役と協力して監査役の機能を果たすことができると判断し、取締役会は同氏を新任監査役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

原田明夫:

原田明夫氏は、法務事務次官や検事総長等、法曹界において重職を歴任し、法務分野を中心として幅広い経験と識見を有しており、現在、当社社外監査役として取締役の職務の執行に関する監査機能を十分に発揮するなど適切な役割を果たしていただいています。また、複数の会社の社外取締役および社外監査役を務めており、豊富な経験と高い識見を有しています。同氏は、社外役員以外の方法で会社経営に関与したことはありませんが、上記の理由から社外監査役として職務を適切に遂行することができると判断いたしましたので、取締役会は同氏を引き続き社外監査役候補者に決めました。(第113回定時株主総会)

大塚宣夫:

大塚宣夫氏は、医師としての豊富な経験と高い識見に加え、既存の病院のあり方にとらわれずに徹底した患者志向のサービスを提供する医療法人の経営者としての豊富な経験と高い識見を有しており、この観点から当社の社外監査役として活発な発言を行うなど、監査機能を十分に発揮しています。同氏は、社外役員以外の方法で会社経営に関与したことはありませんが、上記の理由から社外監査役として職務を適切に遂行することができると判断いたしましたので、取締役会は同氏を引き続き社外監査役候補者に決めました。(第115回定時株主総会)

辻山栄子:

辻山栄子氏は、早稲田大学商学部・大学院商学研究科教授および研究科長を務め、公認会計士資格を有する財務・会計・税制の専門家であり、政府税制調査会専門家委員会委員等の公職を務めておりました。また、複数の会社の社外取締役および社外監査役を務めており、豊富な経験と高い識見を有しています。同氏は、社外役員以外の方法で会社経営に関与したことはありませんが、上記の理由から社外監査役として職務を適切に遂行することができると判断いたしましたので、取締役会は同氏を社外監査役候補者に決めました。(第112回定時株主総会)

<補充原則4-1(1):取締役会から経営陣への委任の範囲の概要>

当社では、取締役会の決議をもって決定すべき事項を取締役会規程で定めており、株主総会に関する事項、人事・組織に関する事項、決算に関する事項、株式・社債および新株予約権に関する事項、会社財産等に関する事項、資生堂グループの経営に関する事項、その他の事項について、会社法等の法令に定める事項およびこれに準ずる重要事項について、取締役会の決議をもって決定することとしています。一方、経営における責任体制を明確化し、権限の委譲による意思決定の迅速化を図ることをめざし、2001年に執行役員制度を導入し、取締役会規程に定める事項以外の業務執行上の事項については、Executive Committeeおよび経営計画会議等の執行役員で構成される会議に決定権限を委譲しています。

当社では、経営の迅速性の一層の向上のために、現在の執行役員および執行役員で構成される会議への権限委譲の範囲が適切であるかどうかを検証することが必要であると考えています。この検証は、「コーポレートガバナンスコードの各原則を実施しない理由」に記載の2項目同様、2015年12月末を一つのめどとして行うこととしています。結果およびこれを受けて定める新たな権限委譲の範囲につきましては、結論が出た時点でお知らせします。

<補充原則4-8(1)(2):独立社外取締役の情報交換体制・各種会社機関との連絡体制の整備>

当社では、社外取締役3名・社外監査役3名の計6名の独立性の高い社外役員を選任しています。社外取締役を含む社外役員が期待される役割を十分に発揮できるよう、新任時に当社が属する業界、当社の歴史・事業概要・戦略等について研修を行うほか、取締役会資料の事前提供を行っているほか、必要に応じて全取締役と全監査役のミーティングを開催するなど、情報交換や情報共有に資する取り組みを行っていますが、独立社外取締役のみを出席対象とするミーティングや独立社外取締役の中の筆頭者の設定などは行っていません。

コーポレートガバナンス・コードで例示されているこれらの取り組みが当社にとって有効であるかどうか等については、現在検討を進めています。

<原則4-9:独立社外取締役となる者の独立性をその実質面において担保することに主眼を置いた独立性判断基準>

当社では、2012年に社外役員の独立性に関する判断基準を策定し、株主総会招集通知等にこれを記載して開示しています。具体的な内容は、当社の第115回定時株主総会招集ご通知(38ページ～40ページ)または本報告書の「経営上の意思決定、執行及び監督に係る経営管理組織その他のコーポレート・ガバナンス体制の状況」の1.機関構成・組織運営等に係る事項のうちの【独立役員関係】に記載の通りです。

http://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2015/pdf/shm_0000.pdf

<補充原則4-11(1):取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性および規模に関する考え方>

当社の取締役会は、業務執行の監督と重要な意思決定を行うために、多様な視点、多様な経験、多様かつ高度なスキルを持った取締役で構成されることが必要であると考えています。また、監査役についても、取締役会に出席し、必要に応じて意見を述べる義務があることから、取締役と

同様多様性と高いスキルが必要であると考えます。

社外役員については、取締役会による監督と監査役による監査という二重のチェック機能を果たすため、法定の社外監査役だけでなく、取締役会での議決権を持つ社外取締役が必要であり、ともに高い独立性を有することが重要であると考えています。

取締役会における重要な意思決定に際しては、取締役および監査役のダイバーシティ(多様性)が担保されていることが重要であり、中でも化粧品メーカーとして女性の価値観および発想が特に重要であることから、女性の取締役および監査役の選任が必要であると考えています。2015年6月末日現在、取締役6名は、資生堂グループ以外で経営者としてのキャリアを積んだ者1名、資生堂グループでのキャリアを有する者2名、高い独立性を有する社外取締役3名で構成されています。また監査役5名は、資生堂グループでのキャリアを有する常勤者2名と高い独立性を有する非常勤の社外監査役3名で構成されています。取締役および監査役計11名は、女性3名、男性8名で構成されています。これらのメンバーがそれぞれの知識・経験・能力を活かして議論を行い、法令上および経営上の意思決定と業務執行の監督を行っています。

<補充原則4-11(2):取締役および監査役の兼任状況>

当社の取締役および監査役の重要な兼職の状況は、当社の第115回定時株主総会招集ご通知(45ページ、73ページ~79ページ、80ページ~82ページ)に記載の通りです。

また、社外役員の重要な兼職先と当社との関係を、当社の第115回定時株主総会招集後通知(46ページ~49ページ、77~78ページ)に記載して開示しています。

http://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2015/pdf/shm_0000.pdf

<補充原則4-14(2):取締役・監査役に対するトレーニングの方針>

当社は、社外取締役および社外監査役を新たに迎える際に、当社が属する業界、当社の歴史・事業概要・戦略等について研修を行っています。また、新任取締役候補者および新任監査役候補者に対しては、法令上の権限および義務等に関する研修を行っており、必要に応じて外部機関の研修も活用しています。

業務執行を行う取締役および執行役員に対しては、より高いレベルのリーダーシップ力を開発するため、エグゼクティブプログラムの他、外部機関の研修も活用しています。さらに、次世代の経営幹部の育成のため、執行役員候補となる幹部社員には、トップマネジメントに求められるリーダーシップや経営スキルを習得する研修を行っています。

<原則5-1:株主との建設的な対話を促進するための体制整備・取組みに関する方針>

当社では、「情報開示の基本方針」「情報開示の基準」「情報開示の方法」「沈黙期間の設定」および「将来の見通しについての留意事項」からなるディスクロージャー・ポリシーを2006年に策定し、当社ウェブサイトにて公表しています。

<http://www.shiseidogroup.jp/ir/disclosure/policy/>

現在当社では、このディスクロージャー・ポリシーに基づき、機関投資家(株主)および個人投資家(株主)のどちらに対しても適切に情報提供などを行うことをめざし、本報告書の「株主その他の利害関係者に関する施策の実施状況」の1.および2.に記載の取り組みを積極的に実施しています。

これらのさまざまな活動について、「建設的な対話の促進」という観点からさらなる改善を図ることが求められていると考えておりますので、現在これを検討しており、検討の結果につきましては、適時にお知らせします。

2. 資本構成

外国人株式保有比率	30%以上
-----------	-------

【大株主の状況】

氏名又は名称	所有株式数(株)	割合(%)
JP MORGAN CHASE BANK 380055	29,703,128	7.42
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	28,377,300	7.09
株式会社みずほ銀行	21,226,732	5.30
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	13,594,300	3.39
資生堂従業員自社株投資会	9,405,332	2.35
損害保険ジャパン日本興亜株式会社	5,934,497	1.48
日本生命保険相互会社	5,615,653	1.40
三井住友海上火災保険株式会社	5,600,000	1.40
THE BANK OF NEW YORK MELLON SA/NV 10	5,286,712	1.32
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	5,227,547	1.30

支配株主(親会社を除く)の有無	——
-----------------	----

親会社の有無	なし
--------	----

補足説明

特になし。

3. 企業属性

上場取引所及び市場区分	東京 第一部
決算期	12 月
業種	化学
直前事業年度末における(連結)従業員数	1000人以上
直前事業年度における(連結)売上高	1000億円以上1兆円未満
直前事業年度末における連結子会社数	50社以上100社未満

4. 支配株主との取引等を行う際における少数株主の保護の方策に関する指針

――

5. その他コーポレート・ガバナンスに重要な影響を与える特別な事情

特になし。

II 経営上の意思決定、執行及び監督に係る経営管理組織その他のコーポレート・ガバナンス体制の状況

1. 機関構成・組織運営等に係る事項

組織形態	監査役設置会社
------	---------

【取締役関係】

定款上の取締役の員数	12 名
定款上の取締役の任期	1 年
取締役会の議長	社長
取締役の人数	6 名
社外取締役の選任状況	選任している
社外取締役の人数	3 名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	3 名

会社との関係(1)

氏名	属性	会社との関係(※)												
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k		
石倉 洋子	その他													
岩田 彰一郎	他の会社の出身者								○	△				
上村 達男	学者													

※ 会社との関係についての選択項目

※ 本人が各項目に「現在・最近」において該当している場合は「○」、「過去」に該当している場合は「△」

※ 近親者が各項目に「現在・最近」において該当している場合は「●」、「過去」に該当している場合は「▲」

- a 上場会社又はその子会社の業務執行者
- b 上場会社の親会社の業務執行者又は非業務執行取締役
- c 上場会社の兄弟会社の業務執行者
- d 上場会社を主要な取引先とする者又はその業務執行者
- e 上場会社の主要な取引先又はその業務執行者
- f 上場会社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家、法律専門家
- g 上場会社の主要株主(当該主要株主が法人である場合には、当該法人の業務執行者)
- h 上場会社の取引先(d、e及びfのいずれにも該当しないもの)の業務執行者(本人のみ)
- i 社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者(本人のみ)
- j 上場会社が寄付を行っている先の業務執行者(本人のみ)
- k その他

会社との関係(2)

氏名	独立役員	適合項目に関する補足説明	選任の理由
石倉 洋子	○	<p>石倉洋子氏につきましては、上記a～kに掲げる会社との関係性のいずれにも該当しません。</p> <p>同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日清食品ホールディングス株式会社 社外取締役 ・ライフネット生命保険株式会社 社外取締役 ・双日株式会社 社外取締役 ・一橋大学 名誉教授 <p>なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。</p>	<p><社外取締役選任理由と当社における役割・機能></p> <p>国際政治経済および国際企業戦略に関する深い専門知識を有し、複数の企業において社外取締役としての経験を積み重ねています。また、「ダイバーシティの推進」や「女性のエンパワメント」を通じてグローバルな競争力強化やイノベーションを促進する活動にも携わってきました。これらの経験や知見、専門知識を活かし、更なる女性の活躍促進やダイバーシティ推進などにも積極的に関与し、当社の企業価値の向上に寄与いただけるものと考えます。</p> <p><独立役員基準該当状況と独立役員指定理由></p> <p>同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。</p> <p>このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2. 当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3. 当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 <ul style="list-style-type: none"> (a) 1.から4.までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
岩田 彰一郎	○	<p>岩田彰一郎氏は、アスクル株式会社の代表取締役社長 兼 CEOを兼務しており、上記hに該当し、また、上記iに過去において該当する関係にあります。</p> <p>当社は、同社から文具等を購入しています。当連結会計年度における支払実績</p>	

	<p>は、当社の当連結会計年度における売上原価、販売費及び一般管理費の合計額の0.1%未満であり、当社から見た取引額は僅少です。</p> <p>同社の当社への文具等の売上実績は、同社の2014年5月期の売上高の0.1%未満であり、当社から見た取引額は僅少です。</p> <p>当社グループは同社グループから文具等を購入しています。当社グループの当連結会計年度における同社グループへの支払実績は、当社連結ベースにおける当連結会計年度の売上原価、販売費及び一般管理費の合計額の0.1%未満であり、当社グループから見た取引額は僅少です。同社グループの当社グループへの文具等の売上実績は、同社グループの2014年5月期の連結売上高の約0.1%であり、同社グループから見た取引額は僅少です。</p> <p>当社グループは、同社グループに化粧品等を販売しています。当社グループの当連結会計年度における同社グループへの販売実績は、当社の当連結会計年度における連結売上高の0.1%未満であり、当社グループから見た取引額は僅少です。同社グループの当社グループからの化粧品等の仕入額は、同社の2014年5月期の連結売上原価の約0.1%であり、同社グループから見た取引額は僅少です。</p> <p>同社は化粧品等を販売しており、当社と競業取引の関係にあります。このため、当社は同社との競業取引の内容及び上限額について、利益相反取引に係るものと併せ、あらかじめ取締役会で承認し、同社の事業年度の終了後に取締役会に実績を報告しています。</p> <p>なお、当社グループの当連結会計年度における連結売上高と比べた同社の同期間の化粧品等の売上高は約0.4%であり、同社の2014年5月期の売上高に占める化粧品等の売上の割合は、約1.1%です。これらのことから、同社に係る競業取引について、当社の株主利益に悪影響はありません。</p> <p>同社の社外取締役である斎藤忠勝氏は、1997年6月から2004年6月まで当社の取締役を務めていましたが、現在は当社と特記すべき関係はありません。</p> <p>同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。</p> <p>・アスクール株式会社 代表取締役社長 兼 CEO</p> <p>なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。</p>	<p><社外取締役選任理由と当社における役割・機能></p> <p>異業種・他業界の現役経営者として、従来の枠組みにとらわれない視点で当社経営に反映させるため、同氏を社外取締役に選任しています。</p> <p>同氏は独立的な視点で必要な意見を述べているほか、「役員報酬諮問委員会」の委員長を担当し、役員報酬制度などの答申案策定のとりにまわっています。</p> <p><独立役員基準該当状況と独立役員指定理由></p> <p>同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。</p> <p>このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2. 当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3. 当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 <ol style="list-style-type: none"> (a) 1.から4.までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
<p>上村 達男</p>	<p>○</p>	<p><社外取締役選任理由と当社における役割・機能></p> <p>法律知識に加え、資本市場・コーポレートガバナンスに関する経験・識見を当社経営に反映させるため、同氏を社外取締役に選任していま</p>

	<p>上村達男氏につきましては上記a~kに掲げる会社との関係性のいずれにも該当しません。</p> <p>同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。</p> <p>・早稲田大学 法学部教授</p> <p>なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。</p>	<p>す。</p> <p>同氏は独立的な視点で必要な意見を述べているほか、「役員指名諮問委員会」の委員長を担当し、取締役・執行役員候補の選抜などの答申策定の取りまとめを行っています。</p> <p><独立役員基準該当状況と独立役員指定期理由></p> <p>同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。</p> <p>このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2. 当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3. 当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 <ol style="list-style-type: none"> (a) 1.から4.までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
--	---	--

指名委員会又は報酬委員会に相当する任意の委員会の有無	あり
----------------------------	----

任意の委員会の設置状況、委員構成、委員長(議長)の属性

	委員会の名称	全委員(名)	常勤委員(名)	社内取締役(名)	社外取締役(名)	社外有識者(名)	その他(名)	委員長(議長)
指名委員会に相当する任意の委員会	役員指名諮問委員会	5	0	2	3	0	0	社外取締役
報酬委員会に相当する任意の委員会	役員報酬諮問委員会	5	0	1	3	1	0	社外取締役

補足説明

役員指名諮問委員会は、役員候補者の選抜・役員の昇降格などを取締役会に答申します。2014年度は計3回開催し、取締役・監査役・執行役員の体制案を策定したほか、昇格・登用・退任、外部からの採用者に関する検討等を行いました。

役員報酬諮問委員会は、役員報酬制度、役員業績評価などを取締役会に答申します。2014年度は計3回開催し、2014年度の役員賞与、2015年度から2017年度までの3か年に係る新たな報酬制度についての検討等を行いました。

【監査役関係】

監査役会の設置の有無	設置している
定款上の監査役員数	員数の上限を定めていない

監査役の人数	5名
--------	----

監査役、会計監査人、内部監査部門の連携状況

監査役は、会計監査人の監査手続・日程に関する監査計画について説明を受け意見交換しています。また、会計監査人より事業年度を通じて監査の方法およびその結果について報告を受けています。
 監査役は、内部監査部門による内部監査計画ならびに監査・調査の結果について報告を受け、必要案件について意見交換しています。また、これらに加え、代表取締役と監査役との間で定期的な意見交換会を実施しています。

社外監査役の選任状況	選任している
社外監査役の人数	3名
社外監査役のうち独立役員に指定されている人数	3名

会社との関係(1)

氏名	属性	会社との関係(※)												
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
原田 明夫	弁護士													
大塚 宣夫	その他													
辻山 栄子	公認会計士													

※ 会社との関係についての選択項目
 ※ 本人が各項目に「現在・最近」において該当している場合は「○」、「過去」に該当している場合は「△」
 ※ 近親者が各項目に「現在・最近」において該当している場合は「●」、「過去」に該当している場合は「▲」

- a 上場会社又はその子会社の業務執行者
- b 上場会社又はその子会社の非業務執行取締役又は会計参与
- c 上場会社の親会社の業務執行者又は非業務執行取締役
- d 上場会社の親会社の監査役
- e 上場会社の兄弟会社の業務執行者
- f 上場会社を主要な取引先とする者又はその業務執行者
- g 上場会社の主要な取引先又はその業務執行者
- h 上場会社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家、法律専門家
- i 上場会社の主要株主(当該主要株主が法人である場合には、当該法人の業務執行者)
- j 上場会社の取引先(f、g及びhのいずれにも該当しないもの)の業務執行者(本人のみ)
- k 社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者(本人のみ)
- l 上場会社が寄付を行っている先の業務執行者(本人のみ)
- m その他

会社との関係(2)

氏名	独立役員	適合項目に関する補足説明	選任の理由
原田 明夫	○	原田明夫氏につきましては、上記a～mに掲げる会社との関係性のいずれにも該当しません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・セイコーホールディングス株式会社 社	<社外監査役選任理由と当社における役割・機能> 法務分野を中心とした豊富な経験と識見によって、監査役監査の客観性や中立性を保つため、同氏を社外監査役に選任しています。同氏は独立的な視点で必要な意見を述べています。 <独立役員基準該当状況と独立役員指定理由> 同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有して

		<p>外取締役 ・住友商事株式会社 社外取締役 ・山崎製パン株式会社 社外取締役 ・公益財団法人東京大学学生キリスト教青年会 代表理事 ・一般財団法人日本刑事政策研究会 代表理事 ・公益財団法人国際民事法センター 代表理事</p> <p>なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。</p>	<p>います。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。</p> <p>このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2. 当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3. 当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 <ol style="list-style-type: none"> (a) 1.から4.までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
<p>大塚 宣夫</p>	<p>○</p>	<p>大塚宣夫氏につきましては上記a～mに掲げる会社との関係性のいずれにも該当しません。</p> <p>同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。</p> <p>・医療法人社団慶成会 会長</p> <p>なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。</p>	<p><社外監査役選任理由と当社における役割・機能></p> <p>医療法人の経営者としての経験と識見によって、監査役監査の客観性や中立性を保つため同氏を社外監査役に選任しています。同氏は独立的な視点で必要な意見を述べています。</p> <p><独立役員基準該当状況と独立役員指定理由></p> <p>同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。</p> <p>このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2. 当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3. 当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 <ol style="list-style-type: none"> (a) 1.から4.までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
<p>辻山 栄子</p>	<p>○</p>	<p>辻山栄子氏につきましては上記a～mに掲げる会社との関係性のいずれにも該当しません。</p>	<p><社外監査役選任理由と当社における役割・機能></p> <p>財務・会計・税制の専門家としての経験と識見によって、監査役監査の客観性や中立性を保つため同氏を社外監査役に選任しています。</p> <p><独立役員基準該当状況と独立役員指定理由></p> <p>同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のい</p>

	<p>同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早稲田大学 商学部教授、大学院 商学研究科教授 ・三菱商事株式会社 社外監査役 ・オリックス株式会社 社外取締役 ・株式会社ローソン 社外監査役 ・株式会社NTTドコモ 社外監査役 <p>なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。</p>	<p>れにも該当しておらず、充分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。</p> <p>このことから、一般株主の利益保護の役割を充分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2. 当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3. 当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 <ol style="list-style-type: none"> (a) 1.から4.までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
--	--	--

【独立役員関係】

独立役員の数	6名
--------	----

その他独立役員に関する事項

当社は「社外役員の独立性に関する判断基準」(以下、判断基準という)およびこれに付随する「各種届出書類・開示書類における関係性記載の省略のための軽微基準」(以下、軽微基準という)を以下のとおり定めております。本報告書では、軽微基準にしたがい独立役員の兼務先と当社との関係性の記載を一部省略しています。

=====

<社外役員の独立性に関する判断基準>

株式会社資生堂(以下、当社という)は、当社の社外取締役および社外監査役(以下、併せて「社外役員」という)または社外役員候補者が、当社において合理的に可能な範囲で調査した結果、次の各項目の要件を全て満たすと判断される場合に、当社は当該社外役員または当該社外役員候補者が当社に対する十分な独立性を有しているものと判断します。

1. 現に当社および当社の関係会社(注1)(以下、併せて「当社グループ」という)の業務執行者(注2)ではなく、かつ過去においても業務執行者であったことが一度もないこと。
社外監査役にあつては、これらに加え、当社グループの業務執行を行わない取締役および会計参与(会計参与が法人の場合はその職務を行うべき社員)であったことが一度もないこと。
2. 現事業年度および過去9事業年度(以下、これらの事業年度を「対象事業年度」という)において、以下の各号のいずれにも該当していないこと。
 - 1) 当社グループを主要な取引先としている者(注3)、またはその業務執行者(対象事業年度において一度でもその業務執行者であった者を含む。以下、本項の第2)号ないし第4)号において同じ)。
 - 2) 当社グループの主要な取引先(注4)、またはその業務執行者。
 - 3) 当社の議決権の10%以上の議決権を直接または間接的に現に保有しもしくは対象事業年度において保有していた当社の大株主、またはその業務執行者。
 - 4) 当社グループが総議決権の10%以上の議決権を直接または間接的に現に保有しもしくは対象事業年度において保有していた者の業務執行者。
 - 5) 対象事業年度において当社グループから役員報酬以外に多額の金銭その他の財産(注5)を得ているコンサルタント、会計専門家および法律専門家。なお、これらの者が法人、組合等の団体である場合は当該団体に所属する者(対象事業年度において一度でも当該団体に所属していた者を含む。以下、本項第6)号および第7)号において同じ)を含む。
 - 6) 対象事業年度において当社グループから多額の金銭その他の財産(注5)による寄付を受けている者。なお、これらの者が法人、組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
 - 7) 当社の会計監査人(対象事業年度において一度でも当社の会計監査人であった者を含む)。なお、会計監査人が法人、組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
3. 以下の各号に掲げる者の配偶者、2親等内の親族、同居の親族または生計を共にする者ではないこと。ただし、本項の第2)号については、社外監査役の独立性を判断する場合にのみ適用する。
 - 1) 当社グループの業務執行者のうちの重要な者(注6)。
 - 2) 当社グループのいずれかの会社の業務執行をしない取締役。

- 3) 第2項第1)号ないし第4)号に掲げる者。ただし、これらの業務執行者については、そのうちの重要な者(注6)に限る。
 4) 第2項第5)号ないし第7)号に掲げる者。ただし、これらに所属する者については、そのうちの重要な者(注7)に限る。

4. 以下の各号に掲げる「役員等の相互就任」の状況のいずれにも該当していないこと。

- 1) 当社の社外役員本人または当社の社外役員候補者本人が現に当社以外の国内外の会社の業務執行者、社外取締役、監査役またはこれらに準ずる役職(注8)に就いている場合において、当社グループの業務執行者、社外取締役、監査役(当該社外役員本人または社外役員候補者本人を除く)またはこれらに準ずる役職(注8)にある者が、当該会社の取締役(社外取締役を含む)、執行役、監査役(社外監査役を含む)、執行役員またはこれらに準ずる役職(注8)に就任している状況。
 2) 当社の社外役員本人または当社の社外役員候補者本人が現に当社以外の法人(会社を除く)、その他の団体の業務執行者、役員または役員に準ずる役職(注9)に就いている場合において、当社グループの業務執行者、社外取締役、監査役(当該社外役員本人または社外役員候補者本人を除く)またはこれらに準ずる役職(注8)にある者が、当該団体の役員または役員に準ずる役職(注9)に就任している状況。
 5. 前記1.ないし4.の他、独立した社外役員としての職務を果たせないと合理的に判断される事情を有していないこと。
 6. 現在において、今後前記1.ないし5.の定めに該当する予定がないこと。

(注釈)

注1)「関係会社」とは、会社計算規則(第2条第3項第22号)に定める関係会社をいう。

注2)「業務執行者」とは、株式会社の業務執行取締役、執行役、執行役員、持分会社の業務を執行する社員(当該社員が法人である場合は、会社法第598条第1項の職務を行うべき者その他これに相当する者)、会社以外の法人・団体の業務を執行する者および会社を含む法人・団体の使用人(従業員等)をいう。

注3)「当社グループを主要な取引先としている者」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- 1: 当社グループに対して製品もしくはサービスを提供している(または提供していた)取引先グループ(直接の取引先が属する連結グループに属する会社)であって、当社の各対象事業年度における当社グループと当該取引先グループの間の当該取引に係る総取引額が1事業年度につき1,000万円以上でかつ当該事業年度内に終了する当該取引先グループの連結会計年度における連結売上高(当該取引先グループが連結決算を実施していない場合にあつては、当該取引先単体の売上高)の2%を超える者。
 2: 当社グループが負債を負っている(または負っていた)取引先グループであつて、当社の各対象事業年度末における当社グループの当該取引先グループに対する負債の総額が1,000万円以上でかつ当該事業年度内に終了する当該取引先グループの連結会計年度における連結総資産(当該取引先グループが連結決算を実施していない場合にあつては、当該取引先単体の総資産)の2%を超える者。

注4)「当社グループの主要な取引先」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- 1: 当社グループが製品もしくはサービスを提供している(または提供していた)取引先グループであつて、当社の各対象事業年度における当社グループの当該取引先グループに対する当該取引に係る総取引額が1事業年度につき1,000万円以上でかつ当社グループの当該事業年度における連結売上高の2%を超える者。
 2: 当社グループが売掛金、貸付金、その他の未収金(以下、「売掛金等」という)を有している(または有していた)取引先グループであつて、当社の各対象事業年度末における当社グループの当該取引先グループに対する売掛金等の総額が1,000万円以上でかつ当社グループの当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。
 3: 当社グループが借入れをしている(またはしていた)金融機関グループ(直接の借入先が属する連結グループに属する会社)であつて、当社の各対象事業年度末における当社グループの当該金融機関グループからの借入金の総額が当社グループの当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。

注5)「多額の金銭その他の財産」とは、その価額の総額が1事業年度につき1,000万円以上のものをいう。

注6)業務執行者のうちの「重要な者」とは、取締役(社外取締役を除く)、執行役、執行役員および部長格以上の上級管理職にある使用人をいう。

注7)第2項第5)号ないし第7)号に掲げる「当該団体に所属する者」のうちの「重要な者」とは、監査法人または会計事務所に所属する者のうち公認会計士、法律事務所に所属する者のうち弁護士(いわゆるアソシエイトを含む)、財団法人・社団法人・学校法人その他の法人(以下、「各種法人」という)に所属する者のうち評議員、理事および監事等の役員をいう。所属先が監査法人、会計事務所、法律事務所および各種法人のいずれにも該当しない場合には、当該所属先において本注釈前記に定める者と同等の重要性を持つと客観的・合理的に判断される者をいう。

注8)「業務執行者、社外取締役、監査役またはこれらに準ずる役職」とは、注2)に定める業務執行者、業務執行者以外の取締役(社外取締役を含む)、監査役(社外監査役を含む)のほか、「相談役」、「顧問」等、取締役、監査役、執行役または執行役員を退任した者で会社に対し助言を行う立場にある役職を含む。

注9)「役員または役員に準ずる役職」とは、理事、監事および評議員のほか、「相談役」、「顧問」等、理事、監事または評議員を退任した者で当該団体に対し助言を行う立場にある役職を含む。

=====

<各種届出書類・開示書類における関係性記載の省略のための軽微基準>

株式会社資生堂(以下、当社という)は、当社の定める「社外役員の独立性に関する判断基準」に付随して、下記のとおり「各種届出書類・開示書類における関係性記載の省略のための軽微基準」(以下、本基準という)を定める。本基準は、社外役員の独立性が十分に高いことが明らかであり、各種届出書類・開示書類(以下、届出書類等という)における詳細な記載を省略しても差し支えないと当社が判断する金額基準等を定めたもの

であり、届出書類等の社外役員の独立性に係る記載については、原則として本基準に該当するものを省略して記載するものとする。なお、以下において「対象事業年度」とは、当社の現事業年度および過去9事業年度をいう。

1. 主要な取引先に関する記載

各対象事業年度における次の金額が、いずれも1,000万円未満のものについては、当該事業年度におけるこれらの取引関係に関する記載を省略する。

- 1) 各対象事業年度における取引先グループから当社グループへの商品またはサービスの提供に係る取引の総取引額
- 2) 各対象事業年度末における当社グループの取引先グループに対する負債の総額
- 3) 各対象事業年度における当社グループから取引先グループへの商品またはサービスの提供に係る取引の総取引額
- 4) 各対象事業年度末における当社グループの取引先グループに対する売掛金等の総額
- 5) 各対象事業年度末における当社グループの金融機関グループからの借入金の総額

2. 当社グループから役員報酬以外の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家および法律専門家に関する記載

各対象事業年度において、当社グループが支払いまたは提供した金銭その他の財産の価額の総額が1,000万円未満のものについては、当該事業年度に係る記載を省略する。

3. 当社グループから寄付を受けている者に関する記載

各対象事業年度において、当社グループが支払いまたは提供した金銭その他の財産の価額の総額が500万円未満のものについては、当該事業年度に係る記載を省略する。

4. 配偶者以外の親族に関する記載

4親等以上離れた者(ただし、同居の親族または生計を共にする者を除く)については、記載を省略する。

5. 役員等の相互就任に関する記載

当社の社外役員がその出身会社の業務執行者、社外取締役、監査役もしくはこれらに準ずる役職者、またはその出身団体の業務執行者、役員もしくは役員に準ずる役職者に該当しなくなってから10年以上が経過しており、かつ、当該出身会社の取締役(社外取締役を含む)、執行役、監査役(社外監査役を含む)、執行役員もしくはこれらに準ずる役職、または当該出身団体の役員もしくは役員に準ずる役職を務める当社グループ出身者が当社グループの業務執行者、社外取締役、監査役またはこれらに準ずる役職者に該当しなくなってから10年以上が経過している場合については、記載を省略する。

【インセンティブ関係】

取締役へのインセンティブ付与に関する施策の実施状況

業績連動型報酬制度の導入、ストックオプション制度の導入

該当項目に関する補足説明

社内取締役の報酬は、固定部分と業績目標の達成度や株価によって連動する業績連動部分からなります。執行役員としての役位が上位の者ほど業績連動部分の比率が高くなる設計としていますが、平均では、3カ年および各年度の業績目標達成率が全て100%であった場合に報酬全体の約60%を業績連動部分が占めることとなります。

業績連動部分は、毎年の連結業績に応じて支給される「短期インセンティブとしての賞与」、3カ年計画の目標達成を基準とした「中期インセンティブとしての金銭報酬」、株主との利益意識の共有を主眼とした「長期インセンティブとしてのストックオプション」で構成されており、この3種のインセンティブにより、単年度のみならず中長期的な視野をもって業績や株価を意識した経営を動機付ける設計としています。評価指標、目標水準、支給額の水準および連動幅については、客観性を確保するため、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会にて議論され、取締役会に答申されます。

報酬の水準につきましては、同業または同規模の他企業と比較して、当社の業績に見合った水準を設定しています。

ストックオプションの付与対象者

社内取締役、その他

該当項目に関する補足説明

当社は、業務執行を担当する取締役のほか、取締役を兼務しない執行役員に対してもストックオプションを付与しており、これにより、業務執行を担当する取締役および執行役員に対し、リスクを株主と共有し、短期的視点だけでなく中長期的な視野を持ったバランスの取れた経営の動機付けを行っています。

【取締役報酬関係】

(個別の取締役報酬の)開示状況

一部のものだけ個別開示

該当項目に関する補足説明

取締役・社外取締役・監査役・社外監査役に区分した当期に係る報酬等の種類別(基本報酬・賞与・ストックオプション)の総額を開示しています。また、代表取締役および報酬等の額が1億円以上である取締役の当期に係る報酬等の種類別の額もあわせて開示しています(2009年度より)。

取締役および監査役の2014年度に係る報酬等の総額

	基本報酬	賞 与	ストックオプション	合 計
取締役(11名)	262百万円	51百万円	130百万円	443百万円
うち社外取締役(3名)	39百万円	—	—	39百万円
監査役(6名)	96百万円	—	—	96百万円
うち社外監査役(3名)	36百万円	—	—	36百万円
合 計	358百万円	51百万円	130百万円	541百万円

(注)

1. 取締役の基本報酬は、第89回定時株主総会(1989年6月29日)決議による報酬限度額月額30百万円以内です。また、監査役の基本報酬は、第105回定時株主総会(2005年6月29日)決議による報酬限度額月額10百万円以内です。
2. 上記の基本報酬には、当社の子会社の取締役を兼務している当社取締役1名に対し、当該子会社4社が当社を経由して支払った当連結会計年度に係る基本報酬32百万円が含まれています。
3. 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬(ストックオプション)は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション(新株予約権)の当連結会計年度費用計上額の合計額です。
4. 上記支給額のほか、以下の報酬等があります。
 - (1) 当社取締役3名及び監査役1名に対して、当該取締役及び監査役が取締役を兼務しない執行役員の地位にあったときに付与されたストックオプションの当期費用計上額8百万円
 - (2) 2014年6月25日開催の第114回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名に対して役員退職慰労金支給額23百万円(2004年の退職慰労金制度廃止に伴う打ち切り支給分)
5. 取締役全員及び監査役全員について上記の役員報酬((注)1.~4.に記載したものを含む。)以外の報酬の支払いはありません。

代表取締役および報酬等の総額が1億円以上である取締役の2014年度に係る報酬等の種類別の額

	基本報酬	賞 与	ストックオプション	合 計
代表取締役 魚谷雅彦	47百万円	6百万円	9百万円	63百万円
代表取締役 カーステン フィッシャー	82百万円	29百万円	65百万円	178百万円

(注)

1. 当連結会計年度において代表取締役の地位にあった役員及び連結報酬等の総額が1億円以上であった役員を記載しています。
2. 上記の基本報酬には、代表取締役カーステン フィッシャー氏に対し、同氏が取締役を兼務している当社の子会社4社が当社を経由して支払った当連結会計年度に係る基本報酬32百万円が含まれています。
3. 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬(ストックオプション)は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション(新株予約権)の当連結会計年度費用計上額の合計額です。
4. 上記2名の取締役について上記((注)1.~3.に記載したものを含む。)以外の報酬はありません。

報酬の額又はその算定方法の決定方針の有無

あり

報酬の額又はその算定方法の決定方針の開示内容

<役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針>

当社の役員報酬制度は、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会で設計されており、客観的な視点を取り入れた透明性の高い報酬制度となっています。当社の役員報酬は、業績に連動しない基本報酬と業績目標の達成度や株価によって変動する業績連動報酬で構成され、報酬額の水準については、国内外の同業または同規模の他企業と比較のうえ、当社の業績に見合った水準を設定しています。なお、業務執行から独立した立場にある社外取締役及び監査役には、業績連動報酬等の変動報酬は相応しくないため、基本報酬のみの支給としています。また、役員退職慰労金制度については、2004年6月29日開催の第104回定時株主総会の日をもって廃止しました。当社は2015年度から新たな役員報酬制度を導入しますが、新しい制度においてもこの基本原則に変更はありません。

<2015年度から2017年度までの3カ年計画に対応した新役員報酬制度>

(変更のねらいと新役員報酬制度の基本的考え方)

当社は、2015年度から新たな3カ年計画をスタートさせました。これに合わせて役員報酬制度を変更し、より各役員の成果や責任への連動性を高めた設計としました。この新しい報酬制度により、2015年度から2017年度までの3カ年計画の着実な達成への動機づけを図り、資生堂が100年先

まで輝き続ける会社となるための確かな土台を築き上げることを担保していきます。

新しい役員報酬制度では、抜本的な変革による事業基盤の再構築に際し、変革のリーダーとしての役員に求められる資質と役割を明確化した上で、求められる成果を上げた役員に相応の報酬で報いる制度設計としました。2015年度からの3カ年で取り組む事業基盤の再構築の成果が、連結業績や担当事業業績などの業績数値に反映されるまでには時間を要することを想定しています。一方で、この間当社役員は当社の長期的成長の観点から極めて重要な課題を解決し成果を上げることが求められます。このことから、業績数値への運動性が高い従来の設計のままでは、2015年度から2017年度までの変革の努力とその成果に十分に報いることができないと考え、連結業績や担当事業業績に加え、業績数値にすぐには反映されない戦略的な取り組みの成果について評価する割合を高めます。

この新役員報酬制度は、事業基盤の再構築を確実なものとするに焦点を当てた設計であることから、2018年度以降については改めて役員報酬制度を見直し、2018年度以降の経営環境や課題、経営目標に合った設計に変更します。

新役員報酬制度の基本的な考え方は、以下のとおりです。

1. 抜本的な構造改革の実現に報いることができる設計とする。
2. 新たな組織体制における各役員の役割と責任を明確にし、その役割と責任の大きさに応じた報酬体系とする。
3. 優秀な人材の流出阻止と必要に応じた外部からの獲得を可能とする報酬水準とする。

(新役員報酬制度の概要)

新役員報酬制度では、上記の基本的考え方に基づき、基本報酬・業績連動報酬ともにその水準や内容を変更します。

まず、基本報酬の水準を見直し、従来は執行役員としての役位に基づき金額を算定していたものを、各役員の役割と責任の大きさに基づき設定した「役割等級」に対応させる設計とします。さらに業績連動報酬についても、2015年度から2017年度までの事業基盤の再構築に対するインセンティブとして有効に機能する枠組みに変更します。

これらの結果、新役員報酬制度では、担当領域の規模・責任やグループ経営への影響が大きい役員ほど業績連動報酬の割合を高く設定しているという点では当社の従来の役員報酬制度の考え方を踏襲しているものの、従来に比べて基本報酬の割合が増加します。ただし、従来の制度と比較すると、年次賞与について、その支給率上限を引き下げることとしており、さらに目標達成率が100%を下回った場合における支給条件も厳格化すること、そして長期インセンティブ型報酬にこれまで導入していなかった業績条件を導入することにより、業績連動報酬に係る条件が、より厳しいものとなります。これにより、報酬制度全体として、各種目標を高い確度で達成しなければ十分な報酬を得ることができない、厳しい設計となります。

具体的な役員報酬制度については、当社の第115回定時株主総会招集ご通知(53ページ～57ページ)に記載して開示しています。

http://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2015/pdf/shm_0000.pdf

【社外取締役(社外監査役)のサポート体制】

<社外取締役>

社外取締役の業務を補助する担当窓口を設置し、業務遂行に支障のないようサポートを行っています。

<社外監査役>

監査役会および監査役の業務を補助する監査役会スタッフグループを設置して使用人を配置しています。

2. 業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項(現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要)

<経営・執行体制の状況(社外取締役の役割・機能を含む)>

(取締役会、執行役員が関連する会議)

当社の取締役会は社外取締役3名を含む取締役6名で構成され、少人数で迅速な意思決定を行う体制としています。取締役会は最低毎月1回開催し、重要事項はすべて付議されています。

また、執行役員制度を採用し、意思決定・監督を担う取締役会の機能と、業務執行を担う執行役員の機能を分離しています。さらに、業務執行を担当する執行役員による会議体で、重要案件の業務遂行を決裁する「Executive Committee」および中期計画・年度計画に関する事項を審議・決裁する「経営計画会議」を設けることで、執行役員への権限委譲を進め、責任の明確化と経営のスピードアップを図っています。Executive Committeeおよび経営計画会議の議長は、CEO(最高経営責任者)である社長が務めています。このほか、各執行役員は担当執行役員の意思決定を行う会議において、業務執行にかかる意思決定を行うほか、取締役会やExecutive Committeeへの提案事項等を審議しています。

なお、取締役及び執行役員の任期は1年としています。

経営に外部視点を取り入れ、業務執行に対する一層の監督機能の強化を図ることを目的に、2006年より独立性の高い社外取締役2名を起用しています。2011年には更に1名追加し、3名の独立性の高い社外取締役を起用しています。

これに加えて、社外取締役を除く3名の取締役のうち1名(執行役員社長)は当社以外でのキャリアを持つ人材であるなど、取締役のダイバーシティを確保しています。併せて、執行役員についても、多様な人材を社内外から登用するほか、若手の起用を進めており、執行能力の向上を図っています。

(取締役会諮問委員会)

このほか、経営の透明性・客観性を高める観点から、取締役会の諮問機関として、役員の報酬制度などの答申案を策定する「役員報酬諮問委員会」と取締役・執行役員候補の選抜などの答申案の策定を行う「役員指名諮問委員会」を設置しています。いずれの委員会も社外取締役を委員長とし、客観性を確保しています。

「役員報酬諮問委員会」では、当社が2015年度から2017年度の間に取り組む抜本的な構造改革の実現に報いることができる設計を採用した新たな役員報酬制度の答申案を作成し、取締役会の承認を得て報酬制度の改定を行いました。

「役員指名諮問委員会」では、新任執行役員候補の選抜のほか、トップマネジメント力の強化を狙い、執行役員の在任期間の上限設定や昇降格・退任のルールなどを構築し、透明性の高い厳正な運用を行っています。なお、執行役員の在任期間の上限は、同一役位で原則4年、最大6年としています。

<取締役および監査役等のダイバーシティ>

当社の取締役会は、業務執行の監督と重要な意思決定を行うために、多様な視点、多様な経験、多様かつ高度なスキルを持った取締役で構成されることが必要であると考えています。また、監査役についても、取締役会に出席し、必要に応じて意見を述べる義務があることから、取締役と同様多様性と高いスキルが必要であると考えます。

社外役員については、取締役会による監督と監査役による監査という二重のチェック機能を果たすため、法定の社外監査役だけでなく、取締役会での議決権を持つ社外取締役が必要であり、ともに高い独立性を有することが重要であると考えます。

取締役会における重要な意思決定に際しては、取締役及び監査役のダイバーシティ(多様性)が担保されていることが重要であり、その中でも化粧品メーカーとして女性の価値観及び発想が特に重要であることから、女性の取締役及び監査役の選任が必要であると考えています。

2015年6月末日現在、取締役会での議決権を持つ取締役6名は、資生堂グループ以外で経営者としての幅広いキャリアを積み上げてきた執行役員社長を筆頭に、資生堂グループにおいてキャリアを有する者2名、高い独立性を有する社外者3名で構成されています。また監査役5名は、資生堂グループでキャリアを有する常勤者2名と高い独立性を有する非常勤の社外者3名で構成されています。取締役・監査役計11名は、男性8名(取締役5名、監査役3名)、女性3名(取締役1名、監査役2名)で構成されています。

これらのメンバーがそれぞれの知識・経験・能力を活かして議論を行い、法令上及び経営上の意思決定と業務執行の監督を行っています。

- ・取締役(6名):男性5名、女性1名(2015年6月末日現在)
- ・監査役(5名):男性3名、女性2名(2015年6月末日現在)
- ・執行役員(取締役を兼務していない者)(17名):男性14名、女性3名(2015年6月末日現在)
- ・役員報酬諮問委員会 委員長および委員(5名):男性4名、女性1名(2015年6月末日現在)
- ・役員指名諮問委員会 委員長および委員(5名):男性4名、女性1名(2015年6月末日現在)
- ・CSR委員会 委員長および委員(9名):男性8名、女性1名(2015年6月末日現在)

< 監査の状況 >

(監査役の構成)

監査役(5名):常勤監査役2名と独立性の高い社外監査役3名で構成されています。

(内部監査)

当社では社長直轄の監査部が、グループ全体を対象に、業務執行の適正性を監査するとともに、内部統制の有効性を評価し、その結果を取締役会および監査役会に報告しています。

このほか、安全、環境、情報システムなどの専門領域は、それぞれの担当部門が中心となり監査を実施しています。

(監査役監査、監査役の機能強化に関する取組状況)

当社は、常勤監査役2名と、独立役員である非常勤の社外監査役3名で監査役会を構成しています。監査役は、取締役会その他重要な会議への出席などを通じ、取締役の業務執行の適法性・妥当性について監査しています。また、社外監査役は、それぞれの分野での豊富な経験と識見を活かし、独立的な視点で必要な助言・提言・意見を述べています。

代表取締役と監査役は、定期的な意見交換会を開催し、コーポレート・ガバナンスについての課題解決に向けた活動へと結び付けています。

また、監査役専従スタッフを配置するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備しています。

(会計士監査)

当社は、会社法に基づく会計監査人および金融商品取引法に基づく会計監査人である あずさ監査法人により会計士監査を受けています。

業務を執行した公認会計士の氏名および所属する監査法人名等は以下のとおりです。

所属する監査法人名	業務を執行した公認会計士の氏名等	継続監査年数
有限責任あずさ監査法人	指定有限責任社員 業務執行社員 目加田 雅洋	4年
同上	指定有限責任社員 業務執行社員 藤井 亮司	2年
同上	指定有限責任社員 業務執行社員 川上 尚志	5年

また、監査業務に係る補助者は、公認会計士・会計士補等で構成されています。

(内部監査、監査役監査および会計士監査の相互連携)

当社は、いわゆる三様監査(内部監査、監査役監査および会計士監査)の有効性と効率性の向上を図るため、それぞれの間で定期的な連絡会を開催して監査計画・結果の報告、意見交換などの相互連携の強化に努めています。

< 当社独自の制度・仕組み(CSR委員会) >

取締役会直轄の委員会として、「CSR委員会」を設置しています。執行役員社長を委員長とし、社内から横断的に委員を選定して運営し、活動計画や活動結果を取締役会に提案・報告しています。

「CSR委員会」では、企業が社会的責任を果たしていくことが持続的発展のために必要不可欠であるとの考えのもと、企業価値向上をめざし、全社的な観点から包括的なモニタリングを行っています。また、グループ全体の適法かつ公正な企業活動を推進するとともに、企業倫理の周知徹底、総合リスク対策、情報セキュリティなどの活動を推進し、企業品質向上に向けた活動を統括しています。

3. 現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

当社は、業務執行に対する「取締役会による監督」と「監査役会による適法性・妥当性監査」の二重のチェック機能をもつ監査役設置会社の体制を選択しています。さらに、グローバル企業として、高いレベルでステークホルダーの信頼に応えうるコーポレート・ガバナンスの確立と競争に打ち勝つトップマネジメント力の強化が不可欠と考え、「経営の透明性・公正性・迅速性」の向上を図るため、以下の4つの観点でコーポレート・ガバナンス改革に取り組んでいます。

- ・責任体制の明確化(執行役員制度の導入など)
- ・経営の透明性・健全性の強化(役員指名諮問委員会・役員報酬諮問委員会の設置)
- ・監督・監査機能の強化(社外取締役招聘、独立性の高い社外取締役・社外監査役の設置)
- ・意思決定機能の強化(Executive Committeeおよび経営計画会議の設置など)

これらの機能強化のため、監査役設置会社の体制を基に委員会設置会社の優れた機能を統合した体制としています。

Ⅲ株主その他の利害関係者に関する施策の実施状況

1. 株主総会の活性化及び議決権行使の円滑化に向けての取組み状況

	補足説明
株主総会招集通知の早期発送	株主総会開催の約3週間前の早期発送を心がけています。2015年の第115回定時株主総会においては、総会前日から25日前である5月29日(金)に発送しました。また、招集通知の発送に先駆け、当社ウェブサイトにおいて招集通知を早期掲載しました(和文:5月19日(火)、英訳:5月26日(火))。
集中日を回避した株主総会の設定	2015年第115回定時株主総会においては、集中日より3日早い6月23日(火)に開催しました。
電磁的方法による議決権の行使	当社は2003年第103回定時株主総会より電磁的方法による議決権行使を採用しています。
議決権電子行使プラットフォームへの参加その他機関投資家の議決権行使環境向上に向けた取組み	当社は2006年106回定時株主総会より、株式会社ICJが運営する「議決権行使プラットフォーム」にも参加しています。
招集通知(要約)の英文での提供	招集通知は、英訳版を作成し、可能な範囲で外国人株主のみなさまに発送するとともに、東京証券取引所および当社のウェブサイトに掲載しています。
その他	<p>当社は、2008年6月より、議決権行使結果の開示を行ってきました。2010年度からは東京証券取引所での適時開示、当社ウェブサイトでの開示、臨時報告書での開示を行っています。</p> <p>また、2015年の第115回定時株主総会より、総会当日に来場株主のみなさまにご覧いただいた事業報告(動画および議長のプレゼンテーション)の動画(和英)を当社ウェブサイトに掲載しています。</p> <p>http://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/</p> <p>当社の株主総会では、環境に配慮した運営を行っています。2015年第115回定時株主総会では、昨年に引き続き、受付時に株主さまにお渡しのご出席票に使用済PETボトルを再利用した材料を使用するなど、CO₂(二酸化炭素)等の温室効果ガスの排出量削減に努めたほか、招集通知にFSC認証紙や大豆油インキを使用し、環境に配慮しました。また、株主総会の運営で排出されるCO₂については、他の場所で実現した温室効果ガスの排出削減・吸収量等を購入することで埋め合わせを行う「カーボン・オフセット」を実施しました。</p>

2. IRIに関する活動状況

	補足説明	代表者自身による説明の有無
ディスクロージャーポリシーの作成・公表	<p>当社では、「情報開示の基本方針」「情報開示の基準」「情報開示の方法」「沈黙期間の設定」および「将来の見通しについての留意事項」からなるディスクロージャー・ポリシーを2006年に策定し、当社ウェブサイトにて公表しています。</p> <p>http://www.shiseidogroup.jp/ir/disclosure/policy/</p>	
個人投資家向けに定期的説明会を開催	<p>当社では、社長または執行役員による説明会を開催しており、その模様を当社ウェブサイトにて配信しています。</p> <p>また、2011年度より、当社の株主さまコミュニケーションについて株主さまから直接ご意見を伺う場として「株主さまミーティング」を定期的に開催しています(第一回:2012年2月9日(木) 大阪、第二回:2012年9月7日(金) 名古屋、第三回:2013年2月8日(金) 福岡、第四回:2013年9月6日(金) 神戸、第五回:2014年2月6日(木) さいたま、第六回:2014年9月12日(金) 名古屋、第七回:2015年2月20日(金) 札幌)。</p>	あり

アナリスト・機関投資家向けに定期的説明会を開催	本決算および第2四半期決算発表時の年2回開催しています。	あり
海外投資家向けに定期的説明会を開催	欧米およびアジアにおいて、主に個別訪問形式にて開催しています。	あり
IR資料のホームページ掲載	<p>法定および任意の開示資料：株主総会招集通知、有価証券報告書（四半期報告書）、適時開示資料、決算説明会資料、決算短信（四半期財務・業績の概況）、アニュアルレポート、事業報告書等を掲載しています。</p> <p>http://www.shiseidogroup.jp/ir/library/</p> <p>また、本決算および第2四半期決算発表時に開催するアナリスト・機関投資家向け説明会におけるプレゼンテーションおよび質疑応答の動画（和英）も掲載しています。</p> <p>http://www.shiseidogroup.jp/ir/library/acc/</p>	
IRIに関する部署（担当者）の設置	<p>IR担当部署 IR部</p> <p>IR担当役員等 執行役員 最高財務責任者 直川 紀夫 コーポレートコミュニケーション本部長 永井 美保子</p> <p>IR事務連絡責任者 IR部長 白岩 哲明</p>	
その他	年に2回の決算説明会の他に、逐次、国内外の機関投資家向けに合同説明会や個別訪問を実施しています。	

3. ステークホルダーの立場の尊重に係る取組み状況

	補足説明
社内規程等によりステークホルダーの立場の尊重について規定	<p>資生堂グループ企業理念である「Our Mission, Values and Way」の実現に向けて、資生堂グループの根幹をなす存在意義であるOur Missionと、これを実現するために共有すべき心構え（Our Values）およびとるべき行動（Our Way）、そして「資生堂グループ倫理行動基準」を定めています。</p> <p>「Our Way」では、「お客さま」「取引先」「株主」「社員」「社会・地球」というステークホルダーに対してどのような企業行動を取っていくのかを定め、国ならびに地域の法令や社内規則の遵守はもちろんのこと、より高い倫理観をもって業務に取り組むための行動基準を定めています。</p>
環境保全活動、CSR活動等の実施	<p>資生堂グループのCSR活動は、資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」のもと、ステークホルダーに対して社員一人ひとりがとるべき行動基準を示した「Our Way」の実践として推進しています。</p> <p>環境保全活動を含むCSR活動等の実施状況等、企業の社会的責任についてのステークホルダーへのご報告等を、アニュアルレポート（冊子およびWEB版）およびCSRレポート（WEB版のみ）にて情報発信しています。</p> <p>また、資生堂グループ企業情報サイト（http://www.shiseidogroup.jp/csr/）では、資生堂のCSR・環境に関するページを、以下の方針で編集しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■各活動の取り組みを、ISO26000（社会的責任に関する手引き）の7つの中核主題に準じてご紹介しています。 ■各ページの報告内容を簡潔にし、読みやすくしました。 ■グループの報告を充実させるために、海外での取り組みにも焦点を当てました。 ■CSR・環境および人事関連の実績報告を一覧で開示しています。 ■掲載している情報の対象期間は、2014年度（2014年4月1日から2015年3月31日）を中心としています。一部当該期間以前もしくは以後直近の内容も含まれています。

	<p>■国連グローバル・コンパクト、GRI (Global Reporting Initiative) のサステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版(G4)、ISO26000(社会的責任に関する手引き)を参考にしています。</p> <p>■対象範囲は、株式会社資生堂と資生堂グループ各社(連結子会社)92社、2015年3月31日現在としています。上記対象範囲と異なるデータにつきましては、注釈を明記しています。</p>
<p>その他</p>	<p><社員のダイバーシティ> 資生堂グループでは、さまざまな国や地域で、国籍や性別、年齢、雇用形態の違い、障がいの有無など、多様な属性、価値観、発想を持った社員が働いており、グローバルレベルでダイバーシティを推進しています。また、資生堂グループのお客さまの9割は女性であることから、女性の価値観や生活の現状を理解した上で新たな商品やサービスを提供することが重要と考え、社員の約8割を占める女性社員が経営や事業活動において中核的役割を果たせるようにさまざまな支援策を導入しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全世界の資生堂グループの女性社員比率: 84.3%(2015年3月期末現在) ・全世界の資生堂グループの女性リーダー比率(※): 50.3%(2015年3月期末現在) ・日本国内の資生堂グループの女性社員比率: 83.7%(2015年3月末日現在) ・日本国内の資生堂グループの女性リーダー比率(※): 27.5%(2015年3月末日現在) <p>※女性リーダー比率とは、「部下を持つ管理職全体に占める女性の比率」を指します。</p> <p>なお、当社は、政府が掲げた目標(2020年)を前倒しし、2016年度中に資生堂グループにおける国内の女性リーダー比率30%をめざすことを宣言しています。 2015年4月1日現在の国内の女性リーダー比率は27.2%ですが、数値目標の達成を目的化するのではなく、能力のある人材をリーダーに任用することを前提に、男女の隔たりなく人材を育成することが肝要と考え、引き続き女性リーダーが恒常的に生まれる社内風土の醸成をめざします。</p> <p>当社の男女共同参画に関する具体的な取り組みや、その実現に向けた育児や介護との両立支援制度等については、資生堂グループ企業情報サイトに掲載しています。 http://www.shiseidogroup.jp/csr/labor/diversity.html http://www.shiseidogroup.jp/csr/labor/working.html</p>

IV 内部統制システム等に関する事項

1. 内部統制システムに関する基本的な考え方やその整備状況

当社の「内部統制システムの基本方針」は以下のとおりです。

<当社およびグループ各社の取締役および使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制、グループ全体における業務の適正性を確保するための体制>

当社およびグループ全体に影響を及ぼす重要事項については、取締役会において決定する。

代表取締役は、定期的に職務の執行状況を取締役会に報告する。取締役の業務の執行に関する監督機能の維持・強化のため、社外取締役を選任する。監査役は、取締役の職務の執行について適法性・妥当性監査を実施する。取締役および使用人は、監査役からの求めに応じ、職務の執行状況を監査役に報告する。

資生堂グループ共通の企業使命・事業領域であり、普遍の存在意義として定めた「Our Mission」を実現するために、資生堂グループで働く一人ひとりが共有すべき心構え「Our Values」と、より高い倫理基準をもって業務に取り組むための行動基準「Our Way」「資生堂グループ倫理行動基準」を制定し、適法かつ公正な企業活動の推進に努める。(*)

また、「Our Way」「資生堂グループ倫理行動基準」に基づきグループ全体で遵守する基本ポリシー・ルールを制定し、「Our Mission」「Our Values」「Our Way」「資生堂グループ倫理行動基準」と併せて、グループ各社・各事業所への浸透を図り、もって、グループ各社・各事業所が、詳細な諸規程を制定するための環境を整備する。

取締役会直轄の「CSR委員会」を設置し、「グループ全体の適法かつ公正な企業活動の推進」や「リスク対策」など、企業品質向上に向けた活動を統括し、活動計画や活動結果を取締役に提案・報告する。

グループ全体の適法かつ公正な企業活動を推進する企業倫理推進担当をグループ各社・各事業所に配置し、定期的に企業倫理に関する研修を実施する。企業倫理推進担当は、各職場における企業倫理活動の計画を立案し、その推進状況および結果をCSR委員会に報告する。

グループ内における法令・定款・諸規程に違反する行為を発見して是正することを目的に、CSR委員会委員長や社内カウンセラー、社外法律事務所等を通報・相談先とする複数の内部通報窓口をCSR委員会内に設置する。

内部監査に係る諸規程に従い、グループ全体の内部監査を実施し、業務の適正性を監査する。

内部監査の結果は、取締役および監査役に報告する。

<当社およびグループ各社の取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制>

迅速で効率性の高い企業経営を実現するために執行役員制度を導入し、意思決定、監督機能を担う取締役と業務執行機能を担う執行役員の役割を分離する。

代表取締役は、目標達成に向けたグループ全体の職務の執行を統括し、監督する。執行役員は、グループ各社を含む担当領域の具体的な目標を決定するとともに効率的な業務遂行体制を構築する。

なお、重要な業務遂行については、多面的な検討を行うために執行役員をメンバーとする経営会議において審議する。

取締役会および経営会議において目標に対する進捗状況を確認し、必要な改善策を実施する。

< 当社の取締役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制、グループ各社の取締役および使用人の職務の執行に係る事項の当社への報告に関する体制 >

取締役会議事録、経営会議議事録など重要な書類については、法令・諸規程に基づき文書管理を行い、取締役、監査役からこれら重要な書類の閲覧の要求があった場合には、直ちに提出する。

このほか、取締役および使用人の職務の執行に係る情報については、情報資産の保護や情報開示に関する諸規程を策定し、これに基づき管理する。

グループ各社の取締役および使用人の職務の執行に係る重要事項について、当社への報告等を定める諸規程に基づき、グループ各社から適時に報告を受ける。

< 当社およびグループ各社の損失の危険の管理に関する規程その他の体制 >

取締役会直轄の「CSR委員会」を設置し、企業活動に関するリスクをグループ横断で統括する。「CSR委員会」は、経営戦略上のリスクや業務運営上のリスクを把握・評価し、必要な予防策を講じ、また、緊急事態を想定した対応マニュアルを策定する。

緊急事態が発生した場合には、その大きさに応じて「対策本部」、「対策プロジェクト」、「対策チーム」などのレベル別の組織を編成して対応を実施する。

< 監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する体制、当該使用人の取締役からの独立性に関する事項および監査役の当該使用人に対する指示の実効性の確保に関する事項 >

監査役会および監査役の職務を補助する監査役会スタッフグループを設置して使用人を配置する。

監査役会スタッフグループの使用人については、当該使用人の取締役からの独立性と監査役の指示の実効性を確保するため、当該使用人の任命・異動・評価等、人事に関する事項の決定には、監査役の同意を必要とする。

< 取締役および使用人が監査役に報告するための体制その他監査役への報告に関する体制、監査役に報告をした者が当該報告をしたことを理由として不利な取扱いを受けないことを確保するための体制 >

取締役および使用人は、取締役会その他重要な会議への監査役の出席を通じて職務の執行状況を報告するほか、内部監査部門の監査結果を監査役に報告する。このほか、監査役からの求めに応じ、業務および財産の状況を報告する。

また、グループ各社を含め取締役および使用人から監査役へ直接通報するルートを構築し、社内へその周知を図る。

当社およびグループ各社は、監査役へ報告・通報したことを理由として、当該取締役および使用人に対して解任、解雇その他いかなる不利な取扱いも行わないための諸規程を整備、周知する。

< 監査役の職務の執行について生ずる費用の前払いまたは償還の手続その他の当該職務の執行について生ずる費用または債務の処理に係る方針に関する事項 >

監査役会および監査役の職務の執行上必要と認める費用について、あらかじめ予算を計上する。ただし、緊急または臨時に支出した費用については、事後に償還に応じる。

< その他監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制 >

代表取締役と監査役の間で定期的な意見交換会を開催する。また、監査役からの求めに応じ、監査役と会計監査人および内部監査部門との間で連絡会を開催するほか、各種会議への監査役の出席を確保するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備する。

2. 反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方及びその整備状況

当社では、「市民社会の秩序や安全に脅威を与えるなどの、違法行為を行う個人および団体とは関係をもたないこと。このような個人および団体からの金品や役務の求めには一切応じないこと」を「倫理行動基準」において宣言しています。CSR部に統括機能を設置し、情報の集約化を図るとともに、イントラネット上での対応マニュアルの整備等を行っています。地元警察署との連携を図り、また「特殊暴力防止対策協議会」に加盟するなど、外部情報の収集や外部団体との連携を強化しています。

Vその他

1. 買収防衛策の導入の有無

買収防衛策の導入の有無

なし

該当項目に関する補足説明

第106回定時株主総会にて、「当社株式の大量取得行為に対する対応策」(買収防衛策)が決議され、その有効期間は2008年6月25日開催の第108回定時株主総会の終結の時までとなっていました。

当社は、2008年度からの3か年計画を着実に実行していくことが、グローバル市場における競争力と持続的成長性を高め、企業価値の最大化、ひいては株主共同の利益の確保・向上に繋がるものと考え、2008年4月30日開催の取締役会において、第108回定時株主総会の終結のときをもって、本買収防衛策を継続しないことを決議しました。

第108回定時株主総会においては、本買収防衛策の根拠規定となっていた定款条文の削除が決議されました。

2. その他コーポレート・ガバナンス体制等に関する事項

当社の会社情報の適時開示に係る社内体制の状況は、以下のとおりです。

当社は、「多くの人々との出会いを通じて、新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造する」という、資生堂グループの根幹をなす存在意義(Our Mission)を実現するために、資生堂グループで働く一人ひとりが共有すべき心構えである「Our Values」(*1)と、「お客さま」「取引先」「社員」「株主」「社会・地球」といった各ステークホルダーに対する行動規範である「Our Way」および「資生堂グループ倫理行動基準」(*2)を定めています。

「Our Way」の中では、「株主とともに」として「私たちは、有形・無形資産、資金などの資産を最大限にいかし、持続的な企業価値の向上に努めます。」「私たちは、企業統治と内部統制に関するルールを遵守し、適正な会計処理を行います。」「私たちは、株主や投資家との対話を大切にし、信頼を得られるように努めます。」と宣言し、これを株主や投資者の皆様からの信頼を得るための企業行動の基本としています。

また、投資者等への経営情報の開示方針として、「資生堂 ディスクロージャー・ポリシー」を定めています(*3)。

このように、投資者の投資判断に重要な影響を与える事実や決算に関する情報の適時適切な開示について、資生堂グループのすべての者が真摯な姿勢で取り組んでいます。

具体的には、投資者の判断に影響を与える重要な事実に関して、決定事実・決算に関する情報、発生事実、それぞれにおいて次のような体制をとっています。

1. 決定事実・決算に関する情報

資生堂グループの各事業所・各部門において、重要事実とはどのような事実が該当するのかを把握・認識するために、法令や上場規則を反映した社内ルールの中で重要事実を一覧表としてまとめ、案件ごとに判断しています。

さらに、これらの案件を取締役会等へ提案するにあたっては、東京証券取引所の担当部署であるIR部において適時開示ルールに則った重要事実であるか否かを確認し、経営企画部において重要事実の管理を行っています。

このような重要事実の明確化のしくみに加えて、適時適切な開示のしくみとして、定例的に開催される「ディスクロージャー会議」と、重要事実の内容によって機動的に編成される「検討チーム」があります。ここでは、開示内容の検討だけでなく、開示資料の作成と確認も行っています。

これらのしくみを踏まえて、取締役会において案件の決定並びに情報開示の対応の決定をしており、決定後、ただちに東京証券取引所を通じて適切に開示しています。

2. 発生事実

突発的事象に対しては、「CSR委員会」が関連部門を招集し緊急対応を行うとともに、迅速な開示対応を図るしくみを構築しています。

具体的には、社内ルールとして策定した緊急時対応マニュアルに沿って、「緊急打合せ会」や「臨時委員会」を開催します。ここで、リスクのレベルを判断し、レベルに応じて対応組織を編成します。重要事実には該当するレベルのものについては、緊急時対策本部を設置し、速やかかつ適切な開示への対応を図っています。

また、各事業所・各部門の業務執行に関しては、監査部が厳正な内部監査を実施しており、企業経営の公正性、透明性の確保・向上に努めています。

(*1)

Our Values

伝統は、優位を築く基となり

多様性は、人材と組織を強め

そして革新こそが成長を生み出します

(*2)

Our Way および資生堂グループ倫理行動基準

資生堂グループ全社員は、持続的発展をめざして行動します。

【お客さまとともに】

1. 私たちは、常にお客さまの視点に立ち、真に満足していただける安全で優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に努めます。
 - (1)私たちは、品質と安全性をなにもものにも優先し、お客さまに安心していただけるように努めます。
また、法令はもとより独自の厳しい基準を遵守し、安全性評価システムを実行していきます。
 - (2)私たちは、お客さまにとって必要な情報を適切に提供します。また、お客さまが商品とサービスを選択する際に必要な情報を正確にわかりやすく表示し、ていねいに説明します。
 - (3)私たちは、お客さまに支持され、商品やサービスの選択に役立つ、公正で創造的な美しい宣伝を制作します。
2. 私たちは、お客さまと接するあらゆる機会に、お客さまの満足と信頼を高められるように誠実に行動します。
 - (1)私たちは、お客さまに対し、常に感謝の気持ちとおもてなしの心をもって接します。
 - (2)私たちは、お客さまから苦情が寄せられた場合は、誠実かつ迅速に対応します。
 - (3)私たちは、お客さまの声を真摯に受けとめ、商品やサービスの改良・改善および開発にいかします。
3. 私たちは、資生堂グループのすべてのブランド価値を高めることに努めます。
 - (1)私たちは、美しさと健やかさの実現を、お客さまとともに考えることで信頼とブランド価値を高めます。そして、店頭をはじめとするお客さまとのすべての接点においても、ブランド価値を高めるように努めます。
 - (2)私たちは、ブランド価値を高める知的財産を侵害されないよう管理します。また、他者の知的財産を尊重します。

【取引先とともに】

1. 私たちは、取引先を適切に選び、公正・透明・自由な競争、ならびに適正な取引を行います。
 - (1)私たちは、販売先、購買先、業務委託先などの取引先を、品質や価格などの視点だけではなく、人権尊重・法令遵守や環境保全および社会的課題などへの取り組み状況によって選びます。
 - (2)私たちは、不当な価格協定・談合・ダンピングなど、自由な競争を妨げる行為を行いません。
2. 私たちは、公正さを疑われるような贈答や接待をしたり、受けたりしません。
 - (1)私たちは、取引先と仕事に関して、金銭・贈答品の授受はしません。例外として、儀礼的もしくは季節的な習慣がある場合には、社会的に許される範囲でのみ行います。
 - (2)私たちは、取引先と仕事に関して、飲食やその他の接待についても、社会的に許される範囲でのみ行います。
3. 私たちは、こころざしを同じくするすべての取引先を尊重し、お互いの持続的な発展に努めます。
 - (1)私たちは、取引先と対等な関係を保ち、高圧的な態度はとりません。
 - (2)私たちは、取引先と人権尊重・法令遵守・環境保全など社会的責任の遂行にかかわる姿勢を共有し、取引先にその自発的な取り組みを促します。
 - (3)私たちは、取引先と協力し、資生堂グループが有するブランド価値を高めることに努めます。

【社員とともに】

1. 私たちは、職場におけるすべての人たちの人格、個性、およびその多様性を尊重し、ともに育ち、育てあうように努めます。
 - (1)私たちは、人種、皮膚の色、性別、年齢、言語、財産、国籍または出身国、宗教、民族または社会的出身、政治的見解またはその他の見解、障がい、健康状態、性的指向などによるあらゆる差別や虐待、セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントなどのモラルハラスメントは絶対に行わず、決して許しません。
 - (2)私たちは、ともに働く人と力を合わせ、仕事に対して最大限に能力を発揮します。
 - (3)私たちは、ともに働く人との対話に努め、自分自身と職場の人たちの成長を心がけて行動します。
 - (4)私たちは、公正な人事評価に取り組みます。
2. 私たちは、誠実に仕事へ取り組むとともに、公私のけじめを守ります。
 - (1)私たちは、機密情報や個人情報の漏えい、紛失などが生じないように適正に管理し、不適正な利用はしません。
 - (2)私たちは、資生堂グループの商品・サービスと競合する事業に従事するなど、資生堂グループの事業に悪影響をおよぼす活動はしません。
 - (3)私たちは、職務や職位を利用して、私的な接待や物品を求めたり個人の活動への協力を求めること、第三者に対して便宜を図ることはしません。
3. 私たちは、健康的で安全な職場環境と、社員のゆとりと豊かさの充実に努めます。
 - (1)私たちは、安全、清潔で健康的な職場環境づくりに努めます。
 - (2)私たちは、心身の健康の維持と管理およびワークライフバランスの実現に努めます。

【株主とともに】

1. 私たちは、有形・無形資産、資金などの資産を最大限にいかし、持続的な企業価値の向上に努めます。
 - (1)私たちは、資産を適切に管理し、事業や社会貢献のために適正に使用します。
 - (2)私たちは、出資・投資・融資は、慎重に検討し、適正な手続きを経て行います。
 - (3)私たちは、企業危機を包括的に把握し、未然防止を図るとともに、万一発生時には損害を最小限に抑えるために速やかに対応し、再発防止に努めます。
2. 私たちは、企業統治と内部統制に関するルールを遵守し、適正な会計処理を行います。
 - (1)私たちは、正確な財務・税務会計を行い、信頼性を確保します。
 - (2)私たちは、社内外の監査機能を強化し、健全な企業経営を行います。
 - (3)私たちは、株価に影響する情報を適切に管理し、インサイダー取引のような不正な取引には決して関与しません。
3. 私たちは、株主や投資家との対話を大切にし、信頼を得られるように努めます。

- (1)私たちは、すべての株主や投資家と公平に接し、正確な経営情報を積極的かつ速やかに開示するとともに、株主や投資家の意見を企業経営にいかし、良好な信頼関係を築きます。
- (2)私たちは、会社の最高意思決定機関である株主総会を適正に運営し、説明責任を果たします。

【社会・地球とともに】

1. 私たちは、すべての国や地域それぞれの法令を遵守し、人権尊重はもとより高い倫理観を持って行動します。
 - (1)私たちは、すべての国や地域それぞれの法令を遵守し、歴史・文化・慣習などを尊重します。
 - (2)私たちは、国際条約などの国際法を尊重し、人権侵害につながる児童労働、強制労働などは絶対に行いません。
 - (3)私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与えるなどの、違法行為を行う個人および団体とは関係を持ちません。また、このような個人および団体からの金品や役務の求めには一切応じません。
 - (4)私たちは、政治や行政などと、公正で透明度の高い関係を維持します。
2. 私たちは、独自の厳しい基準に沿った環境対応を推進し、生物多様性に配慮しながら、人も地球も美しく共生する持続可能な社会をめざします。
 - (1)私たちは、CO₂をはじめとする温室効果ガス(GHG)排出量削減などにより、気候変動の緩和に努めます。また、化学物質を適切に管理し、大気・水質・土壌汚染を防ぎます。
 - (2)私たちは、3R(リデュース、リユース、リサイクル)の考え方にに基づき、事業活動のプロセスやお客さまの手もとにおいて、廃棄物ができるかぎり少なくなるように努めます。
 - (3)私たちは、美しさの実現と環境への配慮が共存した新しい商品やサービスの開発に取り組みます。
 - (4)私たちは、環境対応と事業活動を両立させるための新技術開発に積極的に取り組みます。
3. 私たちは、広く社会と双方向のコミュニケーションを充実させ、協働して社会的課題解決に努めます。
 - (1)私たちは、広く社会との対話に努め、化粧の力などで人々を元気づけ健やかにする活動、女性支援活動、文化活動、環境活動などに取り組み、グローバル社会からの期待に応えます。
 - (2)私たちは、事業所が所在する地域社会との交流を深め、地域に貢献する活動を通じて、企業市民としての責任を果たします。

 (*3)

資生堂 ディスクロージャー・ポリシー

1. 情報開示の基本方針

資生堂は、投資者への適時適切な会社情報の開示が健全な証券市場の根幹をなすものであることを十分に認識するとともに、常に投資者の視点に立った迅速、正確かつ公平な会社情報の開示を適切に行えるよう社内体制の充実に努めるなど、投資者への会社情報の適時適切な提供について真摯な姿勢で臨みます。このように適時適切な情報開示を通じて、資本市場との良好な信頼関係を構築するとともに、市場の評価の経営へのフィードバックにも努めることで、株主価値の増大を図っていきます。

2. 情報開示の基準

(1) 重要情報の適時開示

証券取引法等の関係法令および当社が株式上場している東京証券取引所の定める適時開示規則に則って、情報開示を行います。

(2) 任意開示

上記の適時開示規則に該当しない情報についても、投資判断に資する有用な情報と判断する内容に関しては、適時性と公平性を鑑みながら積極的に開示を行います。

3. 情報開示の方法

適時開示規則が定める重要情報、および同規則に該当しない有用な任意情報の開示は、東京証券取引所が提供する適時開示情報伝達システム「TDnet」を通じて行います。同時に、当社ホームページにも当該情報を掲載します。

4. 沈黙期間

当社では決算情報に関して、公表前の漏洩を防ぎ公平性を確保する観点から沈黙期間を設けています。具体的には、本決算、第2四半期決算に関しては決算日(※)翌日から決算発表日までの数週間、第1、第3四半期決算に関しては発表日までの2週間を沈黙期間としています。沈黙期間中は、決算に関する質問への回答やコメントを一切控えることとしています。

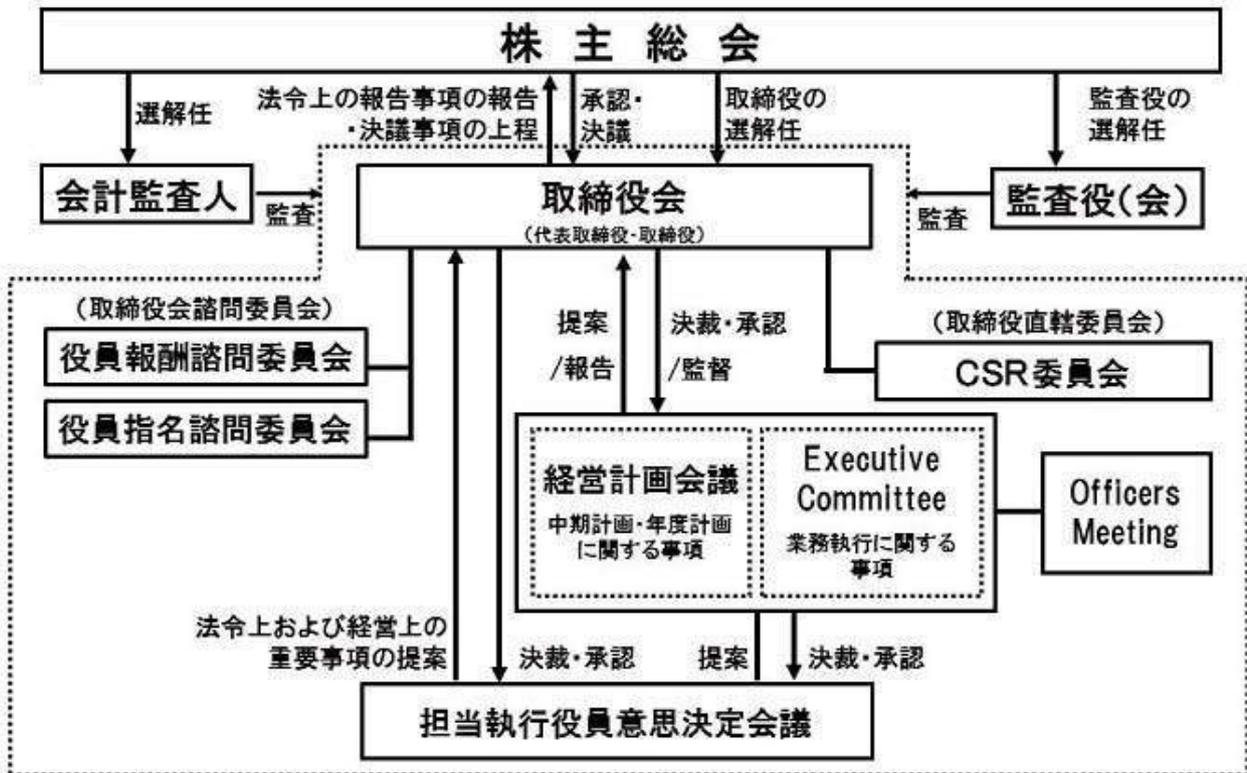
(※)2015年度は決算期の変更により、変則決算期間(国内法人:4月1日～12月31日、海外法人:1月1日～12月31日)とし、本決算日は12月31日となります。

5. 将来の見通しについて

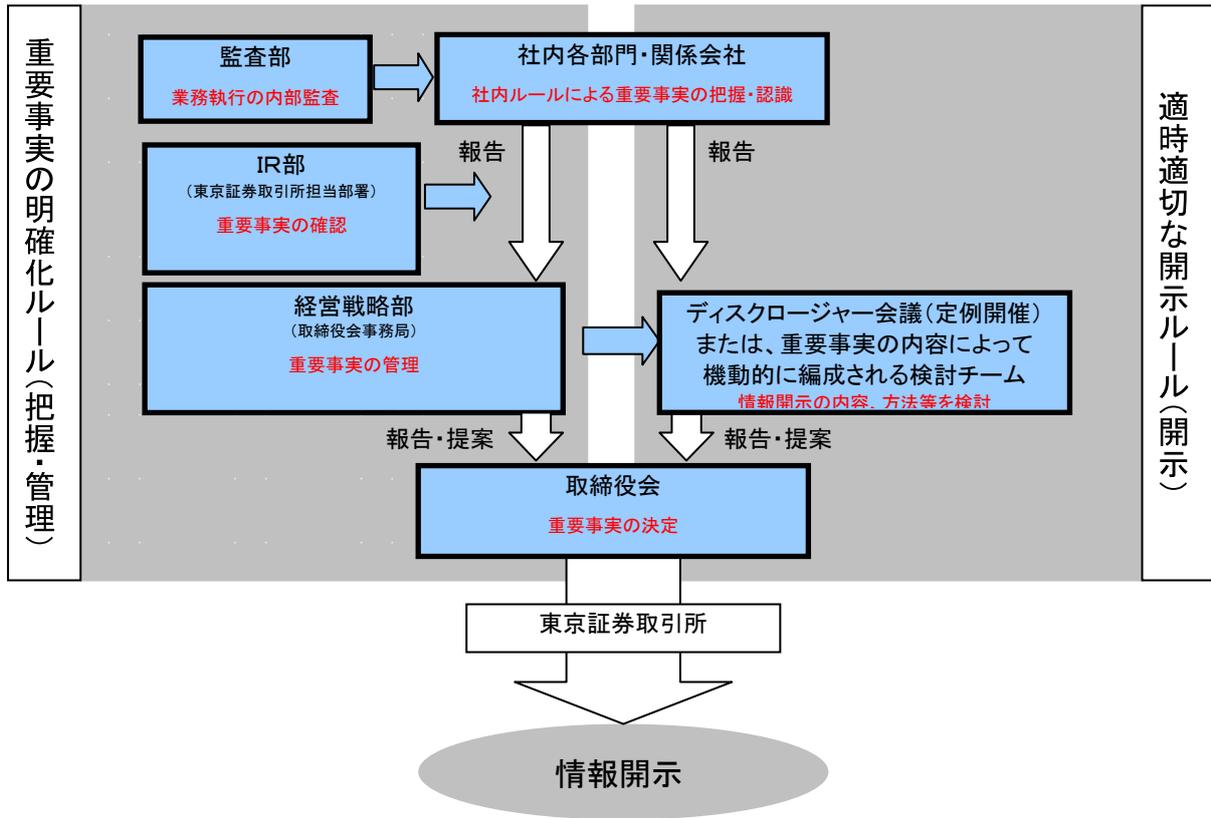
当社が開示する情報のうち、歴史的事実以外のものは、開示時点における当社の判断による将来の見通しおよび計画に基づいた将来予測です。

これらの将来予測には、リスクや不確定要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績は見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。

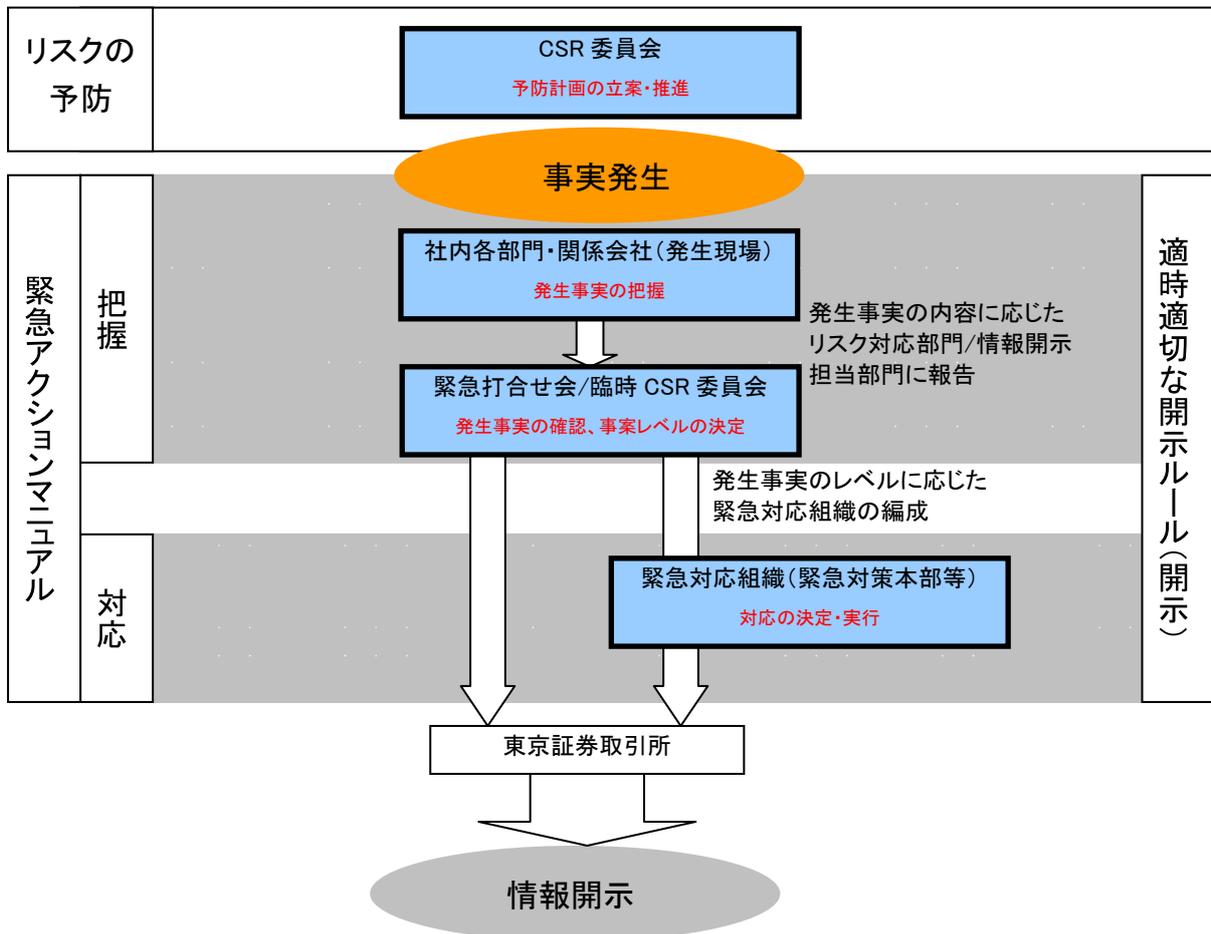
<コーポレートガバナンス体制図>



<決定事実・決算に関する情報開示までの仕組み>



<発生事実に関する情報開示までの仕組み>



コンプライアンス

資生堂は、グループ共通の企業使命・事業領域であり、普遍の存在意義として定めた「Our Mission」を実現するために、グループで働く一人ひとりが共有すべき心構え「Our Values」と、より高い倫理基準をもって業務に取り組むための行動基準「Our Way」および「資生堂グループ倫理行動基準」を制定し、適法かつ公正な企業活動の推進に努めています。企業内倫理活動は、法令遵守はもちろん、世界中の人々から「社会の役に立つ企業」「なくてはならない企業」「魅力的な企業」として受け入れられ、発信することをめざしています。

コンプライアンス（重点領域）の徹底

資生堂グループのコンプライアンスの取り組みについて

資生堂グループは、グローバルビジネスの展開において、法令や社内規則の遵守はもちろんのこと、より高い倫理観を持って公正な企業活動の推進に努めています。

また、資生堂グループは、より高いレベルで社会的責任を果たすために重点的に取り組むべき領域を以下の3領域として定め、グループ全体で遵守することを以下のとおり宣言します。

1. お客様のプライバシー等を守る視点から重要な個人情報保護

インターネットの普及等に伴い情報が瞬時に拡散する環境で、お客様のプライバシー等を守るうえで個人情報保護の重要性が高まっています。資生堂グループは、お客様情報を始めとする個人情報を、適正に管理し、不適切な利用はしません。

2. 公正・透明・自由な競争に基づく適正な取引（贈収賄防止・カルテル防止）

公正な競争を阻害する贈収賄およびカルテルは、各国の法律において、厳格に規制されています。資生堂グループは、公正・透明・自由な競争の実現のために、ビジネスの遂行に際して、相手先が公務員か公務員でないかに拘らず、不正な利益を得るためと疑われるような接待や贈答の授受、また、カルテル行為及びカルテルと疑われるような行為を行いません。

3. サプライチェーンとの協働（CSR調達）

社会の持続可能な発展に貢献するためには、自社だけでなく、サプライチェーンとの協働が欠かせません。資生堂グループは、製品や原材料などを調達するにあたり、取引先と対等な関係を保ち、また、取引先と人権尊重・法令遵守・環境保全な社会的責任の遂行にかかわる取り組みを共有し、ともに推進します。

また、上記3領域における宣言の実現のために、遵守・対応すべき事項を以下にルール化しています。

- 「個人情報保護規程」
- 「接待・贈答に関する規程<贈賄防止規程>」
- 「カルテル防止に関する規程」
- 「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」

上記について、資生堂グループで働く一人ひとりに理解と遵守を要請し、コンプライアンスに取り組んでいます。

2015年10月
代表取締役 執行役員社長

魚谷雅彦

コンプライアンス

企業倫理の浸透

(1) 職場での企業倫理の浸透

日本国内では、各事業所により高い倫理観を持つ風土づくりを担当する企業倫理推進リーダーを配置。海外子会社については、各社の企業倫理全般を統括するBusiness Ethics Officer (BEO) と、それを補佐するCorporate Ethics Leader (CEL) を配置し、企業倫理に関する定期的な研修を実施しています。また、企業倫理推進リーダーおよびBEOは、各職場における企業倫理活動の推進状況・結果をCSR委員会に報告しています。

(2) 全社員研修（年1回）

社員同士の話し合いによる「気づき」を大切にしたい人権研修を、資生堂グループのすべての事業所において毎年1回実施しています。

推進にあたっては、全国の事業所に配置した人権啓発推進委員が一堂に会し、さまざまな人権課題の中から問題解決すべきテーマを検討しています。

また、人権啓発やさまざまな課題解決に有益な情報を編集した「資生堂人権啓発推進委員ガイドブック」を作成し、全ての委員と共有化しています。

(3) 階層別研修（年1回）

全社員対象の研修に加え、役員、管理職、新入社員といった階層や事業所別の特性に合わせた内容で、集合研修を実施しています。

コンプライアンス

通報窓口の設置

社会環境が変化しているなか、企業には変化に適応した機敏な対応が求められていますが、万一、法律や就業規則、社内規程に違反するような行為を社内で見かけた場合には、小さな芽のうちに関内解決するため、幅広い職場の相談や通報を受け付ける社内の「資生堂相談ルーム」、弁護士事務所内の「資生堂社外相談窓口」の2つの通報（相談）窓口を設けています。また、2014年6月から新たに、通報案件に特化した「CSR委員会ホットライン」、役員に関係した通報を受け付ける「監査役への通報メール」を社内通報窓口として加えました。

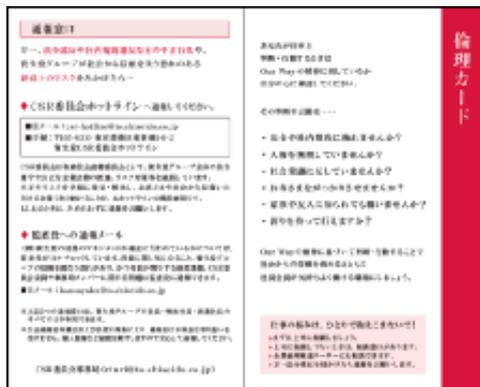
上記の各窓口については、公正な調査解決ルートや通報（相談）者の不利益扱いの禁止を明示した規程を整備し、相談受付方法等とあわせて、倫理カード配布やポスター掲示、イントラネット等で社員に周知しています。

上記の各窓口では、業務に関する相談を広く受け付け、2014年度はあわせて222件（国内）の相談を受け、迅速に解決を図りました。

2014年度に受けた相談の内訳は、職場の人間関係に関わるもの、労務管理に関わるものが全体の約7割を占め、必要な社内調査等の対応を行い、いずれも解決を図りました。また、職場全体の課題として捉える必要があるものについては、マネジメント層の研修に盛り込み全社的な注意喚起を行うなど、再発防止を徹底しています。

海外については、内部通報制度「ホットライン」のしくみを構築し、主要事業所ごとに通報窓口を開設しています。加えて本社には海外事業所の社員から直接通報を受け付ける「資生堂グループグローバルホットライン」の窓口も開設し、社員に

周知しています。



倫理カード

資生堂のリスクマネジメント

資生堂は、取締役会直轄のCSR委員会のもとリスクマネジメントを行っています。CSR委員会ではリスク低減に向けた取り組みを推進するとともに、発生したリスクが解決に至るまで継続的に確認しています。

リスクアセスメント

当社は、グループレベルで「リスクアセスメント」を実施しています。これは、本社部門および国内外の事業所・関係会社に対しコンプライアンス関連リスク40項目について、影響度・発生可能性・対策度合いの評価アンケートを実施した結果および外部コンサルタントの指摘から、重要リスクを抽出しリスクマネジメント上の課題を明確化して、グループ全体で一定水準以上の対策レベルを保つ等、リスクの発生を未然防止するとともにリスク発生時の影響を最小限にするものです。リスクアセスメントの結果、特に「個人情報保護」「賄賂防止」「カルテル防止」「取引先リスク防止」の4項目をコンプライアンスに関する強化テーマとし、グループ全体で徹底するためのPDCAの仕組み（コンプライアンスプログラム）の整備を進めています。

発生したリスクへの対応

発生したリスクに対して迅速かつ適切な対応をとるために、当社は、リスクを明確に定義した上で10種類に分類しています。リスクが発生すると、リスクの定義と分類に基づいてリスクの発生した部門からCSR委員会事務局に迅速に報告されます。CSR委員会事務局は、経営影響の大きさや社会的な反響の観点からリスクを3段階でレベル付けします。リスクレベルに応じて立ち上がる対応組織は、被害を最小限に抑え二次被害を生まないよう対応策を検討するとともに、対応の状況・対応結果・再発防止策を継続的に確認し、適時適切にCSR委員会に報告しています。

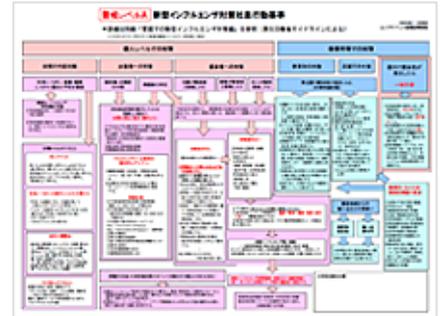
事業継続計画（BCP）

発生・顕在化したリスクに備える具体的事例のひとつが、「事業継続計画（BCP：Business Continuity Plan）」です。

当社は、大地震や新型インフルエンザなどの事業継続に係る大災害が発生した場合に、被害を最小限にして早期の事業復旧が図れるよう、重要業務をどのように再開し復旧・継続させるかについて、事前に定めたBCPを策定しています。BCPでは、業務停止につながるあらゆる災害・リスクへの対応が求められます。資生堂は、災害・リスクを「突発的に被害が発生する災害・リスク」と「段階的・長期的に被害が継続する災害・リスク」の特性別に2つに分類し、突発的リスクの代表として「地震対策BCP」、段階的・長期的リスクの代表として「新型インフルエンザ(感染症)対策BCP」を定めています。その他の事業継続に係るリスクが発生した場合には、発生したリスクの特性に応じて「地震対策BCP」あるいは「新型インフルエンザ(感染症)対策BCP」を応用するとしています。

地震対策BCPでは、地震発生前後を(1)予防対策 (2)緊急対応 (3)業務再開 (4)復旧・事業継続の4フェーズに分け、フェーズごとの実施事項を定めています。災害・リスクが発生すると、社長を「本部長」とし、安否確認や被害状況把握など緊急対応を行う「活動班」と重要業務である商品供給を検討する「商品供給継続会議」からなる「本社緊急対策本部」が立ち上がり、人員が最も多く広範囲にわたる営業部門を統括する「現地対策本部」と連携し、災害対応を図ります。2011年3月の東日本大震災にあっても、BCPに基づいて迅速な対応を図りました。

新型インフルエンザ(感染症)対策BCPでは、新型インフルエンザを強毒性・中毒性・弱毒性の3つのレベルに分類し、それぞれの毒性に応じて一時休業などの行動方針を定めています。そして、(1)予兆段階 (2)初期警戒段階 (3)厳戒段階 (4)終息期警戒段階の4フェーズに分けて、毒性のレベル別にそれぞれのフェーズでの実施事項を定めています。社内周知にあたっては、BCPに定める実施事項を社員のとるべき行動としてまとめた『新型インフルエンザ対策社員行動基準』を作成し、いざというときに冷静な対応ができるよう、イントラネットに掲載して社員の意識喚起を図っています。



新型インフルエンザ対策社員行動基準

人権

すべての人権を尊重するため、啓発活動などさまざまな取り組みを行っています。

人権の尊重・差別に関する方針

資生堂グループでは、「Our Mission, Values and Way」のOur Way「社員とともに」にのっとり、関係会社を含む全事業所で、啓発研修を通じて広く人権問題を学び、正しい理解と認識のもと「差別のない、差別を許さない、人権尊重の企業体質づくり」をめざすことを人権啓発基本方針としています。

また、人権活動においては、自らの企業活動の中で「資生堂グループ サプライヤー行動基準」を策定し、その中に労働（児童労働禁止、差別禁止、安全衛生など）に関する項目を織り込んでいます。これらの活動に継続的に取り組むことはもちろんのこと、グローバル・コンパクト支持の一環として、2008年12月に世界人権宣言60周年を記念し、グローバル・コンパクトが企画するCEO宣言に賛同、世界に向けて「人権が普遍的かつビジネスにおいて重要な課題であり、それぞれの企業活において人権を尊重し、サポートする」ことを宣言しました。

推進体制

資生堂グループでは、株式会社資生堂人事部長をトップとする人権啓発部会において、資生堂グループの啓発活動の方向と活動内容を検討しています。

人権啓発部会は、事務局（株式会社資生堂人事部イコールパートナーシップ推進グループ・資生堂販売株式会社本店管理部ダイバーシティ推進グループ）と連携を取りながら、社内研修とともに社外の人権啓発活動に取り組んでいます。

また、人権啓発部会のもと、本社・工場・リサーチセンター・国内関係会社・販売会社各オフィスに人権啓発推進委員を設置し、毎年一回人権啓発研修を実施しています。

人権啓発（教育）

人権啓発研修では、資生堂グループの人権啓発基本方針を確認するとともに、同和問題、女性、子ども、障がい者、性同一性障がい、ハラスメント等のさまざまな人権課題について、ISO26000が求める社会からの期待に着実に応えるべく、毎年テーマを設定し、差別や偏見の解消に向けて啓発活動を行っています。

具体的には、本社役員・国内外部門長を対象としたトップ層研修会、国内事業所責任者・海外事業所責任者を対象とした研修会、事業所社員を対象とした研修会（2014年度受講率89%）、新入社員を対象とした研修会などを毎年1回開催することを基本としています。

また、全国事業所の人権啓発推進委員を対象とした全国人権啓発推進委員研修では、年度方針の確認や研修実施計画などに関する打ち合わせを定期的（年1回）に行っています。

海外事業所においては、2011年度の「Our Mission, Values and Way」の改定に伴い、Our Way「社員とともに」の項目の中で、「人権」についての定義が英語で記載されることにより、「人権」についての共通認識が深まりました。また、今後とも「人権」についてのグローバルレベルでの浸透活動をすすめていきます。

ハラスメント対策については、資生堂グループ全社員を対象に、ハラスメント撲滅に向けた啓発を目的に、人権啓発研修の実施、パワーハラスメント等に関するeラーニングを開催しています。（2014年度1回開催）

社員の相談窓口

2006年4月に施行された公益通報者保護法への対応として、万が一社内で不正行為があった場合も小さな芽のうちに社内で解決するため、責任者への研修や全社員へのパンフレット配布などを通じて、社内の「資生堂相談ルーム」、弁護士事務所内の「資生堂社外相談窓口」の2つの通報（相談）窓口の周知を図っています。

また、公正な調査解決ルートや通報（相談）者の不利益扱いの禁止を明示した「資生堂グループ相談窓口規程」も制定し、社員に周知しています。

資生堂相談窓口では、業務に関する相談を広く受け付け、2014年度は220件、2000年4月の開設以来累計2,413件の相談を受け、迅速に解決を図っています。

また、倫理カードを派遣会社社員を含む全社員に配布しています。

倫理カードには、先述した仕事上の相談を受けつける社内外の通報（相談）窓口、および、心とからだに関する相談を受けつける「メンタルヘルス相談窓口」（社内）と「資生堂健康サポートダイヤル24」（社外）の連絡先等の詳細を掲載しています。

労働慣行

社員とともに。資生堂で働く人びとの多様性を大切に、誰もが働きやすい職場づくりを推進します。

人事に関する基本方針

資生堂グループでは、国内外のすべての法人・事業所に適用する方針を、「Our Mission, Values and Way」のOur Way「社員とともに」「社会・地球とともに」で示しています。

資生堂と国内のグループ会社では、これらの基本方針に基づき国内法規に則した就業規則などの人事規程を個別に定め、直接雇用しているすべての社員（有期契約社員を含む）に雇用契約に応じた規則・規程を適用しています。人事規程の制定・改局への届け出を行っています。今後も順法を継続してまいります。

ダイバーシティ & インクルージョン

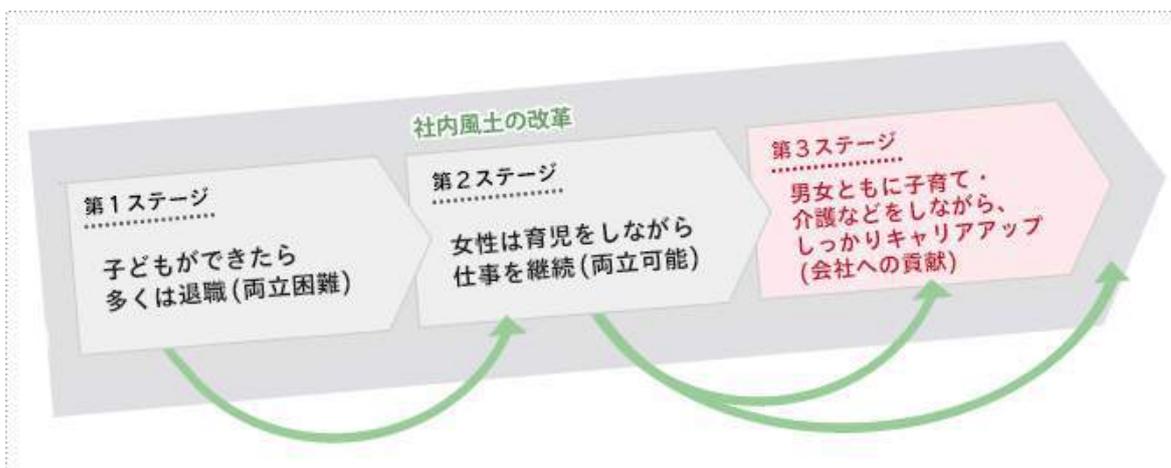
女性の活躍支援策

資生堂の男女共同参画は、社員の活力を高めて成果を上げ続ける組織風土づくりに向けての経営戦略のひとつと位置づけ、「企業にとって重要なステークホルダーである社員の企業に対する信頼を高める」ことを目的として積極的に推進しています。また「資生堂らしい、先進的な取り組みをすることにより、社外からの企業評価を高める」レベルをめざしています。2005～2012年度においては「男女共同参画行動計画」を策定し、女性活躍に向けた意識と行動変革を求める「企業風土の醸成」に取り組むとともに、能力ある社員の登用を前提に「女性のリーダー任用と人材育成強化」を推進してきました。これと同時に、女性活躍の壁である長時間労働の是正と、社員のワーク・ライフ・バランス実現の観点から、全社的な取り組みとして「生産性向上に向けた働き方の見直し」を進めました。

その結果、女性社員のキャリア意識醸成が図れ、女性リーダー比率が、2015年4月時点で27.2%となり、計画策定前から飛躍的に伸びてきています。また、「働き方見直し」は、全社消灯、定時退社デー等の実施を進めたことで、長時間労働者が減少し、時間外労働を半減することができ、一定の成果を上げています。

今後は、障がい者や外国人と共に働くことによる、生産性のさらなる向上をめざすとともに、女性のキャリアステップにおけるロールモデルの構築や、多様な価値観に応じた柔軟で生産性の高い働き方を実現していきます。

「女性活躍の3ステップ」



女性も含めた多様な社員がその能力を発揮し、それぞれが活躍するための風土醸成の一環として、フォーラムを開催しています。

男女共同参画行動計画期間においては、「効率的な働き方への変革」や「女性社員の主体的なキャリア構築」をテーマとした「キャリアサポートフォーラム」を開催し、女性社員やリーダーなどの参加者から大きな反響がありました。

さらに、2015年2月には、少子高齢化が進む中で新たな両立の局面となってきた介護にクローズアップし、「仕事と介護の両立」をテーマとして「D&Iフォーラム」を開催しました。男性社員の参加者も多く、「介護についての知識が体系的に整理できた」、「今後両立が必要な状況なので助かった」などの声がありました。



「キャリアサポートフォーラム」の様子

TOPICS: 「日経WOMAN 女性が活躍する会社 Best100」で2年連続総合1位を獲得

資生堂は、「日経WOMAN 女性が活躍する会社 Best100」で昨年に続き2015年も総合1位を獲得いたしました。「日経WOMAN 女性が活躍する会社 Best100」は、日経ウーマンと日経ウーマノミクスプロジェクトが実施する「企業の女性活用度調査」を「管理職登用度」、「ワークライフバランス度」、「女性活用度」、「男女均等度」の観点から採点、ランキングしたものです。

資生堂では、2004年から経営戦略の一つとして女性活躍支援を本格的にスタートさせました。現在では、男女ともにキャリアアップし、社員一人ひとりが会社への貢献度を更に高めることを目指しています。そのために、社員一人別に中長期的な育成方向を定め、業務や配置による成長を促す人材育成や、全社員を対象とした働き方の見直しを行っています。また2014年からは、店頭でお客様の対応活動を行う美容職社員について、育児環境の情報共有の徹底と、会社として育児期社員への期待を伝達するための個別面談をスタートさせ、美容職社員がステップアップできる働き方への改革を実施しました。

これらの取組みが高く評価され、この度の総合1位獲得となりました。今後も、「2016年度中に国内資生堂グループにおける女性リーダー比率30%達成」の目標に向け、更なる取組みを推進して参ります。



表彰式での記念撮影

魚谷社長（前列中央）、関根常務（前列右から2番目）、副島役員（前列左から2番目）と社員たち

TOPICS：内閣府主催 第1回「女性が輝く先進企業表彰」を受賞

資生堂は、内閣府男女共同参画局が今年度あらたに創設した「女性が輝く先進企業表彰」において、『内閣府特命担当大臣表彰』を受賞いたしました。

この表彰は、女性が活躍できる職場環境の整備を推進するため、役員・管理職への女性の登用に関する方針、取り組み及び実績、並びにそれらの情報開示において顕著な功績があった企業を選定し表彰するものです。

資生堂は、1990年以降仕事と育児の両立支援として、法律に先がけた育児休業・育児時間制度等の社内制度の整備や、事業所内保育所の設置など、風土改革・社員の意識改革も含め、女性が活躍し続ける企業を目指し、早くからさまざまな取り組みを推進して参りました。

女性の登用についても「男女共同参画行動計画」などの成果により、国内グループにおける女性リーダー（部下を持つ任用リーダー）比率は、2014年4月時点で26.8%となりました。現在は男女がともにキャリアアップし会社への貢献度を高めることを目標とした人材育成を基本に、2016年度中に国内女性リーダー比率を30%とする目標達成に向けさらなる取り組みを推進中です。

資生堂は今後も女性の活躍を支援する取り組みを積極的に推進し、女性が輝く社会の実現を目指して参ります。

※2015年4月時点 女性リーダー比率27.2%



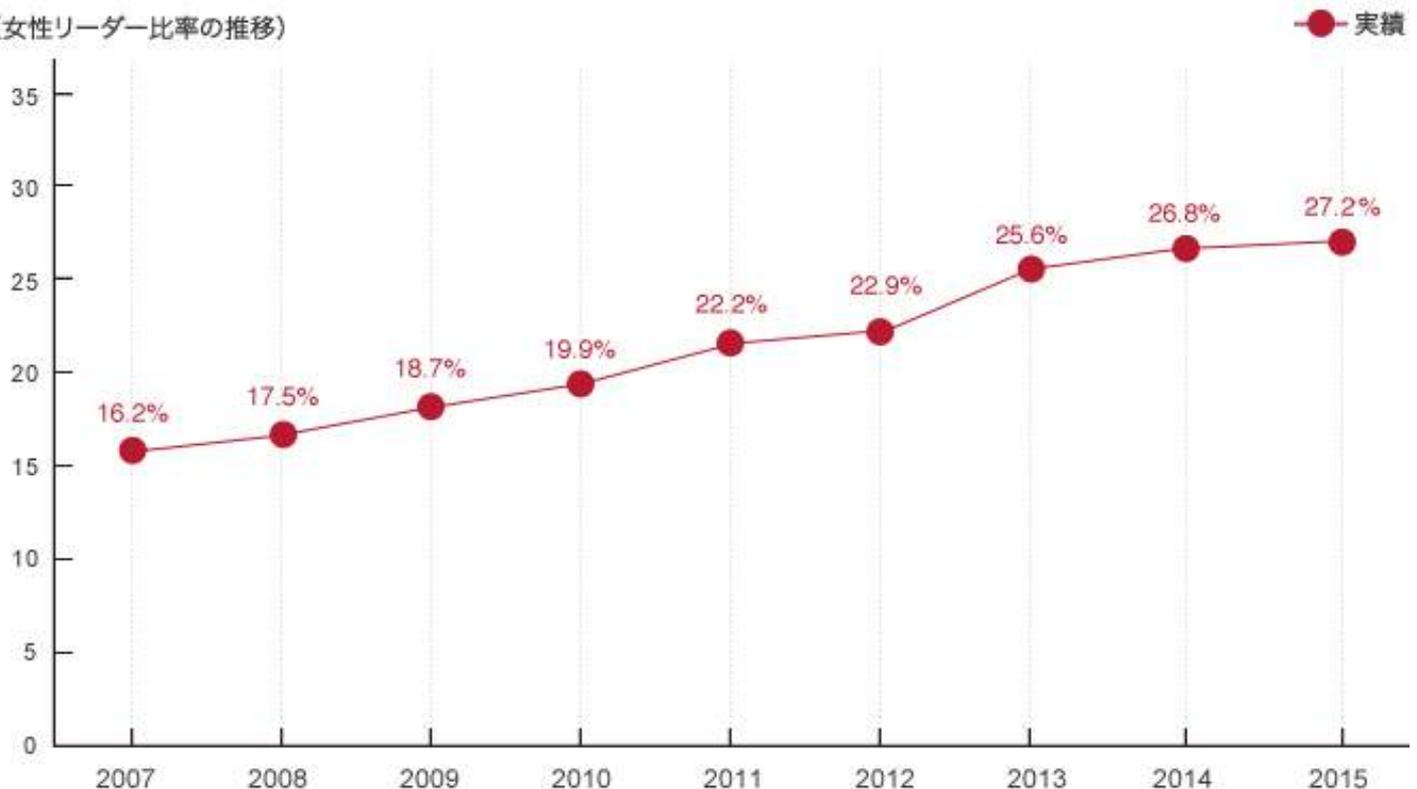
受賞式での記念撮影（前列左端が常務の関根）

女性リーダー比率

女性リーダー登用については、早期に女性リーダー比率30%を達成することを目標とし、リーダー任用候補となる女性社員に対し、高いレベルの業務課題を与える（業務の与え方）、また職域を広げる（異動）などを通じて、“しっかりと実績を上げマネジメントの基本を学ぶ”という経験を積ませるための「一人別人材育成」を推進しています。

※参考：女性リーダー比率 2015年4月－27.2%
各年4月1日時点の実績

(女性リーダー比率の推移)



障がい者の雇用

「誰もがいきいきと働くことができる職場づくり」をめざして、2006年1月、知的障がい者を中心とした「花椿ファクトリー」株式会社が特例子会社の認定を受けました。現在都内・大阪の3カ所で31名の社員が活躍しています。2014年度の国内資生堂グループ全体の障がい者雇用率は2.03%であり、法定雇用率2.0%を上回っています。

外国人の雇用

資生堂は、海外現地法人だけでなく、国内においても、従来より国籍を問わず多様な人材を採用しています。本社における外国人採用にあたっては、在留資格など入国管理制度を順守しつつ採用し、入社後は就業規則に則り、適切に処遇しています。

定年後再雇用制度

資生堂では、会社で成長を遂げた熟年層が意欲と能力のある限り働き続けられるような環境を整え、活力ある企業体質をつくることを狙いに、2006年度より定年後の再雇用制度を導入しています。

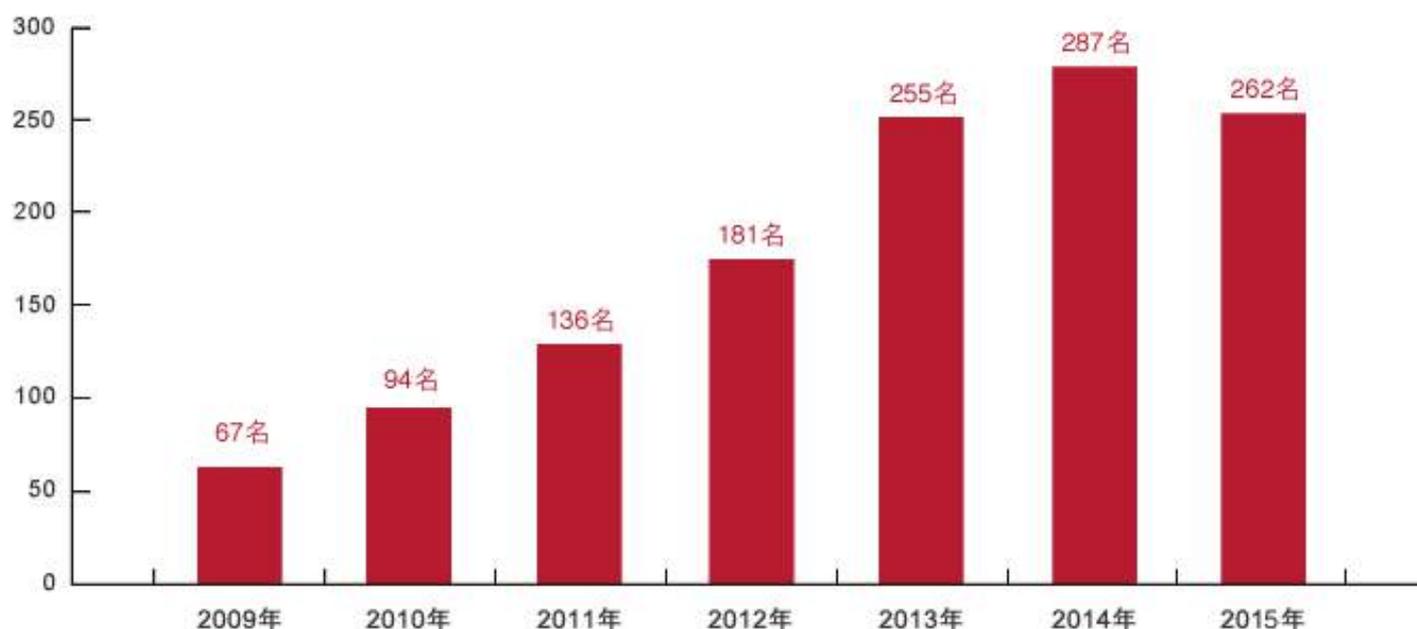
法改正に伴い2013年度以降は、希望者全員を再雇用しています（※）。定年後の再雇用制度を活用することで、特に研究・開発・生産・販売等領域においては熟年層から次世代の社員への技術やノウハウの伝承を図っています。

また、さらに高い専門性を有する人材には、専門能力に見合う処遇を実現する「シニア・エキスパート制度」や「シニア・サイエンティスト制度」を適用しています。

※ただし、2013年度は法改正に伴う経過措置を適用

※各年4月1日時点の実績

(定年後再雇用者の推移資生堂)



有期契約社員の雇用

国内資生堂グループでは、労働関連法規に則り、有期契約社員を雇用し、法令で定められた各種の社会保険や休暇についても、就業規則や各種規程に則り、適切に処遇しています。

また、資生堂では、退職した社員を再雇用する制度があります（※）。退職後に培った経験を再度資生堂で生かしていただきたいと考えています。

※採用時は有期契約社員として入社

派遣社員の就労

資生堂の各事業所および国内のグループ会社では、労働者派遣法に基づく派遣社員が就労しています。

資生堂グループでの派遣社員の就労にあたっては、労働者派遣法や派遣先の講ずべき措置に関する指針、その他の法令に基づき、派遣会社との契約書の締結や台帳の作成・管理、管理責任者の設置などを行っています。

今後も、法令の改正や解釈の変更に対して適切に対応していきます。

「ダイバーシティ経営企業100選」への選出

株式会社資生堂は、2013年度に経済産業省より「ダイバーシティ経営企業」に選出されました。

これは、「多様な人材の能力を最大限発揮させることにより、イノベーションの創出、生産性向上などの成果を上げている企業」を選出し、累計100社を表彰するものです。

株式会社資生堂は、「女性、グローバル、障がい者」の3項目で評価されました。



働きがいのある職場の実現

働きがいのある職場の実現

資生堂では、あらゆる社員がワーク・ライフ・バランスを実現し、社員一人ひとりの生産性を高めるために、さまざまな施策を導入してきました。そして、社員一人ひとりが働きがいを持ちながら働ける職場の実現に向けて、働き方見直し活動の推進、長時間労働の解消や勤務形態の充実にも取り組んでいます。

また、国内の事業所および関係会社では、法令に従い、事業所毎に時間外労働に関する労使協定を締結し、所轄の行政当局に届け出ています。

なお、労使協定の締結にあたっては、労働時間に関する法的制限だけでなく、長時間労働のリスクに関する行政指針も踏まえた内容としており、特別な場合でも月当たり最長80時間（45時間超80時間までは年間6回以内）としています。

長時間労働の解消に向けた取り組みは以下のとおりです。

■ 1. 労使協定の周知

時間外労働は使用者（上司）が命じて行わせるものとの認識の下、各職場の責任者に対する協定内容の案内や職場の人事担当者を通じた案内、部下を持つ管理職に対する定期的な案内などを通じて、法令を順守するとともに、社内掲示板を活用した社員への案内なども行っています。

■ 2. 働き方見直し活動の推進

資生堂では、2011年度からはガイドライン（労働時間に関するKPIと目標）を示したうえで、国内のすべての事業所で働き方見直し活動に取り組んでいます。このガイドラインでは、「36協定の順守」(1)時間外労働の削減、(2)年次有給休暇の取得率向上、(3)総実労働時間の削減を掲げ、各事業所・職場に応じた業務推進方法の見直しを進めており、見直しにあたっての事例集「働き方見直しガイドブック」を制作・配布し、社内の好事例の水平展開も行っています。

2013年度以降は、この活動の強化を目的に、各職場で長時間労働の更なる削減に取り組んでいます。

■ 3. オフィス消灯施策と定時退社デーの推進

2009年度から本社で実施している22時オフィス消灯は、2010年度以降関係会社を含む国内すべての事業所（※）に実施を拡大しています。

なお、2011年度より本社オフィスは20時消灯および月1回の定時退社デーに取り組んでいます。

※ 24時間操業や交替勤務を行う工場と店舗・店頭を除く

■ 4. 時間外労働実態の労使確認

労働時間や有給休暇取得率の実績を労使で定期的に確認し、課題を共有したうえで労使の取り組みに反映しています。

さらに多様な勤務形態への要請に対しては、休業や短時間勤務制度では、法令に基づき育児・介護に関する休業・短時間勤務・休暇制度を整備しています。特に育児時間については、法定を超えて小学校3年生まで制度利用を可能としています。

(有期契約社員は契約形態により異なるが法定以上)

また、育児期の社員の配偶者に国内転勤が発生したときに対応するため同行制度、海外転勤が発生したときには転勤地への同行を前提に3年間の休業制度を導入しています。

一方、勤務に関する制度としては、リサーチセンターの研究員を対象に専門型裁量労働制を導入しています。

仕事と育児・介護の両立支援

資生堂では、ワーク・ライフ・バランスを実現し、社員一人ひとりの生産性を高めるために、1990年以降、仕事と育児・介護の両立支援としてさまざまな制度や施策を導入しており、「男女ともに育児・介護をしながらキャリアアップ」できる会社をめざしています。

事業所内保育施設「カンガルーム夕留」の開設・運営、男性社員の育児休業取得促進のための2週間以内の育児休業有給化や、ビューティーコンサルタント（BC）の育児時間取得のためのカンガールスタッフ制度（※）の導入など、独自の取り組みで社員が働きやすい環境を整えています。

育児・介護に関する休業や短時間勤務制度の利用者は年々増加し、育児休業・育児時間取得者数は、2014年度では、育児休業取得者数（短期育児休暇も含む）1,421名（うち男性9名）、育児時間取得者数1,882名（うち男性7名）、介護休業取得者数26名（うち男性0名）、介護時間取得者数16名（うち男性1名）となっています。

また、「男女ともに育児・介護をしながらキャリアアップ」できる会社となるための活動の一環として、BCの働き方改革も推進しています。

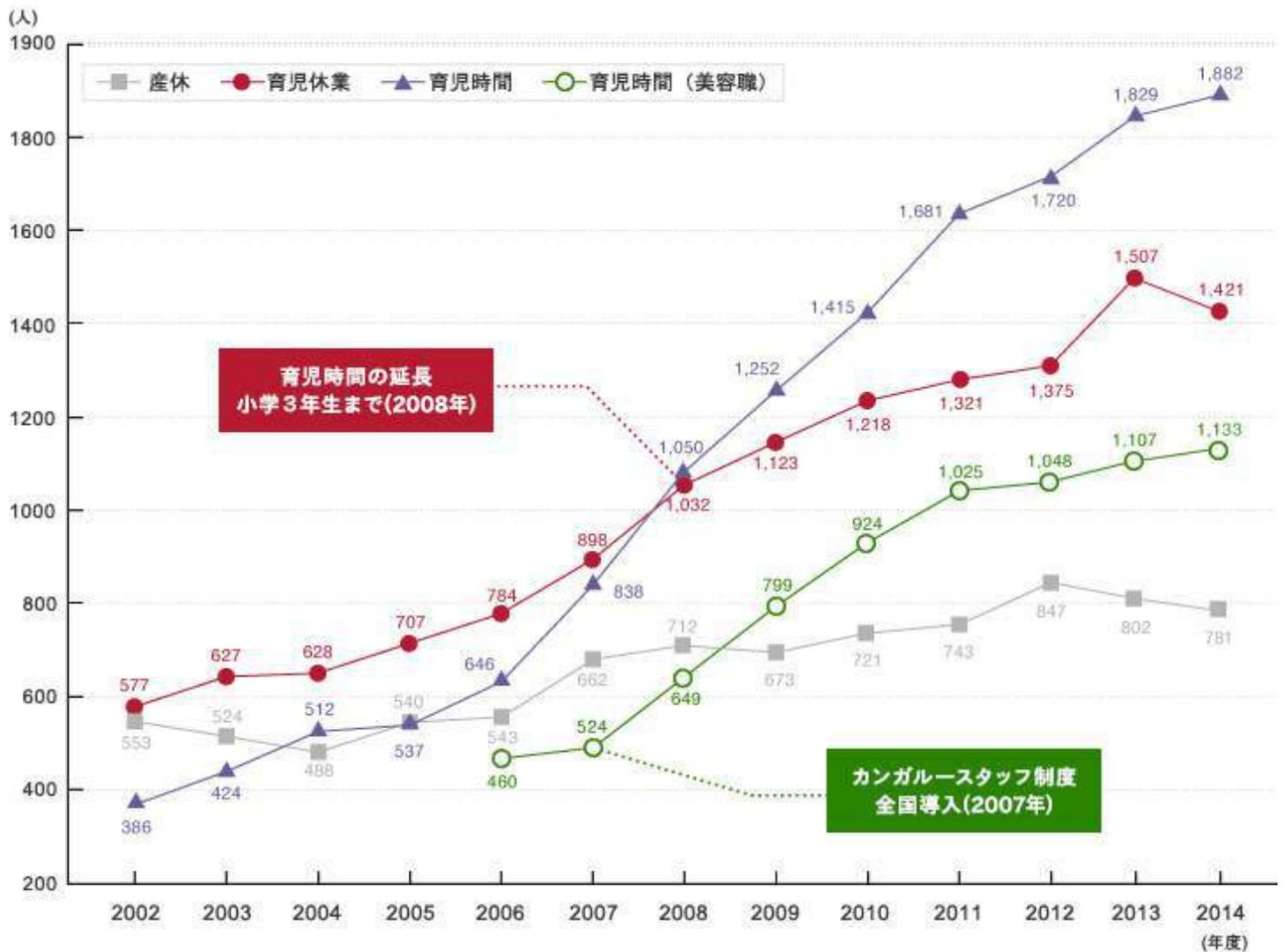
働き方改革にあたっては、BCの意見をヒアリングすることで現状を把握し、これまで導入してきた両立支援制度はそのままに、一人ひとりの多様な働き方に合わせた制度利用が行えるよう、育児期のBCと上司で個別面談を実施することとしました。面談では、育児環境の共有とともに、会社として育児期BCへの期待を伝達し、それぞれのBCが置かれている事情に配慮しつつキャリアアップにつながる働き方を確認しています。

この改革を推進した結果、育児時間を取得するBCの98%が働き方を見直し、キャリアアップをこれまで以上に意識するようになるという効果が生まれています。

※カンガールスタッフ制度

お客さま対応に従事するBCが育児時間制度を利用する際に、BCに代わり夕刻以降の店頭活動をサポートする人員（カンガールスタッフ）を派遣する体制として2007年に導入。これにより、育児期BCの仕事と育児の両立が一気に加速し、「お客さま起点」に向けた活動に邁進できる職場環境が実現。制度利用者は導入当初の約2倍の1,000名を超え、カンガールスタッフも1,600名に拡大しています。

国内資生堂グループにおける育児制度利用者数等



- ※ 対象は、国内資生堂グループの管理職・総合職・美容職・特定職・関係会社社員・契約社員の取得人数とする
- ※ 2015年4月1日時点の対象人数は23,870人である（美容職は6,841人）
- ※ 育児休業・育児時間取得人数は、延べ人数とする

今後も、育児や介護を理由に短時間勤務制度を利用しながら働く社員が増加することと予想していることから、社員は自身の仕事に対する意識の持ち方や、限られた時間内でしっかり成果を出すためのタイムマネジメント・リスクマネジメント・コミュニケーションスキル習得を図るとともに、管理職には、社員個々の事情をくみ取りつつ、働く意欲の向上に向けたマネジメントの発揮を期待しています。

資生堂がこれまでに導入してきた両立支援制度

支援名称	導入年	内容
育児休業制度	1990	子どもが満3歳になるまで、通算5年まで取得可。（特別の事情がある場合は、同一子につき3回まで取得可。）【2008年改定】
育児時間制度	1991	子どもが小学校3年生まで、1日2時間まで勤務短縮可。【2008年改定】
介護休業制度	1993	1人の家族につき、1回につき1年以内。通算3年以内。

介護時間制度	1993	1日2時間以内。1人の家族につき、1回につき1年以内。通算3年以内。
カフェテリア制度育児補助	1998	子どもを保育園などに預け、保育料補助を希望する社員に対する補助。
チャイルドケアプランの導入	1999	妊娠から職場復帰の流れを上司と確認し合えるコミュニケーション体制を整備。
カンガールーム汐留の開設	2003	従業員向け事業所内保育施設。定員枠の一部を近隣他企業にも開放。
短期育児休業の運用開始	2005	主に男性の取得促進をねらって、従来の育児休業制度を改訂し、子が満3歳になるまで、連続2週間の「短期育児休業」（有給）の運用を開始。
看護休暇制度	2005	小学校入学前の子どもの病気・ケガによる看護休暇。子が一人であれば年間5日、二人以上であれば10日まで。（有給）半日単位での取得も可。【2010年改定】
マタニティ制服の導入	2006	美容職社員のマタニティ制服を導入
カンガールースタッフ体制の導入	2007	育児時間を取得する美容職社員の短縮勤務分を代替要員で対応する制度。
育児・介護期にある社員の転居を伴う異動に関するガイドライン	2008	育児時間、介護時間を取得中の社員は、転居を伴う異動の対象外とする。
育児を目的とした配偶者同行制度	2008	育児期（小学校3年生以下の子を持つ）社員の配偶者に国内転勤が発生した場合、配偶者の転勤地への同行を希望できる。
配偶者の海外転勤に伴う休業制度	2008	社員の配偶者に海外転勤が発生した場合、配偶者の勤務地への同行を前提に、3年以内の休業を認める。
出産後8週間以内の父親の育児休業取得の促進	2010	配偶者の出産後8週間以内に父親が育児休業を取得した場合には、育児休業を再度取得できる。
カフェテリア制度子ども教育補助	2014	子どもの塾、通信学習、習い事など教育に支出した費用の補助

次世代育成支援対策推進法に基づく「一般事業主行動計画」

資生堂は2007年に続き2013年にも、東京労働局より「次世代認定マーク（くるみん）」を取得しました。これは、次世代育成支援対策推進法に基づき、「一般事業主行動計画」を策定し、その目標を達成した企業に認められるものです。

2013年度からは第4期一般事業主行動計画を策定し、「両立支援をテーマとするイベント」や「所定外労働の削減のための措置実施」などに取り組んでいます。

また同様に、販売会社でも計画を策定し取り組みを行っており、2007年に「次世代認定マーク（くるみん）」を取得しています。



株式会社資生堂 第4期一般事業主行動計画（計画期間：2013年7月26日から2016年3月31日まで）

No.	目標	時期・対策
1	仕事と家庭の両立支援をテーマとする啓発イベントを開催する	<2013年6月～> 内容構築、参加者募集 <2013年9月> イベント開催
2	所定外労働の削減のための措置を実施する	<2013年度～> 労働時間管理ガイドラインを提示し、進捗管理を徹底する
3	職場優先の意識や固定的な性別役割分担意識の是正のため、育児期男性社員を対象とする啓発イベントを実施する	<2013年8月～> 内容構築、参加者募集 <2014年1月> イベント開催
4	子どもが親の会社を訪問する「ファミリーデー」を毎年開催し、子どもの職業観醸成、家庭や職場でのコミュニケーション活性化を図る。（会場は、過去開催の本社オフィスのみならず、他事業所の訪問も検討する）	<毎年6月～> 内容構築、参加者募集 <毎年8月> イベント開催

資生堂ジャパン株式会社 第4期一般事業主行動計画（計画期間：2013年12月1日から2016年3月31日まで）

No.	目標	時期・対策
1	仕事と家庭の両立支援をテーマとする啓発イベントを開催する	<2014年6月～> 内容構築、参加者募集 <2014年9月> イベント開催
2	所定外労働の削減のための措置を実施する	<2013年度～> 労働時間管理ガイドラインを提示し、進捗管理を徹底する
3	職場優先の意識や固定的な性別役割分担意識の是正のため、育児期男性社員を対象とする啓発イベントを実施する	<2014年2月> イベント開催
4	子どもが親の会社を訪問する「ファミリーデー」を毎年開催し、子どもの職業観醸成、家庭や職場でのコミュニケーション活性化を図る。（会場は、過去開催の本社オフィスのみならず、他事業所の訪問も検討する）	<2014年6月～> 内容構築、参加者募集 <2014年8月> イベント開催

知恵椿提案制度（業務改善提案制度）

会社の改革を強力に推し進めるのは、社員一人ひとりの挑戦とアクションであると資生堂は考えます。そこで、全社員がアイデアを出し、業務改革に参画することを目的として、2006年6月より「知恵椿提案制度」を推進しています。

この制度は、研究、生産、マーケティング、販売にわたるすべての領域の社員自らが工夫・改善した内容を提案し、それを評価する仕組みです。特に高い評価を得た提案は、社長をはじめとした役員に対して提案者が直接プレゼンテーションを行い、評価・表彰されるほか、個人・事業所に対して、年度単位での表彰も行っています。

この取り組みを続けることにより、社員一人ひとりの意識や行動力を高め、小さなことでも自主的に改善・実行できる企業風土を実現するとともに、お互いを思いやる気持ちを根づかせることをめざしています。

また、水平展開が可能な提案については、全社的にその取り組みを広げることにより、お客さまづくりや業務の効率化に役立てています。

人事・公正な評価

公正な評価・処遇の推進体制

資生堂は、国内外の資生堂グループがより強固な企業集団であるために、資生堂グローバル人事ポリシーを定め、その中には人事施策の方針として評価処遇などについてのルールとガイドラインを定めています。

ルールとは、資生堂グループ全ての法人が守るべき世界統一の基準であり、この方針に沿った人事施策を展開していくものです。

■ 評価処遇におけるルール

- 社内外における処遇の公正性を確保するとともに、社員の納得度を追求した制度運営を行う
- 先入観や印象による評価を排除し、客観的事実に基づいた透明性の高い評価に努める

ガイドラインとは、世界統一のルールを踏まえ、人事施策の具体的運用基準について定めたものです。このガイドラインを元に、国・地域や法人特性を鑑み、具体的な制度設計や運用につなげていきます。

■ 評価処遇におけるガイドライン

- 目標管理に基づく評価を実施する
- 成果・業績だけでなく、プロセス（発揮能力）も重視した育成型の能力評価を行う
- 評価や昇格等基準を社員へ開示するとともに、評価を社員にフィードバックする
- 1年に1回以上社員と評価面談を実施する

以上の資生堂グローバル人事ポリシーを踏まえて、国内資生堂グループでも、成果とともにプロセスや行動も適切に評価し、公平で納得性が高い制度を構築しています。

また、評価が公正であり納得性を高めるためにも、部下を持つ管理職を対象に研修機会やフィードバック機会を充実させています。具体的には、マネジメント研修や新任評価者研修といった機会を通じて、マネジメントスキルの向上を図っています。さらに、管理職360度フィードバックプログラムを実施し、上司・同僚・部下からの観察結果を通して自分自身の職務行動における強みや改善すべき点への気づきを促すことで、マネジメントスキルの向上を図っています。

社員の声を聞く仕組み

資生堂グループ（国内全法人）で働く社員一人ひとりが、風通しの良い職場で、自分の仕事にやりがいを感じ、いきいきと働くことができる「活力ある組織風土づくり」をめざし、国内事業所の全社員を対象に「資生堂グループエンゲージメント調査」を毎年1回実施しています。

この調査をスタートさせた背景には、資生堂グループ全体で進めている経営改革があります。改革を進めていくうえでは、数多くの課題にチャレンジしなくてはなりません。社員は常に、「意識と行動の変革」が求められます。改革が進むにつれ、社員の間を意識や取り組みの格差が生まれたり、負担感が増すことで取り組み意欲が減退すれば、ビジョン実現に向けた改革のスピードが緩む恐れがあります。そのため、この調査を通じて、経営トップ層自らが社員の声に耳を傾け、現状の課題を明らかにするとともに、課題解決に向けて具体的なアクション策定に役立っています。

また、このエンゲージメント調査の結果は、各職場の責任者を通じて、社員にフィードバックを行っています。そして、各職場単位で業務や職場環境に見られる問題について、共有するとともに改善に向けた取り組みにつなげています。

一方、社内には資生堂相談ルーム（2000年）を、社外には資生堂社外相談窓口（2002年）を設置し、社員・有期契約社員・派遣社員からの相談、就業規則・法令違反の通報などに対応しています。

人材の活用と育成

人材育成の考え方

資生堂は創業時より、世間から「書生堂」と呼ばれるほど、人材育成に熱心な企業でした。その社風は今日に至るまで受け継がれており、2006年にはあらためて原点に立ち返るため「資生堂『共育』宣言」を発表しました。

この宣言は、「働く人の自己実現」と「会社の成長」とが重なり合って「人」を大切に育てていくことをめざしています。

能力開発にあたり、社員が活躍する分野を7つ（美容／営業・マーケティング／宣伝制作／研究開発／生産／財務経理／スタッフ）に区分しており、社員はキャリアの軸となる分野を自主設定し、分野ごとに求める能力要件をもとに自己研鑽するとともに、さまざまな機会を通じてプロフェッショナルをめざします。

プロフェッショナルをめざす仕組みの一例として、美容分野社員であるビューティーコンサルタント・ヘアメーカーアーティストおよびサロンスタイリストのキャリアパスとして、選抜型の資生堂ビューティーアカデミーに入校、さらには卒業後に資生堂グループの美容のトップの位置づけとなる高度美容専門職への道すじを示す「美容分野CDP（キャリア開発プログラム）」が2009年に確立されています。

エコール資生堂

人材育成方針の具現化と全社の研修機能を統括するため、2006年、企業内大学「エコール資生堂」を創設し、分野毎のプロフェッショナルを育成するための研修、分野を横断した新入社員研修、管理職研修、経営幹部を養成する研修など、さまざまな研修が行われています。学長には社長が、各分野の学部長にはその分野を担当する執行役員が就任することで、役員自らが魅力ある人材の育成を率先しています。また、「エコール資生堂」で行われる研修は、各学部の学部長が能力開発方針や育成プログラムについて話し合う学部長会にて年度ごとに総括され、人材育成の取り組みを共有・進化させています。

加えて、社員一人ひとりの自己研磨のため、e-ラーニングや通信教育講座を充実させています。行動・発揮の向上に役立つ講座、分野別に求められる専門知識・スキルに役立つ講座、語学力やOAスキルアップの公的資格取得のための講座などを取り揃えています。

人材のグローバル化とグローバルレベルでの人材育成

海外事業の拡大に伴い、人材のグローバル化を推進しています。国内では中堅・若手社員を対象に「グローバルビジネス研修」、「グローバルキャリア開発プログラム」を実施し、「異文化適応力」「グローバルビジネス理解力」などを備えた

人材を継続的に育成などを備えた人材を継続的に育成しています。

海外では、2011年から「資生堂リージョナルリーダーシッププログラム (SR LP)」をスタートし、リージョン単位での人材育成に取り組んでいます。今後は、主にリーダー層を対象としたグローバルレベルでのタレントマネジメントの開始と、各リージョンで「資生堂リージョナルリーダーシッププログラム」を開始し、各リージョン単位で将来のビジネスをリードする人材の育成を進めています。



資生堂リージョナルリーダーシッププログラムの様子

社員のキャリア開発支援

2011年4月に、社員のキャリア開発を支援する専任組織「キャリアデザインセンター」を設置し、専門の教育を受けた社員が、キャリアに関する社員からの個別相談、セミナーの実施などを通じて、入社から退社にいたるさまざまな場面でのキャリア支援を行う体制を整えています。

社員はこれらの支援を受け一方で、自ら応募する「ジョブチャレンジ制度 (※1)」や、希望する職務にチャレンジできる「社内FA (フリーエージェント) 制度 (※2)」などを活用しながらキャリア開発を行います。

また、社内ホームページでは、キャリアを考える際のさまざまな情報提供、セミナーや事例の紹介を行っています。

社員自ら成長するプロセスを通じて一人ひとりが仕事にやりがいを見出し、人生にいきがいを感じて活躍できるように会社として支援しています。

※1 ジョブチャレンジ制度：会社が募集した職務に応募する

※2 社内FA (フリーエージェント) 制度：希望した職務に自ら応募する



キャリアデザインBOOK

TOPICS：キャリアデザインセミナーの開催

2011年度より、40歳以上の社員を対象に"人生80年時代"を見据えたキャリア形成を学ぶ「キャリアデザインセミナー」を開催しています。

会社生活後半期におけるキャリアをいかに形成し取り組んでいくべきか、一人ひとりが自らのキャリアを振り返り、自身の強みや持ち味、弱み、これから実現したいことなどを改めて見つめ直します。ここでは、ジョブキャリア (仕事を通じて形成される固有の経験や経歴) にとどまらず、ライフキャリア (ジョブキャリアも含んだ人生における役割や生き方) の視点も交えて、日常業務を離れた環境でじっくり考えることができます。

2012年度からは、管理職、総合職に加え美容職に対しても開催し、2014年度では合計9回のセミナーで、427名の社員が受講しています。

キャリアデザインセミナーの様子



より充実したキャリアを実現するために、多角的に自己を見つめ直します。



キャリア論は日々進化しています。ライフの視点も交えた基本的な考え方を学びます。



さまざまなワークショップの中で、部門もキャリアも違う仲間たちとのセッションから多様な考え方に触れ、多くの気づきを得ます。

社員の安全と健康

健康管理方針

資生堂では全社をあげて人づくりに取り組んでいます。それにはなによりもまず、社員一人ひとりが心も身体も健康でいきいきと輝いて活動することが大切であり、「健康づくり」は「人づくり」の基礎であると考えます。

資生堂では社員一人ひとりのかけがえのない健康を守るため、健康管理基本方針を定め、社員の心身の健康をサポートしています。

<資生堂 健康管理基本方針>

お客さまの「一瞬も 一生も 美しく」をサポートする企業として、社員一人ひとりが「心身ともに健康」で「一瞬も 一生も 美しく」生きていくことを支援することにより、健康で健全な経営をめざします。

1. 社員は自ら進んで生活習慣の改善などの健康づくりに取り組むこととし、会社は健康事業を通して、一人ひとりの健康づくりを支援します。
2. 安全かつ快適な職場環境の形成を通して、一人ひとりが十分に能力を発揮し、充実した職場生活を送れるよう支援します。
3. 健康情報等の個人情報 の適正な利用と管理の徹底を図るとともに、法令順守を基本とした健康管理を推進します。

安全衛生推進体制

この健康管理基本方針を資生堂グループ全体で共有しながら有効に機能させるため、「地区衛生協議会」をエリアごとに開

催し、国内のグループ企業の人事責任者、産業医・保健師・看護師などの産業保健スタッフ、本社人事部ならびに健康保険組合が出席し、全体的な健康事業の推進とエリアの実績に応じた取り組みに関して協議しています。

また資生堂グループの国内事業所のオフィスでは、法令に従い衛生委員会を設置し、調査審議を通じて安全で快適な職場環境づくりに努めています。

リサーチセンター・工場では、労働安全衛生方針を定めるとともに安全衛生委員会を設置し、執務室や共用施設、作業現場の巡回を定期的に行い、危険箇所や危険行為を指摘、改善・改良を行うとともに、新規導入設備についても導入にあたり危険がないことを確認しています。

なお国内工場では、毎年、休業災害ゼロを目標設定し、重大事故の発生防止に努めています。

社員の安全・健康

資生堂では社員一人ひとりの健康づくりを進めるために、全社員に冊子『心とからだの健康をめざして』を配布しています。また、自己管理能力が必要とされる生活習慣病対策を中心とした各種テーマの情報提供、健康相談をはじめ、健康づくりセミナーなどのプログラムを実施し、以下の健康教育を行っています。

社員のケアに幅広く対応するため、社外提携相談窓口も用意し、24時間365日対応できる相談体制を整備しています。

■ 生活習慣病対策

定期健康診断受診率100%を目標に、法定項目の他に健康保険組合のオプション項目を追加し同日実施しています。法定外健診の一部項目を社員自らが選択することとし、定期健康診断を通じて自身の健康管理に積極的に関心を持つようにしています。

産業保健スタッフの全国地区担当制に基づく社員の個別保健指導などを通じて、生活習慣病の予防活動を展開しています。また、社内イントラネット上の配信や定期配布物を活用し、全社員に向けた健康啓発情報の発信を行うとともに、社員へのeラーニングなど、より広い対象への健康教育を推進中です。

■ メンタルヘルスケア

社内にメンタルヘルス相談窓口を設置して、専門カウンセラー・産業保健スタッフを中心に、職場・医療とも連携可能な相談体制を構築しています。加えて、24時間対応可能な社外提携相談窓口を併せて設けています。本社を中心に、一般社員にはセルフケア研修を、管理職にはラインケア研修を実施しています。

また、長期休務者に対し職場復帰までのステップを明確にするとともに、休務・休職した社員がより円滑に職場復帰が可能となるよう、国内資生堂グループ統一基準（ガイドライン）として定めています。

■ 喫煙対策

社員の健康増進、お客さま満足の向上、社会的責任の履行の実現を目的として建物内禁煙を実施しています。「禁煙セミナー」など社内における啓発活動を展開し、禁煙に対する理解を促進しています。

■ 女性のための健康支援

健康保険組合とともに、女性健診の受診を実施・推奨しています。

多くの女性社員が働く資生堂では全国の事業所において「女性のための健康セミナー」を適宜開催し、女性特有の疾患をライフステージごとに説明しながら、自身の身体の管理意識を高めています。

■ 長時間労働面談

長時間労働による健康障害防止のために、本社等の事業所では法令を上回る基準を設定し、対象者全員を産業医が面談しています。産業医は、社員の健康障害防止のために、本人および会社に対して適切な助言指導を行っています。

■ その他・海外

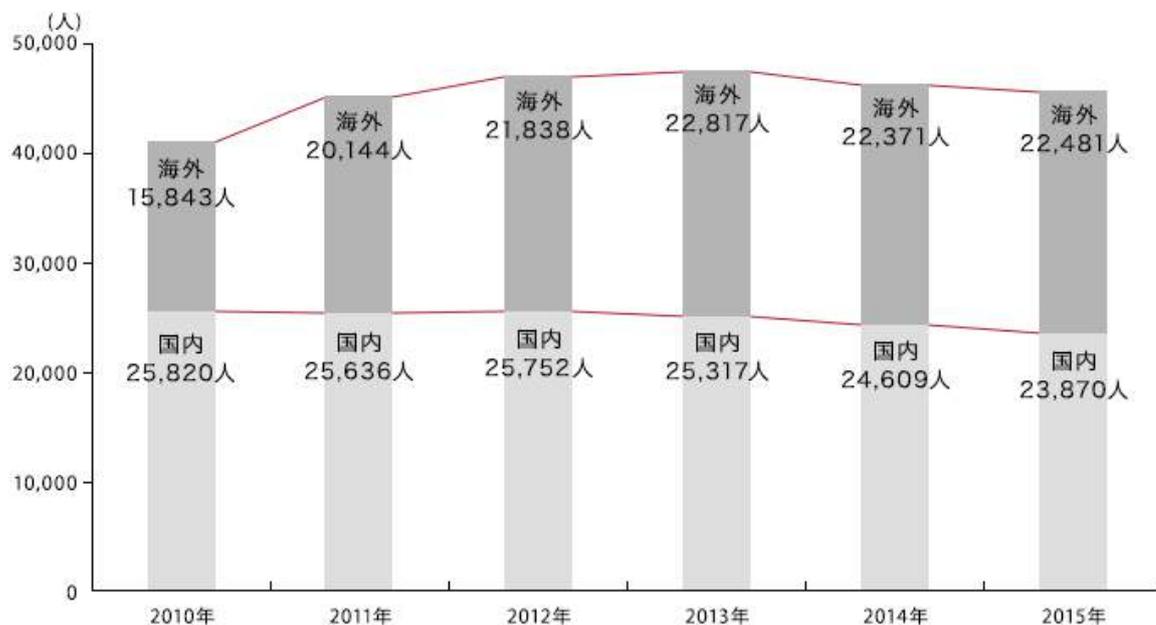
海外渡航者に対して感染症情報をイントラネット上に掲載し、注意喚起を行うとともに、海外駐在員に対しては、渡航前に感染症予防に関する小冊子を配布しています。

雇用と労働

社員数の状況

国内外の資生堂グループ各社は、業務内容や期待役割に即した多様な雇用形態を提供し、競争力の維持向上を図っています。2015年4月1日時点の総社員数は、全体で46,400人で、前年と比較して630人減員の状況です。

資生堂グループにおける社員数



※ いずれも国内は4月1日時点。海外は前年12月末時点の直接労働契約を締結している社員数。

賃金

資生堂の賃金制度は、年功的・属人的な要素を払拭し、能力・成果に応じたメリハリのある賃金体系としています。また、能力・成果を評価する評価制度は、評価処遇におけるルールに基づいた、公正で透明性の高い、社員の納得度を高める制度です。

2015年度の国内資生堂グループの職種別男女別の月例基本給与平均の実態は、管理職 男性100：女性95、総合職 男性100：女性98、美容職 男性100：女性110の比率となっています（2015年4月1日時点）。

福利厚生

社員とその家族の「豊かでゆとりある生活の実現」をめざし、労働条件の整備とともに福利厚生の充実にも力を注ぎ、会社にも社会にも積極的に参加できるよう支援しています。

社員のキャリアアップとライフデザインを支援する福利施策

資生堂はさまざまな福利厚生施策を通じて、仕事と生活の両面において社員の自律と自己責任に基づくキャリアアップとライフデザインを支援しています。

社員のワークライフバランス実現に向けた仕事と育児・介護の両立を支援する制度や施策をはじめ、社宅や住宅手当といった住居支援、財形貯蓄、社員持株制度、見舞金制度といった各種施策に加え、「カフェテリア制度（選択型福利厚生プラン）」を導入しています。会社が「職場活性化」「自己啓発」「育児・介護」「健康づくり」といった社員のライフスタイルやニーズに対応したメニューを準備し、社員は自分の持ち点（ポイント）に応じて必要な支援を必要な時に選択できます。

企業年金による社員のライフプラン・サポート

資生堂は、社員のライフプラン・マネープランの支援に努めています。

資生堂の退職金制度は、「ポイント制退職金（確定給付年金）」、「確定拠出年金」または「退職金前払い」および「退職一時金」で構成されています。

「確定拠出年金制度」と「退職金前払い制度」は社員がいずれかの制度を選択し、給付を受ける制度です。確定拠出年金については、資産運用や投資に関する定期的な情報提供などを通じて、退職後の生活設計に社員が主体的に取り組めるよう支援しています。

また、一部の海外現地法人では、確定給付型制度、退職一時金制度および確定拠出型制度を設けています。

雇用

資生堂グループは、社員の雇用維持のため、会社と社員双方が最大限の努力を払っており、雇用の安定に向けた取り組みは、各国・地域の法令や慣行に則って対応しています。また、社員の雇用にあたっては「Our Mission, Values and Way」に則り、多様性を尊重し、働き甲斐のある職場づくりを進めています。

資生堂の採用は、新卒・既卒を問わない定期採用と、既に社会人としてキャリアを積まれた方を対象とした経験者の採用を実施しています。また、多様な雇用機会を提供し、社員の勤務形態への配慮を行うことを目的に、雇用制度の整備にも努めています。

なお、事業所の新設や移転に伴い、社員の生活に大きな影響を与える異動が発生する場合は、会社と組合で構成する委員会を設置し、速やかな問題解決のため、会社・組合双方が誠意を持って協議決定することを労働協約で定めています。

良好な労働組合との関係

資生堂グループでは、「良好な労使関係は企業経営の基本」という考え方のもと、企業活動全般についての社員との情報共有や労使一体での課題解決に向けた話し合いを、積極的に行っています。

資生堂および一部のグループ会社（海外現地法人含む）には、労働組合が組織されています。

国内では、株式会社資生堂、資生堂販売株式会社および一部関係会社社員で構成される資生堂労働組合が、ユニオンショップ制を採用し運営されています（資生堂グループ国内全体約10,400名、2015年4月1日現在）。

会社と資生堂労働組合は、「事業の社会的使命を認識し、企業の健全な発展と社員の経済的、社会的地位の維持向上に努め、誠意と信頼を基調とした労使関係を堅持する」ことを労働協約書の前文で確認し、お互いの立場を尊重しながら、経営協議会やさまざまな課題を検討する労使検討会を開催しています。

具体的には、「社員の処遇と福利厚生」、「働き方見直し」、「長時間労働の是正」などをテーマに積極的な労使協議を行い、適切な事業運営につなげています。

また各事業所でも、事業所ごとの労使の課題について協議を行っています。

また、海外現地法人でも、各国の労働法規を尊重し事業運営を行っており、経営と労働組合、社員とのコミュニケーションを通じて健全な労使関係構築・維持に努めています。



公正な事業慣行

取引先とともに。倫理的な行動基準を守り、公正に事業を推進するための活動です。

公正な競争・取引の徹底

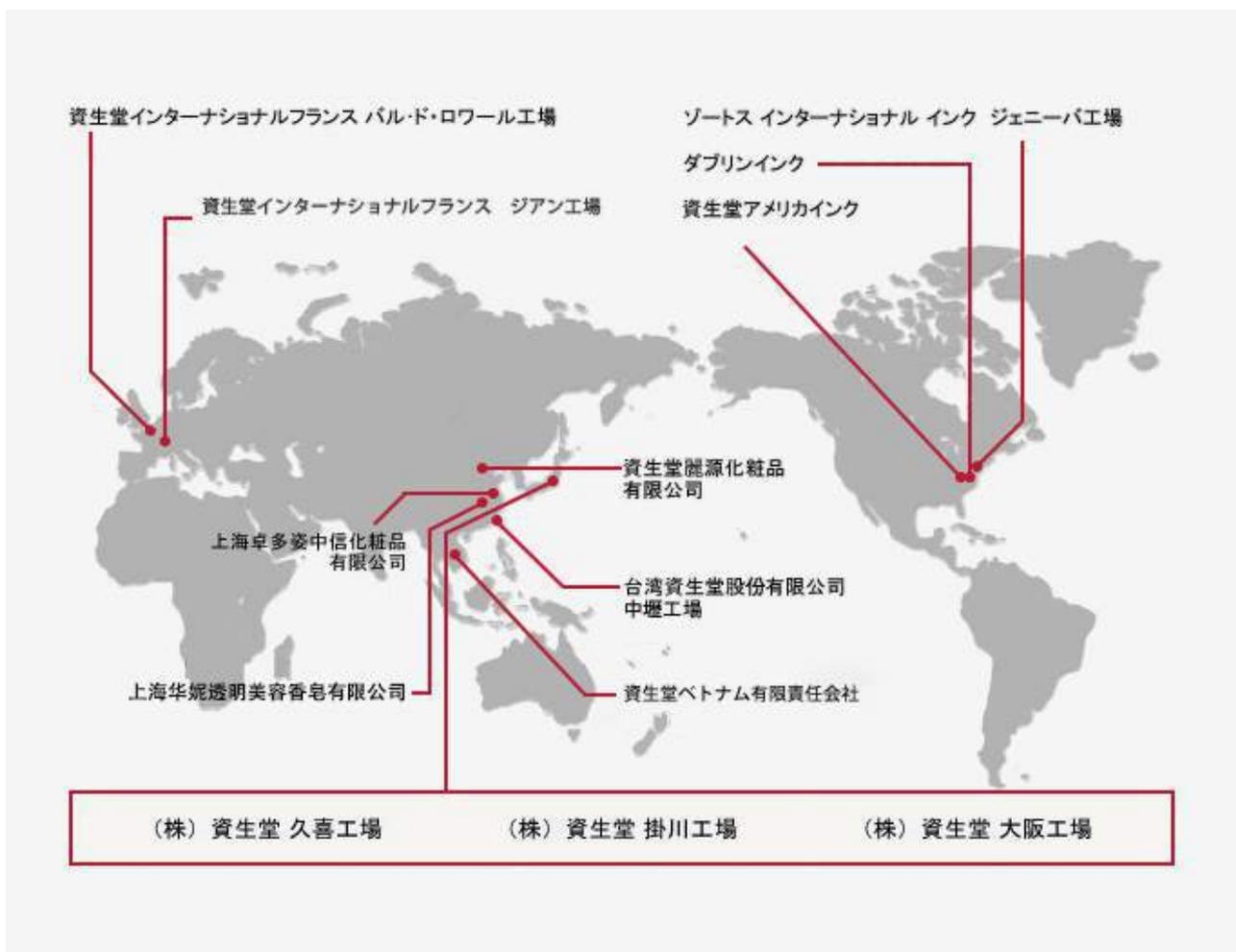
公正な取引のための方針

「Our Mission, Values and Way」のOur Way「取引先とともに」にのっとり、得意先や購買先などすべてのお取引先さまと、CSR活動においても良きパートナーシップの実現をめざしています。

資生堂では、化粧品を製造するための原料や香料、パッケージ、販売促進物などの購入にあたり、世界中の取引先の情報を共有し、グローバルな視点で最適な調達を推進しています。これらすべてのお取引先さまを「ともに新しい価値を創造していくパートナー」と考え、CSR活動の推進においても、相互理解を第一義に連携しています。

また、安全と地球環境への配慮を最優先し、モノづくりと販促物における2つの「エコスタンダード」を制定しており、調達においても積極的にこれを推進しています。

資生堂グループ生産拠点



お取引先さまとのパートナーシップ強化をめざして — 購買活動方針説明会の開催 —

資生堂は、時代の変化や社会からの新たな要求に 대응していくためにも、調達に対する考え方について、お取引先さまにタイムリーで的確な情報共有が重要であると考えています。従いまして、購買方針について周知を図ることを目的に、日本、中国における調達部門において、毎年1回、お取引先さまとの『購買活動方針説明会』を開催しています。さらに日本の調達部門では、原料・香料、材料、間接材の領域別に『購買活動方針 分科会』を持ち、各領域における購買方針やさまざまな業務、依頼事項について直接お伝えするとともに、お取引先さまからの質問事項、要望に応える場として活用しています。

日本の調達部門では、2014年は141社のお取引先さまにご参加いただきました。中国では、134社のお取引先さまにご参加いただくことになり、今後の発展が期待されます。

事業発展に貢献したお取引先さまを表彰

資生堂は、事業の発展に貢献したお取引先さまを表彰し、最優秀賞、優秀賞を贈呈しています。この表彰制度は、品質、コスト低減、技術開発といった3つの側面から選考します。2014年度は、6社が受賞しました。

資生堂グループ・サプライヤー行動基準

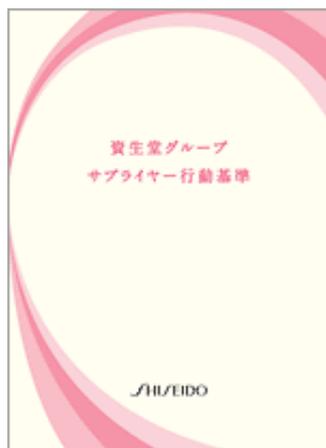
資生堂は「多くの人々との出会いを通じて新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造する」ことをめざし、お客様に満足いただける「高品質・安心・安全」な優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に取り組んでいます。すべてのお取引先さまを「ともに新しい価値を創造していくパートナー」と考え、お互いが高い倫理基準を持って持続的発展をすることをめざしています。

国連グローバル・コンパクトへの参加を契機として、2006年に「人権」「法令遵守」「労働慣行」「知的財産の保護および機密の保持」「環境保全」「公正な取引」に関わる基準を明文化した「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」を策定しました。2011年12月には新資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」と「ISO26000」の考え方を盛り込み、改訂しました。2015年3月現在、資生堂グループ・サプライヤー行動基準の対象となるお取引先さまのうち、国内外1,500社以上から、同基準への同意書を得ています。

また、サプライヤー行動基準の遵守状況を把握するために、国内外約500社のお取引先さまに、定期的にアンケートや監査等のモニタリングを実施しています。

万が一、「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」に違反していることが明らかになった場合には、厳正に是正措置の要求、是正指導、支援を実施することとしています。

また、日本国内では「ビジネスパートナーホットライン」を開設し、お取引先さまからご意見やご相談を受け付ける体制を整えています。（2014年度通報実績はなし。）



■ 資生堂グループ・サプライヤー行動基準の対象となる取引内容

取引内容	購入品・作業内容
原材料などの直接材	香料・原料など
製造委託品	化粧品、美容用具など
販売施策品	サンプル、小型見本
パッケージ	容器、包装材、能書、レーベル、外箱など
セット外注	セット作業などの外注
販促物	印刷物（リーフレット・カタログなど）、景品、カウンター周り備品小物、店頭活動ツール、プロモーション・イベントツール

贈答、接待等については、コンプライアンス 接待・贈答に関する社内規程 を参照ください。

環境に配慮した原材料調達

資生堂は、研究開発において、CO₂排出量削減に向けた環境技術の開発とともに、環境に配慮しながらお客さまにとっての価値を実現する新技術の研究やソフト開発を進めることで、新しい価値づくりをめざしています。調達においては、サトウキビ由来ポリエチレンの共同開発をはじめとした、廃棄・焼却時に大気中のCO₂濃度を増加させない原材料の採用や、生物多様性へ配慮した調達など、お取引先と一体となった環境対応技術の開発を進め、持続可能な社会の実現に貢献していきます。具体的な取り組みとしては、バガス紙の活用、植物由来発酵アルコールの使用、持続可能なパーム油の活用などがあります。

知的財産の保護

資生堂グループは、取引先、資生堂グループ、そして第三者の知的財産の保護と機密の保持を確実にするために、必要な措置を講じている取引先と取引を行います。

資生堂グループは、取引先に対し、資生堂との取引に関連した知的財産権の取得促進に加えて、知的財産の侵害予防、営業秘密の識別・管理、個人情報の保護などの項目を確実にを行うため、方針・手続きを持ち、従業員を教育・指導することを求めます。

※ 知的財産：知的財産権（特許権、商標権、意匠権など）および営業秘密（ノウハウなど）

情報セキュリティ管理

情報セキュリティに関する方針

資生堂グループの全事業所が保有する重要な各種情報資産を守り、堅牢な情報セキュリティを確立して維持することを目的に、資生堂グループで働くすべての人を対象とした「情報セキュリティ管理指針」を定めています。

毎年、情報セキュリティに関するe-ラーニング講習など、社員への教育を継続して実施しています。

個人情報の保護に関する方針

資生堂では、事業などを通じて保有する個人情報の重要性を深く認識し、保護の徹底を図ることが社会的責務と考え、個人情報保護方針を定めて確実な履行に努めています。

また、JIS Q 15001に適合した個人情報保護マネジメントシステムを構築、整備し、個人情報の取り扱いを適切・適正に行っている事業者として、一般財団法人 日本情報経済社会推進協会よりプライバシーマークの付与認定を受けています。



消費者課題

お客さまとともに。100%お客さま志向をめざして、安心・安全なモノづくりと情報発信に努めています。

安心・安全なものづくりの推進

独自の製品安全性基準の制定

資生堂では、お客さまに安心して商品をお使いいただくため、研究・生産活動を行っています。なにより肌を正しく知ることが重要だと考え、化粧品に関わるあらゆる分野の最先端技術（生命科学、皮膚科学、界面科学、人間工学、心理学など）を取り入れた研究や、国内外の皮膚科医、大学・研究機関との共同研究によって肌を研究することから、化粧品づくりを始められています。

そして、使用する原料については肌への負担がないか、有害な不純物が混じっていないかを追究し、安全性を確認できたものだけを使用します。こうしてできた処方製品としても問題ないことを確認するため、パッチテストや皮膚科医監修による実使用テストなども行っています。



官能検査の様子



データに裏付けられた安全性

皮膚科専門医は化粧品による接触皮膚炎（かぶれ）が疑われる患者さまに対し、お使いになられていた化粧品とその成分でパッチテストを行い、皮膚炎の原因を追究しています。

メーカー別に集計したパッチテスト陽性率は、メーカーの「安全性保証レベル」を表すともいえます。資生堂の化粧品の陽性率は、国内外の化粧品メーカーのなかで最も低く（※）、高い安全性が保持されていると報告されています。

※ 「Fujimoto et al., Patch test results in 492 patients of suspected cosmetic dermatitis (1996-2000), Environ. Dermatol., 9, 53-62, 2002.」より

化学物質の総合安心・安全管理

健康と環境に配慮した基本的な考え方

資生堂は、2002年のヨハネスブルグサミット（WSSD : World Summit on Sustainable Development 持続可能な開発

のためのサミット)において採択された、「2020年までに化学物質の製造と使用による人の健康と環境への悪影響の最小化をめざす」という国際合意を念頭に、製品や容器等に使用している化学物質について管理しています。

資生堂は、欧州、米州、アジア、日本などの化学物質法規動向や化学物質に関する安全性の情報を収集しています。そのうえで最新の科学的知見に基づいて製品に用いる化学物質の人や環境に対する影響を評価し、安全性を確かめています。

資生堂の製品中の成分に関して、人の健康や環境への影響に対する懸念情報が報告された場合は、その時点での最新の科学的知見に基づき、使用継続の是非を判断します。その判断に基づき、必要に応じて速やかに当該物質の使用を止め、代替物質への変更を行っています。

欧州REACH規則への対応

欧州REACH規則は2007年6月に施行された、欧州の新・化学物質規制です。日本から欧州域内に輸出する化粧品および容器など、化粧品に関する全ての化学物質が規制の対象となっています。

特に、欧州域内への年間輸入量が1トン以上の物質については、REACH規則で定めた手続きに沿って登録が必要となります。資生堂は、この登録が必要な物質についてすべて把握しています。

また、REACH規則では、SVHC (Substance of Very High Concern : 高懸念物質) と呼ばれる、人体や環境への影響が懸念される物質が製品や容器等に0.1%以上含まれる場合は、取引先やお客さまへの情報提供が義務づけられています。資生堂はSVHCに該当する製品や容器等は存在しないことを確認しています。

遺伝子組み換え植物由来の化粧品原料の使用に関する方針

遺伝子組み換え植物の安全性については、必ずしもグローバルにコンセンサスが得られている状況ではありません。また、化粧品は食品と同様、お客さまから厳しく安全性が求められます。

以上のことから、当社では「組み換え遺伝子やそれに由来するタンパク質を含まない」など科学的に判断を行って、遺伝子組み換え原料と判断される化粧品原料を使用しないことを企業方針としております。

「モノづくりエコスタンダード」「販促物エコスタンダード」の制定

資生堂では、2010年度にライフサイクル視点で商品や販促物の環境対応をルール化した、「モノづくりエコスタンダード」および「販促物エコスタンダード」を制定し、運用しています。

高品質な製品を安定供給する体制

資生堂では、世界的に定められたグローバルガイドラインの品質基準を順守し、徹底した品質管理のもとで化粧品を生産しています。私たちは、品質と安全性をなによりも優先し、お客さまに安心していただけるよう、これまでも製造に関する自主基準として「資生堂GMP (Good Manufacturing Practiceの略称)」を設け、品質の維持・管理に努めてきました。

2007年に化粧品製造に関する国際規格として制定されたISO22716 (化粧品GMP) で規定されているすべての項目 (例 組織・体制、教育訓練から受け入れ、製造管理、検査など) を順守し、徹底した品質管理のもとで生産した高品質「安心・安全」な製品をお客さまにお届けしています。

資生堂では、食品をはじめとするヘルスケア商品についても安全性、高品質を守るため「原料選定・製品化・生産・流通」

の各段階で、徹底した品質管理を行い、お客さまに安心してご愛用いただける製品を生産しています。原料選定では世界中から原料情報を収集し、現地情報、土壌、残留農薬などのデータを確認して、安心できる原料のみを使用しています。製品化・生産・流通においてもHACCP（※1）、ISO22000、GMP（※2）などの各種基準や、自主規格により常に高品質の製品を安定供給する体制を整えています。

※1 HACCP： 1960年代、米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品衛生管理の手法のこと。

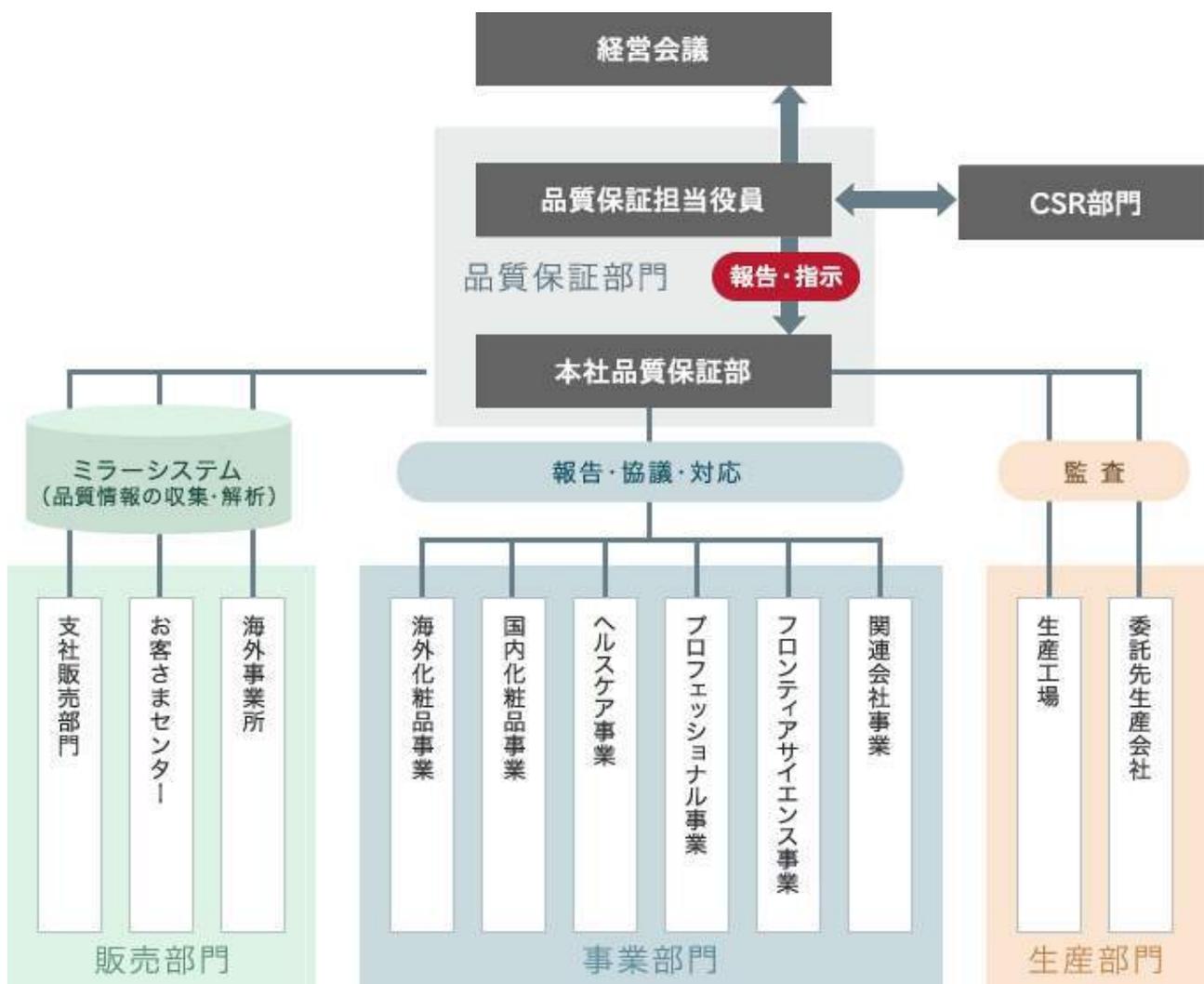
※2 GMP： Good Manufacturing Practice。薬事法に基づいて厚生労働大臣が定めた、医薬品等の品質管理基準のこと。

製品事故の対応

お客さまにご満足いただける安全な商品を研究、開発、製造、販売するため、製品の設計・製造・販売・輸入等の品質保証と製品事故予防に関わる権限と責任の所在を明確にするとともに、事故報告の義務を明文化して、資生堂およびグループ企業の品質保証活動、製品事故予防活動を強化・徹底しています。

万が一、自社の製品により品質事故およびPL事故が発生した場合には、直ちに情報を受けた部門は、品質保証部門、事業部門、CSR部門に報告します。CSR部門は、事故のレベルに応じて対応方法を決定します。品質保証部門は原因究明を行い、事業部門は対応等を進めます。

製品事故の対応体制



製品情報の適切な提供

資生堂グループで働く一人ひとりがとるべき行動を「Our Way」としてまとめました。その中に、「私たちは、製品の情報・表示や広告・表示についても、国ならびに地域の法令や社内規則の順守はもちろんのこと、より高い倫理観をもって業務に取り組む」ことを定めています。

広告・表示に関する法令の順守状況

化粧品に表示すべき内容は医薬品医療機器等法に定められています（法定表示）。一方、広告に関しては「医薬品等適正広告基準」（昭和55年10月9日・厚生省薬務局長通知）で規制されています。この基準をもとに、さらに業界団体である日本化粧品工業連合会からその例示・解説を明確にした業界自主基準「化粧品等の適正広告ガイドライン」が出されています。

資生堂では法定表示については「表示規程」を定めて運用しています。広告に関しては業界の自主規制ガイドラインである「化粧品等の適正広告ガイドライン」に従うことで法令を順守しています。

なお、日本化粧品工業連合会の組織の中に「広告宣伝委員会」があり、これに付随する機関として「化粧品広告審査会」が設置されています。この「化粧品広告審査会」は、化粧品の広告表現を適正化してその信頼性を一層高めるため、独立して審査を行っています。この審査は、医薬品医療機器等法、医薬品等適正広告基準、化粧品等の適正広告ガイドライン等を基準としています。審査対象はテレビ、新聞、雑誌の広告を対象として年間3回実施されています。

広告・表示に関する勉強会の実施

資生堂では、2014年度に「法定表示セミナー」「広告表示セミナー」を実施し、約200名の社員が参加しました。また、全社員向け品質関連のe-ラーニングを行い、その中でも取り上げました（品質保証部主管、約8,000名参加）。

お客さま満足度向上のための活動

資生堂では、グループの企業理念（Our Mission, Values and Way）のOur Way「お客さまとともに」に基づき、お客さまや社会のお役に立つことをめざしています。お客さまにご満足いただける価値のある商品とサービスは、化粧品を構成するハードウェアと、それに付随するさまざまな情報や美容法などのソフトウェアが一つになることで生まれます。そのため、資生堂ではお客さまの「美」や「健康」に関するニーズにお応えするために、応対面やサービス面でもさまざまな取り組みを行っています。

お客さま満足度向上のための活動

お客さまの声を反映する仕組み

中長期戦略「VISION 2020」の実現に向けて、お客さまから寄せられた相談・要望など貴重な声を社内に還流し、商品開発やサービス向上に活かす取り組みを強化しています。お客さまや社会の変化を速やかに察知し、企業活動に反映するよう、お客さまの声情報の収集・分析、全社への情報共有を図り、関連部署に対して商品や美容情報の開発・改良、サービスの改善に向けた対応要請を行い、「お客さま起点」による企業価値の向上につなげています。

お客様対応 行動方針

1968年に産声をあげた資生堂お客様窓口では、お客様からのお問い合わせやご相談に誠実に対応し、お客様にとってさらにお役にたてる情報を発信しています。また、2012年からは、WEBとお店をつなぐ「ワタシプラス」サービスを開始し、「ワタシプラスサポートセンター」を新設。お客様との積極的なコミュニケーションを図っています。

SHISEIDO

お客様対応 行動方針

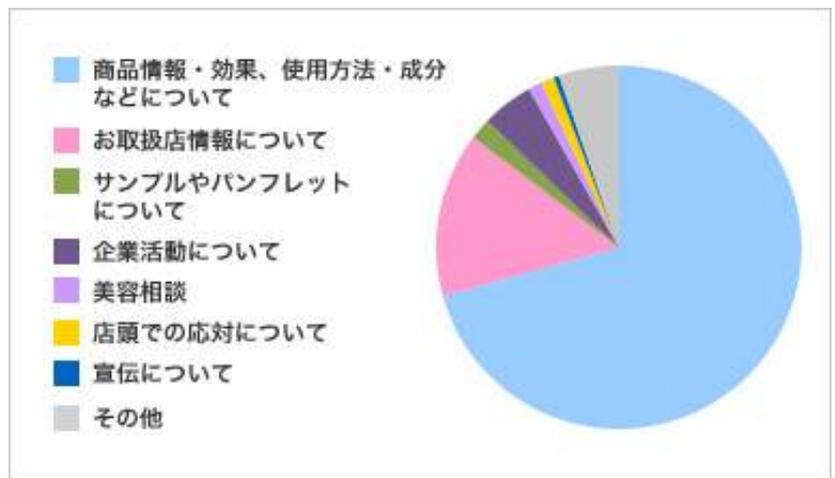
「一瞬も一生も美しく」の実現に向けて、お客様の美しさづくりをサポートします。

お客様からのお申し出に対し、迅速かつ丁寧、的確に対応します。常に感謝とおもてなしの心を大切にし、お客様にご満足いただけるよう努めます。

お客様の声を、きめこまやかなサービス・魅力ある商品の創出につなげ、お客様と資生堂の一生のお付き合いをサポートします。

お客様の声の収集・共有

日本では、フリーダイヤル、メールや手紙などで「お客様窓口」に寄せられる年間約10万件（うち商品について[71%]・お取扱い店について[15%]）のご意見やお問い合わせ、店頭で活動するビューティーコンサルタントが専用のタブレットを用いて投稿した年間約9万件の声、ツイッターやブログをはじめとするSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）上の声など、さまざまな場面や手法でお客様の声を収集しています。また、それらの情報をシステムで管理し、商品改良やより満足のいただける価値づくりに活かすため、いただいた声を社員がイントラネット上で共有しています。



さらには、お客様が生活の中で化粧品使用時に感じられるさまざまな気持ちや背景を深く知り、商品・サービスを向上させるために、グローバルでの社員の共有活動にも力を入れています。

それぞれ担当する仕事や立場は違いますが、お客様のリアルな声に触れ、お客様の視点を意識し、業務を見つめなおすきっかけの場になっています。



国内外の工場で「お客様の声セミナー」を開催



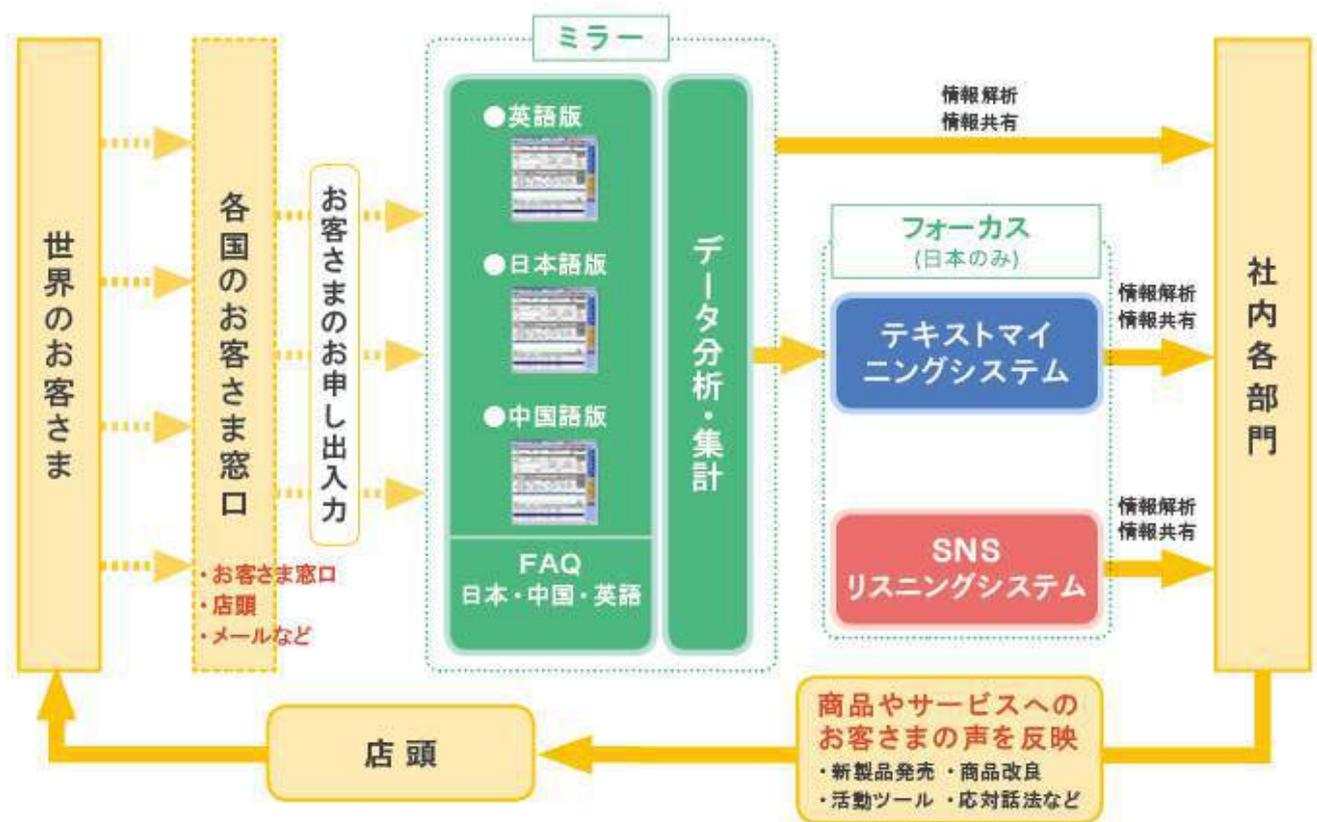
ヨーロッパ・韓国・北京・上海・香港・台湾・日本のお客様対応担当者会議を開催

お客様対応とお客さまの声情報活用の基盤を支えるシステム

事業のグローバル化に伴い、1996年より活用してきたシステムを世界のお客さまの声情報を共有し活かす仕組みへと強化。「ミラー（※）」と名付けて2011年に国内外に導入しました。「ミラー」の導入により、世界のお客さま窓口における相談や要望への対応の向上や、世界のお客さまの声情報を効率的に収集・分析し、資生堂グループの価値創造につなげることにチャレンジしています。現在、「ミラー」は日本を含む21の国と地域で稼働しています。日本においては、「ミラー」に集約したお客さまの声情報を、テキストマイニングシステム「フォーカス」に連携し、お客さまの声を見える化することで、全社員が容易に目的に応じて分析・活用できる環境を整えています。また、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）のリスニングシステムを活用し、直接企業には届かないお客さまの声も企業活動に反映しています。

※ミラー：お客さまの声を通して、そこに映し出された資生堂の活動の実態を見つめ直す・姿を映し出す「鏡-ミラー」という思いが込められています。

お客さまの声情報の収集・活用の仕組み



TOPICS： 資生堂お客さま窓口、化粧品業界初 3年連続「HDI格付けベンチマーク」で、最高評価の三つ星を獲得

「資生堂お客さま窓口」は、世界最大のサポートサービス業界の団体「HDI」（米国に拠点を置くヘルプデスク協会（Help Desk Institute）※）の日本支部（HDI-Japan）が主催する2015年度の「HDI格付けベンチマーク」調査で、2013年、日本の化粧品業界で初めて獲得して以来、3年連続となる最高評価の三つ星を獲得しました。

「顧客に寄り添った懐の深いOne to Oneの対応力」「今後も心地よく商品を使い続けられるように協力的にサポートするサービス体制」に対して特に高い評価を得て、3年目となる今回の受賞に繋がりました。

また、資生堂では、「お客さま一人おひとりの心に寄り添った」対応の進化の一環として、年齢を重ねた女性のための窓口「きらめきMs.美容相談室」（お客さまセンター内）を、13年3月に開設しました。商品のことから美容情報まで、お客さまからの幅広い相談に対応可能な経験豊富な美容アドバイザーを配置しています。

今後も、「資生堂お客さま窓口」は、企業活動における「お客さま起点」の最前線部門として、多くのお客さまに真摯に向き合い、資生堂を信頼してご愛用いただけるよう対応を強化します。

※HDI（ヘルプデスク協会）とは

世界中で約50,000のメンバーが加盟する世界最大のサポートサービス業界の国際機関で、アメリカの経済誌『フォーチュン』に掲載されている世界企業上位500社のうち90%もの企業が加盟しています。



2015年度「HDI格付けベンチマーク」三つ星獲得



HDIから認定証を授与されるお客さまセンタースタッフ

TOPICS：「平成27年度サービス・ホスピタリティ・アワード※」にて「優秀賞」受賞

資生堂は、公益社団法人企業情報協会（通称：IT協会）が主催する「サービス・ホスピタリティ・アワード」の本年度最高賞である「優秀賞」を受賞しました。

同賞は、サービス・ホスピタリティに関する施策の導入や活用により、他の模範となる優れた成果をあげている企業を同協会が表彰するものです。

資生堂では、創業以来「美しい生活文化の創造」というミッションの実現に向け、様々な取り組みを行ってききましたが、特に近年ITを通じてお客さま満足度を高める活動を行っています。

今回の受賞は、お客さまへの「おもてなし」を精神面だけでなく、店頭での接客応対用のタブレット型携帯情報端末「ビューティー・タブレット」やWebサイト「Watashi+（ワタシプラス）」、世界のお客さまの声情報を収集・分析するシステム「ミラー」などのITを駆使して実現した先進性が評価を得ました。

また、これらITを使って集積したさまざまな情報を、販売第一線だけにとどまらず、経営やマーケティング活動に活かしています。

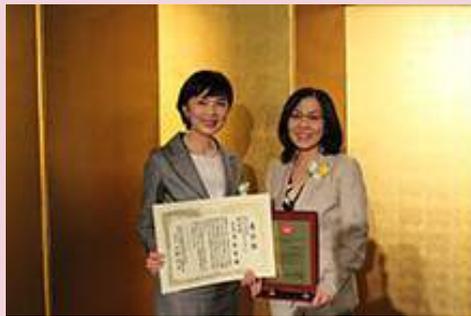
今後も、お客さま満足度のさらなる向上を目指します。

※サービス・ホスピタリティ・アワードについて

顧客に対するサービス・ホスピタリティに関して、創意工夫や先進的な取り組みを行い、顧客満足度を高めることによって経営に優れた貢献をし、サービス・ホスピタリティの推進・発展に寄与したと認められた企業・機関・団体・事業所等の顧客接点部門を審査し、受賞対象としています。



サービス・ホスピタリティ・アワード



執行役員常務関根（左）、
お客さまセンター長伊與田（右）
（2015年9月当時）

お客さまの声を反映した商品事例

「エージープラス」 パウダースプレー タイプ（142g・180g）のキャップを変更

「丸いキャップがつかみにくい」「もっと開けやすいキャップにしてほしい」といったお客さまからの声に応え、従来のオーバーキャップタイプを、使い勝手とエコの観点から、キャップ一体型へ変更しました。

エイジープラス パウダースプレー
販売名：資生堂パウダースプレーf



「資生堂 長命草」 タブレットのサイズを飲みやすい大きさに改良

「タブレットの粒が大きくて飲みにくい」というお客さまからの声を受けて、タブレットの大きさを飲みやすいサイズに改良しました。



「プリオール」 シニア女性の声を反映したパッケージを開発

2015年1月に誕生した新ブランド「プリオール」では、50代以降の女性約6700人の声を聞くとともに、商品開発にその声を反映しました。中味や使用感などはもちろんのこと、お客さまが商品を使用される際の容器の「使いやすさ」、表示の「分かりやすさ」にもこだわって、開発に取り組みました。



化粧水や乳液は、上から押しても、手にもって中味が出るポンプ容器を採用。手先が器用に使えなくても、簡単に1回量が取りだせる。



使う順番を商品そのものに明記。1個箱には写真付きの分かりやすい使用方法を掲載。



お客さま満足度向上のための活動

お客さま対応

ビューティーコンサルタントは、店頭でお客さまの要望に応じ、商品や美容情報をお一人おひとりの肌や化粧生活にあわせてご紹介するという重要な役割を担っています。1998年から、美容のプロとしてさらに質の高いカウンセリング活動をめざし、業界で初めて美容知識・技術についての「厚生労働省認定社内検定制度」を導入しています。

海外においても、お客さま満足度を最大化し、愛用者拡大につなげるために、世界中のビューティーコンサルタントが「おもてなし」の心を店頭で具現化する行動指標「SHISEIDO BEAUTY CONSULTANT OMOTENASHI CREDO (シセイドウビューティーコンサルタント オモテナシ クレド)」を配布し、日々の活動に活かしています。

当社は、店頭における対応力や提案力の向上に向けて、これまでに培ってきた対応ノウハウや美容技術を凝縮した対応ソフトを開発・運用し、海外においても国際版対応ソフトを活用しています。

2013年6月には、国内のビューティーコンサルタント約10,000名に対し、タブレット型の携帯情報端末「ビューティータブレット」を導入。同年7月から専用開発アプリケーションソフトを順次搭載、店頭での対応に活用しています。このアプリケーションソフトには、お客さまが化粧を落とすことなく、鏡を見るように顔を映すだけで自由にメーキャップをシミュレーション体験できる「メーキャップシミュレーター」のほか、沢山の商品の中からお客さまに最適な商品を選べる「ファンデーションファインダー」、「スキンケアコンサルテーション」「ヘルスケア」の4種類があります。

こうした最先端のテクノロジーを活動ツールとして活用し、店頭における興味喚起や、お客さまがこれまで気付かなかったご自身の魅力を発見いただくことによる満足度向上をめざします。あわせて、お客さまからいただいたお声をビューティータブレットに入力し、翌日には本社関連部門につながる仕組みにより、さらなるお客さま満足の向上につなげています。

また、海外のお客さまにも資生堂の化粧品と出会い、キレイになっていただくお手伝いをすべくビューティータブレットに4カ国語<中国語(簡体字・繁体字)、英語、タイ語>表示のコミュニケーションシートを掲載し活用しています。

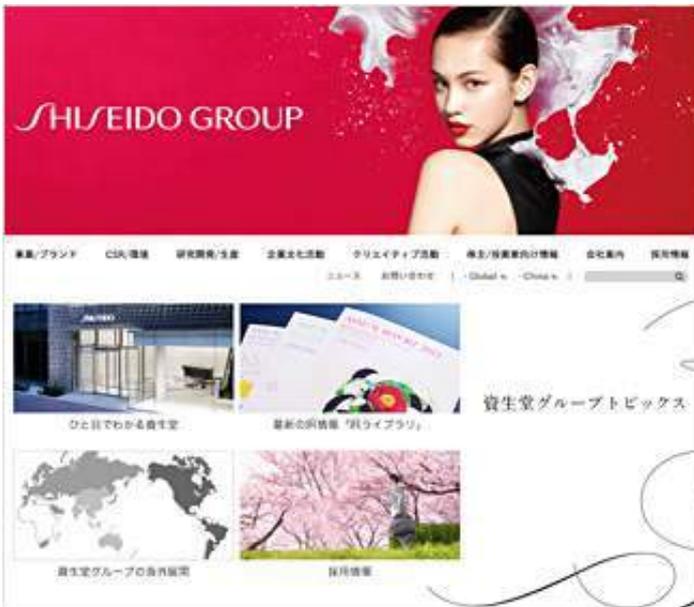


お客さま満足度向上のための活動

お客さまへの情報提供・サービス

資生堂ウェブサイト

お客さまの気持ちやニーズに応える、魅力ある情報づくりやサイト運営に努め、資生堂の商品・美容・企業など多岐にわたる情報を「資生堂グループ企業情報サイト」や「Watashi+（ワタシプラス）」などにて配信しています。



資生堂グループ企業情報サイト



watashi+ (ワタシプラス)

リスナーズカフェ

視覚障がいのあるお客さまに向け、美容情報や化粧品の基本的な知識などを、音声対応でわかりやすく発信しています。



キッズのためのキレイクラブ

肌が変わる思春期直前の子どもたちに向けて、紫外線対策や洗顔方法などの美容生活情報をわかりやすく発信しています。



お客さま満足度向上のための活動

ユニバーサルデザイン

あらゆる方々の生活環境に配慮したデザインが「ユニバーサルデザイン」です。この考え方は、すべてのお客さまに安心して心地よくお使いいただける商品づくりをめざす資生堂にとっても大きなテーマです。

資生堂では「ユニバーサルデザイン」の専門的理論や法律などを踏まえ、商品の特性に合わせた『資生堂ユニバーサルデザイン ガイドライン』を2005年にまとめました。6原則14項目にわたる内容で構成され、商品の企画部門、デザイン部門、設計部門が共有しながら商品づくりを進めています。ガイドラインの制定に当たって、実際の商品が「どのようなお客さまに」「どのようなシーンで」「どのように」使用されているかを正確に把握することが大きなポイントとなりました。また、できるだけ多くの場面を想定することも重要でした。

例えば「使い方が明瞭である」という原則の中に「直感との一致」というチェックポイントがあります。これは、誰が見ても「ここを握り、ひねれば栓が開く」ことが直感的に分かるということを示します。こうした点に配慮したデザインは「使いやすいデザイン」ということになります。反対に、いかにもそこを押すと開きそうなボタンがありながら、それはただの飾りで機能しない場合、直感を裏切ったことになり「使いにくいデザイン」という印象になってしまいます。

2008年秋に発売された『エリクシールプリオール』は、60歳以上の方を対象に開発されました。容器の開発にあたっては、数多くの対象年齢のお客さまとデザイナーが直接面談し、日頃の化粧行為で不便な点がないか、実際に容器を手にしていただきながらヒアリングしました。そこで出てきた要望を右の写真のようにデザインに反映しています。

今後もお客さまの立場からの視点を大切にしながら開発を進めてまいります。



ボトルとキャップの間にすき間をもたせ指がかりをつくることでキャップを回しやすくなる工夫をしている。



これまでは商品の正面にデザインとして英語が入っていた「化粧水」などのアイテム名称を裏面の見やすい位置に大きく表示。シールもはがしやすいよう、つまみやすくしている。

動物実験と代替法に対する取り組み

動物実験廃止に向けた取り組み

資生堂は、代替法に基づく安全性保証体系を確立し、これにより2013年4月から開発に着手する化粧品・医薬部外品における動物実験を廃止しました。なお、社会に対して安全性の説明をする必要が生じた場合(市場にある成分に関して、改めてその安全性を証明する必要が生じ、そのための選択肢が動物実験しかない場合や、一部の国において化粧品の安全性保証に動物実験が不可欠となっている場合)を除きます。

今後も引き続き有効な代替法の開発を継続するとともに、代替法の公定化(各国・地域の法制度において正式な実験方法として認可されること)に向けて積極的かつ強力に各国の行政機関に働きかけてまいります。

動物実験と代替法に対する取り組み

安全性保証体系

当社は、動物実験を用いずに「情報による保証」「代替法による保証」「ヒトによる最終確認(医師管理下の連用試験やヒトパッチテスト等)」の3ステップにより原料の安全性を保証する体系を確立しました。当体系に関する科学的妥当性や社会受容性を議論することを目的に、「動物実験に依存しない化粧品の安全性保証に関する討論会」を設立し、社外の有識者や研究者を加えた検討体制を構築しています。

動物実験と代替法に対する取り組み

有効な代替法の開発を継続

日本においては、社外の研究者との共同研究体制(代替法コンソーシアム)を設置し、日本動物実験代替法学会との共催シンポジウムとして成果を公表しています。厚生労働科学研究班や日本動物実験代替法学会の評価研究には研究初期より積極的に参加し、動物実験代替法の普及・拡大に努めてきました。

海外においては、米国の代替法検証省庁間連絡委員会(ICCVAM)の専門家パネルとして、欧州では産官学のプロジェクトである欧州動物実験代替法パートナーシップ(EPAA)や欧州化粧品工業会(CE)の代替法検討プロジェクトのメンバーとして、代替法の開発や評価に協力しています。

現在、化粧品原料の安全性評価において非常に重要な皮膚感作性試験については、花王株式会社と共同で培養細胞を用いる代替法(h-CLAT)を開発し、国内外の企業との共同研究の結果、欧州代替法検証センター(EURL ECVAM)における検証研究が行われています。

今後も、国内では「日本化粧品工業連合会」「日本動物実験代替法学会」「日本動物実験代替法評価センター(JaCVAM)」、海外では「欧州化粧品工業会(CE)」「欧州代替法検証センター(ECVAM)」「欧州動物実験代替法パートナーシップ(EPAA)」「米国化粧品工業会(PCPC)」「米国代替法検証省庁間連絡委員会(ICCVAM)」といった産官学との連携のもと、これまで以上に積極的に代替法開発に取り組んでいきます。

コミュニティー参画および発展

社会とともに。地域社会との関わりを通してともに発展することをめざします。

社員による社会貢献活動

資生堂の社員による社会貢献活動は、「未来椿活動」と「社会貢献くらぶ」を両輪としています。

未来椿活動は、地域社会のお客さまとの絆を深め、感謝をお伝えする事業所ごとの社会貢献活動として、2012年度から継続しています。全資生堂グループの社員が立案・計画した活動を世界中で実施しています。

社会貢献くらぶは、「社会のために何かしたい」と考える社員のために、社員個々の環境や都合に合わせて選べる活動プログラムを提供することで、社会参画の機会を創出しています。

未来椿活動

未来椿活動は2014年度までに、世界130の事業所で832件の活動を行いました。

活動した社員からは、「被災地での活動も4年目になり、みなさんが心待ちにしてくださっていることが嬉しい」「普段見ることのできない仲間の姿に感動したり笑ったり、半日の活動で部員間の距離がぐっと近くなった」など、地域社会との絆や社員同士の結束力の強化につながっています。

資生堂は、未永くお客さまや社会とつながっていくために、今後も未来椿活動を継続していきます。

日本での取り組み

今年で3年目！横浜の緑地保全活動

リサーチセンター研究推進部は、2012年度よりNPO団体と協働し、横浜市の「カーリットの森」で緑地保全活動を実施しています。

カーリットの森は、横浜駅から約4kmの場所にありながら、夏にはホテルも観察される里山です。この森を開発の危機から救い次世代へ引き継ぐための活動に参加しています。

3年目となる今回は15名で参加し、下草刈り、間伐作業で汗を流しました。「継続的な活動によりカーリットの森への愛着がわいてきた」「前に作業したところが、きちんと役に立っていたのが分かって良かった」「自然を大切にす意識が芽生えた」など、継続した活動での成果を実感することもできました。



休憩用のイスとなる丸太を運びます



充実した笑顔のメンバー

ゆず収穫支援活動－お客さまへ安心・安全な商品を－

(株)キナリでは、草花木果の商品に多く配合されている、ゆずの収穫支援を行っています。

ゆず産地として有名な高知県 J A 土佐あき中山地区では、11月上旬に収穫の最盛期を迎えます。「高齢化・人手不足にご苦労されている生産農家さまの支援をしたい」という思いから、今年も11月に社員6名が収穫のお手伝いをさせていただき、2トンのゆずを収穫しました。

参加者からは「作業は棘がありとても大変でしたが、大切に育てられたゆずであることを実感しました。それを、お客さまに化粧品という形でお届けできることがうれしいですし、より愛着がわきました。」「有機栽培にこだわりをもつ生産者の皆さんの思いにふれ、『ゆずの恵みを化粧品としてお客さまのお肌にお届けしたい』という気持ちがより強くなりました。」と手応えを十分に感じました。

私たちキナリにとって大切なゆず。今後も継続して収穫支援を行う予定です。



ゆず玉を一つずつ丁寧に収穫します



2トンの収穫にこの笑顔

高齢者介護施設でのハンドマッサージ活動

経営企画部では、久喜工場と協働し高齢者介護施設にてハンドマッサージをさせていただきました。

1月の3日間で、のべ9名の社員が参加し、不慣れなハンドマッサージに対し、「手がツヤツヤになったわ」「キレイになった」と喜びの言葉とともに、何度も「ありがとう」と声をかけていただき、私たちも心温まる経験ができました。

施術中に人生の先輩から貴重なお話をお聞きできたことで、人として、多くの『気づき』をいただき、社会とともに共存する大切さを改めて実感させていただきました。

※部門名は実施時のものです。



手と手のコミュニケーションで会話も弾みます



緊張の面持ちでマッサージ

国宝・松本城の床磨きに参加しました！

中部支社長野支店では、国宝である松本城を守り、未来に伝えるための「松本城天守床磨き」に社員21名が参加しました。

砕いたクルミの実や米のぬかを布で包んだ「たんぼ」という道具を使い、全員で力を合わせて天守閣の床を磨きました。

地域のお城を守る活動を通して、文化財にも触れるよい機会となり、来年も参加したいとの声が寄せられました。



天守閣の床がピカピカに



参加者全員で記念撮影

中国での取り組み

中国での植林活動

資生堂は、2008年より、中国・甘肅（かんしゅく）省蘭州市にて10年にわたる植林活動をスタートしました。

2014年までの7年間の植林実績は約85,000本、定着率は90%以上で、東京ドーム約10個分の荒地を緑化しています。

2015年4月には、中国・日本の資生堂グループ社員のボランティアと、甘肅省のお取引先さま、政府関係者を含む総勢70名で8回目となる植林を行い、コノテガシワなどの樹木を参加者全員で植林しました。

参加した社員からは、「第一回に植えた苗木がとても大きく強く育っているのを見て、10年と限らず その後も植林活動を毎年続け、もっと緑を増やしたいと思いました。」

「とても有意義な活動で、参加者全員が来年も参加したいと言っています」といった声が聞かれました。

今後も植林活動を通じて日中の友好関係を深めるとともに、砂漠化防止とCO₂削減による環境保全、現地の雇用創出など、中国社会に貢献できる取り組みをめざします。



植林活動の様子

アジア・オセアニアでの取り組み

一瞬も一生も美しく、新卒者を対象とした美容講座

台湾資生堂では、長年にわたり、高校生及び大学生の就学や就職活動を支援するために、美容講座を開催しています。2014年度は、全国の各地域で延べ172回行いました。

その中で今年の4月の活動では、高校卒業を直前に控えた3年生を対象に実施し、参加した生徒さんは、「お手入れ、メーキャップや美しいマナーを教えて頂き、いい勉強になりました」「スキンケアの実習が面白かった」など知識を増やし、笑顔で帰られる姿が印象的でした。

参加社員も「今回の講座を通じて、参加した生徒さん達が自信を持ち、卒業後、様々なことに挑戦してくれることを期待します」「スキンケアによる一生の美しさと、メーキャップによる一瞬の美しさを生徒さん達に伝えることができている嬉しいです」など、やりがいを感じています。

学校や生徒さんから好評を頂き、来年も継続する予定です。



輝ける成長を願ってデモンストレーション



真剣に受講する様子

アメリカ・ヨーロッパでの取り組み

「母の日」に感謝を込めて

資生堂トルコは、「母の日」を数日後に控えた5月9日、特別養護老人ホームを訪れ、尊敬すべき「母」への感謝と、彼女たちの幸福、健康を願って、スキンケアやメーキャップの活動を行いました。

彼女たちは、活動後の自分自身の特別な姿を見て、驚くとともに、とても喜び満足していました。

私たちは、彼女たちと特別な思い出を共有し、とても素敵な時間を過ごしました。そして、「肌に触れることは、心に触れること」の意味を実感した一日でした。



感謝を込めてメーキャップ



晴れやかな笑顔で記念撮影

社会貢献くらぶ

社会貢献くらぶは2005年に発足した、国内の社員が手軽に社会貢献活動に参加できる仕組みです。「ボランティア」や「寄付」などを切り口に、さまざまな活動プログラムやサポート制度を設けています。「一人ひとりが社会問題解決の視点を持ち、自ら考え行動する」風土をつくるとともに、社員の社会参画と視野の広がりを後押ししています。

2005年に創設した社員参加型の社会貢献支援組織。趣旨に賛同した資生堂グループ社員が毎月の給与から1口100円の積み立てを行い、「女性を取り巻く社会問題の改善」「次世代育成支援」「化粧によるQOL（Quality of Life=生活の質）の向上」「地球環境保全」の4つの観点から運営の堅実性と透明性を併せ持つ社会貢献活動団体を支援団体として選定し、寄付を行っています。組織の運営は自薦・他薦によって選ばれた社員である運営委員の手で行われ、災害時には社員の義援金募集実施の判断も行っています。

また、支援団体との協働活動として、花椿基金の使途を説明する「活動報告会」や、社員と協働で行う「ワークショップ」「講演会」「映画鑑賞会」を開催し、交流を深めています。

創立以来、総額126,550,883円の寄付金（2005～2014年度）を社員から支援先へお届けしています。

また、2015年5月、「資生堂 花椿基金」2014年度寄付金贈呈式を行い、支援団体の代表の方々からは、寄付に対するお礼の言葉をいただきました。目録を贈呈した運営委員は、各団体の皆さまと交流する中で活動の様子を直接伺い、それぞれの活動をより深く理解し、身近な問題として感じられる貴重な機会となりました。参加した運営委員からは、「社会貢献活動の醍醐味である花椿基金を社員に伝え、当社の事業活動にも影響し活発化するよう、頑張りたいです。」「『花椿基金』という多くの社員の想いを集結し、社会の役に立てたいです。」「大切な寄付金の運用について、支援先の活動を肌で感じながら見極めたいです。」との感想が寄せられました。



2015年度花椿基金寄付金贈呈式
世界自然保護基金ジャパン（WWFジャパン）
橋本さま（左から1人目）高田さま（左から2人目）に目録贈呈

2015年度 花椿基金

2015 年度花椿基金支援内容 PICKUP

 女性	 DV被害女性に 再出発を支援 NPO法人 全国女性シェルターネット	 女性	 ミャンマーの母子の 健康と栄養の改善 公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
 女性	 ザンビアの妊産婦を守る 公益財団法人 ジョイセフ	 次世代	 福祉の仕事に就きたい、 児童擁護施設の子ども支援 公益財団法人 資生堂社会福祉事業財団
 次世代	 口唇裂・口蓋裂の 子どもに治療を 認定NPO法人 オペレーション・スマイル・ジャパン	 次世代	 カンボジアの 子どもたちに学校を 認定NPO法人 JHP学校をつくる会

		<p>難病XPの子どもの生活をサポート 全国色素性乾皮症 (XP) 連絡会</p>			<p>貴重なスマトラ島の森林保全 公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン (WWFジャパン)</p>
		<p>「赤谷の森」の人工林を自然再生 公益財団法人 日本自然保護協会</p>			<p>東日本大震災復興と被災者自立支援 認定NPO法人 ジャパン・プラットフォーム(JPF)</p>

TOPICS： 2015年度の支援団体が決定しました

2014年12月2日(火)に、花椿基金第2回運営委員会（審査会）を汐留オフィスで開催し、2015年度の支援団体を決定しました。審査会では、団体による公開プレゼンテーションを行ない、運営委員と事務局で「花椿基金評価基準」に基づき評価しました。

■ 2015年花椿基金支援団体一覧（10団体） ■

- (1) 全国女性シェルターネット
- (2) 資生堂社会福祉事業財団
- (3) 全国色素性乾皮症 (XP) 連絡会
- (4) 世界自然保護基金ジャパン (WWFジャパン)
- (5) セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
- (6) 日本自然保護協会
- (7) ジャパン・プラットフォーム
- (8) オペレーション・スマイル・ジャパン
- (9) ジョイセフ
- (10) JHP学校をつくる会



審査会でプレゼンテーションを聴講する様子

TOPICS： 10年目…資生堂日やけ止め商品でXP患者支援

2014年3月、色素性乾皮症 (XP) 患者94名の方に、資生堂ブランド「アネッサ」「ドゥーエ」、グループ会社資生堂薬品(株)より販売している「サンメディック」、(株)ピエール ファーブル ジャパンより販売している「アベンヌ」の日やけ止め商品を提供しました。

色素性乾皮症 (XP) は、遺伝子の損傷を修復する機能障がいのために、強い日光過敏や神経症状を発症する進行性の難病です。

XP患者は、紫外線を受けた部分が早期にがん化する恐れがあるため、肌に日焼け止めを塗った上に紫外線防御服も着用する必要があります。

資生堂は社会貢献活動の一環として、2000年よりXP患者の方々に対する支援活動を開始し、患者ご家族を対象とするセミナー（日焼け止め商品の使用法）や、社員ボランティアによるXP患児の保育活動、花椿基金支援による全国大会の開催など、さまざまな支援活動を行っています。

2005年からは、資生堂の日焼け止め商品の使用を希望されるXP患者の方々への商品提供を行い、以来継続して年に1回、「全国色素性乾皮症（XP）連絡会」を通じてご希望の商品をお届けしており、2014年で10年目を迎えました。

患者のご家族からは、「紫外線カットクリームは、1年を通じXPの子どもたちの敏感な肌を紫外線や皮膚がんの発病から守ってくれるとても重要な必需品です。御社の商品を安心して子どもたちに使用させていただけますこと、心より感謝申し上げます。皆さまからの温かいご支援に感謝し、子どもたちとの日々を大切に過ごしてまいります」との声をいただきました。



XPの子どもたちからのお礼メッセージカード

その他の活動

「TABLE FOR TWO」の取り組み

資生堂では「TABLE FOR TWO（以下、TFT）」の主旨に賛同し、食堂施設のある事業所でTFTの活動に参加しています。

「TFT」とは"食糧が余っている先進国"と"食糧が足りない開発途上国"、この「食の不均衡」を解消し、先進国と開発途上国の人々をともに健康にすることをめざして始まった、日本発の新しい社会貢献活動です。食堂等で、通常より低カロリーで栄養バランスの取れたヘルシーメニューに対して価格を20円上乗せして設定し、その20円を寄付金として、TFTを通じてアフリカの子どもの給食費に充てるといったものです。資生堂もこの活動に賛同し、2009年7月より食堂施設のある国内事業所でTFTを導入しています。アフリカの子どもたちへの給食提供は、子どもたちの成育を助けるだけではなく、学ぶ楽しさの気づきや、学ぶ意欲の継続への足がかりとなっています。

「食事をしながら社会貢献」「食事をするだけで社会貢献」のTFTへ、これからも支援を続けてまいります。



TFT事務局より頂戴した感謝状

TOPICS： 保存食をおいしくアレンジ！「食」を通じて社会貢献

2015年11月26日（木）に、汐留オフィスの食堂委託会社である(株)LEOCのご協力のもと、賞味期限が残り1年未満の災害時用保存食を、TFTメニューとしてアレンジして提供する「保存食をおいしく食べようフェア」を開催しました。

災害発生に備えて保管している保存食は、賞味期限が迫ると入れ替えが必要になることから、資生堂では、「食料資源の有効活用」「環境への配慮」「社会貢献」を目的に、保存食活用に積極的に取り組んでいます。

今年7月に第1回目のフェアを開催。5回目となる今回は、2種類の保存食メニューを143名の社員に提供しました。毎回おいしさにこだわり見た目にも楽しいメニューを用意し、途上国の子どもたちの給食支援につなげています。また、メニューを食べた社員には、家庭に備蓄している保存食にも応用してもらえるよう、メニューで使用した保存食とレシピのお土産を提供し、防災に対する意識啓発も図っています。

メニューを食べた社員からは、「保存食と分からないほどしっかり調理されていておいしかった」「早速レシピ通りつくってみたい」「食料の有効活用と寄付に協力できて嬉しい」などの声が寄せられました。また毎回新メニューを考案してくださる(株)LEOCの栄養士・大野さんからは、「試作を重ね、保存食のお米のぼそぼそ感をなくすよう工夫し、おいしく楽しんで召し上がっていただけるメニューを心がけました」との感想をいただきました。

累計喫食数は608食となり、総額12,160円をTFTの給食支援に寄付しました。

※保存食の一部は、フードバンクである「セカンド・ハーベスト」にも提供しており、児童養護施設の子どもたちやDV被害者のためのシェルターなどに届けられています。



保存食アレンジメニュー「海老クリームリゾット温玉のせ」



お土産の保存食とレシピを提供

集めてボランティア活動

使用済み切手や書き損じハガキなどを集めて、途上国の女性と妊産婦を支援する活動や、子どもたちの教育支援を行っています。

2005年から、それまで各部門ごとに行っていた活動を統合し、全社に拡大して実施しています。時間・場所の制約なく、誰でも気軽に参加できる「ボランティア活動」として、年間を通じて活動する他、年2回のキャンペーンも実施しています。集めた使用済み切手は、「公益財団法人ジョイセフ」を通じて、途上国の再生自転車輸送費やお母さんと赤ちゃんの命を救う活動（ホワイトリボン運動）などに役立てられています。また、書き損じハガキなどは、未使用の国内切手に換えたうえで「一般財団法人国際センター」に提供。メコン5カ国（タイ・ラオス・カンボジア・ベトナム・ミャンマー）の子どもたちのガルニー奨学金として役立てられています。

ソーシャルスタディーズデー

1993年から始まった、年間3日を上限に社員の社会貢献を目的にしたさまざまな活動を「出勤扱い」とする制度です。2014年度の利用件数は47名、取得日は53日で、ボランティア活動、献血、ドナー登録などに利用されています。

災害支援活動

東日本大震災

2011年3月に発生した東日本大震災では、資生堂の事業所、得意先・取引先で損壊などの被害を受けました。資生堂では、「事業継続計画」に基づき、地震発生直後に、緊急対策本部を立ちあげ、被害状況の把握と商品の継続供給に向けた体制を構築するとともに、被災地への支援活動を行いました。

ネパール中部地震へ社員有志から義援金贈呈

2015年4月25日（土）にネパール中部で発生したM7.8の地震は、ネパールに甚大な被害をもたらしました。この災害に対し、資生堂グループ社員有志より「NPOジャパン・プラットフォーム」を通じて総額1,141,000円（支援賛同者2,282人）の義援金を贈呈しました。この義援金は、被災者への食糧や物資の配布、仮設校舎およびトイレの設置活動などに役立てられています。



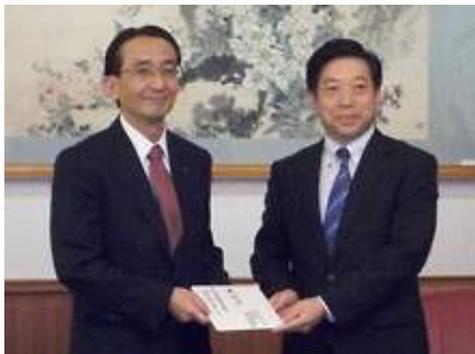
NPOジャパン・プラットフォームにて贈呈



NPOジャパン・プラットフォームよりいただいた感謝状

中華人民共和国雲南省での地震への義援金贈呈

2014年8月3日（日）に、中華人民共和国雲南省で発生したマグニチュード6.5の地震に対し、資生堂は、復興支援として500万円の義援金を拠出しました。8月8日（金）、柴田執行役員が中国大使館を訪問し、お見舞いの言葉と一日も早い被災地の復旧復興の希望を伝え、韓志強公使に義援金を贈呈しました。韓公使からは被災地の状況の説明があり、感謝の意を表していただきました。



韓公使に贈呈

また、資生堂社員有志より「NPOジャパン・プラットフォーム」を通じて総額586,000円（支援賛同者1,172人）の義援金を贈呈しました。この義援金は、被災者への食糧、生活物資、衛生用品等の配布のほか、学校校舎が倒壊または損壊した学校に対しては、教室用仮設テントおよび生徒用机椅子セットの配布などに役立てられています。



NPOジャパン・プラットフォームにて贈呈



NPOジャパン・プラットフォームよりいただいた感謝状

Bangladesh 女性の活躍支援に向けた取り組み

資生堂は、2011年度より Bangladesh 農村部の女性を対象に、社会的地位向上や活躍を支援する活動を推進しています。

この活動は、資生堂が保有するノウハウを活かして Bangladesh の主に農村部に生活する女性が抱える悩みや社会的な課題を解決しながら、ビジネスとの両立を目指す取り組みとして、国連開発計画 (UNDP) が主導する「Business Call to Action (BCtA)」のモデル活動に選定されています。



「化粧の力」を通じて女性を支援し、社会課題を解決したい

資生堂では、企業理念である「美しい生活文化の創造」を実現するため、社会の期待や課題に応える企業活動を推進しています。近年の国際的な社会課題として貧困や環境問題のほかに女性の地位向上が取り上げられていることから、「WEPs (女性のエンパワーメント原則)」に日本企業としていち早く署名しています。

また、資生堂が創業以来蓄積してきた化粧や美容に関するソフト・ハード両面からの研究成果や知見、技術である「化粧の力」を活かして、自分らしく生きたいと願う人々の幸せの実現に貢献できないかと考えました。

Bangladesh を活動の場として選んだ理由

世界に目を向けたとき、アジアの一員である日本の化粧品会社として、同じアジアの女性に寄り添いともに成長する取り組みができないかと検討を重ねてきました。都市部以外でも一定の経済成長を遂げ、女性の地位も向上している東アジアと比較し、南アジアでは依然として経済格差や男女格差など様々な課題が山積しています。

その中で、衛生・健康面に課題が多い反面、美容やスキンケアへの意識が高い Bangladesh の農村部を中心に、現地 NGO 等の強力なサポート体制のもと活動をスタートするに至りました。



<外務省HPより引用>



写真提供：谷本美加/JICA

Bangladesh の概要

<外務省HP>

Bangladesh は、パキスタンからの独立時に国旗を制定する際、日本の国旗をモデルにしたと言われており、当時から日本に対する親しみや憧れを抱く親日国でした

「南アジア社会性ビジネスプロジェクト」始動

2010年にプロジェクトメンバーの社内公募を行い、リサーチセンター、生産・調達部門等とも連携し「南アジア社会性ビジネスプロジェクト」を立ち上げました。

現地でもともに生活することからスタート

まず1年目は、プロジェクトメンバー自らが、現地の農村の家庭に延べ約4か月、寝食をともにしながら生活し、生活状況や習慣を把握するとともに、農村の女性が抱える悩みや希望に耳を傾けることから始めました



Bangladesh農村部の様子

そこからは、生活面・慣習などが原因のさまざまな課題が見えてきました。

生活・習慣

家庭内の重要な事項の決定権は男性
(家族計画・離婚・就労・家計等)

- ・自分に自信が持てない
- ・人前で話すのが苦手
- ・主体的に行動できない

健康・栄養

・砂糖・油・塩を多量に摂取する食生活とそれが健康に及ぼす影響の知識不足
・夜遅い時間の食事

- ・栄養の偏りが招く不健康・病気
- ・にきびなどの肌のトラブル

衛生・美容

・正しい衛生・美容に関する知識不足
(手洗い・紫外線の肌への影響等)
・イスラム教徒でも安心して使える化粧品がない

- ・不衛生な生活習慣による不健康・病気
- ・適切なスキンケアが行われていないことによる肌の老化



Bangladesh農村部の様子

ハラール認証※スキンケア製品の開発

彼女たちと生活をともにしたプロジェクトメンバーは、バングラデシュの女性も抱えている美しく若々しく健康でありたいという気持ちに、資生堂の保有する技術やノウハウで応えられないかを考えました

※イスラム法で合法と認められ、イスラム教徒が使用を許されている使用原料、製造過程等で作られていることをハラール認証機関が承認していること。



「Les DIVAS」(レディーバ)

正しい美容知識が不足している一方で、健康で美しく若々しくありたいと願う彼女たちの美容への意識は高いものでした。特に強い紫外線を浴びる環境下でありながら、日焼け止め製品を使用しても汗や水で流れ落ちてしまうため、正しい紫外線防御対策を行っておらず、肌に悪影響を与えてしまい、実年齢より老けて見える女性が多くいました。

また、バングラデシュでは多くの人々がイスラム教を信仰しており、その厳しい戒律に対応する製品(ハラール認証取得製品)が少ないこと、そして、ハラール対応の製品があれば安心して使用できるので嬉しいという女性たちの声が多く聞かれました。

そこで、ハラール認証を取得したスキンケア製品「Les DIVAS」(レディーバ)を開発するに至りました。



「Les DIVAS」(レディーバ)

- ・洗顔料 1種
- ・保湿ジェル 2種
- ・サンスクリーン(日焼け止め) 1種



ハラール認証取得
資生堂ベトナム工場



使用した女性たちからは、「ハラール対応してあるので安心」「肌がやわらかくなった」という声をいただいています。

現地の女性によるワークショップ(啓発活動)の開催

一方で、「Les DIVAS」(レディーバ)を切り口に、現地語(ベンガル語)で作成した紙芝居による、肌に関する健康・美容知識の教育や、生活習慣改善に向けた啓発活動も、このプロジェクトの重要な取り組みとして実施しています

この啓発活動を主導するのはトレーニングを受けた現地女性販売員です。トレーニング開始当初は、周囲を気にして人前で話すこともままならない状況でしたが、知識を習得することで自分に自信が持て、家庭内でも積極的に意思表示ができるようになった、という日常生活における行動面の変化がありました。



啓発活動用紙芝居(ベンガル語)

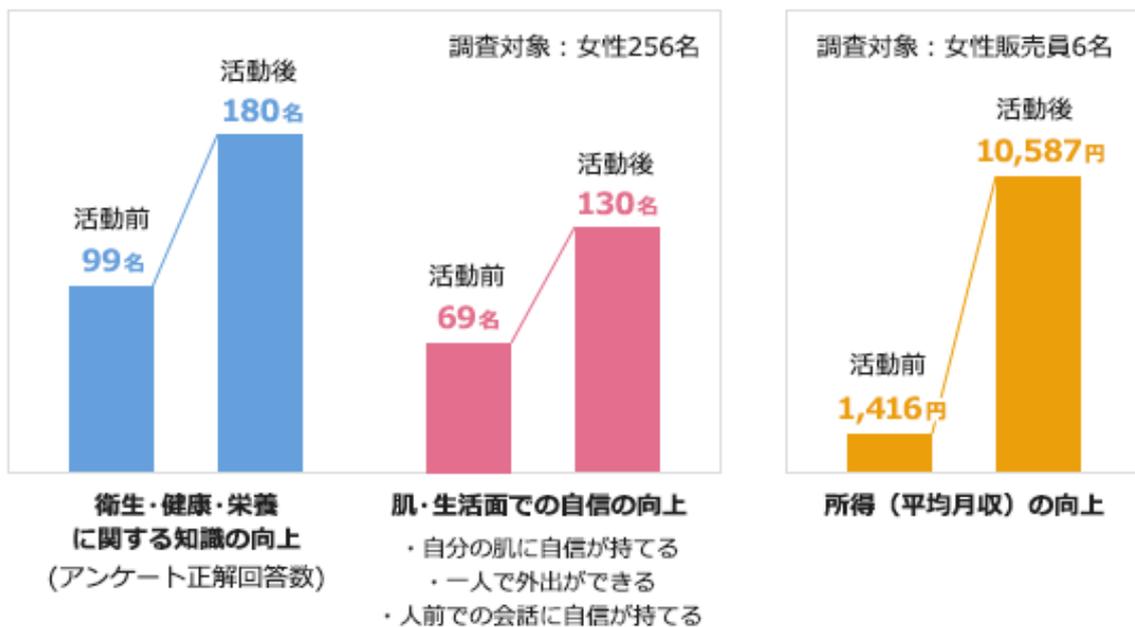
最初は1つの農村からスタートしたこのワークショップは、2014年までに16の農村で延べ2,337回開催され、参加人数は述べ27,547名にのぼります。ワークショップ参加者、商品を使用した女性からは、「自分の肌が好きになった」「一人で外出する機会が増えた」「自分の意識や行動が変わった喜びを周囲に伝えた」といった社会や外部との関わりに積極的になった女性が増えました。

健康・美容に関する知識の向上だけでなく、就労意欲の向上や自信を持って行動できるようになったという成果があらわれており、今後も現地の女性たちとこの活動を継続していきます。



ワークショップ（啓発活動）の様子

Bangladesh農村部におけるワークショップの成果（実施期間：2014/1～12）



現地での体験があったからこそ誕生した独自技術

現地の気候は、強い紫外線のうえに高温多湿です。通常の日やけ止め製品では、汗や水ですぐに流れ落ちてしまうことが現地女性の悩みの一つでした。



「Les DIVAS」(レディーバ) サンスクリーンを使用している様子

その状況を目の当たりにした研究員は、紫外線防御機能が高く、汗をかいても効果が持続するサンスクリーン製品の必要性を実感しました。そこで、水や汗に含まれるミネラルなどに着目し、水や汗を感知すると紫外線防御膜が強くなる革新的独自技術「ウエットフォース」の開発に成功しました。現在、この技術は世界で販売している日やけ止め製品※に活かされています。

※資生堂「パーフェクト UVプロテクションN」



研究所メンバーによるヒアリング



パーフェクト UVプロテクションN

現在・これからの活動

2015年度からは、これまでの農村での活動に加え、縫製工場で働く女性や村の女子学生に対しても啓発活動を実施しています。新たに啓発活動に参加した縫製工場の女性や女子学生からは、「泡立て洗顔の重要性がよくわかった」、「もっと肌が美しくなるための情報を教えて欲しい」、「すぐにでもLes DIVAS (レ ディーバ) を手に入れたい」という声が聞かれました。

資生堂は、引き続き現地女性のニーズを受け止め、現地社会課題の解決と生活改善に貢献してまいります。



当社社員による女子学生への泡立ての実演

東日本大震災における資生堂の取り組み

東日本大震災により、被害を受けられた皆さまに、謹んでお見舞い申し上げます。

資生堂は、ビューティー支援活動をはじめ資生堂ならではの活動を通じて、被災された方々に寄り添い、応援させていただきます。

復興支援の考え方

会社は社会とともにあり、社会の中で生かされています。社会が困難な状況にあるときに、会社は社会の一員としての役割を果たしたいというのが、私たちの思いです。

未曾有の被害を被った東北地方の復興は長い道のりになります。私たちは、人・もの・情報・技術・文化など当社の資源を生かして、被災された方々が自立されることにお役立ちできるよう、長く寄り添ってまいります。

化粧品会社として、被災された方々に少しでも元気になっていただくために、何かできないか。そんな思いから、マッサージやメーキャップ、ハンドマッサージなどの美容サービスを行う「ビューティー支援活動」を、震災発生以来、女性のみならず子どもや男性にも行わせていただいています。ビューティー支援活動を通して、化粧品には人の心を癒し人を前向きにし元気にすることができる「化粧のちから」があることを、当社は教えていただきました。

2013年度から取り組んでいる活動

東日本大震災から2年が経過した2013年以降は仮設住宅の環境整備や瓦礫処理などの生活再建期から、住居の自立再建やライフライン・インフラの再建、商店街や地元産業の復興など、復興期へとフェーズが変わっています。また、地域によって復興のスピードも異なります。それに伴い、被災された方々が望まれるものも変化し多様化しています。

資生堂は、お客さまやお取引先などステークホルダーの方々と顔の見える関係をつくり、丁寧な対応をすることを企業活動のスタイルとしてきました。

2013年度からは、化粧品会社だからできる「化粧のちから」を生かした活動としてビューティー支援活動を継続するとともに、当社の資源を活用しながら行政や地域の方々とともに新しい街をつくっていく活動に取り組んでいます。地域の方と顔を合わせて見つけた課題を一緒に考えて乗り越え、成果を積み上げながら確実に復興を進めていきたい。そのため、地域を絞って、新しい街づくりを支援してまいります。

なぜ、この活動をはじめたのか

「椿」が結ぶ復興支援

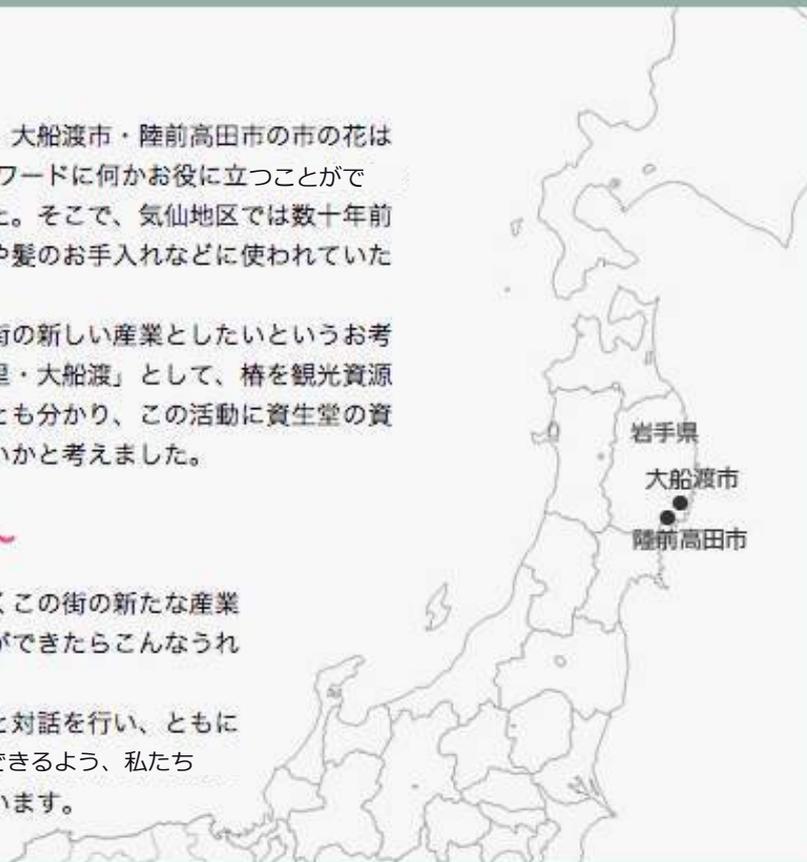
資生堂の商標は「花椿」です。岩手県の気仙地区、大船渡市・陸前高田市の市の花は「椿」です。このようなご縁から、「椿」をキーワードに何かお役に立つことができないかと考え、街の人と何度も対話を行いました。そこで、気仙地区では数十年前まで、各家庭において椿の実から油を絞り、食用や髪のお手入れなどに使われていたということを知りました。

また、この街の人が昔から大切にされてきた椿を街の新しい産業としたいというお考えがあることや、震災前から大船渡では、「椿の里・大船渡」として、椿を観光資源として扱ってこられたという基盤があるということも分かり、この活動に資生堂の資源を活用してお手伝いできることがあるのではないかと考えました。

私たちの夢～具体的なアクションに向けて～

復興に向けてこれからどんどん生まれ変わっていくこの街の新たな産業として「椿」を育てたい、それをお手伝いすることができたらこんなうれしいことはない、こんな夢を掲げています。

気仙地区、大船渡市・陸前高田市にお住まいの方々とお話をし、ともに考え、この街の皆さまが描く街づくりにお役立ちできるよう、私たちも活動を進めることで夢を実現させたいと考えています。



産業化に向けた椿の植樹会を開催 2015年6月12日開催

6月12日（金）、資生堂と社会福祉法人大洋会が共催し、岩手県立福祉の里センターで2通りの「椿の植樹会」を開催しました。「椿」の産業化をすすめる上で最優先課題である実の収穫量を増やすことを目的としたものです。

この植樹には資生堂から16名が参加し、社会福祉法人大洋会様、大船渡市役所の職員様、一般社団法人日本ツバキ協会、RCF復興支援チームの皆さまと共に植樹を行いました。

(1) 椿の成木の植樹会

椿油の原料となる実の収穫を早期に行えるよう、樹齢30年程度の椿の成木30本を植樹しました。植樹した成木は、この活動に賛同いただいた、日本ツバキ協会会員により寄贈されたものです。

(2) 椿の苗木の植樹会

椿の苗木40本を植樹しました。

この苗木の植樹には、昨年当社が発売した「資生堂 リラクシングナイトミスト」の売上げの一部と当社の関連会社である資生堂アメニティグッズ(株)が通販カタログで大船渡の特産品を販売した売上げの一部が役立てられています。



苗木に鹿除けを設置している様子



成木の植樹の様子



植樹に参加した資生堂社員



「椿の夢 フェスティバル」の開催 2014年10月4日開催

10月4日（土）、岩手県大船渡市のリアスホールにて、「椿を軸とした街づくり」を支援する活動の一環として、当社が主催する『椿の夢 フェスティバル』を開催しました。

このフェスティバルは、産業資源・観光資源としての「椿」の可能性を、地元の若い世代を中心に体感していただくことを目的に行いました。

イベントは『五感で椿を体感する』をテーマに構成し、香りの効用や発売直後の「資生堂 リラクシングナイトミスト」の効果を解説する「香りセミナー」、椿のデザインをモチーフとした当社の商品・ポスターなどを展示した「ミニギャラリー」、椿油を使用したお料理やお菓子を紹介する「椿の食体験」などを行いました。

「椿の食体験」には、大船渡東高等学校の生徒が参加し、椿油を使った手作りのお菓子を紹介しました。



「香りセミナー」の様子



「気仙椿ドレッシング」を使った料理 スピエディー二のおふるまい



大船渡東高等学校の生徒さんによる、椿油を使った料理・菓子のおふるまい



また、復興を担う地元の若者たちの当フェスティバルへの興味喚起を目的に、高校生を対象とした「ヘア&スキンケアセミナー」を男女別に開催し、ヘアアレンジの方法やきれいな素肌作りのポイントをご紹介しました。

イベントの終盤には、事前公募により選出した地元の若者がモデルとなり、当社のヘア&メーキャップアーティストによる「ヘア&メーキャップショー」を開催。

渋谷109で若者に人気のブランド「CECIL McBEE」「SLY」にコスチュームで協力をしていただき、それぞれの「なりたい私」の実現を行いました。



高校生を対象に男女別に開催した「ヘア&スキンケアセミナー」



「ヘア&メーキャップショー」の様子



椿が結ぶ復興支援

資生堂パーラー「気仙椿ドレッシング」を発売 2014年11月10日発売

資生堂パーラーは、椿を軸にした街の復興をお手伝いする資生堂の復興支援活動に参画し、気仙地区の椿の実を原料とした椿油“気仙椿”を使ったドレッシングを11月10日に数量限定で発売しました（※）。

この椿油“気仙椿”は、原料となる椿の実からとれる種を焙煎し、搾油機を使い、人の手で丁寧に搾り作られています。焙煎した種を使うからこそ、香りが豊かで黄金色のきれいな椿油になるのが特長です。

※ 「気仙椿ドレッシング」は、資生堂パーラー 銀座本店ショップ、A E O Nグループ各社店舗のお歳暮カタログ、そして、11月17日からは特別限定として地元の「らら・いわて」で販売。

単品での取り扱いは銀座本店ショップ、「らら・いわて」のみ各1,080円（税込）



気仙椿ドレッシング 3本セット 3,240円（税込）

オニオン<200ml> 2本・粒マスタード<200ml> 1本



大船渡市の「三面椿」をモチーフにした

おやすみ前のフレグランスを発売 2014年10月1日発売

香りは気持ちを和らげたり、リラックス感をもたらします。被災された方に、よい香りで心地よい眠りをお届けしたい・・・そのような思いから、当社のアロマコロジー研究を活かした商品開発に取り組み、大船渡市末崎町「中森 熊野神社」にある樹齢1400年の日本最古のヤブツバキ「三面椿」の香り成分と組み合わせ、男女を問わず幅広い年代の方に就寝前にリラックス感を感じていただける新しい香りを開発しました。このフレグランス「資生堂 リラクシングナイトミスト」を、資生堂 Webサイト「ワタシプラス」にて10月1日（水）より数量限定で発売しました。

売上げの一部は、「椿の里 大船渡」の街づくりに活かされます。





産業化に向けた椿の成木の植樹 2014年6月28日開催

椿は成木になるまでに20年程度かかるため、産業化に向けては実の収穫が課題です。椿の産業化を加速させるとともに、観光資源としても有効活用できるように、岩手県立福祉の里センターに成木の植樹を行いました。資生堂からは8名が参加し、社会福祉法人大洋会、大船渡市役所職員の皆さまとともに、一般社団法人日本ツバキ協会の会員の方から東京都町田市を通じて寄贈いただいた成木40本を植樹しました。



植樹の様子



完成した椿並木



大船渡市立 赤崎中学校の活動 2012年・2013年・2014年・2015年

赤崎中学校との出会い

岩手県大船渡市赤崎中学校との出会いは2012年9月11日。

資生堂の創立140周年を契機とした社会貢献活動「未来椿プロジェクト」で、津波で被災した赤崎中学校の仮設校舎前に、CSR部員が赤崎中学校の全校生徒と一緒に、3年生の生徒数である42本の椿の植樹を行いました。

椿の苗木には、3年生の生徒が「椿の里・大船渡」と「ふる里の復興」をテーマに詠んだ俳句のプレートが添えられました。

また、このとき、大船渡市が保有する日本最古・樹齢1400年の「三面椿」のDNAを受け継ぐ苗木3本の記念植樹を大船渡市長、赤崎中学校長、資生堂CSR部長3名が行いました。



植樹会参加者



生徒たちとの植樹



生徒たちとの植樹

植樹した椿の危機・・・

残暑が厳しい9月初旬に植えた椿は水不足で枯れそうになりました。

地元のNPOさんや学校の事務員さんのケアのおかげで何とかもちこたえました。

そして、11月には植樹した椿が越冬できるように3年生の生徒さんと一緒に雪囲いを設置しました。



世界の椿館・林田館長より指導を受ける



支柱に雪よけのネットを装着

椿を生徒さんと一緒に育てたい！

10年後1mほど背丈を伸ばした椿が、花を咲かせ、実をつけ、やがて街の新しい産業の源となるように。復興を担う、生徒さんと一緒に育てていきたい。

でも、どうしたらいいのか・・・

先生と一緒に考えました。

つながる仕組みをつくる

★ 東京にいる私たちと大船渡にいる生徒さんをインターネット回線をつなぎ、椿の育成状況を情報共有するためにWEB会議を行いたい。

★ 「椿の里・大船渡」「ふる里の復興」をテーマとした俳句を3年生の生徒さんに詠んでいただき、「俳句集」としてまとめてお届けしたい。

俳句の作成を続けていただき、復興の足取りとして記録に残したい。

そこで、2012年3月、生徒さんが詠んでくれた俳句を「俳句集」にまとめ、贈呈式を行いました。



資生堂社員から生徒さんへ俳句集の贈呈



贈呈式の様子

俳句紹介

赤崎中学校の3年生の生徒さんが詠んでくれた俳句を紹介します。

2012年度

流された 浜小屋の跡 ヤブツバキ

赤と白 咲いてまもない その命

2013年度

希望のせ 未来の椿 咲き誇る

赤椿 ぱっと咲いて ひらり散る

2014年度

紅く咲く 愛情こもった 椿の木

椿咲く 我が故郷に 夢をのせ

WEB会議の開催

2013年6月より、整備安全委員の生徒さんとWEB会議を始めました。この「椿ミーティング」では、生徒さんが椿のケアをしている中で気づいたことや、疑問に思ったことを持ち寄り情報共有しています。

椿の育成に必要なことを一緒に考え、専門家からのアドバイスをいただきながら、育成のプログラムを作成しました。

赤崎中学校「椿日記」

2013年度より赤崎中学校では、椿を育てる係として「整備安全委員」の生徒さんが担当することに決まりました。

そして顧問の高橋隆先生から椿のレポートが届くようになりました。

私たちはこれを「椿日記」として記録に残すことにしました。



産業化に向けた椿の苗木の植樹 2013年7月12日開催

椿が街の新しい産業となり、観光資源としても有効活用できるように、大船渡市が主体となって産業化に向けた植樹会を開催しました。資生堂からは社員13名が参加し、地元の方とともに植樹を行いました。このとき使用した椿の苗木は、当社の活動がきっかけとなり、長崎県新上五島町から送られたもので、この日は贈呈された1,000本のうち、約300本の苗木を植樹しました。



植樹の様子



植樹に参加した資生堂社員



植樹後



「椿の恵まつり」の開催 2013年11月23日開催

震災後商品化された食用の椿油の認知を上げ、椿の産業化に向けた後押しとなるよう、椿の「食文化」に着目、椿の食体験を通じて、椿の可能性を地元の皆さまとともに体感する機会をつくりたいと考え、「椿の恵まつり」を企画し

ました。

このイベントでは、椿油を使った新しいお食事やお菓子のメニューを地元のレストランや和洋菓子店につくっていただき、メニューコンテストを行いました。資生堂からは資生堂パーラー銀座本店の調理長が参加し、資生堂パーラーの看板メニューである「ミートクロケット」を椿油で揚げたものを特別メニューとして提供しました。そして地元で昔から椿油を使ってつくられていた「けんちん汁」を地元の女性につくっていただき会場で提供し、椿油を知らない子どもたちへの伝承をあわせて行いました。



メニューコンテスト



椿の搾油体験



食体験会場



食体験会場受付



大船渡保育園 園児による郷土芸能（鹿踊り）

また、別会場（大船渡の椿の観光地：碁石地区）では、産業化を行う上で重要な椿の実の収穫を体験するイベントも行いました。

大船渡の観光地である碁石地区の皆さまと一緒にいき、54kgの実を収穫しました。

収穫した実は、産業化に向けて実の収穫が課題となっている陸前高田の製油所、社会福祉法人 大洋会 青松館に寄贈しました。



実の収穫体験



収穫した椿の実

また、地元の皆さまからご要望いただいたお化粧品教室も開催させていただきました。

お花だけではない「椿」を地元の皆さまとともに大いに感じた一日となりました。



美容セミナーの様子



椿の恵まつりに参加したスタッフ



各事業所の被災地復興支援活動 2013年度

ハンドマッサージ&タッチケア講習会 本社・専門店部

2013年4月26日 宮城県南三陸町

本社専門店部では、2012年に引き続き、宮城県南三陸町へ出向き、癒しの波及をテーマに「ハンドマッサージ&タッチケア講習会」を実施しました。

今年もビューティークリエーション研究センターの協力を得て、昨年活動したメンバーとは異なる5名が、『NPO法人 みやぎジョネット』の職員の方々20名にマッサージ方法をお伝えしました。

職員の皆さまは、習得したマッサージを被災された方々に対して行っており、「被災された方に触れながら、マッサージを通じて喜んでいただけることがとても嬉しい」と大変ご好評いただいています。この活動が被災された方々との絆づくりにつながっていることを実感しました。職員の方々には被災者の方々の笑顔を取り戻すために日夜懸命に努力されています。活動中、「日々の過酷な支援活動でヒビ割れだらけだった手がキレイになった！」と喜ぶ笑顔が印象的でした。



美容と音楽を楽しんでいただく活動 アユララボラトリーズ

2013年5月25日～26日 岩手県宮古市 第二中学校グランド仮設住宅・中里団地内仮設住宅

2013年11月26日～27日 岩手県宮古市 河南仮設住宅・重茂小学校仮設住宅・中里団地内仮設住宅

アユララボラトリーズは、岩手県宮古市の仮設住宅にて、アユラと演奏家「たのシック」による美容と音楽を楽しんでいただく活動を2011年より継続して行っています。

アユラは「五感への訴求を通じた癒しやストレスからの解放」を価値の基本においており、音楽とのコラボレーションは、アユラらしい癒しのひとときをお届けできるのではないかと考え、活動を開始しました。

6回目となる今回は、社員4名が宮古市内の仮設住宅2カ所を訪問しました。来場された29名の方にギターとチェロの演奏をお楽しみいただくとともに、演奏の合間には、顔や頭部のコリをほぐすアユラ独自のピカッサマッサージとアロマオイルを使ったハンドマッサージで、肌とからだ、心をほぐしていただきました。

「震災以来化粧なんて忘れていました。本当に嬉しい」「肌も心も本当にすっきり。こんなにすっきりした気持ちは久しぶりです」など、たくさんのお礼の言葉と笑顔をいただきました。

活動前は喜んでいただけるのか不安もありましたが、活動を通じて、女性にとっての化粧の力をつくづく感じるとともに、自分たちの活動を誇らしく、やってよかったと自信を持つことができました。



「魚付林」の植林活動支援 イブサ

2013年10月13日 岩手県宮古市

イブサでは、2011年より商品ご購入の収益の一部を植林活動支援にお役立ていただくため、NPO団体を通じて寄付を行っています。

2012年からは寄付だけではなく、社員が植林活動にも参加し、2013年には植林活動を通じて震災復興支援を行いました。盛岡から車で1時間ほどの宮古市河合地区で、イブサを代表し6名が参加し、285本植樹しました。河合地区はサケの遡上で有名な閉伊川（へいがわ）の水源にあり、その森を育てることが被災した漁業の町の復興につながります。



小学校でのマラソン教室 本社・人事部

2013年12月16日 宮城県松島市大曲小学校

本社人事部では、2011年より松島市の大曲小学校で児童を対象にマラソン教室を行っています。

ジョギングによる交流のあと、選手、スタッフが各クラスに分かれて給食を食べて楽しいひと時を過ごしました。

今年で3回目の開催となりますが、子供たちが年々元気を取り戻してきている姿にかえて元気いただきました。

校舎の2階の壁にはまだ津波の痕が残っており、初めて参加したスタッフや選手は地震、津波の大変さを改めて知る機会にもなりました。



「椿の恵まつり」運営サポート 本社・流通開発部

2013年11月23日 岩手県大船渡市

本社流通開発部は、資生堂が岩手県気仙地区で取り組んでいる復興支援活動の一環として実施した、「椿の恵まつり」に参加しました。

「椿の恵まつり」は、気仙地区の方々に、椿油の食体験を通じて椿の可能性を体感・共感していただくために、資生堂が主催した参加型のイベントです。

100名以上の流通開発部メンバー全員が「椿の恵まつり」に関わることをめざし、当日お配りするサンプルセットを全員で作成しました。さらに部代表の13名がまつり当日の運営をサポートし、イベントの各所で「おもてなし」の精神を発揮しました。

参加したメンバーたちからは、「子どもからお年寄りまで、たくさんの温かい笑顔に勇気をもらいました」「苦難を乗り越えようとしている方々だからこそつ強いパワーに感動しました」など感想が寄せられています。



講演会・化粧教室の開催 資生堂販売（株）東北支社

2013年7月～9月 福島県郡山市

東北支社は、一般社団法人 脳と心の健康科学研究所、日本大学と連携し、ストレスをうまく解消いきいきと生活していただきたいという思いから、「心を癒す 化粧セラピー」と題した講演会・化粧教室を7月～9月の第2、第4土曜日の全6回にわたって行いました。

第1回の脳の専門家である酒谷日大教授の講演会「脳を元気にする 化粧セラピー」に続き、第2回～第6回の各回でマッサージ、ベースメーキャップ、ポイントメーキャップ、ハンドケアの化粧教室を行い、参加者の方に実習していただきました。

簡単タッチケアとハンドマッサージの体感活動 資生堂販売（株）東北支社

2013年9月21日 福島県会津若松市

東北支社は、9月21日に開催された「子育てフォーラムin会津2013」に体験型ブースを出展し、震災後に原発の影響で会津に避難している親子の方々にタッチケアを楽しく体感いただく取り組みを行いました。「震災後に原発の影響で避難している子育て中のお母さんに、日頃のストレスから解放される1日をプレゼントしたい」「将来を担う子どもたちと楽しく笑顔になっていただける活動をしたい」との思いから実施したもので、子育て中の親子70組を対象に、簡単タッチケアとハンドマッサージの方法をご案内しました。

美容サービスの実施 資生堂販売（株）東北支社

2013年9月22日 岩手県宮古市

2013年9月29日 福島県相馬市

2013年11月2日 岩手県盛岡市

2013年11月16日 宮城県気仙沼市

東北支社は、健康セミナーなどを通じた心のケアに取り組んでいる一般社団法人 心の絆プロジェクトと連携し、化粧を通じて「人の心を癒し、人の心を励ます」ビューティー支援活動に取り組んできました。

盛岡市、相馬市、気仙沼市で開催されたシンポジウム「市民健康フェア」では、参加者を対象にスキンケア・メーキャップの実習を行いました。また、宮古市の田老公民館で開催された「健康相談会」では、仮設住宅にお住まいの方に対するフェイシャルマッサージを行いました。

遠隔避難者の方に対するスキンケア・メーキャップレッスン 資生堂販売（株）

2013年6月19日、9月29日 山形県鶴岡市

2013年6月29日、10月10日 東京都千代田区

福島県・宮城県からの遠隔避難者の方に対する取り組みとして、東北支社は鶴岡市社会福祉協議会、首都圏支社は東京YWCAと連携して、スキンケア・メーキャップのレッスンを行いました。参加者の方々には、避難生活という日常をひと時忘れ、化粧を楽しんでいただきました。

非常時の美容について

災害非常時におけるお手入れの方法や、化粧品の効果的な使用方法について、幅広い情報を発信しています。

被災地での肌と髪のカケア

「リフトアップ」の笑顔体操

緊張が続く日々だからこそ、意識的にほぐすことも大切。「リ・フ・ト・アッ・プ」と発音しながら、各ポーズで10秒ずつキープする簡単な顔体操です。だんだん暑くなる季節でも、すがすがしい朝のうちに1分。1日の始まりは笑顔から。カタチをつくることからでも、気持ちがポジティブに動きます。

笑顔体操は、魅力的な表情を導くフェースマッスルプログラムをもとにし、簡易化してつくっています。



メーキャップで、元気になる

メーキャップには、女性を元気にする心理的な効果があります。たとえば眉を整えてみるだけで、素肌に軽くほお紅をのせるだけで、明るい表情が生まれてきます。そして何より、あなたが明るい顔をしていることで、あなたのご家族や周囲の人々も、元気になることができます。「まだメイクなんて」と決めつけずに、少しずつでも、あなたらしい美しさを取り戻していきましょう。

ひさしぶりのスキンケア

少しずつ通常の生活に戻っていく中で、きちんとしたスキンケアができるようになる日は、必ずやってきます。そんなときに、まず何をすればいいのでしょうか。

2カ月以上もスキンケアができないでいた肌は、かさついたりごわついたりしていることと思われます。まず必要なのは保湿ケア。化粧水や乳液をたっぷり使った朝晩のお手入れを。そして日中の紫外線対策をしっかりと。特別なことをするというより、日常のお手入れを着実に続けていくことで、肌も、ふだんの状態へと帰っていくことができます。

洗顔フォームがない場合、浴用石鹸で洗顔できる？

洗顔用ではない浴用石鹸やボディソープなどで顔を洗うと、肌がつっぱって乾燥しがち。そういう場合は、まずあぶらっぽい部分（額や鼻などのTゾーン）にだけ泡をつけて洗って。流すときに顔全体に泡を広げると、乾燥しやすい頬や目の周りのうるおいを奪わないで洗顔することができ、水の節約にもなります。

暑い日、洗顔は、1日何回？

洗顔フォームによる通常の洗顔は、朝晩の2回が原則。洗いすぎは、肌に必要な保湿成分まで失われてしまいます。ただし、汗やホコリがついたままにしておくのも肌には良くありません。汚れたら、水やぬるま湯だけで軽く洗い流す程度の洗顔を。

制汗剤があるときは

スプレー式やシート式の制汗剤がある場合、汗を十分にふきとってから使うのが効果的。成分が汗といっしょに流れ落ちてしまうと、効果を発揮できません。また、顔用と明記されているもの以外は、顔には使わないでください。

汗をふくときは、やさしく

顔の汗をふくときは、できるだけ清潔なタオルで、肌に負担を与えないようにやさしく押さえるようにふきとってください。ゴシゴシ強くこすると、摩擦で肌表面の角層に細かな傷がつき、そこから水分が失われて乾燥の原因になってしまいます。

「首のうしろ」がポイント

屋外にいると特に日やけしやすいのが、首のうしろ。作業のために髪をしばっていると、気が付かないうちに真っ赤になっていたりします。つばの広い帽子をかぶる、タオルを巻く、シャツの襟を立てるなどでカバーしてください。また首のうしろのけい動脈を冷やすことで、特に首から上（顔や頭皮）の汗を抑えることができます。暑いときには濡れタオルなどを首に巻くだけで、ひんやりとした心地よさが続きます。

ファンデーションが使えたら

日やけ防止のためにも、ファンデーションをつけることをおすすめします。日ざしを受けやすい「鼻」や「ほおの高い部分」をしっかりカバーしましょう。

日やけ止めは、落としやすいものを

レジャー用などの、汗や水に強いタイプの日やけ止めには、落とすときに専用クレンジングを必要とするものがあります。十分なクレンジングができない環境では、こうした防水タイプの使用はできるだけ避け、普段使用している洗顔料で落とせるタイプの日やけ止めを選び、こまめに塗りなおすつもりで。

紫外線対策は、男女を問わず

5月から6月にかけての紫外線は、すでに真夏並みの強さになっています。紫外線は肌の大敵なのはもちろんですが、体力まで低下させ、疲れやすくなる原因にもなってしまいます。特に屋外作業などをする場合は、女性だけではなく、男性にもしっかりと紫外線対策をおすすめします。

ずっとスキンケアしてなくて、不安

ご自宅で生活していても、物流事情などでいつものスキンケアができない、というかたも多いと思います。長期間スキンケアができないと不安になりがちですが、肌は自ら健やかで美しくなろうとする力をもっていますから、お手入れする化粧品が手に入ってから、丁寧なお手入れをしてあげれば大丈夫です。ただ、心がけておきたいのは、できるだけ肌を清潔に保っておくこと。気分の問題だけではなく、トラブルの防止につながります。

肌のために、かんたんにできること

特別なテクニックを知らなくても、手を合わせて揉むような簡単なマッサージをこまめに行うと血行が活発になり、代謝がよくなって温かくなります。特に、冷えやすい手指や膝から下、足指を重点的にもんだりさすったりすることをおすすめします。あまりゴシゴシと強くこすらないように。また、マスクや手袋で顔や手を覆っておくことは、防寒だけでなく肌を乾燥から防ぐ意味でも効果的です。

爪のケア

十分なケアができない状態で爪をのばしておくと、欠けたり、雑菌によって感染症の原因になったりします。短く切っておくことをおすすめします。

顔や唇の乾燥を防ぐには

ネットで検索すると、肌の乾燥防止のために食品などで代用する方法を目にすることがあります。誤解されがちなのですが「食品（口に入れるもの）なら肌につけても安全」とは限らないことにご注意ください。かえって肌トラブルを起こす原因になる場合もあります。化粧品がなく、唇が荒れてやむをえない時に食用油などを少量つける場合は、手の甲や腕などに少量ぬってしばらく置き、赤くなったりかゆくなったりしないか必ず確認のテストを行ない、かゆみなどを感じたらすぐに中止してください。（特にアトピー性皮膚炎などの皮膚疾患をお持ちの方は十分にご注意ください）

洗顔シートなどの使い方

まず顔を拭く→首やわきの下等、からだの汚れやすい部分、においの気になる部分を拭く→最後に足の汚れなどを拭く、という順番で使うと、少ない枚数を効率的に使うことが出来ます。

洗顔ができないときは

ウェットティッシュやボディ用シートなど、肌に使えるシート類が入手できれば、それらで顔を拭くこともできます。ただ、スースーするメントールやアルコールを含んだものは、しみる場合もありますので、あごの下の部分等で問題がないか確認するようにしてからお使いください。皮膚の薄い目のまわりは避けるようにしてください。また、水が使えないときに、メイク落としのためのクレンジングシートで顔のよごれを拭いた場合は、その後、ウェットティッシュや濡れコットン等でもう一度肌を拭くようにしてください。メイク落とし成分が肌に残ったままだと、トラブルの原因になってしまうことがあります。

水でシャンプーしてもいい？

お湯が使えないという場合、泡立ちが物足りないかもしれませんが、水でシャンプーすることも可能です。ただ、冷たい水ではすすぎが雑になりがちです。トラブルにもつながりますから頭皮を中心に泡が残らないようしっかりすすいでください。お湯が使えず、水が冷たく十分にすすげない場合は頭皮を拭くだけしておくことをおすすめします。

できるだけ少ない水でシャンプーするには

まず先に少量の水で泡を立ててからシャンプーします。何ヶ所か少量ずつ、地肌に直接泡をつけ、頭皮を揉むように洗っていきます。すすぐときも、濡れタオルなどで地肌についた泡を拭きとってから、地肌を中心にすすぐと、水の量を節約できます。

水のいらないシャンプーの使い方

頭皮と髪全体に適量を塗布し、軽くマッサージした後、タオルなどで拭きとります。

髪が洗えないときは

髪はしばってまとめておいたほうがもつれず、汚れにくくなります。バンダナなどで髪をおおったり、帽子をかぶったりするのも効果的です。

水が十分に使えないときの髪のケア

まずブラッシングや指などで髪の流れを整えておきます。そのあと、髪を少しずつブロックに分けて、分け目の地肌を濡れタオルやウエットティッシュなどでていねいに拭いていきます。

地肌を拭くだけでもだいぶさっぱりします。特に額の生え際から頭頂部にかけて、頭を中心線付近が、あぶらっぽくべたつきやすいので念入りに。

夏、これからに向けて。メイクアップができること。

はじめに

資生堂では、現在避難所において、女性の方にはフェースマッサージを、男性やお子さまにはハンドマッサージなどを行うビューティーボランティア活動を実施しております。また化粧水や乳液などをひとつにした化粧品のセットを、お渡ししながら使い方をお伝えしています。みなさんからは「本当はずっとお化粧がしたいと思ってたの。」「気持ち明るくなった。」そんな声をうかがうことができました。

店頭に立つビューティーコンサルタントたちは、あの日以来、ずっと悩み、迷っていました。

お客さまになんと声をかけてさしあげればよいのだろうか。

化粧品会社に勤める自分は、こんな状況で、化粧品によって、一体に何ができるのだろうか。

無力感にさいなまれ、そして何より彼女たち自身が被災者でもあったのです。

そんななか、メイクアップアーティストであり、資生堂ビューティートップスペシャリストの岡元美也子が、夏のはじめに、仙台におもむき、現地のビューティーコンサルタントたちにメイクアップセミナーを行いました。

そこで、あらためて感じたのはメイクアップのちからだったのです。

今回の特集では、岡元美也子がメイクアップについてお話しします。かぎられたなかでも、効果的に美しさを引き出す方法や夏を少しでも涼しく感じるための方法などをお伝えします。

もしも今、様々な状況が許すのであれば、気持ちを明るくしたり、前に進むきっかけとしてメイクアップという手段がある、ということをお少しでも胸にとどめていただければ。今回の特集はそう願いながら進めたいと思います。

化粧は「飾る」だけじゃない。元気もつくることができる。



岡元美也子

資生堂ビューティートップスペシャリスト：資生堂美容分野社員12,000人のトップとして、CMや雑誌、テレビ撮影などのヘアメイクなどで活躍中。駐在経験もあるニューヨークでのコレクションでは、日本人として最も多くのブランドのメイクチーフを務める。またポイントを絞り、自分の新しい魅力を引き出す究極のおしゃれメイクとして「脱フルメイクアップ」も提唱中。

―被災地に行って、気づいたことはありましたか？

あらためて自分を慈しむことの大切さを感じました。お化粧が「贅沢」や「不謹慎」とためらわれている方も多いのですが、やはり女性にとっては、化粧は毎日の生活に根づいた「日常」そのものであること。その化粧という「日常」を行うことで、日常を少しでも取り戻すきっかけになるのではと気づきました。

そして何よりお化粧が、やる気や元気のスイッチになっていること。自分が疲れていると、周りも元気にできない。逆に自分が元気であることで、周りのみんなも元気になれるのでは、と思います。

今回は「美しくメイクをしている」と見せることが目的ではありません。元気な印象をメイクアップの力を借りて補う。メイクアップで元気になる。ということ意識しました。

―それはどんなものでしょうか？

元気にみせるために、それほど多くの道具やテクニックは必要としません。ただ大切なことがあります。例えば、血色感や、つや、みずみずしさ。これらは生命力や元気の象徴であるからとても重要です。

ほかにも、これからの季節を快適に過ごすための方法などをご紹介します。

夏、メイクアップを始める前に

夏は、乾燥よりも汗やべたつきのほうが気になる季節。

せっかくメイクをするのですから、ずっとキレイを保てるように最初にちょっとしたコツがあります。

それはなるべく涼しい状態でメイクを始めること。

うちわであおいで、顔を涼しくしたり、保冷剤があればタオルに包んで顔を冷やしたり、水でぬらしたタオルを顔にあてるだけでも違います。

メイク中も冷たいタオルを首にのせたまま行えば、メイクした先から、汗でくずれてしまうことも防げます。

できれば日ざしからは守ろう

「ファンデーションや、ポイントメイクまではまだちょっと」と思っている方も、手に入るならば、日やけ止めを塗って紫外線から肌を守りましょう。化粧下地でもかまいません。

カラーコントロール効果で、美肌に見せるタイプや、石けんや洗顔フォームで落とせるタイプのものもあります。

チークで、サッと元気感を

ほおの血色感は、明るさ、元気さの象徴になり、笑顔がより際立ちます。現地ではマスクをしている方もいらっしゃいますが、もし機会があれば、チークをお使いになってはいかがでしょうか。元気に見える色はオレンジ系、かわいらしい印象がお好みならピンク系を。にこっと笑ったときに、ほおが高くなる位置を中心に丸く入れましょう。指でつけてかまいませんが、コットンを裂いて、裂け目のふわふわしたほうに粉を含ませて、ブラシ代わりにしてもきれいつきます。

マスクや帽子の方こそ、眉を描いて

マスクに加えて帽子を着用されている方も多いと思います。紫外線を防止する上では大変よいのですが、顔に影を落とすので、眉を描くとグンと顔がくっきりします。もし手に入る機会があるなら、パウダータイプのアイブローパレットなどがおすすめです。削る必要がありませんし、アイシャドーにも使えます。少し太めの眉に仕上げると、若々しくイキイキとした印象になります。カジュアルな服で過ごす方も多いと思いますので、お似合いになるとと思います。毛流れを整えるだけでも効果的です。指でかまわないので、上向きに整えてください。顔にはつらつとした力強さが出ます。ぜひ男性もお試しく下さい。逆に自分は眉がしっかりあるな、という方は無理に描く必要はありません。

瞳に光を与える、まつ毛へのくふう

マスカラを塗らなくても、アイラッシュカーラーで上げるだけでも全然違います。まぶたが持ち上がって、光が入り、瞳がキラキラするんです。これも立派なアイメイクです。カーラーがない方は、指でもだいじょうぶです。「指先のカーラー」をお試しく下さい。人差し指の丸みにあわせるように、まつ毛をのせ、下から持ち上げるようにぐっと指を上げます。毛先を軽く押し当てるように2、3秒キープ。指の体温の熱でアイロンするイメージです。

目もとに、輝きを乗せて

アイシャドーがあれば、パールやラメが入ったものを使うと、目もとの印象が明るくなります。色は淡いブルーやグリーンなど涼しいパステル系の色はさわやかにおすすめです。しっかりつける必要はありません。かえって腫れぼったい印象になってしまいます。肌の色が透けて見える程度でかまいません。色をつけるというより、透明感を乗せる感じでしょうか。綿棒の先端を指先にはさんで平らにつぶせば、チップの代わりにができます。アイラインを描くときにも便利です。

元気に見える肌づくり

ファンデーションは、元気に見えるための以下のポイントを特にカバーしましょう。

- ・目の下のクマ
- ・小鼻のワキ
- ・口角のサイドライン（下がって見えるので、影を消す）

涼しく過ごすための知恵

清涼感のあるローションなどを胸もとや首すじなどにつけたあと、うちわであおぐだけでも涼しさがアップします。あせもなどが心配なときは、あればボディパウダーやベビーパウダーを使って、汗がこもりがちなしざやひじの部分、胸もと、背中などにつけましょう。

使えるものが限られた状態でも、美しさは、引き出せます。

すべてできないからこそ、新しい美しさの発見があります。
そして自分の顔を見つめると、自分のメイクの優先順位がわかってくるはずです。
そこを中心に補ってあげればいいんです。眉からだけでも、ずいぶん印象は変わってくるはずです。
またポイントを絞ってメイクすることでメリハリが利いて、その人の長所を、より生かした輝きが増すんです。
今だからこそ、自分のよいところを見つけて、たくさん愛してほしい。
そのためにメーキャップが少しでもちからとなり、前に進むためのエネルギーとなればこんなにうれしいことはありません。

ステークホルダーとのエンゲージメント

客観性・透明性を高めるため、各テーマにあわせ外部識者の方々からご意見をいただいています。

ステークホルダーダイアログ

資生堂は、「サステナブルな社会の実現をめざし、ステークホルダーとの対話と協働を通じて、社会の課題と期待に応える活動を展開し、人々の美しさ、健やかさを創造する経営を推進する企業」でありたいと考えています。

2014年度は、2013年度に実施したアンケート形式のステークホルダーヒアリングの結果をもとに、当社におけるCSR視点での重要テーマについて検討しました。また、その妥当性と第三者視点・透明性を確保するため、複数の有識者・専門家の方と意見交換を行い、貴重なご意見・アドバイスをいただきました。

いただいたご意見や提言については、今後のCSR活動の計画立案に活かしてまいります。

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第六回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催



開催日時： 2014年3月19日（水） 10：30 - 12：15

場所： 東京銀座資生堂ビル会議室

資生堂は、2010年3月に「化粧品における動物実験廃止を目指す」宣言をし、以来5回にわたり、有識者・学術関係者・動物愛護団体のステークホルダーのみならずとともに円卓会議を開催し、さまざまな議論を重ねてまいりました。そして、みなさまの声を反映して、動物実験代替法を中心とした新安全性保証体系を確立したことにより、2013年4月より開発に着手する化粧品・医薬部外品における社内外での動物実験を廃止しました。

第六回となる今回はこれまでの締めくくりの回として、ご参加いただいたみなさまにお集まりいただき、2013年度の資生堂の取り組み成果やご参加のみなさまそれぞれの廃止に向けた取り組みを共有するとともに、これまでの円卓会議を振り返りました。

■ 円卓会議にご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子 氏	高木國雄法律事務所
板垣 宏 氏	横浜国立大学大学院工学研究院 教授
亀倉 弘美 氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
田中 憲穂 氏	鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授
中野 栄子 氏	株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦 氏	経済産業研究所 コンサルティングフェロー
吉田 武美 氏	日本毒性学会 元理事長
(司会) 川北 秀人 氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

■ 資生堂参加者

岩井 恒彦	株式会社 資生堂 執行役員
知久 真巳	株式会社 資生堂 品質評価センター長

■ 資生堂事務局

塩島 義浩	株式会社 資生堂 CSR部長
-------	----------------

資生堂と参加者の取り組み進捗の共有

■ 資生堂の2013年度の主な取り組み進捗と成果

資生堂より、2013年度の活動実績と今後の取り組みについて報告しました。
主な内容は以下のとおりです。

（1）新安全性保証体系と代替法の開発状況について

2013年3月末までに、化粧品・医薬部外品における動物実験を廃止し、代替法を中心とした新安全性保証体系に切り替えました。

この新安全性保証体系は、「情報による保証」（原料情報やメーカー情報などの情報による一次評価、コンピュータシミュレーションを用いた予測（in silico））、「代替法による保証」（細胞を用いた代替試験（in vitro））、「ヒトによる最終確認」（医師管理下での連用試験やヒトパッチテスト等）というステップで構成されます。「動物実験を行わないための安全性保証体系」ではなく、「動物実験という選択肢はすでに存在しないという認識」のもとで、資生堂にとっての新しい安全性保証体系を確立したものです。

1年間、この新安全性保証体系を実行するとともに、皮膚感作性、光感作性、遺伝毒性、生殖発生毒性の各項目について、それぞれの評価方法を改善し、精度の向上と適用範囲の拡大を図りました。

（2）代替法の公定化・業界標準化について

皮膚感作性試験代替法（h-CLAT）について、OECDテストガイドライン化に向けたプロセスの着実な進展がありました。また、眼刺激試験代替法についても日本における公定化に向けた進展が見られるなど、EUに続き日本でも代替法の公定化への流れが加速していると認識しています。

(3) 動物実験に依存しない化粧品の安全性保証に関する討論会

本討論会は、社内の安全性保証体系の科学的妥当性や社会受容性などについて、社外有識者と資生堂の研究者がともに検討するためのもので、2012年より開催しています。2013年度も3回開催し、反復投与毒性や生殖発生毒性等についての安全性保証体系について検討しました。2014年度も引き続き開催の予定です。

(4) 各国の制度状況と当社の対応について

- ・ 中国…これまで、全ての化粧品について安全性担保のために動物実験結果の提出が義務付けられていましたが、2013年12月の通達により「中国国内で製造される一般化粧品については動物実験でなくても企業が安全性を担保したデータを提出すれば認められる可能性がある」とされました。ただし、動物実験に代わる具体的な安全性担保の手法は提示されていません。どのようなデータを提出すれば認められるのか、資生堂では中国の研究センターと日本の研究センターと共同で検討しています。
- ・ 韓国…2014年1月に機能性化粧品の審査時の安全性に関する資料について改定告知があり、認められる試験法が大幅に拡大されました。
- ・ EU…2013年3月から、動物実験の全面禁止が施行されましたが、資生堂はEU規制を順守することができています。

その他、イスラエルやインドでも動物実験禁止に向けた動きがあるなど、EU以外でも禁止への動きは加速していると認識しています。

■参加者からの取り組み報告

動物実験の廃止を求める会 (JAVA) の亀倉氏からは、前回の円卓会議以降の取り組みとして、2013年7月に開催された第7回化粧品規制協力国際会議のステークホルダーセッションに参加して事実上の動物実験禁止の提言・要望を行ったこと、2014年1月に、国際的動物保護団体「Cruelty Free International」や英国の化粧品メーカー「ザ・ボディショップ」などと協力して厚生労働大臣に化粧品の動物実験廃止を求める約12万筆の署名を提出したこと、EUの動物実験廃止にあわせて大手メーカー各社への質問状を送付したことなど、イベント開催やメディア露出などとあわせさまざまな活動を行った旨の報告がありました。

横浜国立大学大学院工学研究院教授の板垣氏からは、代替法についての社会の認知度を向上させるための取り組みとして、2014年12月に開催を予定している「日本動物実験代替法学会第27回大会」についての紹介がありました。「過去からの脱却と未来に向けたキックオフ」を全体テーマに、皮膚科医や3次元プリンティングの研究者による講演、10のテーマ別シンポジウムなどの開催を予定し、今後、マスコミへの告知などを積極的に行っていくとの報告がありました。

これまでの円卓会議の意義

今回で締めくくりとなる円卓会議の歩みや意義についても、改めて振り返っての意見交換が行われました。

第一回の会議が行われたのは2010年6月。資生堂が「2011年3月までに自社での動物実験施設の閉鎖」「2013年3月までに化粧品の動物実験廃止を目指す」という方針を打ち出したことがきっかけでした。続く2010年11月の第二回会議で、「代替法の開発と実用化の推進」「他社への働きかけ」「行政への働きかけ」「消費者への働きかけ」という4つの課題を明確化。

その後も、資生堂の取り組みの進捗状況や社会状況、さらなる課題などについて、情報共有や意見交換を続けてきました。参加者からは、「さまざまなステークホルダーが一堂に集まり、利害関係を超えて議論できた結果、イノベーションを生み出した」「対立する意見を持つステークホルダーとの円卓会議の開催は、非常に勇気のいることだが、本円卓会議は、エンゲージメント事例として、日本企業におけるベストプラクティスではないか」「円卓会議は終わりになるが、それぞれの課題に対するアプローチは継続的に必要である」といった声が寄せられました。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

浅野 明子氏／高木國雄法律事務所



【ご意見】 亀倉さんからご指摘があったように、法律を制定・改正するのではなく現行法の運用で動物実験を実質的な禁止に持っていくというのは有効なアプローチだと思います。動物の虐待や遺棄は動物愛護法でも犯罪行為として明記されていますが、実際にはペットを捨てる人がたくさんいるというように、法律があってもきちんと運用されていないという状況が、特に日本の場合は多いように感じます。実験動物に関しても「苦痛の軽減」や「実験の必要不可欠性」などが、基準で明確に定められていますので、その基準を厳正に守って行政がチェックに入るだけで、かなり状況はよくなるのではないのでしょうか。

また、そのように「使われていない」法令をきちんと適用させていくには、やはり情報公開による世論の喚起が必要です。企業の社会的責任という意味からも、自社だけではなく業務委託先なども含め、しっかりと管理すると同時にいい面も悪い面も含めた情報公開をしていく、消費者に納得していただけるまで説明する、そうした姿勢が求められるのではないかと思います。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授



【ご意見】 代替法については、研究面での課題もたくさん残っていますが、同時に社会への普及に関する課題も認識しなくてはならないと思います。私は当初資生堂の社員としてこの円卓会議に参加し、2011年以降は外部の人間として参加していますが、代替法というものが化粧品業界以外でいかに知られていないかということ、外に出てみて改めて痛感しました。例えば、日本学術振興会の科学研究費助成事業（科研費）の申請の項目に「代替法」というkey wordさえ含まれていないのが現状で、大学等の研究者は「代替法」では研究費の申請が困難です。ですから、どんなに資生堂が素晴らしい取り組みをしても、資生堂だけがやっているのでは意義は半減します。例えばシンポジウムでの発表などを通じて、知識を広く共有するとともにブラッシュアップを図ることなども考えられるのではないのでしょうか。もちろん知的財産権に関する問題などはありますが、代替法というものをどう社会に広めていくのかを考えることは、今後の重要な課題だと思います。

円卓会議は今回で最後になりますが、ここで積み残された課題を明確化すること、そしてそこに対して今後どうアプローチしていくのかを考えることも重要だと思います。

亀倉 弘美氏／NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事



【ご意見】これまで活動する中で、資生堂など一部の企業を除いた日本の企業、そして政府からはこの動物実験の問題をいまだ「対岸の火事」としてしか受け止めていない印象を受けています。今後の活動においては、立法や法改正の前にまずは、今ある法や制度の運用によって「事実上の動物実験禁止」を実現する方法を探っていきたいと考えています。そのためには、業界全体の意識改革が必要です。業界団体である日本化粧品工業連合会は「動物実験廃止は無理」とまったく取り合わないようですが、韓国の化粧品業界団体は動物実験の禁止に概ね同意していると聞いています。そうした海外の動きと歩調を合わせることも考えつつ、日本の業界も変わっていくべきだと思います。

最後に、4年にわたる六回の会議に参加し、率直な意見を交わす機会をいただいたことにお礼を申し上げます。先ほど、資生堂から「当社の安全性保証体系の中には『動物実験』という文言自体が存在しない」というお話を聞いて大変嬉しく思いました。動物実験という選択肢がそもそも存在しない、というところからイノベーションを生み出していけるような、人道的・倫理的な社会の構築を目指していきたいと思っています。

田中 憲穂氏／鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授



【ご意見】動物実験廃止はもちろん実現すべき課題ですが、そのためにはなんといっても代替法の開発が重要です。現状として、日本はその点でかなり高い水準まで来ていると思います。日本動物実験代替法評価センター（JaCVAM）および日本動物実験代替法学会が中心になって、非常に熱心に開発を促進してきましたし、資生堂さんのほかコーセー、マンダムなど複数の民間企業、また日本化粧品工業連合会などからも、さまざまな形でサポートをいただいております。

また、確立された代替法については、次は第三者による評価、バリデーションの段階に進むわけですが、日本化学工業協会が昨年、バリデーションに特化したサポートを表明されました。バリデーションには非常に費用がかかることもあり、大変ありがたく思っております。また、日本製薬工業協会も、一部のバリデーションに向けた取り組みにご参画いただいていますし、厚労省や経産省にもさまざまな形でサポートをいただいています。

そのように、行政および企業や業界団体の支援により、かなり開発が進んできているのではないかとというのが私の現状認識です。

中野 栄子氏／株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー



【ご意見】お話を伺っていて、この1年間でも代替法の開発にめざましい進展があったことがよく分かりました。その一方で、そもそも代替法とは何なのかということが、まだまだ世の中に伝わっていないということも感じます。

例えば、昨年の美白化粧品の白斑被害の問題のように、何か事件や事故が起こればメディアは大騒ぎしますが、企業が通常から安全性確保のためにどんな取り組みをしているのかはほとんど報じられません。これはもちろん、私たちメディアの責任もあるのですが、企業の側も何のために代替法というものを開発しているのか、一般の人たちにも分かりやすく伝える努力をもっといただければと思います。

現状では、化粧品企業が自分たちの取り組みを世の中に対して発信することに対

して、まだあまり積極性がないように感じられます。「ここまで言うと言い過ぎかな」という思いもありかもしれませんが、そこをあえて公の場で主張されていくことも場合によっては必要なのではないのでしょうか。例えば学会で発表されている専門的な内容などを、もっと噛み砕いて、広く一般の人たちにも発信されていくのが一案だと思います。

藤井 敏彦氏／経済産業研究所 コンサルティングフェロー



【ご意見】 これまでこの円卓会議に参加させていただいて、ステークホルダーの意見、規制制度の問題、会社の価値観という3つの要素を受け止めた上でイノベーションを生み出すという、CSRのエッセンスを全て含み込んだ、素晴らしい試みだったと感じています。

動物実験の問題に限らず、日本の消費者というのは環境や安全性、人権などのテーマに非常に関心が薄いという実情があり、それが一部で指摘されている業界団体などの動きの鈍さにもつながっています。しかし一方で、他の国にはそうしたことに非常に敏感な消費者も多い。グローバルに展開していく企業が、そうした外の価値観をどこまで早く取り込めるかは、今後の重要な課題ではないのでしょうか。また、代替法の開発のように、ステークホルダーの意見を受け入れ、多大なコストをかけてイノベーションを起こした企業に対し、どう評価をするかということも考えていくべきだと思います。かかったコストに見合う評価や報酬がなければ、他の企業もなかなか後には続きません。

国外と国内の意識のギャップ、そして企業の努力への評価。この2点は、今後NGOと企業が一緒に考えていくべき問題だと思います。

吉田 武美氏／日本毒性学会 元理事長



【ご意見】 毒性学の立場からすれば、一つの代替法だけで安全性がすべて担保できるということは決してあり得ません。確かに代替法の研究は非常に進んできましたけれども、試験管の中での実験 (in vitro) では、何千何万という遺伝子を含む我々の細胞の中で、実際にどのような動きがあるのかがなかなかはっきりとは見えてきません。いろいろな実験方法を組み合わせて実施することで、はじめてその部分をカバーできるのではないかと思います。

今後、より研究が進み、細胞の中の動きがもっと明確に把握できるようになれば、科学的根拠としての代替法の重みもいっそう増していくでしょう。医薬品開発の中でも今、さまざまな代替法が用いられていますので、そのことを周知させていくことが、ひいては化粧品開発においても、代替法によって安全性担保ができるんだということを知らせていくことにつながるのではないのでしょうか。

円卓会議を振り返って

(司会) 川北 秀人氏 / IIOHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表



海外で企業が事故・事件を起こしたとき、不買運動などが発生するかどうかの一つの分かれ目は、その会社がそれまで、安全確保のための取り組みについての経過報告をどれだけ行っていたかです。そうした「安全取り組み経過広報」をきちんと果たしていた企業であれば、「これだけ注意していたのだから、ある程度は仕方ない」と思ってもらえる面もあるでしょう。日本では、事故などの際もその結果だけが批判され、そこに至るプロセスは無視される傾向があるので難しいのですが、これまでこの円卓会議で報告されてきたような、代替法の開発など安全性の向上に向けた取り組みや努力については、ぜひ今後もさまざまな形で発信していただきたいと思います。

また、この円卓会議は日本人だけで構成されていましたが、もし最初からいろいろな国の人たちが参加していれば、議論の対象を日本に限定せず、世界的なスタンダードを前提とした議論が行っていたかもしれません。この4年で、資生堂さんの売上における海外市場の比率もより高くなったとお聞きしますし、次に皆さんとお会いする機会があれば、半分以上は日本人じゃない方がいらっしゃる場で、プレゼンテーションも英語で、ということになるだろうと思っております。そういった、開かれたフォーラムに進化していく過程となる、非常にすばらしい場を提供していただけたことに感謝します。

株式会社資生堂 執行役員 岩井 恒彦



当社の動物実験廃止決定にあたって、この円卓会議は非常に大きな役割を果たしていただいたと考えています。これだけさまざまな立場のステークホルダーの皆さまと、一つの課題について意見を交わし、そこから生まれるものを企業経営に取り込んでいくという取り組みは、当社にとってもまったく初めてのことでした。美の追求と提供を使命とする会社として、「動物実験はやらない」という前提のもと、さらなるイノベーションを目指すとともに、代替法をはじめとする化粧品の安全性についての考え方を広く知らしめるために今後も尽力していきたいと思っています。

社会のグローバル化が加速し価値観の多様化が進む中で、新たな社会課題も次々に現れてきています。今後、多種多様な課題と直面していくことになるであろう当社にとって、この円卓会議は非常に貴重な経験となりました。社会と共生し、よりよい社会づくりに貢献し、社会から必要とされる企業であり続けるために、これからも真摯な取り組みを続けてまいりたいと思います。ご多忙のところ、4年間にわたってご参加いただいたみなさまに感謝するとともに、引き続きのご支援をお願い申し上げます。



第三者意見



株式会社クレイグ・コンサルティング 代表取締役
小河 光生 氏

<「VISION 2020」にいかに関与するか>

CSRは企業活動の一環である限り、企業価値向上に資するものでなければならない。企業としてそこに投資を行うわけだから、その成果は常に株主を含めたステークホルダーに説明できる必要がある。昨年末に資生堂グループ（以下同社）は中長期戦略「VISION 2020」を発表した。言うまでもなくCSRもこの中長期戦略にどう貢献していくか、という視点が必須である。一般的にCSRは、自社の優先順位とステークホルダーの優先順位の“せめぎ合い”でできている。自社の優先順位だけで経営遂行する企業は時に独りよがりとなる。つまり企業が社会的な存在である以上ステークホルダーとの共利共生が求められるため、企業は常にステークホルダーの優先順位を知る必要がある。この際大事なことはステークホルダーの優先順位を無批判のうちに取りこむことではないことだ。経営の優先順位の中にステークホルダーの優先順位をいかに入れていくべきか。これがCSRのもっとも大きなテーマとなる。

魚谷社長は本サイトのトップコミットメントで、「100年先も輝き続けることができる資生堂」を目指すと言っている。これをCSR的な観点から形にしたものが「CSR活動の全体像」、つまり「基本的CSR」「資生堂らしいCSR」のピラミッド構造であろう。100年続く基盤となる“資生堂らしさ”とはどのようなものであろうか？これは社会の要請に対して、同社として“顔の見える活動”、つまり活動を聞いただけで「資生堂らしい」と社会が感じる活動であろう。

たとえば、東日本大震災の復興に向けた取り組みで、単に寄付やボランティアで対応する企業が多い中で、同社は大船渡市と連携し樹齢1400年の「三面椿」の香り成分を活用して、リラックス効果のある新しい香りを開発している。これは「資生堂 椿の夢」として商品化され、売上の一部を被災地に寄付する側面も持っている。同様に気仙地区の椿の実から採取した油を活用した「気仙椿ドレッシング」を資生堂パーラーで発売している。いずれの活動も同社のテクノロジーを活用して、被災地との共利共生を目指す持続的な活動と言えるだろう。このように活動の内容を聞いただけで資生堂のブランドが想起される活動こそが「顔の見える活動」と言えるだろう。加えてステークホルダーだけではなく、同社社員から見ても自社の社会的価値を再認識することにつながるだろう。

<エンゲージメントにも資生堂らしさを>

一方同社のCSR課題をいくつか指摘したい。

まずステークホルダーエンゲージメントに関してである。歴史的に同社はステークホルダーエンゲージメントに熱心に取り組んできている。しかし、VISION 2020で指摘されている通り、今後の同社事業活動はグローバル化が加速される。その際にはCSRも地域ごとのテーマを意識していく必要がある。つまりステークホルダーエンゲージメントも地域ごとのステークホルダーと行っていくことになるだろう。一般的に、海外のローカルスタッフから見ると、エンゲージメントを日本で行っても「また日本の偉い人だけで何かやっている」と見られ、現地は何も変わらず形だけのエンゲージメントに終始することがある。同社はぜひ「現地主導、現地のためになる」エンゲージメントを開発し、資生堂らしいエンゲージメントとして開示をしていただきたい。

<サプライチェーンの取り組みを積極開示する>

昨今CSRを自社が行うことは当たり前であり、いかにサプライチェーンで取り組んでいくか、が肝要になっている。これは二側面からとらえられる課題である。ひとつはリスクマネジメント。グローバル化に伴い、調達活動もグローバル化し始めている。海外では人権、労働慣行のテーマが特に重要だ。その国の法律を守っているというだけでは不十分で、国の法律はここまででも、資生堂基準はここまで守ってもらう、という姿勢でサプライチェーンを啓発していく必要がある。同社は「サプライヤー行動基準」を掲げサプライヤーへの遵守活動を促しているが、その成果については開示がなされていない。定期的に取り先へのアンケートや監査を行っているのであれば、その結果を開示しあわせて対策を講じていく積極性が必要である。また、サイトでの開示も深部であり、昨今のサプライチェーン対策の大切さから考えるとステークホルダーからも見やすい場所に開示されてもよいのではないかと考える。

もう一側面は、サプライチェーンの育成につながる項目である。たとえば環境対策がコストダウンにつながることはよく知られたことであるように、CSRを推進する中でいかにサプライヤーの能力向上につなげていくか（これをキャパシティビルディングと呼ぶ）にチャレンジしたい。この活動もサプライヤーの能力向上が最終的に同社の競争力向上につながっていく。

<トップコミットメントで資生堂らしさを出していきたい>

最後はトップマネジメントのCSRへの関与を高めていきたい。そのためにまずトップコミットメントをインタビュー形式や対談型にするなどして、トップのCSRに対する思想を積極的に採録したい。トップコミットメントはその名の通りCSR活動の軸になる大事な要素であるので、もっと紙面を割いてトップの思いや姿勢を載せても良いのではないかと。資生堂らしさはトップマネジメントの思想のもとに作られることが大事だろう。

また、その他のマネジメント層ももっと意見を入れてもよいのではないかと。たとえばユニリーバはマーケティングの責任者がCSRのトップも兼任している。これはCSRが重要なブランド戦略の一要素と考えているあらわれである。同社もCSRを経営の武器として再定義して、トップ層の関与を強めていきたい。

外部からの評価・受賞等

SRIインデックス選定状況

倫理・環境・雇用・安全などに配慮した社会的信頼度の高い企業を集めたSRI (Socially and Responsible Investment) インデックスに採用されるということは、高い社会的信頼度と健全な財務内容を併せ持った企業であるという証となります。

資生堂は、世界各国のSRI評価機関よりさまざまな評価を得ており、国内外においてSRIインデックスの構成銘柄に選定されています。今後も資生堂の強みを生かした具体的なCSR活動を進め、確実に説明責任を果たしていくとともに、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。

グローバル



FTSE4Good

FTSE4Good Global Index



ETHIBEL EXCELLENCE



ECPI INDICES

その他に国連グローバル・コンパクトが発表した「Global Compact 100」にも選定されています。

日本



モーニングスター社会的責任投資株価指数

その他に「MSCI Japan Index」(日本)にも選定されています。

その他活動の評価

2014年度の代表的な外部からの受賞や選定をご紹介します。

グローバル

■ ゴールデンピーコックアワードを受賞

コーポレートガバナンスにおける取り組みが評価され、「Golden Peacock Global Award for Excellence in Corporate Governance」を受賞しました。



■ 「世界で最も倫理的な企業」に4年連続で選定

企業倫理やCSRなどを専門とする米国のシンクタンク Ethisphere Institute が発表した「World's Most Ethical Companies 2015（世界で最も倫理的な企業）」に4年連続で選定されました。

日本

■ 「問い合わせ窓口格付け」で最上位三ツ星を2年連続獲得

「お客さま窓口」が、ヘルプデスク協会の日本支部（HDI-Japan）が主催する「問合せ窓口格付け」で2年連続で最上位の三ツ星を獲得しました。



■ 内閣府主催 第1回「女性が輝く先進企業表彰」受賞

女性が活躍し続ける企業を目指し、社内制度の整備など早くからさまざまな取り組みを推進してきたことが認められました。

■ 「日経WOMAN 女性が活躍する会社 Best 100」で2年連続総合1位を獲得！

日経ウーマンと日経ウーマノミクスプロジェクトが実施する「企業の女性活用度調査」のランキングで、2015年も昨年に続き総合1位を獲得しました。

活動実績データ

CSR・環境活動および人事関連の具体的な実績をデータでご覧いただけます。

社会活動関連データ

領域	項目		指標	単位	2014年 3月期	2015年 3月期	対象
女性・美容	資生堂ライフクオリティービューティープログラム	ライフクオリティービューティーセンター	設置国・地域数 (施設数) (※1)	国・地域 (箇所)	3 (5)	3 (5)	国内外
			利用者数	名	1,583	1,680	国内外
		ライフクオリティービューティーセミナー (注1)	開催延べ件数	件	2,812	3,877	国内外
			参加延べ人数	名	49,859	65,555	国内外
	ジュニア活動	資生堂子どもセミナー (注2)	受講者数 (※2)	名	701	791	国内
	資生堂ランニングクラブ		ランニング教室開催件数	回	2	1	国内
			社外講演会開催件数	回	3	2	国内
		資生堂女性研究者サイエンスグラント	受賞者数	名	10	10	国内
文化	資生堂ギャラリー (銀座)	来館者数	名	42,399	58,494	国内	
	資生堂企業資料館 (掛川)		名	27,970	31,408	国内	
	資生堂アートハウス (掛川)		名	29,576	36,169	国内	
社員の社会貢献	資生堂花椿基金 (注3)	月間賛同口数 (※3)	口	17,162	17,016	国内	

- (注) 1. 資生堂ライフクオリティービューティーセミナー：国内では、2011年に事業化した「高齢者美容サービス」と、これまで実施してきた高齢者、障がいのある方や、学生、社会人などを対象とした各種美容セミナーを統合、2013年より「資生堂ライフクオリティー事業」として展開
2. 資生堂子どもセミナー：肌が変わる思春期直前の子どもたちに、「肌」や「清潔」についての情報や自分の肌の正しい手入れ法をお伝えする体験型の出前授業
3. 資生堂花椿基金：社員が給与引きで寄付を行うとともに、支援活動としてボランティアにも参加する。現在の支援団体は10団体

※1 日本 (東京)、中国 (上海・香港)、台湾 (台北・高雄) ※2 対象は 小学5・6年男女児童 ※3 1口：100円、3月実績

人事関連データ

資生堂グループ社員数

(単位：人)

		2014.4.1 (カッコ内比率)			2015.4.1 (カッコ内比率)		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性
総数		46,980 (100%)	—	—	46,351 (100%)	—	—
	社員	33,652 (71.6%)	—	—	33,686 (72.7%)	—	—
	有期契約社員	13,328 (28.4%)	—	—	12,665 (27.3%)	—	—
国内資生堂グループ		24,609 (52.4%)	4,147 (16.9%)	20,462 (83.1%)	23,870 (51.5%)	3,964 (16.6%)	19,906 (83.4%)
	社員	15,051 (32.0%)	3,404 (22.6%)	11,647 (77.4%)	14,576 (31.4%)	3,292 (22.6%)	11,284 (77.4%)
	有期契約社員	9,558 (20.3%)	743 (7.8%)	8,815 (92.2%)	9,294 (20.1%)	672 (7.2%)	8,622 (92.8%)
海外		22,371 (47.6%)	—	—	22,481 (48.5%)	—	—
	社員	18,601 (39.6%)	—	—	19,110 (41.2%)	—	—
	有期契約社員	3,770 (8.0%)	—	—	3,371 (7.3%)	—	—

※国内は各年4月1日時点、海外は各年12月末時点とする

地域別社員数

(単位：人)

	2014.4.1 (カッコ内比率)			2015.4.1 (カッコ内比率)		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性
総数	46,980 (100%)	—	—	46,351 (100%)	—	—
日本	24,609 (52.4%)	4,147 (16.9%)	20,462 (83.1%)	23,870 (51.5%)	3,964 (16.6%)	19,906 (83.4%)
日本以外	22,371 (47.6%)			22,481 (48.5%)		
欧州	3,086 (6.6%)			2,529 (5.5%)		
米州	6,161 (13.1%)	/	/	6,389 (13.8%)	/	/
アジア・オセアニア	13,124 (27.9%)			13,563 (29.3%)		
うち中国	9,538 (20.3%)			9,363 (20.2%)		
社員	33,652 (71.6%)	—	—	33,686 (72.7%)	—	—
日本	15,051 (44.7%)	3,404 (22.6%)	11,647 (77.4%)	14,576 (43.3%)	3,292 (22.6%)	11,284 (77.4%)
日本以外	18,601 (55.3%)			19,110 (56.7%)		
欧州	2,535 (7.5%)			2,240 (6.6%)		
米州	3,636 (10.8%)	/	/	3,993 (11.9%)	/	/
アジア・オセアニア	12,430 (36.9%)			12,877 (38.2%)		
うち中国	9,196 (27.3%)			9,154 (27.2%)		

有期契約社員	13,328 (28.4%)	—	—	12,665 (27.3%)	—	—
日本	9,558 (71.7%)	743 (7.8%)	8,815 (92.2%)	9,294 (73.4%)	672 (7.2%)	8,622 (92.8%)
日本以外	3,770 (28.3%)			3,371 (26.6%)		
欧州	551 (4.1%)			289 (2.3%)		
米州	2,525 (18.9%)	/	/	2,396 (18.9%)	/	/
アジア・オセアニア	694 (5.2%)			686 (5.4%)		
うち中国	342 (2.6%)			209 (1.7%)		

※国内は各年4月1日時点、海外は各年12月末時点とする

男女別リーダー数・比率

	2014.4.1			2015.4.1		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性
リーダー総数	2,757人	1,388人	1,369人	2,940人	1,463人	1,477人
日本	1,059人	775人	284人	1,030人	750人	280人
日本以外	1,698人	613人	1,085人	1,910人	713人	1,197人
欧州	266人	123人	143人	272人	121人	151人
米州	828人	225人	603人	939人	253人	686人
アジア・オセアニア	604人	265人	339人	699人	339人	360人
中国	349人	160人	189人	330人	159人	171人

リーダー比率	100%	50.3%	49.7%	100%	49.8%	50.2%
日本	38.4%	73.2%	26.8%	35.0%	72.8%	27.2%
日本以外	61.6%	36.1%	63.9%	65.0%	37.3%	62.7%
欧州	9.6%	46.2%	53.8%	9.3%	44.5%	55.5%
米州	30.0%	27.2%	72.8%	31.9%	26.9%	73.1%
アジア・オセアニア	21.9%	43.9%	56.1%	23.8%	48.5%	51.5%
中国	12.7%	45.8%	54.2%	11.2%	48.2%	51.8%

※国内リーダー数は2015年4月1日時点、海外リーダー数は2014年12月31日時点とする

※海外のリーダーとはManager以上とする

平均勤続年数

	2014.4.1	2015.4.1
国内グループ全体	16.4年	16.9年
男性	18.2年	18.2年
女性	15.9年	16.5年

※対象：社員（有期契約社員除く）

労働時間・有給休暇取得率

	目標 (2014年)	2013年度	2014年度
一人あたり年間総実労働時間	前年以下	/	/
株式会社資生堂		1,869.2時間	1,897.4時間
国内グループ		1,812.8時間	1,832.6時間
年間所定労働時間（国内）	/	1,844.5時間	1,852.25時間
一人あたり月平均所定外労働時間	前年以下	/	/
株式会社資生堂		186.7時間	212.6時間
国内グループ		95.4時間	105.6時間

年次有給休暇取得率		/	/
株式会社資生堂	60%以上	71.9%	62.2%
国内グループ		49.6%	46.3%

初任給

2015年4月入社社員：東京都区部住居の場合

区分	支給額
博士了	月給265,000円
修士了	月給226,000円
大学卒	月給215,000円
高専卒	月給195,000円

※いずれも地域手当9,000円（地域により異なる0～9,000円）を含む。

エコール資生堂の対象者数

	2013年度（カッコ内比率）	2014年度（カッコ内比率）
国内	12,818人（52.3%）	12,519人（51.1%）

※対象範囲は管理職、総合職、美容職社員（役員・参与除く）

離職率

	2013年度	2014年度
国内資生堂グループ	3.2%	4.2%
結婚・出産・育児理由	0.03%	0.00%
資生堂販売株式会社	3.1%	3.7%
結婚・出産・育児理由	0.80%	1.00%

※国内資生堂グループ対象者：管理職・総合職

※資生堂販売株式会社対象者：美容職のみ（有期契約社員を除く）

育児休業、育児時間取得者とカンガルースタッフ数

	2013年度 (カッコ内比率)	2014年度 (カッコ内比率)
育児休業 (短期育児休暇も含む)	1,507人 (5.95%)	1,421人 (5.9%)
男性	5人 (0.12%)	9人 (0.21%)
女性	1,502人 (7.15%)	1,412人 (6.90%)
育児時間	1,829人 (7.22%)	1,882人 (7.65%)
男性	7人 (0.16%)	7人 (0.17%)
女性	1,822人 (8.67%)	1,875人 (7.62%)
うち店頭BCの育児時間	1,106人	1,133人
男性	0人	0人
女性	1,106人	1,133人
カンガルースタッフ	1,635人	1,674人

※国内資生堂グループ

※育児休業（時間）取得率＝育児休業（時間）取得者数／期首国内社員数×100

※全社員（有期契約社員含む）とする

介護休業、介護時間取得者数

	2013年度 (カッコ内比率)	2014年度 (カッコ内比率)
介護休業	29人 (0.10%)	26人 (0.11%)
男性	0人 (0.00%)	0人 (0.00%)
女性	29人 (0.13%)	26人 (0.13%)
介護時間	14人 (0.06%)	16人 (0.07%)
男性	2人 (0.05%)	1人 (0.02%)
女性	12人 (0.06%)	15人 (0.07%)

※国内資生堂グループ

※介護休業（時間）取得率＝介護休業（時間）取得者数／期首国内社員数×100

※全社員（有期契約社員含む）とする

短時間勤務制度利用者数

		2013年度 (カッコ内比率)	2014年度 (カッコ内比率)
国内		1,843人 (7.49%)	1,898人 (7.71%)
	男性	9人 (0.21%)	6人 (0.14%)
	女性	1,834人 (8.96%)	1,892人 (9.23%)

※短時間勤務利用者とは、育児時間および介護時間を取得している者とする

※短時間勤務制度利用率 = 短時間勤務利用者数 / 期首国内社員数 × 100

※全社員（有期契約社員含む）とする

産前産後休暇・育児休業後の復職率・定着率

		2013年度	2014年度
復職率	国内グループ	100%	100%
	資生堂販売株式会社	96.9%	97.4%
定着率	国内グループ	98.8%	97.8%
	資生堂販売株式会社	94.4%	89.8%

※国内グループ対象者：管理職・総合職、資生堂販売株式会社 対象者：美容職（有期契約社員を除く）

※復職率 = 当年度の育児休業からの復職者数 / 当年度の育児休業からの復職予定者数 × 100

※定着率 = 前年度の育児休業からの復職者のうち当年度3月末日時点で在籍している社員数 / 前年度の育児休業からの復職者数 × 100

定年後再雇用制度利用者数

	2014.4.1	2015.4.1
国内グループ	287人	262人

障がい者雇用率

	2013年度	2014年度
株式会社資生堂	2.85%	3.37%
国内資生堂グループ	1.85%	2.03%

※各年6月末日時点のデータ

海外関連会社役員の非日本人比率

	2014.4.1	2015.4.1
海外グループ	44.8%	44.6%

※本社外国籍役員が現地法人を兼任している場合に、現地人役員としてカウントする

※複数社の役員に就いている場合もカウントする

人権啓発・企業倫理研修の開催実績

対象者：国内グループ社員

	2013年度	2014年度
研修テーマ	パワーハラスメント	パワーハラスメント
開催数	1回	2回
時間（1回あたり）	60分	60分
受講者数	21,700人	21,500人

※受講者数とは、1回当たり（eラーニング、ペーパー読み合わせ者含む）の人数

業務上災害発見件数

	2013年度	2014年度
国内	24件	34件
うち工場・業務委託先	1件	0件
海外	104件	71件

※業務上災害は休業を伴う労働災害にあった件数

※国内工場における業務委託先の業務災害発見件数は業務委託先からの情報提供件数

業務上災害強度率

	2014.4.1	2015.4.1
業務上災害発見件数	24件	34件
強度率	0.009	0.007

※国内資生堂グループの業務災害発見件数

※強度率 = 労働損失日数 / 延労働時間数 × 1,000

休業災害率、時間損失負傷災害件数率

	2013年度	2014年度
LTI	0.124	0.182
LTIFR	0.62	0.91

※国内資生堂グループの休業災害率および時間損失負傷災害件数率とする

※休業災害率（LTI）＝時間損失負傷災害件数／延労働時間数×200,000

※LTIFR＝業務災害発生件数／延労働時間数×1,000,000

産業医・産業保健スタッフ一人あたりの社員数

	2014.4.1	2015.4.1
株式会社資生堂	210.2人	277.4人
国内グループ	208.6人	194.0人

※定義：産業医数は選任している事業所ごとに1名（複数の常勤産業医および非常勤産業医と契約している場合には複数名）でカウント

労働組合数、構成比

		2014.4.1	2015.4.1
株式会社資生堂	労働組合員数	2,479人	2,322人
	構成比（※1）	45.4%	45.6%
	労働法でカバーされる社員数	100%	100%
国内グループ	労働組合員数	11,223人	10,778人
	構成比（※1）	45.6%	45.2%
	労働法でカバーされる社員数	100%	100%

※各年4月1日時点のデータ

※1 構成比＝労働組合員数／社員数（管理職・有期契約社員含む）×100

労働組合がある法人割合

	2014.4.1	2015.4.1
国内	18.2%	18.2%
海外	46.3%	43.9%

※海外はworkcouncilを含む

環境活動関連データ

国内

指標		対象範囲	2012年度 実績	2013年度 実績	2014年度 実績
インプット	電力 (万kWh)	生産事業所	3,104	2,988	2,901
		非生産事業所	3,420	3,316	3,145
	都市ガス (万 m ³)	生産事業所	523	559	599
		非生産事業所	87	81	69
	LPG (t)	生産事業所	9	7	8
		非生産事業所	0	0	0
	燃料 (kl)	生産事業所	1	0	0
		非生産事業所	2,108	2,029	1,833
蒸気 (GJ)	非生産事業所	9,794	9,475	9,992	
水 (万m ³)	生産事業所 (原単位) *1	76 (10.379)	73 (11.671)	76 (9.853)	
アウトプット	CO ₂ (t)	生産事業所 (原単位) *2	25,917 (0.456)	24,460 (0.471)	28,424 (0.461)
		非生産事業所	22,888	20,454	21,946
	SO _x (t)	生産事業所	0	0	0
	NO _x (t)		13	13	17
	排水 (万m ³)	生産事業所	69	65	68
	BOD (t)	生産事業所	14	14	17
	COD (t)		28	26	30
	廃棄物 (t)	生産事業所 (原単位) *1	3,373 (0.046)	3,148 (0.050)	3,765 (0.049)
		非生産事業所	1,335	1,271	1,117
	リサイクル率 (%)	生産事業所	100	100	100

環境活動関連データ

国内生産事業所別 データ

鎌倉工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	589	532	245
	都市ガス (万m ³)	53	50	15
	水 (万m ³)	9	8	3
アウトプット	CO ₂ (t)	3,915	3,277	1,603
	SO _x (t)	0	0	0
	NO _x (t)	0	0	0
	排水 (万m ³)	8	7	3
	BOD (t)	0	0	0
	COD (t)	1	1	1
	廃棄物 (t)	325	328	438

大阪工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	667	669	690
	都市ガス (万m ³)	62	63	68
	燃料 (kl)	1	0	0
	水 (万m ³)	18	16	17

アウトプット	CO ₂ (t)	4,149	4,594	5,079
	SO _x (t)	0	0	0
	NO _x (t)	0	0	1
	排水 (万m ³)	18	16	17
	BOD (t)	1	0	0
	COD (t)	3	2	2
	廃棄物 (t)	820	827	960

掛川工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	1,061	1,151	1,335
	都市ガス (万m ³)	141	152	177
	水 (万m ³)	19	20	22
アウトプット	CO ₂ (t)	8,184	7,752	10,809
	SO _x (t)	0	0	0
	NO _x (t)	1	1	1
	排水 (万m ³)	17	16	19
	BOD (t)	4	5	3
	COD (t)	5	5	4
	廃棄物 (t)	299	394	393

久喜工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	788	637	631
	都市ガス (万m ³)	267	293	340
	LPG (t)	9	7	8
	水 (万m ³)	31	29	34

アウトプット	CO ₂ (t)	9,670	9,188	10,933
	SO _x (t)	0	0	0
	NO _x (t)	13	12	15
	排水 (万m ³)	27	25	29
	BOD (t)	10	9	13
	COD (t)	19	17	23
	廃棄物 (t)	1,929	1,599	2,037

海外

指標		対象範囲	2012年度 実績	2013年度 実績	2014年度 実績
インプット	電力 (万kWh)	生産事業所	4,103	4,243	4,531
		非生産事業所	720	714	533
	都市ガス (万 m ³)	生産事業所	365	372	370
		非生産事業所	19	24	12
	LPG (t)	生産事業所	97	116	199
		非生産事業所	0	0	0
	燃料 (kl)	生産事業所	77	61	73
		非生産事業所	1,147	1,103	1,078
	蒸気 (t)	生産事業所	4,248	4,217	3,915
	水 (万m ³)	生産事業所 (原単位) *1	50 (9.513)	48 (9.465)	52 (9.991)

アウトプット	CO ₂ (t)	生産事業所 (原単位) *2	22,175 (0.445)	22,627 (0.541)	25,355 (0.553)
		非生産事業所	5,005	4,907	3,954
	廃棄物 (t)	生産事業所 (原単位) *1	4,510 (0.085)	3,936 (0.078)	4,189 (0.081)
		非生産事業所	799	980	394
	リサイクル率 (%)	生産事業所	83	81	83

※海外非生産事業所については、主要な事業所のみ

*1 中味製造量

*2 生産数量

環境活動関連データ

海外生産事業所別 データ

資生堂アメリカインク

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	377	407	409
	都市ガス (万m ³)	35	42	45
	水 (万m ³)	1	1	1
アウトプット	CO ₂ (t)	1,413	1,753	1,989
	廃棄物 (t)	306	398	408

ダブリンインク

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	317	369	419
	都市ガス (万m ³)	35	37	36
	水 (万m ³)	4	3	3
アウトプット	CO ₂ (t)	1,841	2,003	2,326
	廃棄物 (t)	447	545	597

ゾートス インターナショナル インク ジェニーバ工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	939	984	949
	都市ガス (万m ³)	152	168	172
	LPG (t)	21	21	21
	水 (万m ³)	17	15	12
アウトプット	CO ₂ (t)	0	0	0
	廃棄物 (t)	2,259	1,718	2,030

※2012年度より風力発電電力の利用とCO₂排出権償却によりカーボンニュートラルを実現

資生堂インターナショナルフランス バル・ド・ロワール工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	419	417	402
	都市ガス (万m ³)	58	57	49
	燃料 (kl)	0	1	0
	水 (万m ³)	2	2	2
アウトプット	CO ₂ (t)	1,827	1,807	1,601
	廃棄物 (t)	345	258	279

資生堂インターナショナルフランス ジアン工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	441	397	389
	都市ガス (万m ³)	31	31	25
	燃料 (kl)	1	0	4
	水 (万m ³)	1	1	1
アウトプット	CO ₂ (t)	1,170	1,142	982
	廃棄物 (t)	490	229	251

資生堂麗源化粧品有限公司

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	301	277	283
	都市ガス (万m ³)	2	2	1
	蒸気 (t)	4,248	4,217	3,915
	水 (万m ³)	4	4	4
アウトプット	CO ₂ (t)	4,458	4,205	4,152
	廃棄物 (t)	151	196	150

上海卓多姿中信化粧品有限公司

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	519	540	565
	都市ガス (万m ³)	37	28	35
	水 (万m ³)	11	11	14
アウトプット	CO ₂ (t)	5,965	5,975	6,379
	廃棄物 (t)	182	256	243

台湾資生堂股份有限公司 中壢工場

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	180	187	180
	都市ガス (万m ³)	7	6	6
	燃料 (kl)	1	1	2
	水 (万m ³)	2	2	2
アウトプット	CO ₂ (t)	1,296	1,329	1,277
	廃棄物 (t)	59	56	38

資生堂ベトナム有限責任会社

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	329	419	794
	LPG (t)	76	95	178
	水 (万m ³)	4	6	10
アウトプット	CO ₂ (t)	2,096	2,662	5,041
	廃棄物 (t)	88	84	155

上海华妮透明美容香皂有限公司

指標		2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績
インプット	電力 (万kWh)	156	125	142
	燃料 (kl)	75	59	67
	水 (万m ³)	4	3	3
アウトプット	CO ₂ (t)	1,770	1,418	1,609
	廃棄物 (t)	22	22	37

編集方針

資生堂のCSR・環境は、以下の方針で編集しています。

- 各活動の取り組みを、ISO26000（社会的責任に関する手引き）の7つの中核主題に準じてご紹介しています。
- 各ページの報告内容を簡潔にし、読みやすくしました。
- グループの報告を充実させるために、海外での取り組みにも焦点を当てました。
- CSR・環境および人事関連の実績報告を一覧で開示しています。
- 当ウェブサイトに掲載している情報の対象期間は、2014年度（2014年4月1日から2015年3月31日）を中心としています。一部当該期間以前もしくは以後直近の内容も含まれています。
- 国連グローバル・コンパクト、GRI（Global Reporting Initiative）のサステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版（G4）、ISO26000（社会的責任に関する手引き）を参考にしています。
- 対象範囲は、株式会社資生堂と資生堂グループ各社（連結子会社）92社、2015年3月31日現在としています。上記対象範囲と異なるデータにつきましては、注釈を明記しています。

また2014年度の資生堂のCSR・環境の情報開示は、「資生堂CSR・環境ウェブサイト」の他、「アニュアルレポート2015」でも行っております。

GRIガイドライン対照表

本対照表を作成するにあたり、「GRIサステナビリティ・レポート・ガイドライン 第4版」を参考にしており、標準開示項目の情報が記載されています。

本ウェブサイト以外の媒体にて記載の場合は、その媒体の名称を記載しています。

「記載箇所」の「該当なし」は関連がない、もしくは重大なレベルに関わる事例がない項目です。

「-」は開示がない項目です。

※GRIガイドライン第4版と国連グローバル・コンパクトの原則との対応を記載しています。ただし国連グローバル・コンパクトの原則とGRIガイドライン第4版との正式な対応表が国連グローバル・コンパクト事務局より未発行のため、一部自社において解釈を加えています。

戦略および分析

項目	指標	記載箇所	GC
1	組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	CSRトップコミットメント	
2	主要な影響、リスクと機会の説明	資生堂のCSRとは 資生堂のリスクマネジメント 有価証券報告書	

組織のプロフィール

項目	指標	記載箇所	GC
3	組織の名称	会社プロフィール	
4	主要なブランド、製品およびサービス	事業概要 事業・ブランド	
5	組織の本社の所在地	会社プロフィール	
6	組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国名	事業別の概要 会社プロフィール 主な事業所	
7	組織の所有形態および法人格の形態	会社プロフィール	
8	参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む）	中国・アジア・グローバル 事業別の概要	
9	組織の規模 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 総従業員数 ▪ 総事業所数 ▪ 純売上高（民間組織について）、純収入（公的組織について） ▪ 株主資本および負債の内訳を示した総資本（民間組織について） ▪ 提供する製品、サービスの量 	ひと目でわかる資生堂 主な事業所 有価証券報告書	
10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 雇用契約別および男女別の総従業員数 ▪ 雇用の種類別、男女別の総正社員数 ▪ 従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力 ▪ 地域別、男女別の総労働力 ▪ 組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者（請負業者の従業員とその派遣労働者を含む）以外の者であるか否かの報告 ▪ 雇用者数の著しい変動（例えば観光業や農業における雇用の季節変動など） 	人事関連データ 会社プロフィール	
11	団体交渉協定の対象となる全従業員の比率の報告	良好な労働組合との関係 人事関連データ	
12	組織のサプライチェーン	公正な競争・取引の徹底 品質はすべてに優先します	
13	以下の項目を含む組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して報告期間中に発生した著しい変更 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 所在地または事業所の変更（施設の開設や閉鎖、拡張を含む） ▪ 株式資本構造の変化、その他資本の形成、維持、変更手続きの実施による変更（民間組織の場合） ▪ サプライヤーの所在地、サプライチェーンの構造、またはサプライヤーとの関係の変化（選択や終了を含む） 	有価証券報告書	

外部のイニシアティブへのコミットメント

項目	指標	記載箇所	GC
14	組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方	資生堂のCSRとは 資生堂のリスクマネジメント	
15	外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したものを一覧表示	資生堂のCSRとは 環境方針 環境コミュニケーション	
16	<p>(企業団体など) 団体や国内外の提言機関で、組織が次の項目に該当する位置付けにあるものについての会員資格を一覧表示</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ガバナンス組織において役職を有しているもの ▪ プロジェクトまたは委員会に参加しているもの ▪ 通常の会員資格の義務を超える多額の資金提供を行っているもの ▪ 会員資格を戦略的なものとして捉えているもの <p>主として、組織レベルで保持している会員資格を指す</p>	資生堂のCSRとは 環境方針 環境コミュニケーション 生物多様性の保全への取り組み 外部との連携	

特定されたマテリアルな側面とバウンダリー

項目	指標	記載箇所	GC
17	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体の一覧 ▪ 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていないかの報告 	編集方針 有価証券報告書	
18	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセス ▪ 「報告内容に関する原則」を組織がどのように適用したかの説明 	資生堂のCSRとは 編集方針	
19	報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面の一覧表示	資生堂のCSRとは	
20	各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリー	編集方針 有価証券報告書	
21	各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリー	編集方針 有価証券報告書	
22	過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合の影響および理由	編集方針 有価証券報告書	
23	スコープおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更の報告	編集方針 有価証券報告書	

ステークホルダー・エンゲージメント

項目	指標	記載箇所	GC
24	組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧	コミュニティ参画および発展 ステークホルダーとのエンゲージメント	
25	組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準	Our Way	
26	ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法（種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など）の報告、またエンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否かの記載	コミュニティ参画および発展 ステークホルダーとのエンゲージメント 公正な競争・取引の徹底 人事に関する基本方針 人事・公正な評価 CSR・環境メール配信サービス	
27	ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか（報告を行って対応したものを含む）、また主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループの報告	ステークホルダーとのエンゲージメント	

報告書のプロフィール

項目	指標	記載箇所	GC
28	提供情報の報告期間（会計年度、暦年など）	編集方針	
29	最新の発行済報告書の日付（該当する場合）	2015年6月	
30	報告サイクル（年次、隔年など）	基本的に年1回	
31	報告書またはその内容に関する質問の窓口	資生堂グループお問い合わせ	

GRI内容索引

項目	指標	記載箇所	GC
32	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 組織が選択した「準拠」のオプションの報告 ▪ 選択したオプションに対するGRIガイドラインの内容索引 ▪ 報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報（GRIでは外部保証の利用を推奨しているが、これは本ガイドラインに「準拠」するための要求事項ではない） 	GRIガイドライン対照表	

保証

項目	指標	記載箇所	GC
33	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行 ▪ サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準 ▪ 組織と保証の提供者の関係 ▪ 最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に対する関与 	<p>第三者意見 資生堂のCSRとは</p>	

ガバナンス

ガバナンスの構造と構成

項目	指標	記載箇所	GC
34	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 組織のガバナンス構造（最高ガバナンス組織の委員会を含む） ▪ 経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会の特定 	<p>コーポレートガバナンス 資生堂のCSRとは</p>	
35	<p>最高ガバナンス組織から役員や他の従業員へ、経済、環境、社会テーマに関して権限委譲を行うプロセス</p>	<p>資生堂のCSRとは</p>	
36	<p>組織が、役員レベルの地位にある者を経済、環境、社会テーマの責任者として任命しているか、その地位にある者が最高ガバナンス組織の直属となっているかの報告</p>	<p>取締役・監査役・執行役員 資生堂のCSRとは</p>	
37	<p>ステークホルダーと最高ガバナンス組織の間で、経済、環境、社会テーマについて協議するプロセス。協議が権限移譲されている場合は、誰に委任されているか、最高ガバナンス組織へのフィードバック・プロセスがある場合は、そのプロセス</p>	<p>通報窓口の設置 社員の相談窓口 人事・公正な評価 良好な労働組合との関係</p>	
38	<p>次の項目別最高ガバナンス組織およびその委員会の構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 執行権の有無 ▪ 独立性 ▪ ガバナンス組織における任期 ▪ 構成員の他の重要な役職、コミットメントの数、およびコミットメントの性質 ▪ ジェンダー ▪ 発言権の低いグループのメンバー ▪ 経済、環境、社会影響に関する能力 ▪ ステークホルダーの代表 	<p>コーポレートガバナンス</p>	

39	最高ガバナンス組織の議長の執行役員の兼務（兼務の場合は、組織の経営における役割と、そのような人事の理由）	コーポレートガバナンス	
40	<p>最高ガバナンス組織とその委員会のための指名・選出プロセスを報告する。また最高ガバナンス組織のメンバーの指名や選出で用いられる基準を、次の事項を含めて報告する</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 多様性が考慮されているか、どのように考慮されているか ▪ 独立性が考慮されているか、どのように考慮されているか ▪ 経済、環境、社会テーマに関する専門知識や経験が考慮されているか、どのように考慮されているか ▪ ステークホルダー（株主を含む）が関与しているか、どのように関与しているか 	コーポレートガバナンス	
41	<p>最高ガバナンス組織が、利益相反が排除され、マネジメントされていることを確実にするプロセスと、ステークホルダーに対する利益相反に関する情報開示の有無、また最低限、次の事項の開示</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 役員会メンバーの相互就任 ▪ サプライヤーその他ステークホルダーとの株式の持ち合い ▪ 支配株主の存在 ▪ 関連当事者の情報 	<p>資生堂のCSRとは 経営・執行体制 ステークホルダーとのエンゲージメント</p>	

目的、価値、戦略の設定における最高ガバナンス組織の役割

項目	指標	記載箇所	GC
42	経済、環境、社会影響に関わる組織の目的、価値、ミッション・ステートメント、戦略、方針、および目標、策定、承認、更新における最高ガバナンス組織と役員との役割	<p>経営・執行体制 資生堂のCSRとは</p>	

最高ガバナンス組織の能力およびパフォーマンスの評価

項目	指標	記載箇所	GC
43	経済、環境、社会テーマに関する最高ガバナンス組織の集会的知見を発展・強化するために講じた対策	<p>コーポレートガバナンス 資生堂のCSRとは</p>	
44	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスを評価するためのプロセス（当該評価の独立性の確保、評価の頻度、当該評価が自己評価であるか否か） ▪ 最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスの評価に対応して講じた措置（メンバーの変更や組織の実務慣行の変化） 	<p>監査体制 資生堂のCSRとは</p>	

リスク・マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割

項目	指標	記載箇所	GC
45	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割（デュー・デリジェンス・プロセスの実施における最高ガバナンス組織の役割） ▪ ステークホルダーとの協議が、最高ガバナンス組織による経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントのサポートに活用されているか否か 	資生堂のCSRとは コーポレートガバナンス 有価証券報告書	
46	組織の経済、環境、社会的テーマに関わるリスク・マネジメント・プロセスの有効性のレビューに関し最高ガバナンス組織が負う役割	資生堂のリスクマネジメント 資生堂のCSRとは コーポレートガバナンス	
47	最高ガバナンス組織が実施する経済、環境、社会影響、リスクと機会のレビューを行う頻度	資生堂のリスクマネジメント 資生堂のCSRとは コーポレートガバナンス	

サステナビリティ報告における最高ガバナンス組織の役割

項目	指標	記載箇所	GC
48	組織のサステナビリティ報告書の正式なレビューや承認、すべてのマテリアルな側面が取り上げられていることを確認するための最高位の委員会または役職	資生堂のCSRとは	

経済、環境、社会パフォーマンスの評価における最高ガバナンス組織の役割

項目	指標	記載箇所	GC
49	最高ガバナンス組織に対して重大な懸念事項を通知するためのプロセス	資生堂のCSRとは コーポレートガバナンス 通報窓口の設置 社員の相談窓口 人事・公正な評価 良好な労働組合との関係	
50	最高ガバナンス組織に通知された重大な懸念事項の性質と総数、およびその対応と解決のために実施した手段	-	

報酬とインセンティブ

項目	指標	記載箇所	GC
51	最高ガバナンス組織および役員に対する報酬方針 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 固定報酬と変動報酬 <ul style="list-style-type: none"> - パフォーマンス連動報酬 - 株式連動報酬 - 賞与 - 後配株式、権利確定株式 ▪ 契約金、採用時インセンティブの支払い ▪ 契約終了手当 ▪ クローバック ▪ 退職給付（最高ガバナンス組織、役員、その他の全従業員について、それぞれの給付制度と抛出金率の違いから生じる差額を含む） 	役員報酬	
52	報酬の決定プロセスを報告する。報酬コンサルタントが報酬の決定に関与しているか否か、また報酬コンサルタントが経営陣から独立しているか否かを報告する。報酬コンサルタントと組織の間にこの他の関係がある場合には、報告する	役員報酬	
53	報酬に関するステークホルダーの意見をどのように求め考慮しているかの報告（報酬方針や提案に関する投票結果など）	通報窓口の設置 社員の相談窓口 人事・公正な評価 良好な労働組合との関係	
54	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値（最高給与受給者を除く）に対する比率	-	
55	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額の増加率について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値（最高給与受給者を除く）の増加率に対する比率	-	

倫理と誠実性

項目	指標	記載箇所	GC
56	組織の価値、理念および行動基準・規範（行動規範、倫理規定など）を記述	資生堂グループ企業理念	
57	倫理的、法的行為や誠実性に関する事項について助言を与えるため組織内外に設けてある制度（電話相談窓口）	通報窓口の設置 社員の相談窓口 人事・公正な評価 良好な労働組合との関係	
58	非倫理的あるいは違法な行為についての懸念や、組織の誠実性に関する事項の通報のために組織内外に設けてある制度（ライン管理職による上申制度、内部告発制度、ホットラインなど）	通報窓口の設置 社員の相談窓口 人事・公正な評価 良好な労働組合との関係	

マネジメント手法の開示項目に関する手引き

項目	指標	記載箇所	GC
DMA	a. 側面がマテリアルである理由を報告する。当該側面をマテリアルと判断する要因となる影響を報告する b. マテリアルな側面やその影響に関する組織のマネジメント方法を報告する c. マネジメント手法の評価を、次の事項を含めて報告する <ul style="list-style-type: none"> ▪ マネジメント手法の有効性を評価する仕組み ▪ マネジメント手法の評価結果 ▪ マネジメント手法に関連して調整を行った場合、その内容 	資生堂のCSRとは	

カテゴリ：経済

側面：経済パフォーマンス

項目	指標	記載箇所	GC
EC1	創出、分配した直接的経済価値	有価証券報告書	
EC2	気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会	2014年度環境負荷実績	原則7
EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	雇用と労働	
EC4	政府から受けた財務援助	-	

側面：地域での存在感

項目	指標	記載箇所	GC
EC5	重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率（男女別）	人事関連データ	原則1
EC6	重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	人事関連データ	原則6

側面：間接的な経済影響

項目	指標	記載箇所	GC
EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	コミュニティー参画および発展	
EC8	著しい間接的な経済影響（影響の程度を含む）	コミュニティー参画および発展 社会活動関連データ	

側面：調達慣行

項目	指標	記載箇所	GC
EC9	重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率	公正な競争・取引の徹底 中国における工場の中国産原材料の調達比率（金額ベース） 2014年度（1～12月） 原料：71% 材料：99%	

■ カテゴリー：環境

側面：原材料

項目	指標	記載箇所	GC
EN1	使用原材料の重量または量	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8,9

側面：エネルギー

項目	指標	記載箇所	GC
EN3	組織内のエネルギー消費量	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN4	組織外のエネルギー消費量	-	原則8
EN5	エネルギー原単位	-	原則8
EN6	エネルギー消費の削減量	2014年度環境負荷実績 生産での取り組み	原則8,9
EN7	製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量	2014年度環境負荷実績 商品での取り組み	原則8,9

側面：水

項目	指標	記載箇所	GC
EN8	水源別の総取水量	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN9	取水によって著しい影響を受ける水源	-	原則8
E10	リサイクルおよびリユースした水の総量と比率	-	原則8,9

側面：生物多様性

項目	指標	記載箇所	GC
EN11	保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している土地の所在地および面積	該当なし	原則8
EN12	保護地域および保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、企業活動、製品およびサービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響の記述	生物多様性の保全への取り組み	原則8
E13	保護または復元されている生息地	該当なし	原則8
EN14	事業によって影響を受ける地域に生息するIUCN（国際自然保護連合）のレッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類する	-	原則8

側面：大気への排出

項目	指標	記載箇所	GC
EN15	直接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ1）	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN16	間接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ2）	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN17	その他の間接的な温室効果ガス（GHG）排出（スコープ3）	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN18	温室効果ガス（GHG）排出原単位	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8
EN19	温室効果ガス（GHG）排出量の削減量	現3カ年（2015～2017年度） 環境活動方針と目標 2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則7,8,9
EN20	オゾン層破壊物質（ODS）の排出量	該当なし	原則8
EN21	NOx、SOxおよびその他の重大な大気排出	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8

側面：排水および廃棄物

項目	指標	記載箇所	GC
EN22	水質および排出先ごとの総排水量	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ	原則8

EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	2014年度環境負荷実績 環境活動関連データ 環境マネジメント	原則8
EN24	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	環境マネジメント	原則8
EN25	バーゼル条約2付属文書I、II、III、VIIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率	該当なし	原則8
EN26	組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性の価値を特定する	-	原則8

側面：製品およびサービス

項目	指標	記載箇所	GC
EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	環境マネジメント 2014年度環境負荷実績 商品での取り組み	原則7,8,9
EN28	使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率 (区分別)	商品での取り組み 研究・調達・物流・販売での取 り組み	原則8,9

側面：コンプライアンス

項目	指標	記載箇所	GC
EN29	環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数	環境マネジメント	原則8

側面：輸送・移動

項目	指標	記載箇所	GC
EN30	製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響	2014年度環境負荷実績 研究・調達・物流・販売での取 り組み	原則8

側面：環境全般

項目	指標	記載箇所	GC
EN31	環境保護目的の総支出と総投資（種類別）	2014年度環境会計	原則7,8,9

側面：サプライヤーの環境評価

項目	指標	記載箇所	GC
EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率	研究・調達・物流・販売での取り組み 公正な競争・取引の徹底	原則7,8
EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響（現実的、潜在的なもの）、および行った措置	研究・調達・物流・販売での取り組み 公正な競争・取引の徹底	原則7,8

側面：環境に関する苦情処理制度

項目	指標	記載箇所	GC
EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数	-	原則8

■ カテゴリー：社会

サブカテゴリー：労働慣行とディーセント・ワーク

側面：雇用

項目	指標	記載箇所	GC
LA1	従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率（年齢、性別、地域による内訳）	人事関連データ	原則6
LA2	派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付（主要事業拠点ごと）	雇用と労働 働きがいのある職場の実現	
LA3	出産・育児休暇後の復職率と定着率（男女別）	人事関連データ 働きがいのある職場の実現	※原則6

側面：労使関係

項目	指標	記載箇所	GC
LA4	業務上の変更を実施する場合の最低通知期間（労働協約で定めているか否かも含む）	雇用と労働	原則3

側面：労働安全衛生

項目	指標	記載箇所	GC
LA5	労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率	社員の安全と健康 人事関連データ	原則1

LA6	傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別）	人事関連データ	原則1
LA7	業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数	人事関連データ	原則1
LA8	労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ	社員の安全と健康 良好な労働組合との関係	原則1

側面：研修および教育

項目	指標	記載箇所	GC
LA9	従業員一人あたりの年間平均研修時間（男女別、従業員区分別）	人材の活用と育成 人事関連データ	※原則6
LA10	スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援	人材の活用と育成	
LA11	業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率（男女別、従業員区分別）	人事・公正な評価	※原則6

側面：多様性と機会均等

項目	指標	記載箇所	GC
LA12	ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳（性別、年齢、マイノリティグループその他の多様性指標別）	取締役・監査役・執行役員 経営・執行体制 人事に関する基本方針 ダイバーシティ&インクルージョン 人事関連データ	原則1,6

側面：男女同一報酬

項目	指標	記載箇所	GC
LA13	女性の基本給と報酬総額の対男性比（従業員区分別、主要事業拠点別）	雇用と労働	原則1,6

側面：サプライヤーの労働慣行評価

項目	指標	記載箇所	GC
LA14	労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	-	
LA15	サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響（現実のもの、潜在的なもの）と実施した措置	公正な競争・取引の徹底	

側面：労働慣行に関する苦情処理制度

項目	指標	記載箇所	GC
LA16	労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	通報窓口の設置 社員の相談窓口 人事・公正な評価 良好な労働組合との関係	

サブカテゴリー：人権

側面：投資

項目	指標	記載箇所	GC
HR1	重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率	人権の尊重・差別に関する方針 公正な競争・取引の徹底	原則 1,2,3,4,5,6
HR2	業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間（研修を受けた従業員の比率を含む）	企業倫理の浸透 人権啓発（教育） 人事関連データ	原則 1,2,3,4,5,6

側面：非差別

項目	指標	記載箇所	GC
HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	-	原則1,2,6

側面：結社の自由と団体交渉

項目	指標	記載箇所	GC
HR4	結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策	該当なし	原則1,2,3

側面：児童労働

項目	指標	記載箇所	GC
HR5	児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策	人権の尊重・差別に関する方針 資生堂グループサプライヤー行動基準	原則1,2,5

側面：強制労働

項目	指標	記載箇所	GC
HR6	強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策	人権の尊重・差別に関する方針 資生堂グループサプライヤー行動基準	原則1,2,4

側面：保安慣行

項目	指標	記載箇所	GC
HR7	業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率	-	原則1,2

側面：先住民の権利

項目	指標	記載箇所	GC
HR8	先住民族の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置	該当なし	原則1,2

側面：人権評価

項目	指標	記載箇所	GC
HR9	人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率	人権 対象範囲：国内外全事業所	

側面：サプライヤーの人権評価

項目	指標	記載箇所	GC
HR10	人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	-	原則 1,2,3,4,5,6
HR11	サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置	公正な競争・取引の徹底	

側面：人権に関する苦情処理制度

項目	指標	記載箇所	GC
HR12	人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	通報窓口の設置 社員の相談窓口 良好な労働組合との関係	※原則1,2

サブカテゴリー：社会

側面：地域コミュニティ

項目	指標	記載箇所	GC
S01	事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率	コミュニティ参画および発展 社会活動関連データ	
S02	地域コミュニティに著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）を及ぼす事業	該当なし	

側面：腐敗防止

項目	指標	記載箇所	GC
S03	腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク	コンプライアンス 違反の報告	原則10
S04	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	企業倫理の浸透 資生堂のCSRとは 公正な競争・取引の徹底 コーポレートガバナンス 人事関連データ	原則10
S05	確定した腐敗事例、および実施した措置	違反の報告	原則10

側面：公共政策

項目	指標	記載箇所	GC
S06	政治献金の総額（国別、受領者・受益者別）	該当なし	原則10

側面：反競争的行為

項目	指標	記載箇所	GC
S07	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果	2014年度実績「法的措置なし」 <対象範囲：日本>	

側面：コンプライアンス

項目	指標	記載箇所	GC
S08	法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数	2014年度実績「罰金および罰金以外の制裁措置なし」 <対象範囲：日本>	

側面：サプライヤーの社会への影響評価

項目	指標	記載箇所	GC
SO9	社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	-	
SO10	サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置	公正な競争・取引の徹底	

側面：社会への影響に関する苦情処理制度

項目	指標	記載箇所	GC
SO11	社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数	通報窓口の設置 社員の相談窓口 良好な労働組合との関係	

サブカテゴリー：製品責任

側面：顧客の安全衛生

項目	指標	記載箇所	GC
PR1	主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率	安心・安全なものづくりの推進	原則1
PR2	製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別）	安心・安全なものづくりの推進 2014年度実績「法規制および自主規範に対する違反なし」（薬事法等に基づく行政指導を受けた事例）＜対象範囲：日本＞	原則1

側面：製品およびサービスのラベリング

項目	指標	記載箇所	GC
PR3	組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率	安心・安全なものづくりの推進 お客さま満足度向上のための活動	原則8
PR4	製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別）	安心・安全なものづくりの推進 2014年度実績「法規制および自主規範に対する違反なし」（リコール&自主回収事例）＜対象範囲：日本＞	原則8
PR5	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	お客さま満足度向上のための活動	

側面：マーケティング・コミュニケーション

項目	指標	記載箇所	GC
PR6	販売禁止製品、係争中の製品の売上	該当なし	
PR7	マーケティング・コミュニケーション（広告、プロモーション、スポンサー活動を含む）に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別）	安心・安全なものづくりの推進 2014年度実績「規制および自主規範に対する違反なし」（景品表示法や薬事法等に基づく行政指導を受けた事例）＜対象範囲：日本＞	

側面：顧客のプライバシー

項目	指標	記載箇所	GC
PR8	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数	2014年度実績「4件」（プライバシーマーク審査機関へ報告した個人情報漏えい事故例）＜対象範囲：（株）資生堂＞	原則1

側面：コンプライアンス

項目	指標	記載箇所	GC
PR9	製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額	2014年度実績「法規の違反に対する罰金なし」＜対象範囲：日本＞	