

資生堂のサステナビリティとは

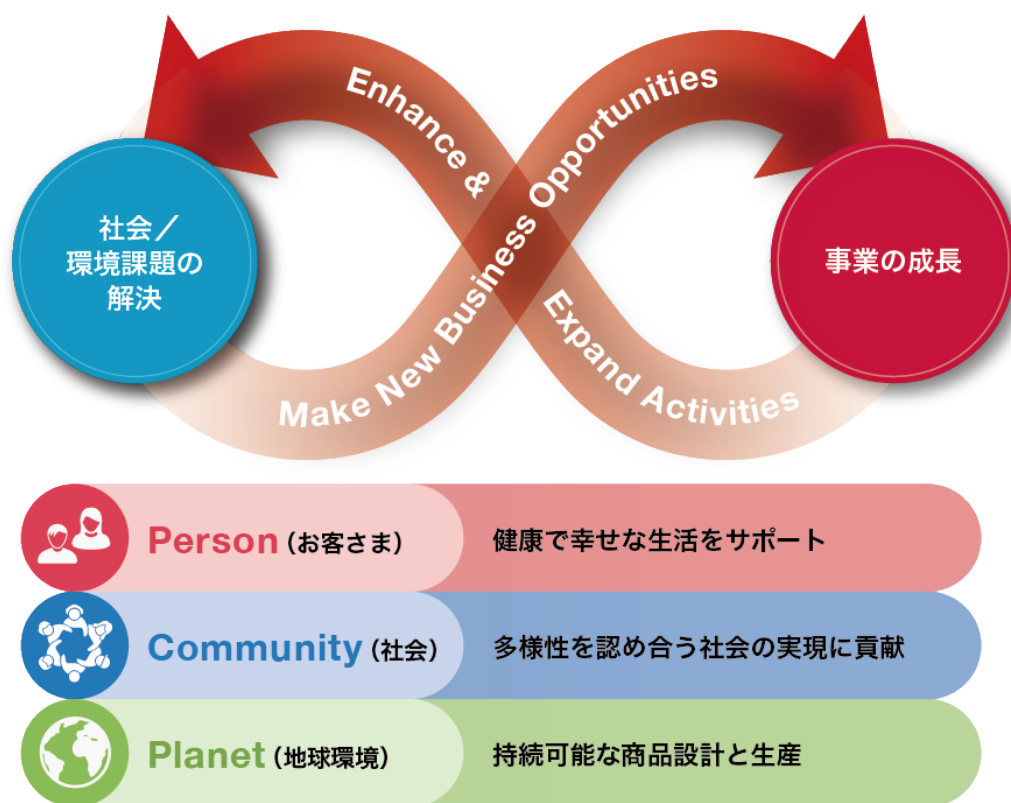
資生堂のビジョン

資生堂は、「BEAUTY INNOVATION FOR A BETTER WORLD」というミッションのもと、美しさを通じて人々が幸せになるサステナブルな社会の実現を目指しています。

資生堂グループのサステナビリティ戦略

資生堂グループは、100年先も社会とともに持続的に成長し、将来にわたって世界中のステークホルダーから支持され、必要とされるグローバルビューティーカンパニーとなることを目指しています。当社を取り巻く世界の社会課題・環境問題、特に国連が主導する「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals : SDGs）」に積極的に取り組み、長期的に健全な社会を形成していくことは、資生堂のサステナビリティにとって非常に重要であると捉えています。サステナビリティ戦略は、社会課題・環境問題の解決と事業の成長拡大を目指す成長戦略と位置づけています。

サステナビリティ戦略の考え方



重点領域と重要項目

当社が目指している「美しさを通じて人々が幸せになるサステナブルな社会の実現」には、一人ひとりのお客さま、そのお客さまが属している社会、人々の暮らしを支えている地球環境の全てが持続可能であることが重要です。そこで、「Person（お客さま）」「Community（社会）」「Planet（地球環境）」をサステナビリティ戦略の重点領域と定め、取り組みを進めていきます。また、重点領域において事業への影響と社会からの期待という観点から重要項目を抽出し、活動につなげています。この重要項目は社会の変化に合わせて定期的に見直していきます。

サステナビリティ視点での重要項目



人材の育成、人権への配慮および透明性のある情報開示は、資生堂グループのバリューチェーンを支える重要な取り組みとして推進。

重点活動テーマ

Person（お客さま）、Community（社会）、Planet（地球環境）のそれぞれが持続可能であるために、当社の強みを生かして貢献できる3つの活動テーマを設定しました。

ダイバースビューティーの実現

私たちは、当社の事業と関わりが深い女性の活躍支援（エンパワーメント）に注力しています。国連と連携したジェンダー平等啓発や途上国女性の自立支援などの社会課題への取り組みなどを通じて、世界中の全ての人が多様な価値観や生き方を選択でき、性別や年齢、国籍といった一人ひとりの違いを多様な個性として受け入れられる社会の実現を目指します。

エシカルなサプライチェーン

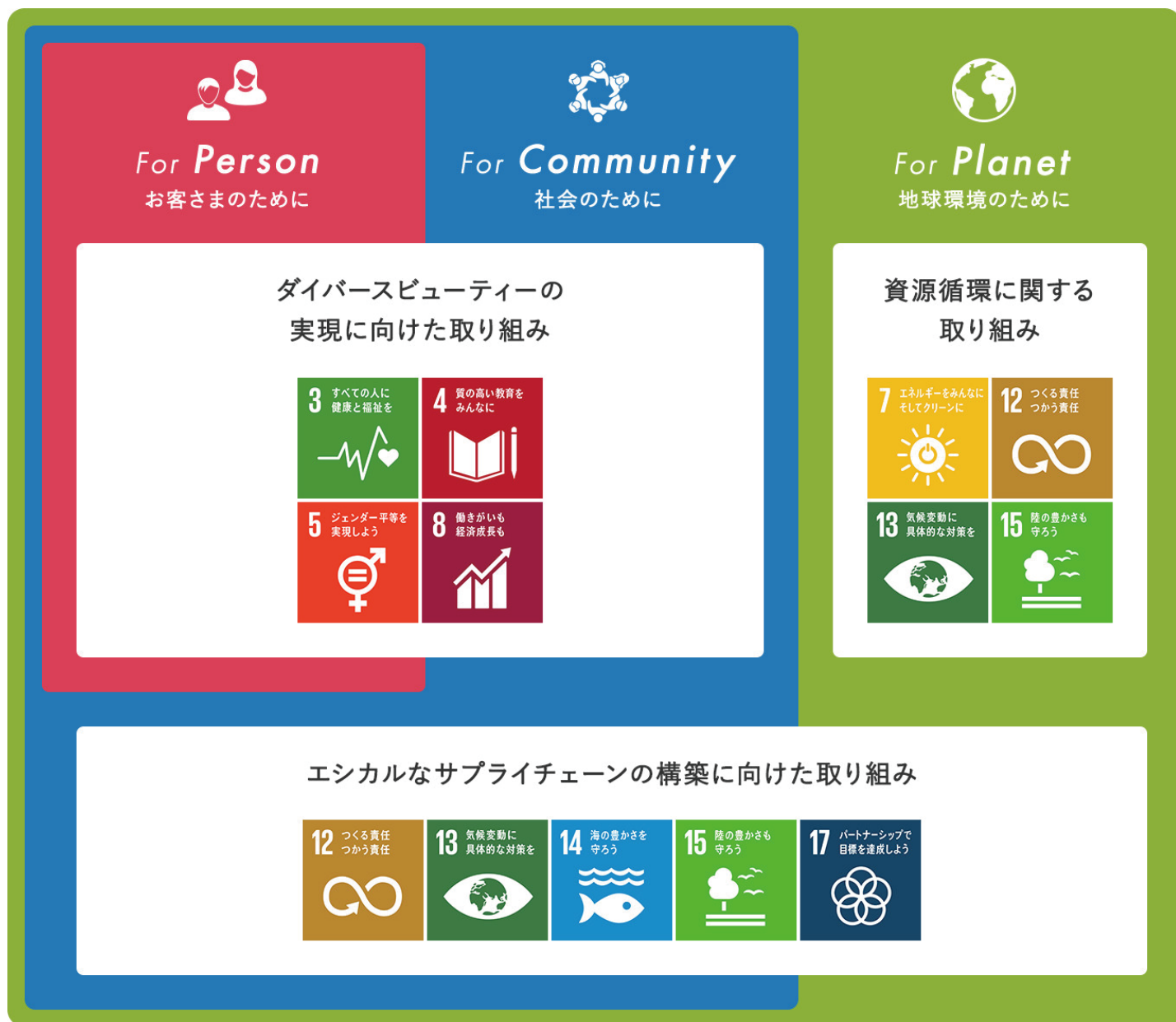
資生堂は、ビジネスの継続のためには、自社だけでなく全てのステークホルダーが地域社会や地球環境に配慮することが必要だと考えています。全てのサプライチェーン（調達、生産、物流など）がエシカル（倫理的）であること、つまり、社会的・環境的に負の影響を減らし、正の影響を高めるよう配慮することを目指します。

資源循環に関する取り組み

当社がお客さまに長期的に価値を提供し続けていくためには、限りある資源を大切に使い続けることが必要です。原材料となる資源を“採る→使う→捨てる”という一方的なサイクルで終わらせるのではなく、リサイクル率を高めることなどによって何度も利用することにチャレンジしていきます。

これらの活動に取り組むことで、重点領域の持続可能性を高めるとともに、SDGsの達成にも寄与してまいります。

重点領域と重点活動テーマ



推進体制

資生堂ではサステナビリティに関する決裁を、業務執行における重要案件を意思決定する「Executive Committee」で行っています。

国際社会との連携

資生堂は2004年9月に国連グローバル・コンパクトへの参加を表明しました。

グローバル・コンパクトが要請している4分野（人権、労働、環境、腐敗防止）10原則を支持しており、2008年11月には国連グローバル・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・署名し、地球環境の保全に努めています。

また、2010年9月には女性の活躍推進に積極的に取り組む企業の行動原則「女性のエンパワーメント原則（WEPs）」（UN Womenと国連グローバル・コンパクトによる共同イニシアティブ）に署名し、UN WomenやさまざまなステークホルダーとともにWEPsの実施における取り組みを進めています。

今後は、2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals : SDGs）の達成への貢献に向けて、より一層取り組みを強化していきます。

※持続可能な開発目標（SDGs）とは

貧困や不平等、気候変動などの社会課題や環境問題を解決し、2030年までに持続可能な世界を実現するために国連で採択された世界共通の目標。17の目標と169のターゲットに全世界で取り組むことで地球上の誰一人として取り残さないことを目指している。



持続可能な開発目標（SDGs）



「女性のエンパワーメント原則（WEPs）」に署名

ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダー	主なエンゲージメントの機会	対応事例
お客さま・顧客	<ul style="list-style-type: none"> お客さま窓口 ソーシャルメディア 	<ul style="list-style-type: none"> 2018年度：窓口には約15万件、店頭には9万件の問い合わせや意見が寄せられた。 さまざまなお客さまとの接点を拡大。若年層を中心としたお客さまへ「Twitter」「Yahoo!知恵袋」「LINEチャット」などのSNS対応サポートを強化。

<p>サプライヤー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ サプライヤー向け相談・通報窓口 ・ 購買活動方針説明会 ・ 事業発展に貢献したお取引先さまの表彰 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、サプライヤーからご意見やご相談を受ける体制を整備。 ・ 日本と中国では購買方針について周知を図ることを目的に、毎年1回、購買活動方針説明会を実施。 ・ 品質、コスト低減、技術開発の3つの側面から選考し、事業発展に貢献したお取引先さまを表彰。2017年度：5社
<p>お取引先</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ チェインストアオーナーとの対話 	<p>資生堂の化粧品を販売する専門店の経営者や従業員向けに会社の方針やブランド戦略を経営トップから直接発信する「ブラチナショップコンベンション」を開催。 2018年度：472店舗（542人）</p>
<p>従業員</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 従業員エンゲージメント調査 ・ 社員の通報・相談窓口 ・ 経営協議会、労使検討会 ・ 全社員・階層別研修 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社内の声を聞く仕組みとして資生堂グループで働く全社員を対象に従業員エンゲージメント調査を2年に1回実施 ・ 社員の通報窓口として、幅広い職場の相談や通報を受け付ける「資生堂相談ルーム」、「資生堂社外ホットライン」、通報案件に特化した「コンプライアンス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」を設置。2017年度は各窓口で合わせて220件（国内）の相談を受け、迅速に解決を図った。 ・ 「社員の処遇と福利厚生」「働き方改革」「長時間労働の是正」などをテーマに労使協議を実施。 ・ 日本国内資生堂グループすべての事業所で毎年1回、人権啓発や企業倫理研修、階層や事業所の特性に合わせた集合研修を実施。
<p>地域コミュニティ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 環境教育 ・ 各法人や各事業所による社会貢献活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 掛川工場では静岡県掛川市と協働で毎年地域の小学生向けの環境学習会を開催。2017年：12人が参加
<p>NPO/NGOなど</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ステークホルダーとの対話 ・ UN Women ・ 花椿基金 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人権問題や環境問題の専門家と対話し、人権デューデリジェンスの進め方について助言を得た。2018年度：4件 ・ UN Womenと連携してジェンダー平等を推進。 ・ 資生堂グループ社員と社友の寄付金により社会課題に取り組むNPO/NGO団体を支援する社会貢献活動。2018年度：10団体
<p>株主・投資家</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株主総会 ・ 決算発表会 ・ 個人投資家説明会 ・ アニュアルレポート ・ 株主さまミーティング 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株主総会を実施。WEB上での動画配信と開示。2018年度：1,408人が出席 ・ 決算発表会の実施、WEBでの開示。 ・ 個人投資家向けに説明会の実施、動画配信。 ・ 年に1回アニュアルレポートを発行。 ・ 株主さまを対象に施設見学イベントを開催。第2回は銀座にて実施。2018年：17人が参加

「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、これらの規範を遵守し、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

原則1：企業は、国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重すべきである

原則2：企業は、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

原則3：企業は、結社の自由と団体交渉の実効的な承認を支持すべきである

原則4：企業は、あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持すべきである

原則5：企業は、児童労働の実効的な廃止を支持すべきである

原則6：企業は、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

原則7：企業は、環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持すべきである

原則8：企業は、環境に関するより大きな責任を率先して引き受けるべきである

原則9：企業は、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

原則10：企業は、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

(2016年4月 日本語訳の改正)

出典：グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン ウェブサイト