

お取引先とともに

お取引先との連携

お取引先とパートナーシップ強化を目指した取り組み

お取引先さまとのパートナーシップ強化を目指して「購買方針説明会の開催」

資生堂は、時代の変化や社会からの新たな要求にこたえていくためにも、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。日本の調達活動部門では、原料、香料、材料、間接材の、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、要望にこたえる場として活用しています。

日本の調達部門では、2017年度は208社のお取引先さまにご参加いただきました。中国では204社のお取引先さまにご参加いただくことになり、志を同じくする全てのお取引先さまを尊重し、お互いの持続可能な発展に努めています。

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、特別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。2017年度は、5社に贈呈しました。

お取引までの流れ

新規お取引先とのお取引を開始する際には、以下のプロセスに従ってすすめています。

お取引先さまと当社の CONTACT

- ①お取引先さまからの直接のご提案
- ②当社からのご連絡（調達希望品目の案内）
- ③外装材料開発提案会でのご提案

ご提案・ご提示内容の検討

CONTACTの状況に応じてご提案・提示内容について社内検討をさせていただきます。

- ①購買部（場合により担当部門）での採用可否の検討
- ②ご提案内容に応じて、社内会議体での全社的審議

新規お取引先さまの審査

新規のお取引の場合、以下の条件について検討させていただきます。

- ①経営方針・経営姿勢
- ②信用および経営姿勢
- ③対応力（コスト、技術、品質、生産能力、サービス能力）
- ④秘密保持の信頼性
- ⑤経歴と事業内容
- ⑥他社とのお取引状況、など

商品化にむけた詳細の検討・評価

ご提案・提示内容に対する具体的な商品ニーズがある場合には、商品化に向けた詳細な検討を行います。

その際、製品仕様に基づいた詳細な見積もりをお願いいたします。

並行して、関係部門を含め以下について検討・検証させていただきます。

また、評価用サンプルによる検討も同時に行います。

- ①品質 ②コスト ③納期 ④安全性 ⑤工場所有権 ⑥当社工場生産適正

最終交渉・購買契約締結

調達にあたっての全ての条件について再度確認・調整のうえ購買契約を締結いたします。

取扱品目

取扱い品目は弊社商品（化粧品、トイレットリー製品、医薬事業）に関するパッケージ、化粧用具、原料、香料などの生産資材、販売支援ツールおよびOEM調達品です。

尚、生産資材以外の、食品、その他事業に関する生産資材、生産施設の品目は、取扱いをしておりませんのでご了承ください。

パッケージ、化粧用具：樹脂、ガラス、紙、金属などの素材および加工品

販売支援ツール：POP類、プレミアムなど

お取引先さま数

グローバル購買ポリシーにある「よきパートナーシップの構築」、「公正な購買取引」、「グローバルな調達」、「法令遵守」という理念に基づき、295社とお取引をしております。直接材（材料、原香料）、間接材（販促物）で、それぞれ135社、135社、25社です。（2017年度実績）

■ 資生堂グループ サプライヤー行動基準

2006年よりお取引先さまには「資生堂グループ サプライヤー行動基準」をご案内し、ともに倫理的な事業活動に取り組んでまいりました。近年の社会・環境課題への取り組みが問われる状況に対応し、このたび「資生堂グループ サプライヤー行動基準」を改訂し（2018年4月）、人権尊重・法令遵守や環境保全などの項目義務/努力事項を明確化しました。