資生堂グループのサステナビリティ

美しい社会と輝く未来のために―。
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、2017年度(2017年1月1日～2017年12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

- ○ サステナビリティ_CSR 1
- ○ サステナビリティトップコミットメント 4
- ○ 資生堂のサステナビリティとは 5
  - ● 資生堂のサステナビリティとは 5
  - ● 「グローバル・コンパクト」の4分野10原則 10
- ○ ダイバース ビューティーの実現 11
- ○ 資生堂ライフクオリティー メーキャップ 13
  - ● 資生堂ライフクオリティー メーキャップ 13
  - ● 社会に向けた美容セミナー 17
  - ● 具体的な活動 20
- ○ UN Womenとの連携・ ジェンダー平等の推進 23
- ○ バングラデシュ女性の活躍支援に向けた取り組み 27
- ○ 資生堂ライフクオリティービューティーセミナー 33
  - ● 資生堂ライフクオリティービューティーセミナー 33
  - ● 具体的な活動 34
- ○ さまざまな女性活躍支援活動 38
- ○ エシカルなサプライチェーン 40
  - ● エシカルなサプライチェーン 40
  - ● 方針・基準など 40
  - ● 資生堂グループ サプライヤー行動基準 43
  - ● 具体的な取り組み 49
- ○ 資源循環に関する取り組み 54
- ○ お客さまとともに 57
  - ● お客さまとともに 57
  - ● 安全・安心なモノづくりの推進 58
  - ● お客さま満足度向上を目指す応対 61

- 消費者志向自主宣言 62
- お客さまの声を反映する仕組み 63
- ユニバーサルデザイン＆インクルージョン 71
- お客さまへの情報提供 72
- 動物実験と代替法に対する取り組み 75
- 安全性保証体系 75
- 社会に対して安全性の説明をする必要が生じた場合 76
- 一部の国とは 76
- 有効な代替法の開発を継続する 76
- 化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議 77
- 第五回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」 85
- 第四回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」 92
- ステークホルダーエンゲージメントに関する社外勉強会で「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」について発表 99
- 第三回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催 101
- 第二回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催～ステークホルダーとの共同を目指して～ 107
- 第一回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催 112

○ お取引先とともに 118

○ 社員とともに 121

- 社員とともに 121
- 人事に関する基本方針 122
- ダイバーシティ＆インクルージョン 123
- 働きがいのある職場の実現 129
- 社員の公正な評価 134
- 人材の活用と育成 136
- 社員の安全と健康 137
- 雇用と労働 139
- 良好な労働組合との関係 141

○ 社会とともに 142

- 社会とともに 142
- 社員による社会貢献活動 142

- 「社会貢献くらぶ」（社員が行う社会貢献活動） 146
- 災害支援活動 153
- 東日本大震災における資生堂の取り組み 154
- 2011年度の活動と震災支援情報 168
- 2012年度の活動と震災支援情報 179
- 2013年度の各事業所の活動 181
- 非常時の美容について 183
- 被災地での肌と髪のケア 184
- 子どものための取り組み 188
- 赤崎中学校「椿日記」 191

○ 地球とともに 223

- 地球とともに 223
- 環境に関する考え方・目標と実績 224
- 2020年度までの環境活動方針と目標 225
- 2017年度 環境負荷実績 226
- 2017年度 環境会計 230
- 環境マネジメント 231
- 商品での取り組み 235
- 生産・物流での取り組み 240
- 生物多様性の保全への取り組み 241
- 環境コミュニケーション 246
- サトウキビ由来ポリエチレン 251

○ コンプライアンス 253

- コンプライアンス 253
- リスクマネジメント 253
- 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 255
- 企業倫理の浸透活動 256
- 情報セキュリティ管理 258
- 個人情報について 259
- 知的財産の保護 268
- グローバルタックスポリシー 269

○ ガバナンス 271
- ガバナンス 271
- コーポレートガバナンスの基本方針 271
- 経営・執行体制 271
- 監査体制 273
- 役員報酬 274
- コーポレートガバナンス 276
- 内部統制システムの基本方針 304

○ 人権への取り組み 307
- 人権への取り組み 307
- 人権の尊重・差別に関する方針 307
- 資生堂グループ人権方針 308
- 推進体制 310
- 人権啓発（教育） 310

○ 英国現代奴隷法への対応 311
- 英国現代奴隷法への対応 311
- 2017年度「奴隷労働および人身取引」に対する資生堂グループの声明（仮訳） 312

○ 外部からの評価・受賞等 317

○ サステナビリティ関連活動実績データ 320
- サステナビリティ関連活動実績データ 320
- 社会活動関連データ 321
- 人事関連データ 322
- 環境活動関連データ 333
- 国内生産事業所別データ 337
- 海外生産事業所別データ 339

○ 編集方針・GRI内容索引 347
- 編集方針・GRI内容索引 347
- 編集方針 348
- GRI内容索引 348

サステナビリティ／CSR

Sustainability / CSR

資生堂のサステナビリティとは

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。

重点活動テーマ 1

ダイバースビューティーの実現

女性の活躍支援をはじめ、全ての人が人生を自分らしく美しく彩るためにさまざまな取り組みを行っています。

重点活動テーマ 2

エシカルなサプライチェーン

サプライチェーン全体で負の影響を減らし、正の影響を高めることを目指しています。

重点活動テーマ 3

資源循環に関する取り組み

リユースやリサイクルなど、持続可能な資源利用にかかわる取り組みを進めています。

ステークホルダー別の取り組み

お客さまとともに	お取引先とともに	社員とともに
社会とともに	地球とともに	

コンプライアンス・ガバナンス・人権

コンプライアンス	ガバナンス	人権への取り組み

サステナビリティ関連活動実績データ	GRI内容索引	外部からの評価・受賞等
過去のCSR・環境報告		

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

サステナビリティトップコミットメント

世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニーへ

資生堂グループは「美しい生活文化の創造」という企業使命のもと、100年先もステークホルダーの皆さまに愛され続ける企業、そして「世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニー」を目指し、2015年より中長期戦略「VISION 2020」を進めています。

VISION 2020の実現に向けて、資生堂は成長を加速します。

前半3カ年となる2015年から2017年を「事業基盤の再構築」の期間と位置づけ、国内外の課題を徹底的に解決し、積極的なマーケティング投資を実行しました。その結果、2020年に目標としていた売上高1兆円超を2017年に達成し、営業利益も過去最高の実績となりました。後半3カ年のスタートである2018年からは、「成長加速の新戦略」として、各地域のお客さまニーズに対応したブランド戦略を実行し、積極的なマーケティング投資を継続しながら、デジタライゼーションの加速や新事業開発、さらにイノベーションによる新価値創造を進めていきます。そして、全ての価値を生み出す人材こそが成長の源泉と考え、人材への投資を積極的に行い、グローバル経営体制も更に進化させてまいります。

VISION 2020のゴール

世界で勝てる日本発の
グローバルビューティーカンパニーへ

- 成長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合う会社へ

美は世界を変えられる　～本業による社会価値の創造～

“美”は人々の生活や、気持ちに密接に関わり、喜び、健康、エネルギー、自信、絆、エンパワーメントなどと共にあります。私たちは将来に渡って輝き続けるサステナブルな企業であるために、本業であるビューティービジネスそのものが社会価値創造につながるとの考えのもと活動しています。さらに「全てのステークホルダーに価値創造する中長期視点での経営」、「ESG(環境・社会・企業統治)を重視した経営」を実現することで、世界で最も信頼されるビューティーカンパニーを目指していきます。
当社は未来まで続く持続可能な国際社会の実現と発展に向けて、2004年に国連グローバル・コンパクトに署名しています。国際社会の一員として、資生堂グループ全社員一人ひとりが高い倫理観と使命感を持ち、国連で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）の達成に貢献できるよう、グローバルな社会課題の解決に積極的に取り組んでいます。

「世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニー」の実現に向けて、変革を続ける当社の取り組みに対し、今後も変わらぬご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2018年4月
代表取締役　社長 兼 CEO　魚谷雅彦

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

資生堂のサステナビリティとは

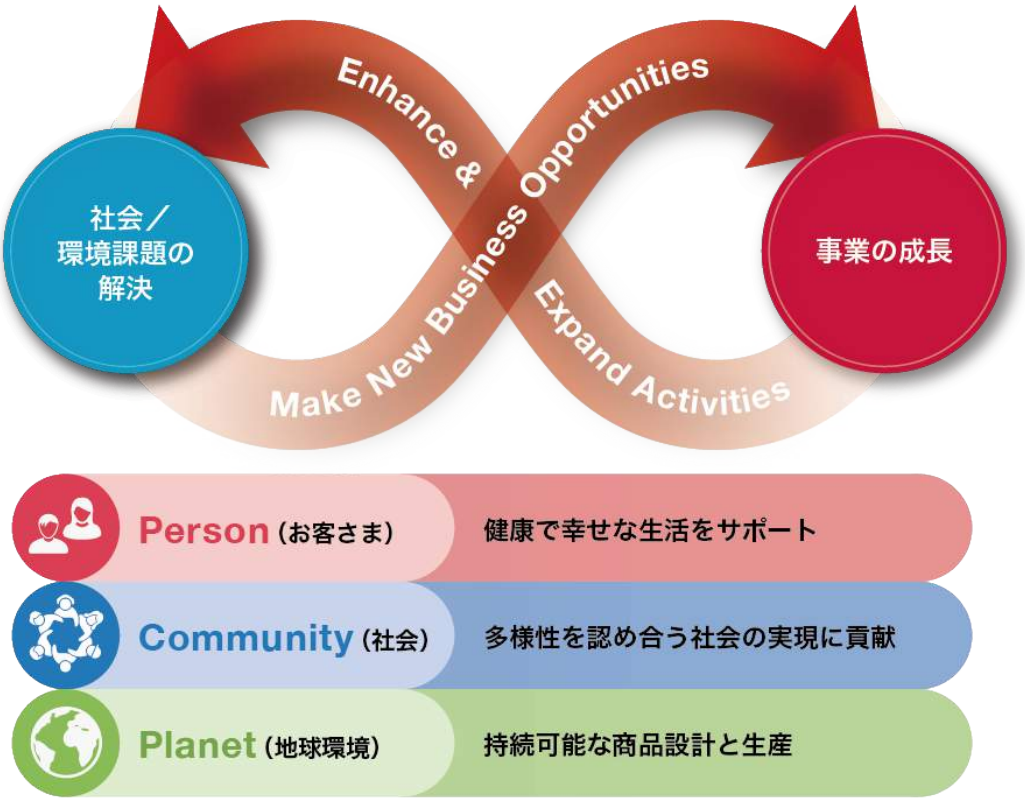
資生堂のビジョン

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。

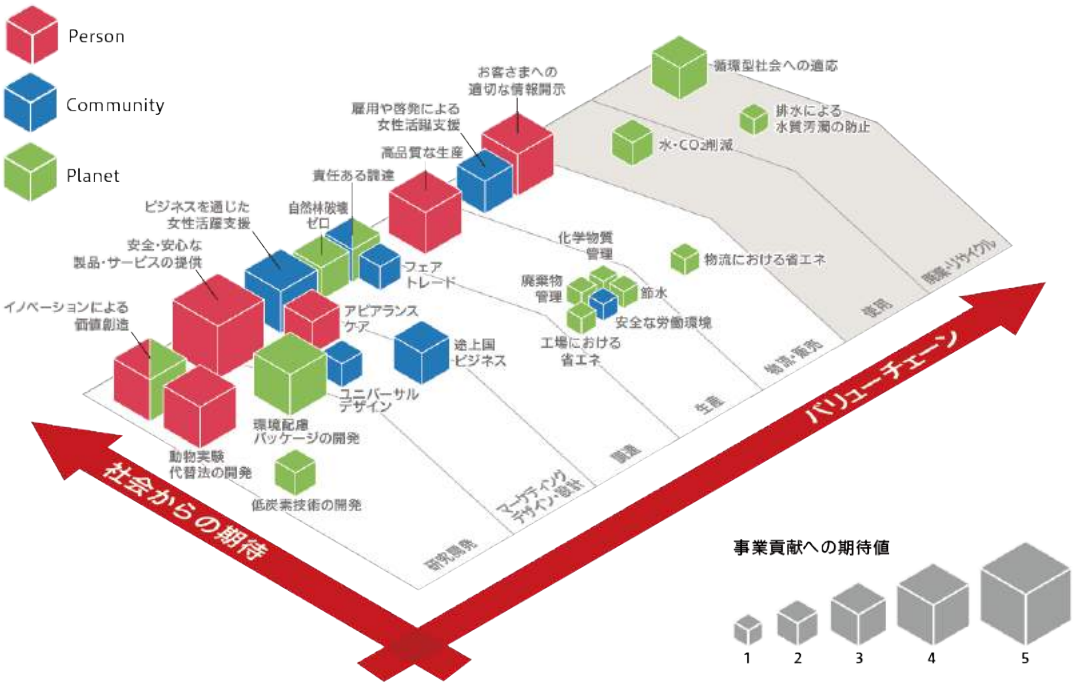
サステナビリティ戦略の考え方



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下支えす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

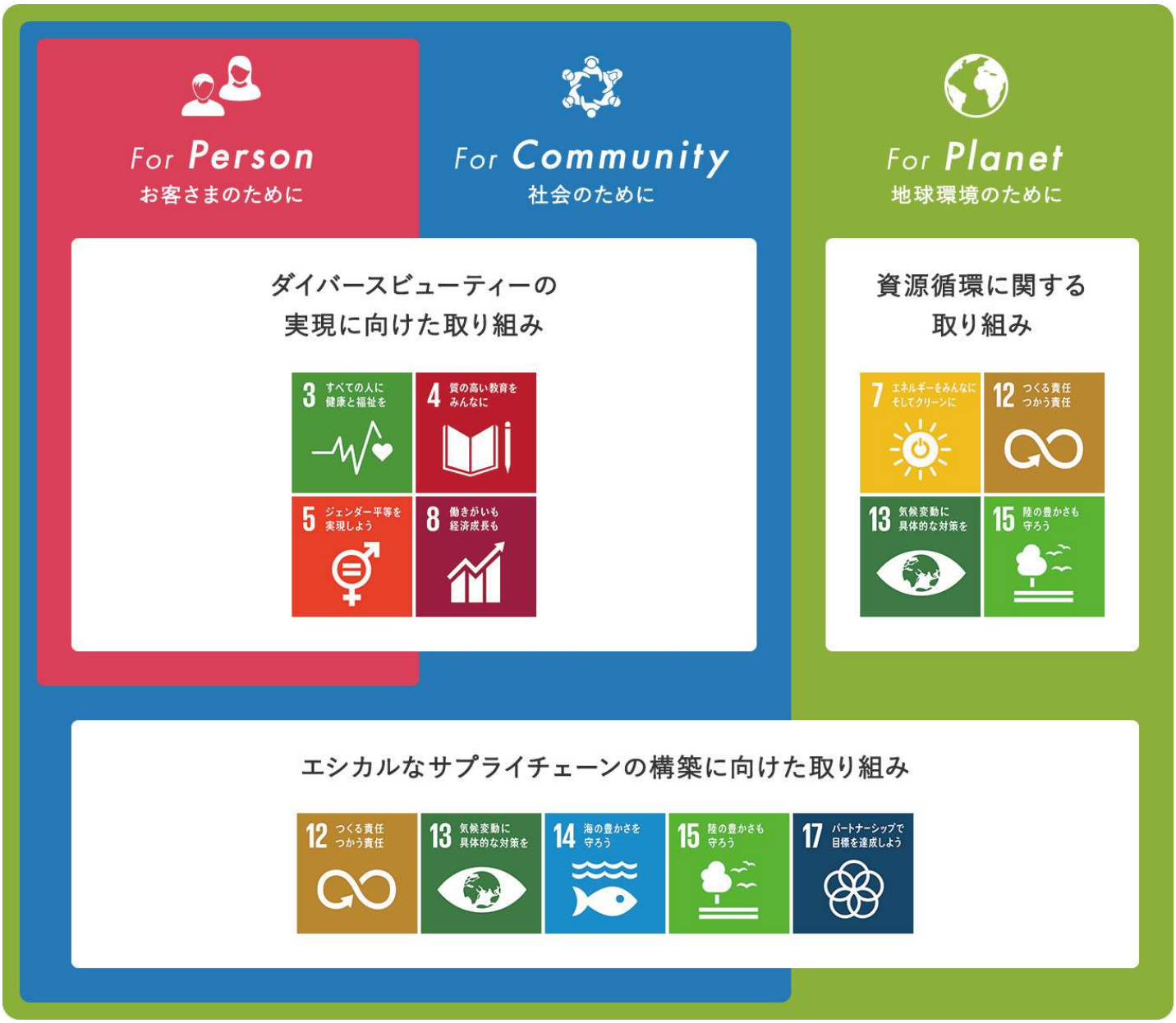
資生堂は、ビジネスの継続のためには、自社だけでなく全てのステークホルダーが地域社会や地球環境に配慮することが必要だと考えています。全てのサプライチェーン（調達、生産、物流など）がエシカル（倫理的）であること、つまり、社会的・環境的に負の影響を減らし、正の影響を高めるよう配慮することを目指します。

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チブ）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	・お客さま窓口 ・ソーシャルメディア	・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。

サプライヤー	・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	・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
お取引先	・チェインストアオーナーとの対話	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「プ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）
従業員	・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	・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。
地域コミュニティ	・環境教育 ・各法人や各事業所による社会貢献活動	・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
NPO/NGOなど	・ステークホルダーとの対話 ・UN Women ・花椿基金	・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
株主・投資家	・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	・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

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

ダイバース ビューティーの実現

世界中の全ての人が、自分らしく輝くための「美」を

私たちが考える「美」に画一された答えはありません。

なぜなら、「美」の考え方は一人ひとり違うから。

世界中の人々が自分らしく「美」を認め、表現できることが私たちの願いです

資生堂は、美しくありたいというお客さまの想いに寄り添い、創業から、安全・安心な美容製品やサービスの提供を通じて、女性の美をサポートし続けてきました。お客さまを美しく輝かせ、世界中を笑顔で満たすことが、私たちの使命です。
しかしながら、世界中には、さまざまな理由で、自分らしく生きることを選択することの難しさを感じている人がいます。
外見の悩みを抱え、社会への参加を躊躇している人。
固定観念や一定の価値観に縛られ、自らの無限の可能性を小さな枠にとどめている人。
私たちは、長年培ってきたノウハウを用いて、世界中の全ての人が多様な価値観や生き方を選択でき、 自分の人生を自分らしく美しく彩ることのできる社会の実現を目指します。

ダイバースビューティーの具体的な取り組み

資生堂 ライフクオリティー メーキャップ

肌の赤み・青み・濃いシミ、凹凸（傷・やけどあとなど）、がん治療の副作用による外見変化に対応したカバーメーキャップのこと。「化粧のちから」で、誰もが自分らしく過ごせる毎日を応援しています。

UN Womenとの連携・ジェンダー平等の推進

資生堂は日本企業として初めてUN Womenと契約をし、日本においてジェンダー平等を推進することを約束しています。若年層を対象としたジェンダー平等啓発ワークショップなどを通じて、人々が自分らしく生きられる社会の実現を目指します。

バングラデシュ女性の活躍支援

ハラル認証を受けた専用スキンケア商品で、現地女性の地位向上と健やかな肌のための生活習慣を改善する取り組みです。

資生堂ライフクオリティービューティーセミナー

社会人としての身だしなみを学んでいただくセミナーや超高齢社会の抱える課題を「化粧のちから」で解決するセミナー、障がい者施設等での身だしなみ講座などを全国で開催しています。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

資生堂 ライフクオリティー メーキャップ

外見上の悩みを抱える全ての方が自分らしく日常を過ごせるように、私たち資生堂はメーキャップでサポートしています。

資生堂 ライフクオリティー メーキャップとは

肌や外見の深い悩みによりなかなか社会へ踏み出せず、日常を生きるために化粧を求める方がいらっしゃいます。たとえば、あざ白斑、がん治療の副作用などによる外見上の変化、傷あと、やけどあとなどの肌の凹凸により、ご自身のクオリティー・オブ・ライフ（生活の質）が低下してしまう場合があります。当社では「資生堂 ライフクオリティー メーキャップ」と称して、これらの悩みをカバーする商品とメーク方法の開発に取り組んでいます。
私たちは、肌や外見の悩みをカバーする化粧には、心を癒し前向きにする力があると信じています。

活動地域

外見上の悩みを抱える方々が世界中で幸せになれる社会を目指し、資生堂 ライフクオリティー メーキャップのグローバル展開を進めています。

・東京
・上海
・香港
・台湾
・シンガポール

ソーシャルアクティビティ

The Power of Makeup

がんになっても、自分らしく生きいきと生活できる社会の実現に向けた活動をサポート。がんになった人はもちろん、がんになっていない人も共に笑顔で過ごすことのできる未来へ。

※資生堂はLAVENDER RINGに参加しています。

パーフェクトカバー ファンデーション

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」。青み・赤み・茶色み・治療による強いくすみや、肌の凹凸、白斑などをカバーします。パーフェクトカバーは技術開発によって資生堂総合美容サイト「ワタシプラス」でも購入が可能になりました。

資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター

資生堂ならではのカバーメーキャップ専門施設。個室なので安心してご相談いただけます。
完全予約制・無料で行っています。

がん患者さんへ
気になる外見上の悩みサポートBOOK

治療の副作用による外見変化へのメーキャップアドバイスを1冊にまとめたもの。
社会復帰へ向けた支援とし、もっと自分らしく暮らしていただけるよう「がん患者さんのための外見ケアBOOK」を発行しています。

※女性版は英訳もご確認いただけます。

医療関係者への情報提供

がん治療の副作用による肌色変化、眉・まつ毛の脱毛で悩む患者さんに、医療関係者が情報提供できるよう、資生堂が実施している外見ケアを案内しています。

活動　HISTORY

活動の始まりは1956年。当時、日本では戦禍によってやけどを負った方が多くいらっしゃいました。やけどあとなどのケロイドに悩まれている方々に対して、心の苦しみを少しでも和らげたいと考え、資生堂だからこそできることをしたいという想いから「資生堂スポッツカバー」を発売。その後、光の技術を応用し、あざ・傷あと・やけどあとなど、さまざまな肌の悩みを自然にカバーできる「パーフェクトカバー」を発売、現在の活動に繋がっています。資生堂は創業以来、お客さま一人ひとりの美のお手伝いをするだけでなく、心まで豊かになっていただくことを目指して化粧品の研究・情報開発を続けています。

必要とする方に届けたい

「笑顔になれない」「人に会えない」など 外見上のお悩みをお持ちの方は、女性だけでなく男性にもいらっしゃいます。 年齢、性別を問わず、悩みをカバーし自分らしく毎日を過ごしていただくために。

今後も、必要とする方にお届けできるよう、世界中の幅広い世代に向け、資生堂 ライフクオリティー メーキャップ活動を広げ 、「化粧のちから」で、一歩前に踏み出していただける方が増えていくことを目指し活動をしていきます。

資生堂ライフクオリティー 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ー 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ー ビューティーセンター」（東京・銀座）で、あざや白斑、肌の凹凸など肌の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ー メーキャップ」と、全国の「社会に向けた美容セミナー」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ー
メーキャップ

社会に向けた
美容セミナー

社会に向けた美容セミナーには、「資生堂ライフクオリティービューティーセミナー」と「資生堂CSR美容セミナー」があります。

「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っていただきたいという想いのもと、参加者や目的に応じて内容を変え、発展してきました。

主に介護事業所や障がい者施設、学校、企業などを訪問し、スキンケアやメーキャップを行うことで、「化粧の力」を実感いただいたり、社会人としての身だしなみを学んでいただく「資生堂ライフクオリティービューティーセミナー」は、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きました。

日本 高齢者福祉施設でのセミナーの様子

さらに、2016年1月からは、これら活動のうち、障がい者施設等の社会福祉事業対象の講座を、「資生堂CSR美容セミナー」に名称を変更し、社会貢献に特化した活動としての位置づけを明確にて展開します。

なお、海外においては、中国、ドイツ、アメリカなどで、上述のようなセミナー活動や、ハンドマッサージ活動を社会貢献活動として無償で展開しています。

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。
採択候補事業について
※3: 高齢者自身の健康については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

資生堂CSR美容セミナーとは

社会貢献に特化した活動として社会福祉事業を対象とした身だしなみ講座を、資生堂CSR美容セミナー「社会貢献身だしなみ講座」と呼びます。
特別支援学校、障がい者施設、児童養護施設、母子生活支援施設などが対象となります。
思うように身体が動かなかったり、さまざまな事情があっても、「化粧をしてみたい」「第一印象をよくしたい」「社会生活においてふさわしい化粧の方法や、身だしなみを整える方法が知りたい」というお声にお応えします。
レクリエーションで化粧を楽しんだり、身だしなみの方法を学んでいただく講座です。

セミナーは男女共に2つのコースがあります。
学生対象の「フレッシャーズセミナー」と、社会人対象の「ビューティーアップコース」があります。
詳しくは、ご案内書をご覧ください。

社会に向けた美容セミナー

具体的な活動

日本での取り組み

『アイヘルス・フェスタ2015 in岡山』にて資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを開催

資生堂販売株式会社は、2015年1月12日（月）に、岡山国際交流センター（岡山県岡山市）にて開催された「アイヘルス・フェスタ2015 in岡山」（※）において、視覚に障がいのある方を対象に、美容セミナー「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」を開催し、女性１４名に参加いただきました。

セミナーのプログラムは、美容の専門家であるビューティーコンサルタントが講師となり、点字テキストを用いながら、メーキャップを中心に、スキンケアやハンドマッサージもご要望に応じて行いました。

受講者からは、「初めて顔のマッサージを体験して、とても気持ちよかったです。肌がこんなにつるつるになると初めて知りました。」、「眉毛がいつも描けなかったのですが、今日、目が見えなくても上手に描けるコツを教えてもらって本当に良かったです。」などの声をいただきました。

また、セミナー推進者からは、「みなさん前向きで明るい方たちばかりでした。きっかけさえあれば、色々なことをやってみようという意欲にあふれていました。これからも、化粧を通じて、できるだけきっかけを提供していきたいです。」、「商品識別用の点字シールを差し上げたらとても喜んでいただきました。シールの存在を知らない方も多いのでもっと広めたいです。」との声がありました。

※アイヘルス・フェスタ２０１５in岡山
福祉機器や、誰にでも使いやすいユニバーサルデザインのグッズなどを多数展示し、実物にふれ、体験できるイベント。先端医療センター眼科医長 の講演会、歩行訓練士による講習会、盲導犬体験歩行会などもあり、その一つとして、「視覚障がい者対象のビューティー講座」を開催。

イベント看板

セミナーの様子

『障害者ワークフェア２０１４』（愛知県）にて資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを開催

資生堂販売株式会社は、2014年11月22日（土）、23日（日）、名古屋市国際展示場 ポートメッセなごや（愛知県）で開催された『障害者ワークフェア2014』（※）において、障がいのある方を対象に身だしなみセミナーやハンドマッサージを行い、併せて、11月21日発売の口紅をお試しいただくコーナーも設けました。

セミナーは、女性セミナーでは、スキンケア・メーキャップの実習、男性セミナーではスキンケア・ヘアケア＆スタイリングの実習を行い、105名（女性60名、男性45名）に参加いただきました。

また、ハンドマッサージは79名に参加いただき、口紅試用コーナーは170名にお立ち寄りいただきました。

参加された方からは、「初めてハンドマッサージをしてもらいました。手荒れがひどくて悩んでいましたが、状態がよくなりびっくりしました」、「化粧品は何を使えばいいか、今日教えてもらったので、メモして後で買いに行こうと思います」などの声をいただきました。

また、セミナー推進者からは、「会場が“ワークフェア”ということもあり、就活メークへの関心がとても高かったです」、「口紅をつけている人は少ないですが、興味はあるようで、新製品の口紅を試すのがとても楽しそうでした」、「男性の参加者も思ったより多かったです」などの声がありました。

資生堂は同フェアに2008年より参加しており、今年で8回目（日本：7回、海外１回）となります。

※障害者ワークフェア
独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構が障がい者の雇用の促進と安定を図るために、事業主をはじめとする国民一般の障がい者の雇用及び能力開発に関する理解と認識を高めることを目的として障がい者の雇用に関わる展示、実演及び体験など複合的なイベントを開催しています。

スケジュール案内ボード

セミナーの様子

海外での取り組み

＜資生堂コスメティチ（イタリア）＞ハンドマッサージ活動

資生堂コスメティチ（イタリア）は、2012年より、ミラノの高齢者介護施設でハンドマッサージ活動を行っています。
2014年は11月11日に4回目となる活動を行いました。当日は、6名のスタッフが心を込めて、手に障がいのある方や肌に疾患のある方々40名に対し、ハンドマッサージを行いました。

参加された方々はこの活動を、クリスマスの贈り物として心待ちにしてくださっており、活動終了後には今回もとびきりの笑顔を見せてくださいました。
参加した社員自身も、皆さんの笑顔が嬉しく、毎回とても温かい気持ちになっています。

ハンドマッサージの様子

資生堂コスメティチ（イタリア）の社員たち

＜台湾資生堂＞知的障がい者の方へのセミナー

台湾資生堂は、資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを社会貢献活動の柱としており、2014年度も高齢者や視覚障がい者の方など、幅広い対象層に40件以上のセミナーを開催しました。
2013年度より知的障がいの方を対象としたセミナーを実施しており、2014年度は2回目の開催となりました。
スキンケアの基本となる洗顔をはじめ、化粧水や乳液のつけ方をセミナー担当者とともに実習頂きました。
1時間という限られた時間でしたが、参加下さった皆さまからは自然と笑みがあふれ、セミナーに参加した社員たちの心にも深くあたたかく残る活動となりました。

セミナーの様子

セミナーの様子

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

UN Womenとの連携・ジェンダー平等の推進

UN Womenとの連携

資生堂は日本企業として初めてUN Womenと契約を締結し、日本においてジェンダー平等を推進するリーダーとして活動することを約束しています。

UN Womenとの取り組み

資生堂は、2017年、日本企業として初めてUN Women（ジェンダー平等と女性のエンパワーメントのための国連機関)と契約を締結し、ジェンダー間の格差が根強く残る日本において、ジェンダー平等を推進するリーダーとして活動することを約束しました。今回の契約は、女性の活躍を積極的に推進してきた資生堂と、世界中でジェンダー平等と女性のエンパワーメントに取り組むUN Womenの想いが一致したことから実現しました。 今後は、UN Womenが推進する「HeForShe」キャンペーンの社内外への浸透に加えて、若年層とともにジェンダー課題の解決策を考えるワークショップを通じて、性別問わず自分で自分の人生を選択し能力を発揮できる社会の実現を目指します。

HeForSheとは？

HeForSheは、UN Womenによるジェンダー平等のための連帯キャンペーンです。
2014年にスタートし、女性だけでなく男性や世界中の全ての人々が主体的に関わることを目指した取り組みです。

このキャンペーンでは賛同いただける方の署名を募っています。
私たち一人ひとりの想いや行動がジェンダー平等を実現する大きな一歩となります。

賛同いただける方はHeForSheへの署名にご協力ください。

ジェンダー平等の推進

高校生を対象としたジェンダー平等啓発ワークショップ開催

資生堂は、「ジェンダー平等」を社内外で推進することで、全ての人が輝く社会の実現を目指しています。
なかでも、ジェンダー課題が根強く残る日本社会において、2017年よりUN Womenと連携し、これからの未来を担う若年層を対象とした「ジェンダー平等啓発ワークショップ」を推進しています。
このワークショップは、身近なジェンダー課題を学び、人々が固定概念に縛られず自分らしく生きるためにはどうしたらよいかを議論し、解決策を社会に提言するプログラムです。

2018年10月20日には、UN Women日本事務所との共催で、高校生によるジェンダー課題の解決策を提言するイベントを東京の国連大学で開催しました。「日本社会における女性活躍」をテーマとして、日本全国の高校25校が本プログラムに参加し、イベント当日は、その中から厳しい選考を通過した代表高校8校が、それぞれのユニークな解決策を提言しました。講評者として出席した行政、民間企業、NPOの方々からは「我々も大きな気づきがあった。ぜひ若い世代からもアクションを起こしていってほしい」と高校生を激励するコメントをいただきました。提言発表後にはEU次期駐日大使から「海外におけるジェンダー平等への取り組み」に関する講演をいただき、グローバルな視点でジェンダー課題を考える1日となりました。
ワークショップに参加した高校生からは、「今までは自分ができることなんて小さいと思っていたが、高校生だからこそ自分が行動し、周りの意識を変えていくことがジェンダー平等につながると思うようになった」、「まずは自分たちができることから行動していきたい」、といった頼もしい声が多く聞かれました。
資生堂はこれからも、未来を担う若い世代とともに、ジェンダー平等をはじめとする真のダイバーシティ社会の実現に向けて活動していきます。

高校生による発表の様子

参加した高校生たち

2017年度ワークショップの様子

目標と実績

- 目標：2017-2018年で1,000人に対してジェンダー平等を啓発する
  （2018年度10月末時点 実績：505人、累計1,005人）
- 2018年度実績：日本全国25校の高校生を支援
- 2018年からの新たな取り組みとして、ジェンダー課題を学ぶ資生堂独自のジェンダー平等推進教材（UN Women 日本事務所 監修）を参加校へ配布し、高校生自らのアクションプラン作成に活用した。

「国際女性デー」をきっかけとした女性活躍支援の取り組み

3月8日の「国際女性デー(International Women's Day)」を機に、女性が女性であることに誇りをもち、もっと輝いてもらいたいという想いから、2018年のこの日、「ピンク」をテーマカラーにHappy Women's Dayイベントを開催しました。

Happy Women's Day店頭キャンペーン

銀座エリアのデパートカウンターでは、ご来店されたお客さまに、テーマカラーのピンクメイクを中心に一人ひとりの美しさを引き出すメイクアップをご提案するとともに、ささやかな記念品を差し上げました。

ビューティコンサルタントを通じ、年に一度のこの記念日にこめた資生堂の想いを多くのお客さまに届けることができました。

GINZA SIXの特製フォトブース前にて

トークイベント「"Happy Women's Day" あしたのわたしへ」の開催

国際女性デー当日の夜、トークイベント 「"Happy Women's Day" あしたのわたしへ」をBuzzFeed Japan株式会社と共催しました。

メインのトークショーでは、スペシャルゲストに滝川クリステルさんをお迎えし、「2020にむけて～日本の女性に伝えたいこと」をテーマに、ご自身のニュースキャスターとしての経験やフランス生活で培った価値観をもとに、女性の働き方・生き方についてお話頂きました。

自らの経験を語る滝川さん
Kazuhiro Gohda for BuzzFeed

更にトークの後は、ゲストの滝川さんより、過去の自分や誰かに対する応援や反省の気持ちを綴ったつぶやきを募集したTwitterアワード「#あのときのわたしへ」の結果発表が行われました。

資生堂賞の作品

育休明けのお母さん同僚に向かって「私がやっときますから早く帰ってあげてください。お子さんにとってお母さんの代わりはいませんし。」と言った #あのときのわたしへ。悪気はなかったし親切のつもりだったんだよね。でも、言われたお母さん悲しそうだった。もっと相手の気持ちを汲める人になろう。（らのじさん @Rano_Zy）

また、資生堂の島倉研究員より、「Power of Pink」と題し、今回テーマカラーとした「ピンク」という色がもつイメージやヒトの心に与える影響などについての講演も行いました。「Something Pink」を身につけた参加者に対し、ピンクは多くのヒトにやさしさや思いやりを想起させる、社会性の象徴といえる色であり、自分自身や相手の心や気持ちを考える日にふさわしい色。ピンク色を身にまとい、性別・国籍・年齢関係なくお互いを思いやりリスペクトしあうことを、この日に改めて皆さんに思い起こしてほしい、そんな願いを込めて今回のテーマカラーを「ピンク」にしたという主催者の思いを伝えました。

資生堂は、創業者・福原有信が唱えた「働く女性観」をDNAとして受け継ぎ、明治の創業期から現在にいたるまで女性活躍支援活動を継続しています。「女性を輝かせる企業」として、これからも積極的に社会に対してさまざまなアクションを起こしていきます。

島倉研究員の講演

参加者で記念撮影

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

バングラデシュ女性の活躍支援に向けた取り組み

資生堂は、2011年度よりバングラデシュ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。
当社が保有するノウハウを活かし、現地の女性が抱える悩みや社会的な課題の解決と、ビジネスとの両立に取り組んでいます。この活動は、2015年9月に 国連開発計画(UNDP)（target_ blank）が主導する「Business Call to Action(BCtA)（target_ blank）」のモデル活動にアジアの化粧品会社で初めて選定されました。

現在の取り組み

2018年度は、これまでの農村でのワークショップに加えて、新たな取り組みとしてバングラデシュ７地域にて、現地女性をエンパワーメントするショートムービーの上映会を実施しています。
現地専用製品「Les DIVAS（レ ディーバ）」のブランドコンセプトである「Shining Original Beauty」の世界観を映像で伝えることを通じて、バングラデシュ女性が自身の本来持つ美しさを認め、自らの生き方について考えるきっかけ作りになることを目指します。

上映会の様子

2018年3月8日（木）の国際女性デーに、記念すべき第一回目の上映会を実施しました。 活動拠点であるタンガイルの大学では、300人もの学生が映像を鑑賞しました。
主人公の少女が、さまざまな困難を乗り越えて自立した女性になっている映像を鑑賞した学生からは、
「女性も自立して生きたい。それができると思った」
「失敗や困難に直面すると前に進むことを諦めがちな女性にとって、この映像はどうやって困難を乗り越えるかを教えてくれた」
「全てのバングラデシュ女性だけでなく、男性にも見てほしい映像。私たちが社会を変えるための沢山の教訓を得ることができた」
という声が聞かれました。

鑑賞後インタビューに答える学生

多くの女性たちの前に進む力になることを願い、引き続き、バングラデシュ各地で上映会を行ってまいります。

活動の経緯

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て、バングラデシュが位置する南アジアでは、依然として経済格差や男女格差などさまざまな課題が山積しています。
その中で、美容やスキンケアへの関心はあるものの、衛生・健康面に課題が多いバングラデシュの農村部を活動の地に選び、現地NGO等のサポートのもと取り組みをスタートさせました。

バングラデシュの概要

バングラデシュは、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。

現地で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カ月、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。

バングラデシュ農村部の様子

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

バングラデシュ農村部の様子

ハラル認証※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い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ル認証機関が承認していること。

「Les DIVAS」（レ ディーバ）

バングラデシュは強い紫外線を浴びる環境下にありながら、正しい美容知識をこれまで知る機会がなく、日やけ止め製品を使用する習慣がありませんでした。その結果、肌に悪影響を与え、実年齢より老けて見える女性が多くいました。
そこで、日やけ止めを含むスキンケア製品「Les DIVAS」（レ ディーバ）を開発し、現地女性に届けることにしました。
加えて、バングラデシュでは多くの人がイスラム教を信仰していますが、その厳しい戒律に対応するハラル認証化粧品がほとんどありませんでした。ハラ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に応え、「Les DIVAS」ではハラル認証を取得しました。

「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（日やけ止め）1種

資生堂ベトナム工場にて
ハラル認証を取得

使用した女性たちからは、「ハラ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。

現地での体験があったからこそ誕生した独自技術と日やけ止め製品への展開

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）の日焼け止め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日やけ止め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。

研究所メンバーによるヒアリング

資生堂 サンケア

アネッサ

現地の女性によるワークショップ（啓発活動）の推進状況

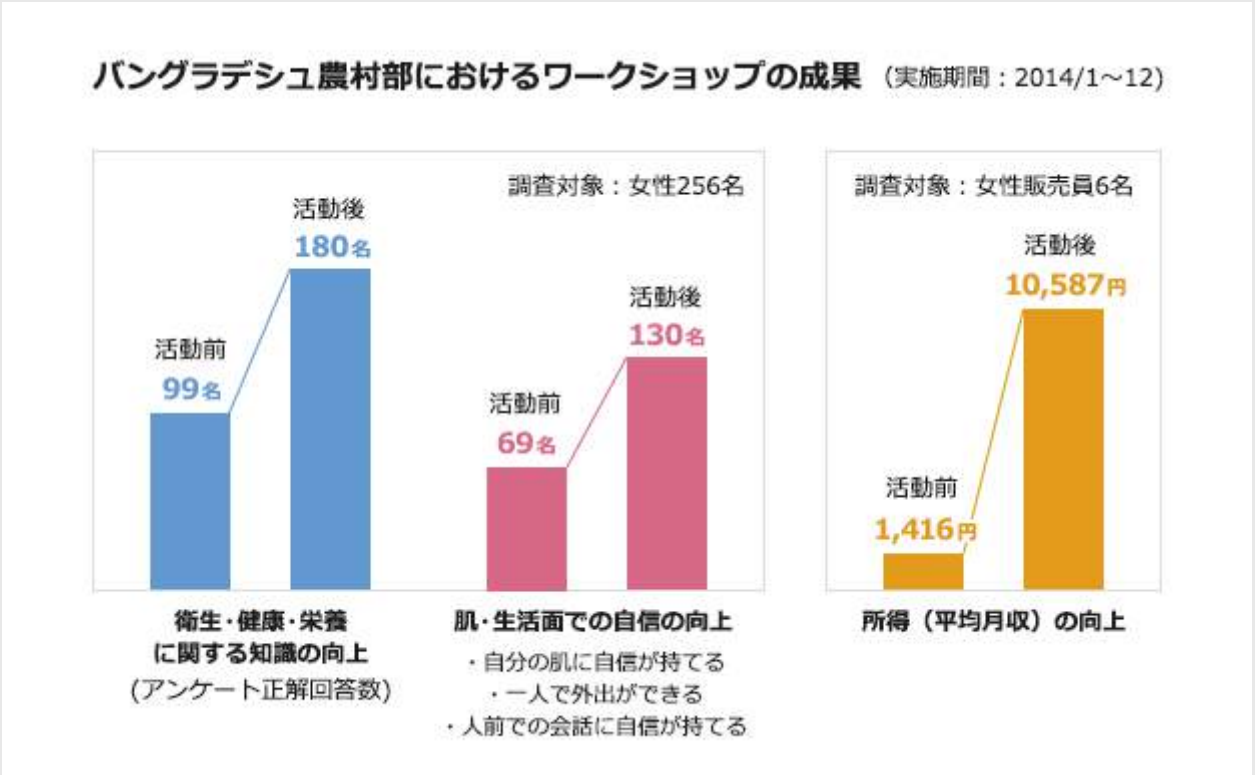
このプロジェクトは、現地農村女性の啓発を目的としたワークショップを重要な取り組みとして位置づけています。
このワークショップを主導するのはトレーニングを受けた現地女性販売員です。

啓発活動用紙芝居（ベンガル語）

ワークショップでは、現地語（ベンガル語）で作成した紙芝居を用いて、「Les DIVAS」（レ ディーバ）を切り口としながら、健康・美容知識や生活習慣の改善について啓発しています。

ワークショップ（啓発活動）の様子

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」という行動の変化も見られ、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。



© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

資生堂ライフクオリティービューティーセミナー

本活動は、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目指し、「整容講座」としてスタートしました。
以来、60年以上にわたり、全てのお客さまに美しくなっていただきたいという想いのもと、様々な対象者や目的に応じてQOL（クオリティー・オブ・ライフ＝生活の質）の維持・向上をサポートするセミナー活動を全国で実施してきました。

2013年7月より、社会人としての身だしなみを学んでいただくセミナーや超高齢社会の抱える課題を「化粧のちから」で解決するサステナブルなセミナー活動を有償で展開しています。また、社会貢献活動として、障がい者施設・学校での身だしなみ講座も実施しています。

現在、主に下記セミナーを全国で展開しています。

セミナー名	対象者	実施場所
ビューティー講座	就活生、社会人（新入社員、企業にお勤めの方、管理職等）	教育機関・一般企業等
いきいき美容教室１）	元気な高齢者や要介護高齢者	医療機関、介護関連施設、自治体等
化粧療法講座２）	高齢者と接する機会のある方（医療・介護スタッフ、ボランティアスタッフ、一般の方等）	自社開催
社会貢献身だしなみ講座	障がいをもつ方	障がい者施設・特別支援学校等

１） 資生堂の専門スタッフが訪問し、グループで実施する化粧アクティビティ

２） 化粧行為を通じて、心身機能の維持向上を目指す化粧療法のスキルを学ぶ講座

ビューティー講座

いきいき美容教室

社会貢献身だしなみ講座

具体的な活動

ビューティー講座

2017年4～5月に、日本郵便株式会社の新入社員研修の一環で、「ビューティー講座（フレッシャーズコース）」を開催し、17年度新入社員全国約4,400名に、日本郵便社員としてふさわしい身だしなみの実践を学んでいただきました。

女性対象のセミナー

女性対象のセミナーでは、第一印象の大切さ、スキンケア、ベースメイクアップ、ポイントメイクアップなど、男性対象のセミナーでは、身だしなみのチェック、スキンケア、ボディケア、ヘアスタイリング、眉の整え方、魅力的な表情に関する実習などを行いました。

男性対象のセミナー

女性の受講者からは、
「社会人としての基本的な化粧や、お肌のお手入れの仕方を知ることができたので、とても良い経験になりました。この時間に学んだことを活かし、さっそく、実践していきたいと思います」「社会人として、これから多くのお客さまと接していきますので、ファッションとしてではなく、マナーとしてのメイクをがんばります」などのお声をいただきました。

男性の受講者からは、
「お客さまへの印象を良くするために、男性でも肌のケアをしっかりとする必要性を理解できました」「さまざまな商品の正しい使い方を教えていただいたので、人に見られる仕事だということを意識し、精進していこうと思います」などのお声をいただきました。

また、セミナーを担当した講師からは、
「受講者の皆さまが、楽しみながら、とても熱心に参加してくださっているのが表情からも伝わりました。これを機会に、毎日、実践したいという声が多くありました」
「お客さまを意識した身だしなみの大切さをしっかりと頭においている方が多く、お客さまから好感をもっていただくにはこういう髪型がいい、などと声をかけながら実習をなさっていました」などの声がありました。

資生堂は、今後も、化粧・美容を通じて、新入社員の皆さまの今後のご活躍を応援いたします。

高齢者に対する取り組み

国内での取り組み

資生堂ジャパンは、医療機関や介護施設、自治体等からの依頼で、「いきいき美容教室」を全国で開催し、毎年、のべ約35,000人以上の高齢者が参加しています。
2017年6月3日に、熊本県山鹿市にて開催された「歯と口の健康週間」事業（山鹿市歯科医師会主催）において、地域の高齢者を対象に、いきいき美容教室を開催し、女性15名にご参加いただきました。
事後アンケートでは、「最近は、化粧をして外出する事もおっくうになっておりました。今回、化粧療法をうけて、大変幸せな気持ちになり、久しぶりに少し遠くまで買い物に行ってみました」とのコメントをいただきました。

いきいき美容教室の様子

また、化粧療法の担い手の養成として、医療・介護従事者、一般の方を対象とした化粧療法講座も開催し、昨年は、のべ約2,800人の方に化粧療法を学んでいただきました。
2017年6～7月に、東海歯科医療専門学校の授業の一環で「化粧療法講座」が開催され、歯科技工士を目指す学生20名以上にご参加いただきました。
これまでにない授業内容に戸惑いながらのスタートでしたが、実習を通じて、少しずつ笑顔と会話が増えていき、最後は笑顔で終了。「気持ちよかった、楽しかった。」との声をいただきました。

化粧療法講座の様子

資生堂は、今後も、化粧・美容を通じて、高齢者の健康長寿のお手伝いをさせていただきます。

海外での取り組み＜台湾＞

台湾資生堂は、資生堂ライフクオリティービューティーセミナーを社会貢献活動の柱として、2009年より積極的に行っています。そして、2016年には化粧療法のプログラムを初めて導入し、2017年から台湾全土に展開、年間で40回のプログラムを実施しました。
台湾では、地方自治体の協力のもと、公共施設において、高齢者の方々に、スキンケアとメイクアップの実習を行っています。参加された皆さんからは、「とても楽しかった」「元気になった」「積極的に動けるようになった」など、たくさんの喜びの声が上がっています。また、このプログラムに参加された認知症の方が、表情と笑顔を取り戻されたという姿も見られました。
台湾資生堂は、これからもこの活動の質を高め、継続的に化粧療法を行うことにより、台湾の皆さんの健康と美に貢献していきたいと考えています。

台湾での資生堂ライフクオリティービューティーセミナーの様子

社会貢献身だしなみ講座

資生堂ジャパンは、特別支援学校や障がい者就労支援施設からの依頼で、障がいのある方や、児童養護施設の児童対象に「身だしなみ講座」を全国で開催し、毎年、約7,000人の方に実施しています。

身だしなみ講座の様子

2017年度は、28件の視覚に障がいのある方への「身だしなみ講座」を行いました。
2017年7月から11月の間には、京都、神戸、香川、福岡、鹿児島の5カ所で、日本盲人会連合依頼の「身だしなみ講座」を実施しました。
進行役の言葉を頼りにスキンケア・メイクをご自身で楽しみながら、実習を行っていただきました。実習をする事への難しさを感じる場面もありましたが、化粧が仕上がると、皆さまの表情が明らかに変わり、改めて“化粧のちから”を感じていただくことができました。

参加者の方からは、「全ての動作が細かく言葉で説明され、失敗しないためのコツについても学ぶことができた」「チップやスポンジなどの道具を使う際には、まず初めに色を付けていない状態で練習する時間が設けられていた」「利き手でない方の手をどう使えば、はみ出ずにきれいに描けるのかわかった」という声をいただきました。

資生堂では、1984年に点字版美容テキスト、商品識別点字・墨字シール、使用料目安シールといった視覚に障がいのある方をサポートするための美容教材を作成しました。1987年からは年4回美容情報 CD「おしゃれなひととき」を制作し、全国約80か所の点字図書館に寄贈しています。
2002年からは資生堂WEBサイトに 「資生堂リスナーズカフェ」を掲載し、化粧品の使い方の説明を音声読み上げソフトで対応しています。また、「おしゃれなひととき」の最新号も掲載しています。
資生堂は、今後も、本活動を通じて、障がいのある方の化粧や身だしなみのお手伝いをさせていただきます。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

さまざまな女性活躍支援活動

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目指す女性への支援や、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、当社が設立資金を寄付した医療法人財団花椿会が「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、全ての方のQOL（Quality of Life=生活の質）向上を目指し、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。

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。

事業所内保育所の運営受託を通じて子どもたちや働く親たちに寄り添う「KODOMOLOGY」

資生堂は、「人々が幸せになるサステナブルな社会づくり」の一環として、企業が持つ事業所内保育所の運営受託を柱にした「KODOMOLOGY株式会社」を2017年に設立し、保育事業をスタートさせています。

これまでの女性活躍支援の歴史からの学びや長年の化粧品事業などを通じて蓄積してきた様々な知見の活用、社会的価値を持つ多様な外部機関との連携を進め、社会における保育のさらなる価値向上やこれからの時代に必要な子育て文化の創造、さらには、働く人々を取り巻く企業や社会の環境づくりにもステークホルダーと取り組んでいきたいと考えています。

事業所内保育所「カンガルーム汐留・掛川」

資生堂グループ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「カンガルーム汐留」2017年11月に「カンガルーム掛川」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・速く・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・体三拍子整った“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。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

エシカルなサプライチェーン

資生堂が考えるエシカルなサプライチェーン

英国現代奴隷法が2015年に制定され、その他の国でも同様な法律が検討されるなど、近年は「ビジネスと人権」について非常にクローズアップされています。資生堂も自社内だけではなく、お取引先も含めたサプライチェーンで環境的・社会的にエシカル（倫理的）でありたいと考えています。私たちは以前よりビジネスに関わる環境や労働問題に注力してきましたが、2017年に新たに人権方針を策定し、地域社会や地球環境により配慮したエシカルな事業活動を進めています。

方針・基準など

エシカルなサプライチェーン構築のための方針・基準をご紹介します。

具体的な取り組み

エシカルなサプライチェーンのための具体的な取り組みをご紹介します。

方針・基準など

エシカルなサプライチェーン実現のため、資生堂は「資生堂グループ 調達方針」を策定しました。また環境・社会的課題が指摘されているパーム油については2020年度までの目標を掲げ、「資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン」を策定しました（2018年）。

エシカルなサプライチェーンの構築にはお取引先さまとの協働が必須であり、資生堂は「資生堂グループ サプライヤー行動基準」を社会動向にあった内容に新たに見直し（2018年）、お取引先さまとともにエシカルなサプライチェーンを構築していきます。

資生堂グループ 調達方針

■ 購買理念

私たちは、調達活動を通じて「グローバルレベルの美しい生活文化の創造」の輪を広げることを目指します。その活動の中で「社会との共生」を図りながら、「新しい価値の創出」を調達面から実践します。私たちは、志を同じくする全てのお取引先を尊重し、お互いの持続的な発展を目指します。

■ 基本的な考え方

(1) お客さまとともに

私たちは、お客さまに満足いただける安全で優れた商品とサービスを提供するという原点に立ち、常に「お客さま視点」で、「最適なコスト」と「高い品質」を実現します。

(2) お取引先とともに

・よきパートナーシップの構築

私たちはお取引先と、新しい価値をともに創造（共創）し、より良い製品づくりを目指す「使命共同体」として調達活動を行います。その活動を通じて、高い透明性と倫理観に基づく信頼を構築し、ビジネスパートナーとして互いに進化・発展していくことを目指します。

・公正な購買取引

私たちは志を同じくする全てのお取引先に対して取引機会を広く開放しています。お取引先の選定は、品質、コスト、納期、サービス、環境配慮や人権尊重等の明確な基準に基づいて総合的に判断し、公正に行います。

・グローバルな調達に向けて

私たちは、販売・生産地域にとらわれることなく、グローバル視点での調達を実践します。

・契約の履行

私たちは、購買取引に関わる契約・ルールを厳守いたします。

(3) 社会とともに

私たちは、関連する全ての法規を遵守するとともに、文化や価値観の違いによるルールも最大限尊重しつつ活動します。また、人権尊重、地球環境への配慮をなにものにも優先し、持続可能な調達を積極的に推進します。

資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン

資生堂グループ調達方針にある持続可能な調達を推進するため、原産国の環境・人権問題が深刻化するパーム由来原料については持続可能な原材料調達ガイドラインを設定し、持続可能な調達を推進します。

«資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン»

【パーム油】

資生堂商品に使用するパーム由来原料について原産地の環境保全に配慮し、人権を尊重した調達を推進します。

目標： 2020年までに資生堂商品に使用する全てのパーム由来原料について、原産地の環境保全に配慮し、人権を尊重した調達（RSPO認証原料の調達）を実現します。また、資生堂グループの工場でRSPOのサプライチェーン認証を取得します。

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」ことを目指し、お客さまに満足いただける「高品質・安全・安心」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。全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、高い倫理基準を持ち持続的発展を目指しています。

資生堂は国連グローバル・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」を策定して以来、お取引先の皆さまとともに、倫理的な事業活動に取り組んでまいりました。「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からは、同基準への同意を得ており、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、お取引先からご意見やご相談を受け付ける体制を整えています。（2017年度通報実績はなし）

近年、社会課題や環境問題の深刻化に伴い、企業に対して各国法令の遵守はもとより、国際条約や国際規約を尊重し、サプライチェーン全体で持続可能な社会の実現、特に人権尊重に取り組むことがさらに強く求められるようになりました。
こうした社会の要請に対応するため、2018年4月に、人権尊重に関する条項を強化するなど「資生堂グループ サプライヤー行動基準」を改訂しました。

資生堂グループ サプライヤー行動基準

はじめに

近年、社会課題や環境問題の深刻化に伴い、企業に対して各国法令の遵守はもとより国際条約や国際規約を尊重しサプライチェーン全体で持続可能な社会の実現に取り組むことが強く求められています。
資生堂グループは、お客さまに安心、安全で社会的、環境的にも優しい商品およびサービスの提供に努め、誠実に事業活動を行い持続可能な社会の実現に努めたいと考えています。
この実現には、資生堂グループとパートナーであるサプライヤーの皆さまとが協同して調達活動を通じ持続可能な社会に向けて取り組むことが不可欠です。
「資生堂グループ サプライヤー行動基準」は資生堂グループが、サプライヤーおよびその協力事業者に求めるものであり、資生堂グループと取引を行う際に尊重し、また、遵守していただきたい、交渉の余地のない最小限の行動基準を明文化したものです。「資生堂グループ サプライヤー行動基準」の趣旨と内容をご理解の上、遵守いただきますようお願いいたします。
ここに述べられている基準は、移住労働者や在宅ワーカーを含むサプライチェーンの労働者の権利の保護とニーズに対処するために定められたものです。

Ⅰ. 対象範囲

資生堂グループと取引のあるサプライヤーは本行動基準を遵守することが求められます。またサプライヤーが資生堂グループ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。

Ⅱ. 運用

資生堂グループは本行動基準に定める事項を遵守いただけるサプライヤーを選定します。取引開始後も本行動基準の遵守状況を取引継続の判断要素のひとつとさせていただきます。

Ⅲ. 点検

サプライヤーは、本行動基準の遵守状況を資生堂グループが確認できるよう、資生堂グループの求めに応じて、アンケート調査への回答、実地監査の受け入れ、関連資料や記録の提出その他資生堂グループの要請に応じます。

Ⅳ. 違反報告と是正措置

サプライヤーは、本行動基準に違反した（そのおそれがある場合を含む。本条において以下同じ）と認識した時点で、直ちに、資生堂グループに報告します。
サプライヤーは、違反が認められた場合は、当該違反を解消するための計画をたて是正措置を実施するとともに、資生堂グループに是正の状況をその都度報告します。
なお、違反の内容によっては、資生堂グループとの契約が破棄されることがあります。

I 法令等の遵守

サプライヤーは、事業活動を行う国や地域の全ての法令を遵守します。
サプライヤーは、公正な事業活動、人権、労働、環境に関する国際的基準（※）や業界基準についても遵守するよう努めます。

※ OECD多国籍企業行動指針、ILO基本条約、国連グローバル・コンパクト10原則、先住民族の権利に関する国際連合宣言、ISO26000（社会的責任に関する手引）、ビジネスと人権に関する国連指導原則など。

II 腐敗防止

1. 贈収賄・汚職等の禁止

サプライヤーは、行政機関、公務員、または資生堂グループを含むビジネスパートナーに対して、賄賂、キックバックや違法な謝礼等の支払いや受け取りは行いません。
また、ファシリテーション・ペイメント（例えば通関、ビザなどの行政手続を円滑に行うために求められる、関係法令に根拠のない少額の支払い）も行いません。

2. 公正さを欠く贈答接待の禁止

サプライヤーは、行政機関、公務員、または資生堂グループを含むビジネスパートナーとの間で、直接または仲介者を通じて契約や取引内容に影響を与えることを目的とした、公正さを欠く、あるいは公正さを疑われるおそれのある贈答や接待を行いません。

3. 不正な取引の禁止

サプライヤーは、私的独占、カルテルなどの不当な取引制限、その他自由で公正な競争を阻害する行為を行いません。

4. 知的財産・機密情報・個人情報の保護

サプライヤーは、資生堂グループならびに第三者の知的財産を侵害しません。
また、サプライヤーは、自己または資生堂グループが取り扱うインサイダー情報や営業秘密などの機密情報、顧客や従業員などの個人情報について、これらを適切に保護するとともに、不当な目的のために使用しません。

5. 情報公開

サプライヤーは、自らの製品やサービスの品質、安全性、有効性等について疑義を抱く事象を認識した場合は、資生堂グループに対して、速やかに、適切かつ十分な情報を開示します。

III 人権の尊重

1. 差別の禁止

サプライヤーは、従業員の雇用機会および報酬、昇進、雇用の終了などの処遇に関して、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、労働組合加入の有無、政治的見解その他の思想、信条、障がい、婚姻状況、健康状態または妊娠の有無、性的指向または性自認などによるあらゆる差別を行いません。

2. 虐待・ハラスメントの禁止

サプライヤーは、従業員の人権を尊重し、虐待や体罰、心理的・身体的・性的なハラスメント、脅迫を行いません。

3. 強制労働・人身売買の禁止

サプライヤーは、奴隷労働、身体的または精神的拘束による労働などのあらゆる強制労働ならびに人身売買を行いません。
サプライヤーは、従業員の採用にあたっては、従業員がよく理解して自己の自由な意思に基づいて入社できるように雇用条件を説明するとともに、従業員には自由に離職する権利を認めます。
サプライヤーは、雇用条件について、事業活動を行う国や地域に適用される全ての労働法令を遵守し、かつ、人権を尊重した内容とし、これらの条件を従業員が理解できる言語で文書化し提供します。
サプライヤーは、特別な法令の定めがない限り、不当に、雇用に関する手数料や前金の支払いを従業員に課す、旅券、身分証、労働許可証などを取り上げるまたは破壊するなどして、従業員の自由な行動を制限しません。

4. 児童労働の禁止

サプライヤーは、15歳未満、義務教育を終了する年齢、または現地法令で定められた就業最低年齢のうちのいずれか高い年齢に満たない年齢の児童を、採用しません。
ただし、児童の健康または発達に有害となるおそれがなく、教育の機会を妨げない軽易な労働であり、かつ現地法令で認められている場合は、13歳以上15歳未満の児童を採用することは許容されます。
サプライヤーは、児童に、身体的、精神的、社会的または道徳的な悪影響を及ぼすおそれのある労働をさせてはなりません。
また、サプライヤーは、児童の教育の機会を阻害しないよう十分配慮します。

5. 労働法令の遵守

サプライヤーは、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します。
サプライヤーは、現地法令で定められた最低賃金以上の賃金を支払います。この場合、サプライヤーは、賃金が、従業員およびその家族が人間らしく生活するために必要な額となるよう考慮します。
また、サプライヤーは、各国の法令等にしたがって、超過勤務手当その他の手当て等の支払いを行います。
サプライヤーは、雇用条件を定めた書面によって労働者と雇用契約を締結します。
サプライヤーは、すべての労働者が法的権利と義務を認識していることを確認します。

6. 労働組合を結成する自由

サプライヤーは、従業員が労働組合を結成する権利や、これに加入する・しない権利、サプライヤーと団体交渉する権利を尊重し、これらの権利の行使を理由にいかなる差別も行いません。

7. 先住民の権利の尊重

サプライヤーは、先住民族の土地の権利、文化、慣習、宗教を尊重し、事業活動を行います。先住民の伝統的知識や遺伝資源の権利を尊重し、利益を一方的に搾取するような行為を行わないよう努めます。

8. 移住労働者

サプライヤーは、移住労働者に現地の労働者と同じ資格を与えます。また、サプライヤーは、外国人および国内の移住労働者を公正に扱い、透明な雇用条件ならびに良好な労働条件および生活条件を提供します。
サプライヤーは、移住労働者の雇用に関する手数料等を補償します。
サプライヤーは、違法な移住労働者を採用しません。
また、サプライヤーは、移住労働者の身分証を取り上げることも、お金を預かることもしません。
サプライヤーは、代理店または請負業者を通じて雇用される労働者についても、本行動基準の対象となることを理解します。

Ⅳ 安全かつ健康的な労働環境

1. 安全かつ健康的な施設

サプライヤーは、従業員の安全と健康に配慮して施設を設計・建設するとともに、定期的な躯体の確認と修繕作業などにより、施設の安全性を維持します。
施設内は、衛生を保ち、従業員には少なくとも安全な飲料水とトイレを提供します。
サプライヤーが提供する従業員の寮についても同じ基準とします。

2. 労働災害・疾病の予防

サプライヤーは、身体的に過酷な労働、有害な物質や化学物質の取り扱い、生産機械の使用など危険が伴う作業について、可能な限り危険を回避できる手順を採用し、従業員に事前に安全対策に関する教育の実施および必要な防護服を提供し、労働災害および疾病を予防します。

3. 防災対策

サプライヤーは、火事や自然災害などの緊急事態に備え、防火対策、避難経路の確保およびこれらについて従業員への周知を行い、防災対策を行います。
サプライヤーが提供する従業員の寮についても同じ基準とします。

Ⅴ 環境保全

サプライヤーは、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ます。
サプライヤーは、環境保全の重要性を認識し、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、廃棄物や排水の削減、省資源・リサイクル、汚染の予防など、持続可能な社会の発展に貢献するよう努めます。サプライヤーは、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ます。

Ⅵ 品質保証とトレーサビリティの確保

サプライヤーは、事業活動を行う国や地域の全ての法令と資生堂グループとの契約に定められた、品質と安全の基準を満たした製品およびサービスを提供し、資生堂グループに納品する製品の原材料の原産地を把握するよう努めます。

Ⅶ 救済措置

サプライヤーは、従業員の苦情や通報を受け付け、従業員を被通報者やサプライヤーからの報復のおそれから保護するとともに、プライバシーに配慮しながら、こうした苦情等の改善に向けた適切な対応を採ります。

Ⅷ 協力事業者への要請

サプライヤーは、サプライヤーと資生堂グループとの取引に関連したサプライヤーの協力事業者にも同じ基準の遵守を求め、資生堂グループが必要と判断した場合は、サプライヤーは協力事業者の遵守状況を確認し資生堂グループに報告します。

今後の改訂

本行動基準は、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、サプライヤーに案内します。なお、サプライヤーは、本行動基準改訂後もその義務が継続するものとして、継続して遵守をお願いします。
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。

＜改訂履歴＞　2006 年 3 月 制定
2010 年 5 月 改訂
2011 年 12月 改訂
2018 年 4 月 改訂

具体的な取り組み

資生堂は原料調達を含めたすべての事業活動において、人権尊重や環境保護を推進しながら社会と共に発展したいと考えています。持続可能な調達と企業の社会的責任を果たすために下記に取り組んでいます。

持続可能なパーム油の調達

化粧品の原料であるパーム油は、主に東南アジアのアブラヤシから作られます。パーム油生産地での環境保全と農園で働く人の人権への配慮は、倫理的なサプライチェーンの構築に欠かせません。資生堂はRSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）に加盟し、環境・社会へ配慮したパーム油・パーム核油を調達するために「資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン」を策定しました。また、資生堂グループの工場でRSPOサプライチェーン認証※1の取得を進めています。これらの取り組みによって持続可能なパーム油調達への切り替えを進めています。

実績

2018年	・パーム油・パーム核油の持続可能な調達について「資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン」を策定し、2020年までの目標を開示 «資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン» 【パーム油】資生堂商品に使用するパーム由来原料について原産地の環境保全に配慮し、人権を尊重した調達を推進します。 目標： 2020年までに資生堂商品に使用する全てのパーム由来原料について、原産地の環境保全に配慮し、人権を尊重した調達（RSPO認証原料の調達）を実現します。また、資生堂グループの工場でRSPOのサプライチェーン認証を取得します。 ・インドネシアでパーム油生産農家との対話を実施 ・株式会社資生堂 久喜工場および資生堂ベトナム ベトナム工場でRSPOサプライチェーン認証を取得
2017年	・　マレーシアでパーム油生産農家との対話を実施 ・　株式会社資生堂 掛川工場でRSPOサプライチェーン認証を取得
2013年～	・資生堂グループが使うパーム油・パーム核油に相当する「ブック・アンド・クレーム方式※2」の証書を購入することにより、持続可能なパーム油の生産を支持
2010年～	・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）」に加盟

※1　RSPOサプライチェーン認証:RSPO認証原料を確実に受け渡せる仕組みが整っていることの認証。

※2　ブック・アンド・クレーム方式: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と同等とみなされる。

持続可能なマイカの調達

化粧品原料として使われる鉱物マイカのうち、インド産マイカの採掘に児童労働が疑われる事例が指摘されています。資生堂はこの問題を解決するために、責任あるマイカのサプライチェーンを目指すイニシアティブResponsible Mica Initiative (RMI)に2017年5月に加盟しました。

原料のリスク評価

新規原料導入の際の社会的リスク評価

原料調達におけるサプライチェーン上での人権問題や労働問題などの課題を把握するため、資生堂が使用する原料の社会的リスク評価を進めています。非営利団体New Earthによる「ソーシャル・ホットスポット・データベース（SHDB）」を使ってパーム油を分析したところ、原産国によってリスクの大きさや種類が異なることが分かりました。SHDBを用いてパーム油以外の原料を調べることで、今後は社会的リスクを選別するツールを構築し、新しい原料を取り入れる際に活用する予定です。原料ごとのリスクを評価し適切に管理することで、商品の背景までお客さまに安心してお使いいただけるモノづくりに取り組んでいきます。

Sedexへの加入

資生堂はお取引先さまとの信頼と協働に基づくエシカルなサプラチェーン構築を目指し、2017年8月にSedexへ加入しました。Sedexは企業における人権、労働、環境影響などの倫理情報を管理する国際的なプラットフォームです。資生堂グループ工場においては2017年に掛川工場がSedexに登録しました。掛川工場はSedexのアンケートに回答することで人権尊重や環境保護を自己評価しました。引き続き自社工場のSedexへの登録を行っていきます。今後は、Sedexのプラットフォームを利用し、サプライチェーンへの取り組みを推進していきます。2018年第三四半期に、300社程度を対象に実態調査を目的としたアンケートを実施しました。この結果をもとに、「ビジネスと人権」についてSedex活用を視野にいれ、現状に見合ったアプローチの検討を開始しています。

ビジネスと人権に関する社員教育

人権課題は多岐にわたるため、人事部門・リスクマネジメント部門・サステナビリティ部門等が中心となり資生堂グループ各社と連携して取り組んでいます。「ビジネスと人権」に関する教育を定期的に実施することで、社員の人権尊重への理解を深め、人権リスク軽減に努めています。

実績

	研修名	テーマ	対象	受講者数
2018年3～5月	人権啓発研修	ビジネスと人権に関する基礎教育	国内資生堂グループ各部署に設置した人権啓発推進委員	258名
2017年8月	「責任ある調達」教育	人権に配慮した原料調達、企業の社会的責任に関する教育	購買部門、サステナビリティ部門	28名
2017年7月	人権啓発・企業倫理研修	ビジネスと人権に関する基礎教育	株式会社資生堂と資生堂ジャパン株式会社の全執行役員	25名

ステークホルダーとの対話

持続可能で責任ある調達や事業活動全体での人権尊重のために、資生堂は様々なステークホルダーと環境・社会の両面について対話し、課題の共有や解決に努めています。

2018年8月、パーム油調達における人権課題を把握するために、経済人コー円卓会議日本委員会（CRT日本委員会）が主催するインドネシアでのステークホルダー・エンゲージメントプログラムに参加しました。NGO・NPOやパーム油小規模農家との対話を通じて、人権侵害や労働問題が生じるリスクについて理解を深めました。当社が人権尊重の責任を果たす企業となるため、様々なステークホルダーとの対話を倫理的なサプライチェーン構築に反映していきます。

2018年9月、人権専門家（デンマーク人権研究所、人権ビジネス研究所、Verisk Maplecroft）と対話し、当社における人権デューデリジェンスの進め方について助言を得ました。この知見を今後の取り組みに活かしていきます。

写真1：インドネシアのパーム農家との意見交換

写真2：デンマーク人権研究所など人権専門家との対話

2018年実績

	名称（主催／共催）	開催場所	ステークホルダー	主なテーマ
2018年5～7月	ステークホルダー・エンゲージメントプログラム（日本CSRコンソーシアム）	日本	企業、NGO、NPO	企業による「国連ビジネスと人権に関する指導原則」の理解と実践 業界毎の重要な人権課題の特定
2018年8月	ステークホルダー・エンゲージメントプログラム （CRT日本委員会）	インドネシア	フィールドワーク：インドネシアのパーム油小規模農家、企業、NGO（写真1） ワークショップ：企業、NGO	インドネシアのパーム油産業における人権課題
2018年9月	グローバル・ステークホルダー・エンゲージメントプログラム （CRT日本委員会）	日本	人権専門家、NGO、タイ・マレーシア・インドネシア・日本でのステークホルダーエンゲージメントプログラムに参加した企業	東南アジアにおけるビジネスと人権への配慮と留意点
2018年9月	2018ビジネスとヒューマンライツに関する国際会議　個別ダイアログ （CRT日本委員会）	日本	人権専門家（デンマーク人権研究所、人権ビジネス研究所、Verisk Maplecroft）（写真2）	当社の人権デューデリジェンスの進め方に関する意見交換

2017年実績

	名称（主催／共催）	開催場所	ステークホルダー	主なテーマ
2017年5月	ステークホルダー・エンゲージメントプログラム（CRT日本委員会／グローバルコンパクトネットワークマレーシア）	マレーシア	マレーシアのパーム油小規模農家、企業、NGO	マレーシアのパーム油調達における環境や社会への配慮と現状
		マレーシア	マレーシア政府機関企業、NGO	マレーシアにおける移住労働者の人権への配慮
2017年6～7月	ステークホルダー・エンゲージメントプログラム（日本CSRコンソーシアム）	日本	企業、NGO、NPO	事業活動と人権との関連性、重要な人権課題、及び人権に配慮した事業活動の重要性 業界毎の重要な人権課題の特定
2017年9月	グローバル・ステークホルダー・エンゲージメントプログラム（CRT日本委員会）	日本	人権専門家、NGO、NPO、タイ・マレーシア・ミャンマーでのステークホルダーとの対話に参加した企業	東南アジアにおけるビジネスと人権への配慮と留意点
2017年9月	2017ビジネスとヒューマンライツに関する国際会議　個別ダイアログ（CRT日本委員会）	日本	人権専門家（デンマーク人権研究所、人権ビジネス研究所、Sedex）	当社の人権デューデリジェンスの進め方に関する意見交換

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

資源循環に関する取り組み

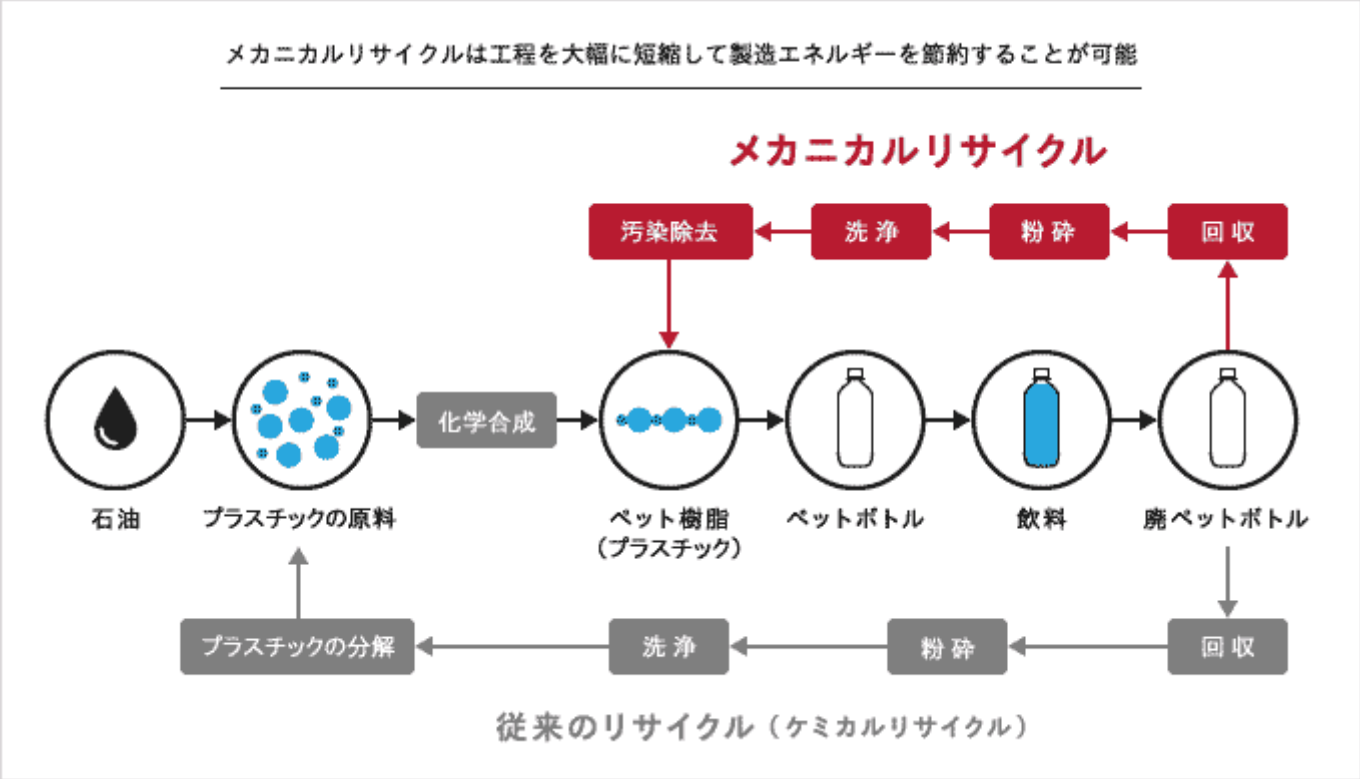
限りある地球の恵みを持続的に利用していくためには、これまでのような「採る →作る →使う →捨てる」という一方通行の経済活動から、資源の再生や再利用を前提とする循環型の経済活動に転換していくことが大切です。
資生堂は、以下のような取り組みにより、資源の小さな循環（リユース）から大きな循環（炭素循環）まで、さまざまな循環の輪を上手く組み合わせることにより、資源の有効活用と商品の魅力の拡大に努めています。

リユースの取り組み

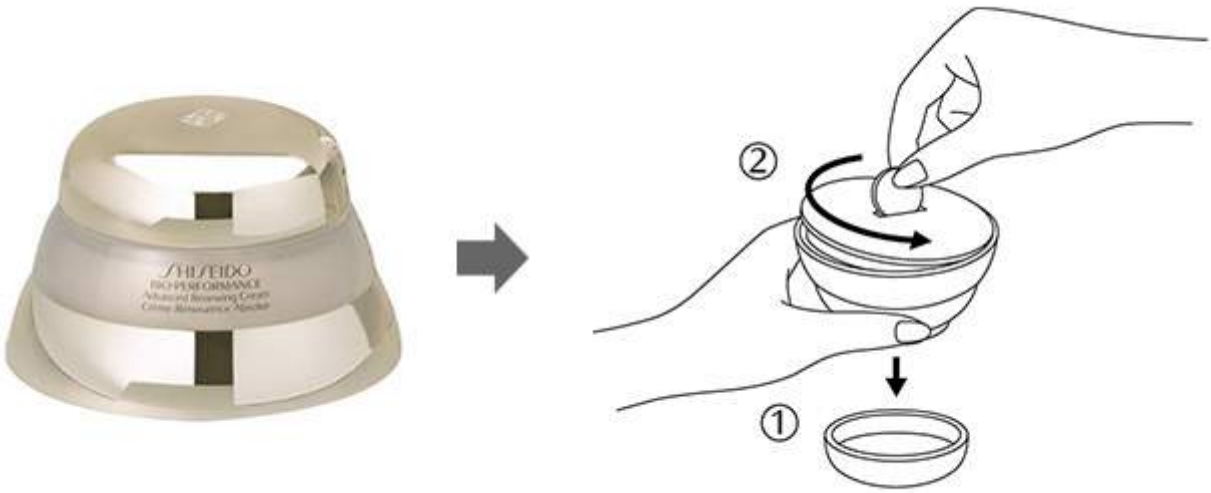
資生堂は、容器の再利用が可能なレフィル商品を700アイテム以上、日本国内で販売しています。シャンプーやコンディショナーといったパーソナルケア商品だけでなく、美容液、クリーム、化粧水、乳液、ファンデーションなど、さまざまなカテゴリーにレフィル商品を配置することにより、容器に使用される資源の削減に努めています。

リサイクルの取り組み

2015年9月、資生堂は、回収されたペットボトルからメカニカルリサイクルによって再生されたペット樹脂をシーブリーズ ボディシャンプーの容器に採用しました。メカニカルリサイクルは、飲料用ペットボトルから効率良く高品質なペット樹脂を製造する技術です。この技術により再生されたペット樹脂は、飲料用ボトルにも数多く採用されています。リサイクルペット樹脂の採用により、石油由来のペット樹脂を使用する場合と比べて、年間で約22トンのCO_2排出量を削減できることになります。



プラスチックと金属など、異なる種類の素材を組み合わせた商品では、使い終わった容器がリサイクルしやすいように素材ごとに簡単に分別できるような工夫を施しています。リサイクルされた再生素材を活用するだけでなく、使い終わった容器のリサイクル適性の向上を積極的に進めています。



容器の易分解性設計の例

バイオマス資源の活用

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。サトウキビに代表されるバイオマス資源の有効活用は、地球規模での炭素循環のたまものと言え、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CO_2排出量が約7割強少なくてすみます。なお、この取り組みは、2011年に「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。

植物由来プラスチックを採用した商品には、上記のマークを記しています。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

お客さまとともに

お客さまとともに。お客さま起点による、安全・安心なモノづくりと情報発信に努めています。

安全・安心なモノづくりの推進

お客さまに安心して商品をお使いいただくための研究・生産活動をご紹介しています。

お客さま満足度向上を目指す応対

店頭でお客さまの期待にお応えし、ブランドや美容をご提案する応対面での取り組みについてご紹介しています。

消費者志向自主宣言

お客さまの声を真摯に受け止め、お客さまの声を活かした経営を推進しています。

お客様の声を反映する仕組み

お客さまから寄せられた貴重な声を商品開発やサービス向上に活かすため、取り組みを強化しています。

ユニバーサルデザイン

全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開発に取り組んでいます。

お客さまへの情報提供

お客さまの気持ちやニーズにお応えする情報づくりやウェブサイトの運営に努めています。

動物実験と代替法に対する取り組み

化粧品開発において、動物実験の廃止を目指した取り組みをご紹介しています。

安全・安心なモノづくりの推進

独自の製品安全性保証基準の制定

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が製品として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目指す」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、登録が必要な物質について全て把握し、必要な対応を行っています。

「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、品質と安全性をなにものにも優先し、お客さまに安心して製品をお使いいただけるよう、法令遵守はもとより自主基準として「グローバル品質ポリシー」を設けて品質の維持・管理に努めてきました。化粧品をはじめとし、医薬品・食品などについても品質と安全性を守るため「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ない、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、何からつくられているかの由来などの原料情報を世界中から収集・確認し、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GMP（Good Manufacturing Practiceの略称）、ISO22000、HACCP（※1）などの各種基準や自主規格を遵守することで常に高品質の製品を安定供給する体制を整えています。例えば、化粧品製造では、国際規格として制定されたISO22716（化粧品GMP（Good Manufacturing Practiceの略称））で規定されている全ての項目（例　組織・体制、構造設備、製造管理、検査など）を遵守し、徹底した品質管理のもとで生産した高品質「安全・安心」な製品をお客さまにお届けしています。

※1 HACCP :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。

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しています。また、製品事故が発生した場合に備え、お客さまの安全性を最優先にかつ速やかに事態収束に向けた全社的取り組みを実施できるよう対応マニュアルを策定し、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、リスクマネジメント部門に報告します。リスクマネジメント部門は、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、事業部門は市場対応等を進めます。

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「資生堂グループ倫理行動基準」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」ことを定めています。

広告・表示に関する法令の遵守状況

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」（平成29年9月29日厚生労働省医薬・生活衛生局長通知）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遵守しています。

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、これに付属する機関として「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、1年に2回、「法定表示セミナー」「広告表示セミナー」を開催し、広告・表示において医薬品医療機器等法を遵守するための知識を高めています。

健康と栄養

当社は「資生堂グループ倫理行動基準」で、お客さまに満足していただけるよう安全で優れた商品とサービスの提供に努めることを宣言しています。

食品事業におけるエシカルな取り組み

1. オーガニック

株式会社 資生堂パーラーのレストラン「FARO」*では、農薬や肥料の量を減らして栽培された有機野菜を使っています。コース料理の80%で有機野菜を利用しています。

* FARO（ファロ）：株式会社 資生堂パーラーの運営する東京・銀座のイノベーティブイタリアンレストラン

2. 砂糖・脂肪

株式会社 資生堂パーラー 銀座本店、銀座本店サロンド・カフェでは、糖質に配慮したメニューを提供しています。また、同社のレストラン「FARO」では上白糖100%カットのデザートや、ベジタリアン向けメニューとして動物性脂質を低減したコース料理を提供しています。また、資生堂グループは日本地域で健康美容食品を販売しています。主力商品であるコラーゲンのドリンク飲料*は全て脂質ゼロ、ノンカフェイン、保存料無添加です。株式会社 資生堂パーラーのレストラン「FARO」および、資生堂グループが日本地域で販売している健康美容食品では人工保存料を使っていません。

* コラーゲンのドリンク飲料：ザ・コラーゲンシリーズのドリンク飲料

3. その他

・多様な食生活のお客さまに対応できるよう、株式会社 資生堂パーラーではグルテンを使わない「グルテンフリーシリーズ」のレトルト食品を販売しています。(2019年4月1日発売)
・株式会社 資生堂パーラーの飲料製品「ビューティープリンセス」には、ヒアルロン酸やコラーゲンペプチドを配合しています。

お客さま満足度向上を目指す応対

ビューティーコンサルタントは、店頭でお客さまの期待にお応えし、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目指し、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（ＯＭＯＴＥＮＡＳＨＩ）」の心を店頭で具現化する行動指標を共有し、日々の活動に活かすと同時に、店頭における応対力や提案力の向上に向けて、これまでに培ってきた応対ノウハウや美容技術を凝縮した応対ソフトを開発・運用し、国際版応対ソフトとして活用しています。

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搭載し、店頭での応対に活用しています。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イクアップをシミュレーション体験できる「メイクアップシミュレーター」や、沢山の商品の中からお客さまに最適な商品をご提案できる「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」、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るための中国語（簡体字・繁体字）、英語、タイ語表示のコンテンツがあります。

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目指すと同時に、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、翌日には関連部門につなげる仕組みにより、お客さまの声を社内にスピーディーに共有できるよう取り組んでいます。

合わせて、2016年7月より国内のビューティーコンサルタントの更なる応対力の向上・活性化に向け、店頭でビューティーコンサルタントとともに活動し、成長を支援する職掌「リードビューティーコンサルタント」を導入し、常に成長し続ける環境づくりを通じて、さらなるお客さまの満足度向上を目指しています。

消費者志向自主宣言

資生堂ジャパン株式会社は、「美しい生活文化の創造」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に向け、消費者志向経営に取り組むことを宣言します。

1. 理念（資生堂グループ倫理行動基準「第一章 お客さまとともに」から抜粋）

(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。

(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。

(3) 私たちは、資生堂グループの全てのブランド価値を高めることに努めます。

2. 取り組み方針

(1) 経営トップの方針と社内浸透

資生堂ジャパン株式会社 代表取締役執行役員社長自らお客さま窓口と同じフロアに席を置き、お客さまの声に真摯に向き合います。経営トップとして理念を明確に打ち出すとともに、社員へのメッセージ等に頻繁に引用するなど、全ての企業活動がお客さま起点になるよう周知徹底します。

資生堂ジャパン株式会社
代表取締役執行役員社長 杉山 繁和

(2) コーポレートガバナンスの確保

資生堂ジャパン株式会社は、コーポレートガバナンスを企業が持続的な成長を実現するための基盤と位置づけ、その強化に継続的に取り組みます。 資生堂グループ内部統制システムの基本方針のもと、コンプライアンス委員会を設置し、消費者の安全・安心を脅かすリスクについては、その内容や状況により社内共有・トップ報告を定義し、体制を整備して、情報を迅速に共有します。

お客さまの声のモニタリング風景
（代表取締役執行役員社長 杉山）

(3) 社内関連部門との連携

フリーダイヤルやメール、手紙などでお客さま窓口に寄せられる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・ネットワーキング・サービス）上の投稿など、さまざまな場面や手法でお客さまの声を収集し、それらの情報をシステムで管理して、企業活動での価値づくりに活かします。
お客さまの声は、役員・研究所・工場・商品開発部門・マーケティング部門・営業販売部門に対し、会議体での報告や社内刊行物、メール配信などを通して迅速にフィードバック、企業活動につなげます。

(4) 従業員の意識の醸成

お客さま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、商品やサービスを向上させるため、社員の共育活動にも力を入れます。
それぞれ担当する業務や立場は違いますが、お客さまの声のモニタリングや社内セミナーを通じてお客さまのリアルな声に触れることにより、お客さま起点を意識し、業務を見つめなおすきっかけとします。

工場でのお客さまの声セミナー風景

(5) お客さま(生活者)の声を活かす仕組みづくり

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、商品や美容情報の開発・改良、サービスの改善に向け対応し、お客さま起点による企業価値の向上につなげます。
多くのお客さまに真摯に向き合い、資生堂商品を信頼してご愛用いただけるよう応対を強化することで、よりお客さまに寄り添った消費者志向経営を目指します。

(6) お客さま(生活者)・社会の要望を踏まえた改善・開発と情報提供

当社に寄せられたお客さまの声を商品・サービスの開発・改善に反映した事例をはじめ、資生堂の商品・美容・企業活動など多岐にわたる情報をホームページに掲載して紹介します。

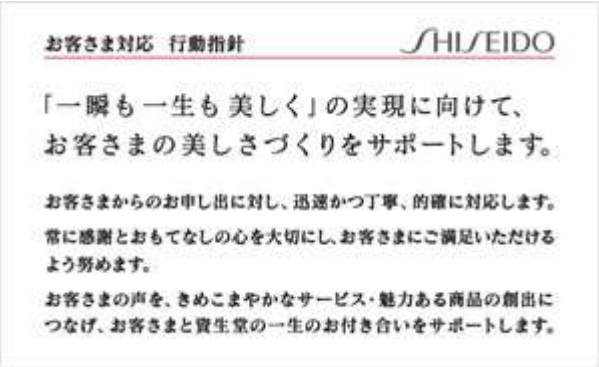
2018年6月
資生堂ジャパン株式会社
代表取締役執行役員社長

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・生活者起点」による企業価値の向上につなげています。
2017年1月には、資生堂ジャパン株式会社の消費者志向経営に関する理念や取組方針を記載した「消費者志向自主宣言」を公表しました。

お客さま対応 行動方針

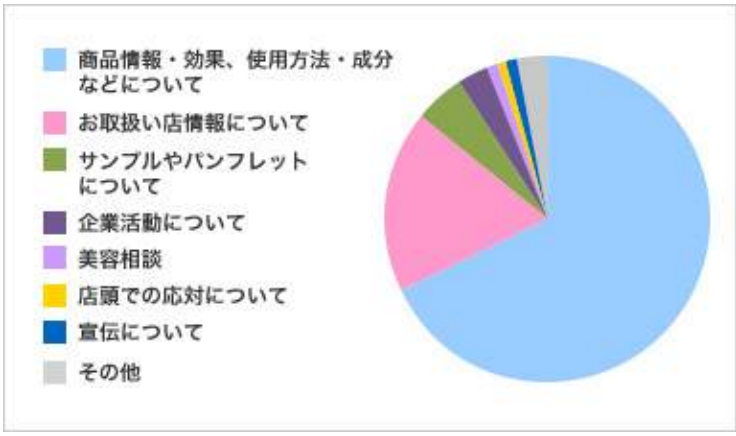
1968年に産声をあげた資生堂お客さま窓口は、2018年に設立50周年を迎えました。設立以来、お客さまからのご意見やお問い合わせには誠実かつ柔軟に対応し、お客さまのお役にたてる情報を発信してきました。当窓口は、「HDI-Japan」(※)が定める「クオリティモニタリング格付け」で2013年より4年連続で三つ星を獲得。さらに2016年は、「五つ星認証」を化粧品業界で初めて取得しました。多くのお客さまに真摯に向き合い、資生堂を信頼してご愛用いただけるよう、よりお客さまに寄り添った応対を目指していきます。



※HDIとは：1989年に米国に設立されたITサポートサービスにおける世界最大のメンバーシップ団体です。米経済誌フォーチュン・世界企業500社番付にランクインする多数の企業が加盟しています。HDI-Japanでは、多数の企業が加盟しており、サポートサービスの向上を目指して、企業のお客さま窓口の評価をする「HDI格付けベンチマーク」を行っています。

お客さまの声の収集・共有

日本では、フリーダイヤル、メールや手紙などで資生堂グループに寄せられる年間約15万件（うち商品について[68%]・お取扱い店について[18%]）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・ネットワーキング・サービス）上の声など、さまざまな場面や手法でお客さま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、お客さまから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。



（集計期間：2017年1～12月）

具体的な取り組み

さまざまなお客さまのご意見やお問い合わせに丁寧・迅速・正確な対応をするため、コンシューマーセンターでは事例研究や研修、各種マニュアルの作成と改訂をしています。2017年にはご高齢のお客さまの身体変化やお気持ちを体感するためのワークショップを開催しました。実際に高齢者疑似体験グッズを身に着けて電話応対シミュレーションを行い、電話の向こうにいらっしゃるお客さまの状況を想像することで、更にお客さまに寄り添う活動に繋げることが目的です。2018年3月に改訂した「お客さま対応担当者マニュアル」にもこの内容を反映しました。
また、ワークショップで得た体験とご高齢のお客さまから寄せられた声を関連部門に伝えることで、新商品の開発や改良にも活かしています。

お客さま・生活者視点を学ぶ社員への共育活動

お客さまが生活の中で化粧品使用時に感じられるお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、社員の共育活動にも力を入れています。工場の社員・営業やビューティーコンサルタントを中心とした販売第一線の社員など、それぞれ担当の仕事や立場は違いますが、実際のお客さまの声に触れ、お客さまの視点を意識することで、業務を見つめなおすきっかけの場としています。

2017年は実際に窓口に寄せられたお客さまの声を社員に届ける「お客さまの声セミナー」のほか、全社員対象のｅラーニングも実施しました。また、コンシューマーセンターでは窓口モニタリングを随時受け付けており、役員や監査役をはじめ、工場、研究所、品質管理部門、商品開発部門、マーケティング部門、販売部門、関係会社から毎年100名を超える聴講希望者を受け入れています。

国内外の工場で「お客さまの声セミナー」を開催

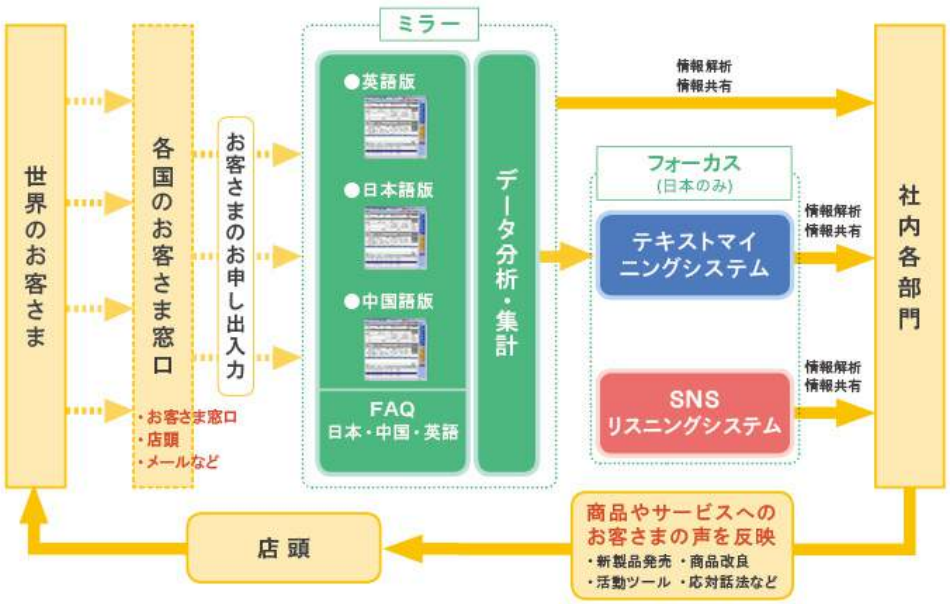
お客さま対応とお客さまの声情報活用の基盤を支えるシステム

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し、「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。「ミラー」は日本を含む約20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、お客さまの声を可視化することで、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

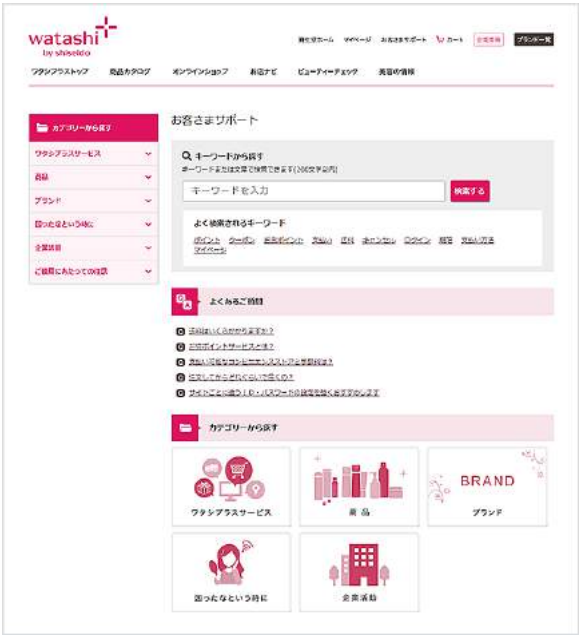


さまざまなお客さまとの接点拡大

若年層のお客さまは、SNS上で疑問やお悩みを解決するようになってきていることから、2015年より「Twitter」に、2017年に「Yahoo！知恵袋」にお客さまサポート用の公式アカウントを開設しました。
また、ホームページの「FAQ（よくあるご質問）」を、2017年10月にリニューアルしました。今後、お客さまが知りたいことを知りたい時に、スムーズに解決していただけるように利便性の向上を図ってまいります。
さらに、2018年2月に新たなコミュニケーションツール「LINEチャット」での美容相談サービスを開始し、若年層を中心としたお客さまへのサポート強化を図っています。
同年10月にはチャットボットを導入し、対応時間外でも美容相談に回答できる仕組みへと変更しました。さらに2019年1月にはお客さまの利便性と満足度向上を目的にWebBCとチャットボットの連携を開始しました。これを機にWebBCの後輩的な存在となるキャラクター「AIみみちゃん」を採用し、より親しみやすく、24時間いつでも相談できる窓口へと進化を続けています。
また、Twitterでは問合せ対応にとどまらず、お褒めに対するお礼やお困りの方へのサポートの充実、LINEへの誘導など、様々なチャネルを連携させることでお客さまの満足度向上と資生堂のファンづくりに取り組んでいます。

「LINEで美容相談」
LINEを活用することで、より気軽に便利に美容相談でき、スピーディーな対応が実現

チャットボットキャラクター「AIみみちゃん」



「よくあるご質問」知りたいことを知りたい時に解決

お客さまの声を反映した商品事例

綺麗のススメ　つやつやぷるんゼリー
スムーズに飲んでいただくための表示強化（2018年）

キャップをスムーズに開けていただけるように、開ける時に持つ目印のマークと説明文を大きくして目立つようにしました（写真①）。

また、ゼリーの固さが気になるお客さまにもスムーズに飲用していただけるように使用上の親切表示を大きく、太く、下線を付けて強調しました（写真②）。

お客さまのご要望にお応えして、2018年3月21日発売の綺麗のススメ新製品（白ぶどう風味、カロリーゼロ・パイナップル風味）から順次対応を進めています。

マキアージュ　ドラマティックスタイリングアイズ
ケース裏面に中味色を表示（2017年）

メイクアップアイテムについて、「ケースを開けないと中味の色がわからない」「他のアイテムと間違えてしまう」というお声をいただいていました。

2017年8月発売のアイシャドウ「マキアージュ ドラマティックスタイリングアイズ」は、ケース裏面に中味色を表示しました。

TSUBAKI　プレミアムリペアマスク
きざみのある使いやすいキャップを採用（2017年）

2017年9月に発売した「TSUBAKI プレミアムマスク」はキャップの側面にきざみを入れることですべりにくくなり、濡れた手でも使いやすいパッケージとなっています。

綺麗のススメ　つやつやぷるんゼリー
りんご＆さくらんぼ風味の定番商品化（2017年）

2016年6月に数量限定で発売した「りんご＆さくらんぼ風味」には、「とても美味しい」というお声を多くいただきました。お客さまのご要望にお応えして、2017年3月に定番商品として発売しました。

アウスレーゼ
持ちやすさ、使いやすさ、環境面にも配慮したパッケージへとリニューアル（2017年）

1980年誕生の男性用ブランド「アウスレーゼ」を、2017年2月に新ボトルパッケージへとリニューアルしました。お客さまに愛され続けるブランドを目指します。
既存のガラス瓶から、樹脂ボトルにリニューアルすることで、軽くなって使いやすくなった上、廃棄時の分別もしやすくなりました。
長年ご愛用いただいているお客さまに感謝の気持ちをこめて、中味も価格も変わることなく容量を10%増量しました。

マキアージュ　パーフェクトマルチベースBB 限定色（ナチュラル）の定番商品化（2016年）

2014年8月に数量限定で発売した「ナチュラル」の色がお肌に合うというお声を多くいただきました。お客さまのご要望にお応えして、2016年8月に「ナチュラル」を定番商品として発売しました。

シーブリーズ　デオ&ウォーター 注意表示をわかりやすく強化（2016年）

「シーブリーズ デオ&ウォーターが、カバンの中でこぼれた」などのお客さまの声を受け、注意表示を強化しました。

TSUBAKI　シャンプー・コンディショナー（レフィルタイプ） 区別がつきやすいようにデザインを強化（2016年）

シャンプー・コンディショナー（レフィル）」の識別性向上のために、本体の上部の色調を変更し、ひと目で差がわかるようにしました。

マキアージュ　ドラマティックムードアイズ
使い方がひと目でわかるフィルムを内蔵の新パッケージを開発（2015年）

アイシャドーのパウダーで鏡が汚れてしまうことなどを防ぐために内蔵していたフィルムを進化。「アイシャドーの付け方がわからない」という使用方法に関する悩みと、「上に乗っているフィルムを落としてしまう」「なくしてしまう」という使い勝手に関するお客さまの声を受けて、使い方を記載したイラスト入りのフィルムを内蔵し、更にコンパクトから外れないパッケージを開発。2015年8月発売のドラマティックムードアイズで採用しました。

ユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザインという言葉と概念は、ノースカロライナ州立大学の故ロナルド・メイス教授によって、1975年に提唱されました。

「個人の価値が尊重され、どんな人にもアクセスしやすい環境デザインや、どんな人にも分かりやすく使い勝手がよい商品デザイン」と定義されています。
自身も障がいがありながら建築家として活躍したメイス教授のこの考え方は、当初、公共施設を中心に日米で注目されていました。

しかし近年では、障がいのある方だけでなく、高齢者の生活環境にも配慮する意識を背景に、社会的な大きなテーマとなっています。

あらゆる生活者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、全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目指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、2005年にまとめた『資生堂ユニバーサルデザイン ガイドライン』をさらに発展させ、2017年、「安心・安全・使いやすさを優先に、魅力的なデザインを制作します」という基本ポリシーを設定し、よりわかりやすく、具体的なガイドラインにリニューアルしました。

現在、新たに開発する商品は、「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るか」を、前述のガイドラインに沿って商品開発に関わる部門で共有し、具体的な設計を進めていくこととしています。

「直観的に使いやすい設計か」「使用量や使い方が分かりやすく表示されているか」「最後まで快適に使用できるか」などを想定し、さまざまな体格や身体能力の人にも無理なく安全で、心地よく使える外装を目指しています。

<具体的な事例>
事例 2015年に発売された「プリオール」

スキンケアのディスペンサーは、適量が簡単に出せ、押しやすさに配慮。ワンタッチでとれるオーバーキャップつきで、間違えて押してしまうことや衛生面にも対応

使い方がわかりにくいメーキャップは、外箱そのものに使い方や仕上がりイメージを、カラー写真で視覚的にわかりやすくガイド

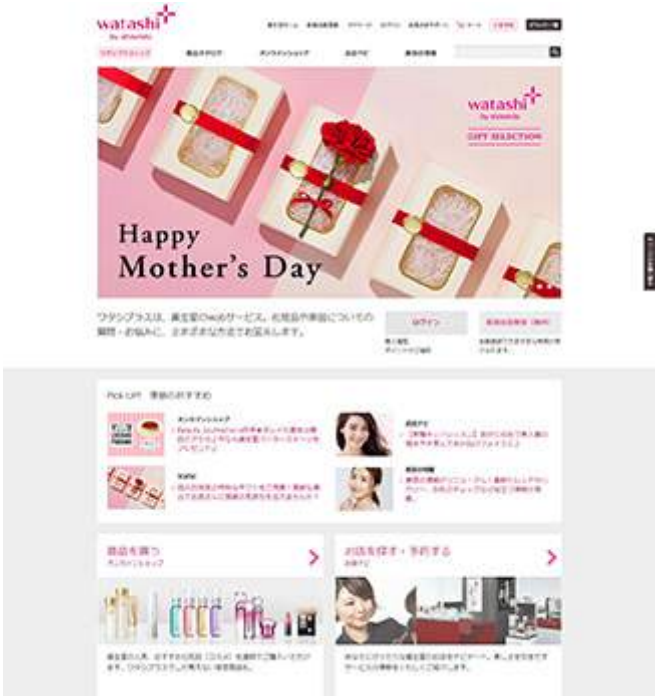
容器・パッケージの開発にあたっては、数多くの対象年齢のお客さまと直接面談し、日々の化粧行為の不便な点をヒアリングし、試作段階で実際に手にしていただくなどの調査を繰り返しました。そこから得られた要望を上の写真の容器やパッケージデザインに反映しています。

お客さまへの情報提供

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「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



ワタシプラス

視覚に障がいのある方のための取り組み

視覚に障がいのある方への音声情報提供

視覚に障がいのあるお客さまに向け、化粧品の基本的な使い方などを音声でわかりやすく紹介する「リスナーズカフェ」です。季節にあわせ、年4回発行している「おしゃれなひととき」も掲載しています。

見えない・見えにくい方のためのメイクアップセミナーの開催

セミナーの様子(動画１分46秒)

資生堂は、1984年から視覚に障がいのある方のための美容セミナーを開催しています。
「見えない・見えにくい方のためのメイクアップセミナー」は、日本盲人会連合メイクアップ推進事務局と協働で内容を構築し、視覚に障がいのある方が自分で化粧ができるようになることを目的としたセミナーで、2017年から日本各地で開催しています。

スキンケアからベースメイク、ポイントメイクを仕上げるまでの全ての動作を、耳で聞いて行えるように、資生堂スタッフが１つひとつの使用アイテムの形状や色調、使い方、手の動かし方、使用量などを、わかりやすく、口頭でガイドしながら、きめ細かくサポートします。

セミナー終了後には、ご自宅でも思い出しながら再現できるように、参加者全員に練習用CDをお渡ししています。

メイクの経験がない方、また始めてみたい方など、すべての方に、セミナーを通じて「化粧のちから」で笑顔になる後押しができればと考えています。

さまざまな世代のお客さまの健康のためにスキンケア・メイクアップができること

資生堂の強みを活かして人々の健康と社会に貢献し、持続可能な社会の実現を目指します。

全世代	メイクアップ	**資生堂 ライフクオリティー メーキャップ** ●がん治療による外見変化やあざ・傷あとなど、肌に深い悩みをお持ちの方へのメーキャップによってQOL（Quality of Life＝生活の質）の向上を ●専門施設「資生堂ライフクオリティービューティセンター」
社会人 高齢者	スキンケア メイクアップ	**資生堂ライフクオリティービューティーセミナー** ●「資生堂化粧療法」 高齢者ご自身でスキンケア・メイクアップすることで日常生活動作が向上
乳幼児	スキンケア	 ●赤ちゃんからのスキンケアでアレルギー予防 ●敏感な肌に、低刺激性デイリースキンケア「2e(ドゥーエ)」 ●赤ちゃんの肌にもお使いいただける深層ミネラル温泉水スキンケアシリーズ「アベンヌ」
子ども	スキンケア	 ●子どもたちの健やかな肌を守るために、洗顔方法や紫外線対策などの美容生活情報を発信 ●スペシャルサイト「キッズのためのキレイクラブ」

プレママ(妊婦) ママ	スキンケア		●デリケートなプレママ・ママもスキンケアで肌も心も元気に ●やさしく心地よいアベンヌで、敏感な時期にも肌がよろこぶスキンケアを。
敏感肌の方	スキンケア メイクアップ		●肌あれを繰り返すデリケート肌を考えた低刺激設計の化粧品「ｄ プログラム」 ●深層ミネラル温泉水スキンケア「アベンヌ」。美しい肌を保つための生活改善ポイントや肌悩み別の対策をご紹介

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

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です。

動物実験と代替法に対する取り組み

一部の国とは

中国においては、化粧品の安全性を保証するために動物実験を含めた安全性試験が要求される場合があります。

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する

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・拡大に務めてきました。

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。

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さま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 [PDF:279KB]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、資生堂では中国のリサーチセンターと日本のリサーチ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を、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、知識を広く共有化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して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」という思いもお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でしょうか。

円卓会議を振り返って

（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

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っ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え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。

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第五回「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：　2013年1月25日（金）13：00 - 15：40
場所：　資生堂汐留オフィス会議室

資生堂では、化粧品における動物実験廃止を目指し、2010年よりさまざまなステークホルダーの方々とともに円卓会議を継続的に開催してきました。
第五回となる今回の目的は、

（1）2012年度の資生堂の取り組み成果の報告
（2）EU、中国、日本における最新動向の共有
（3）その上で、資生堂が2010年3月に発表した「資生堂は、お客さまに安心して化粧品をお使いいただけるよう安全性を厳格に守りながら、動物愛護の観点から化粧品における動物実験の廃止をめざします。今後は、動物実験廃止の取り組みに最も先進的であり2013年の廃止をめざしている欧州の法規（EU化粧品指令）にあわせ、資生堂は動物実験の廃止を推進していきます」に対する最終結論（機関決定）を導くうえで、参加者の方々のご意見を反映させること

として開催しました。

■ **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
河口 真理子 氏	株式会社大和総研 調査本部 主席研究員
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
山﨑 恵子 氏	動物との共生を考える連絡会
（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

資生堂の2012年度の主な取り組み進捗と成果

資生堂より、2012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）実験動物使用数

2012年度の見込みは、2001年度比16%で、当初見込みより減少する予定です。（2013年1月現在）

（2）社内の安全性保証体系の構築状況について

動物実験を行わずに安全性を保証する仕組みとして、原料情報やメーカー情報などの「情報による保証」、細胞を用いて安全性を評価する試験法（in vitro）及びコンピュータシミュレーションを利用した試験法（in silico）による「代替法による保証」、そして医師管理下での連用試験やヒトパッチテスト等の「ヒトによる最終確認」の3ステップによる「 安全性保証体系 」の確立を進めてきました。
新たに開発した複数の代替法や予測システムを組み合わせることにより、これまで確立していなかった光感作性や反復投与毒性など6項目の安全性についても評価が可能となる見込みです。これにより、この3月末までに社内の安全性保証体系の確立に目処が立ちました。

（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」の設立

本検討会は、社内の安全性保証体系に関して、資生堂一社の自社視点のみだけではなく、科学的な妥当性があるか、さらに客観性を高めることができないか、また社会受容性があるか等、社外の有識者7名と資生堂の研究者約10名で検討することを目的に設立したものです。2012年度は既に2回実施し、2013年2月に3回目の開催を予定しています。

（4）代替法の社会受容性・認知の獲得について

日本化学工業協会や日本化粧品工業連合会のワーキンググループでの検討・提言、学会発表や雑誌投稿など、継続的な活動を行ってきました。

欧州および中国、日本の現状について

資生堂より、欧州および中国、日本の現状を報告するとともに、参加者の方々からもさまざまな情報が発表されました。主な内容は以下の通りです。

（1）欧州の最新動向について

- これまでは「EU化粧品"指令"」であったものが、「EU化粧品"規則"」となり、EU加盟諸国が国内法に採択することなく 、法的拘束力を持つものとなりつつある（本年7月末で完全移行）。
- 2013年3月の期限までの代替法の完全な開発は困難なこと等を主な理由に、何らかの緩和措置が欧州委員会から出されるだろうとの見方が大勢を占めていたが、2013年1月現在、特に修正案は出されていない。したがって、当社は、"2013年3月11日には自動的に全面禁止"となる可能性が高いと考えている。
- 動物実験全面禁止後の欧州域内における安全性担保について、「欧州化粧品指令」では、企業が製品技術文書（ドシエ）において、製品及び原料の安全性を担保しなければならないと定めているが、使用できるデータは、禁止前に実施された（現在禁止されていない）動物実験データ、代替法・ヒト試験結果・文献情報のみとなる。

（2）中国の現状と今後の動向について

- 中国における化粧品は、一般化粧品（日本で言えば、化粧品に類似）と特殊用途化粧品（日本で言えば、医薬部外品に類似）に分類されるが、中国政府は、一般化粧品及び特殊用途化粧品の薬事申請について、最終製品での動物実験による安全性保証を要求している。
- また、欧州や日本で安全性が確認されている原料であっても、"中国にとっての"新規原料扱いとなることがあり、動物実験による安全性保証が要求される。
- 実験施設や方法についても、中国政府より指定される構造となっている。
- 現時点では実効的な代替法開発への取り組みも活発に行われている状況ではなく、動物の福祉の向上や実験廃止に向けた機運は、あまり高まっていないのが現状である。

（3）日本の現状と今後の動向について

- 現在、医薬部外品に用いる新規原料について、添加剤の場合は安全性８項目、有効成分の場合はそれに加えさらに全身毒性3項目について、動物実験による安全性保証が求められている。
- 2006年7月19日付の厚労省事務連絡質疑応答集では、動物実験代替試験法等の利用に関して「OECD等により採用された代替試験あるいは適切なバリデーション（＊）でそれらと同等と評価された方法に従った試験成績であれば、当該品目の申請資料として差し支えない」との記載がある。
  ＊バリデーション…公的な研究機関が客観的に試験法の妥当性を検証すること
- また、2011年2月4日付の厚労省事務連絡には、代替法の利用について再確認するとともに、試験法については「JaCVAMの情報も参考」にするよう記載がある。

資生堂では、2010年3月に「EU化粧品指令にあわせ2013年3月までの化粧品の動物実験廃止をめざす」との方針を示しました。
EUや中国、日本の動向を踏まえた上で、現時点では、日本における今後の医薬部外品申請については、①既存の動物実験データの活用、②代替法によるデータ取得、③科学的根拠に基づく説明、を組み合わせて行う方針です。一方、中国については、現状を鑑み、動物実験は継続せざるを得ない状況にあると考えています。
これについて、2013年3月までに当社としての最終結論（機関決定）を出す予定です。

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】中国における動物実験の継続が避けられないのであれば、まずは実験施設の環境について、日本の、もしくは資生堂としての基準が守られているかの第三者チェック体制整備を検討してはどうかと思います。最近ではCSRの観点から、環境マネジメントシステムを導入していない企業とは取引しないと宣言する企業も出てきていますから、同じように動物実験についても、「この基準を守らなければ取引はしない」という形で取引先企業に影響を及ぼすことはできるのではないでしょうか。遵守状況についての内容のアンケートを配布して回答を求めるのも、周知・啓発という点で大きな意味があると考えます。
また、日本においては、「手続保障」が全体的に弱い傾向があるように思います。動物愛護法に基づく基準（実験動物の飼養及び保管並びに苦痛の軽減に関する基準）により、実験動物の適切な飼養方法などが定められていますが、それが本当に守られているのかを、しっかりと確認していく必要があります。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授

【ご意見】化粧品も医薬部外品も「お客さまの安全を保証しなくてはならない」点は何も変わりませんし、安全性試験もほぼ同じです。ただ医薬部外品には、薬事法に基づく申請システムがあり、そこで動物実験による安全保証を求められるケースがあるということです。資生堂はすでに、化粧品に関する十分な独自の安全性保証体系を持っているので、新たに設置された討論会を活用した専門家の検証なども経て、その保証体系を医薬部外品にも応用できるよう認知を広めていけばいいのではないでしょうか。その中で、他社からもまた別の保証体系が提案されてくるかもしれません。動物実験なしの安全保証が社会から認められるようにしていくためには、そのようにして行政当局から「妥当」と認められるだけの既成事実を一つずつ積み上げ、公開し議論していくことが長い道のりかもしれませんがリーディングカンパニーの資生堂が果たすべきことではないかと思います。

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】中国問題について欧州等では、これまで動物愛護団体から「動物実験をしていない」と認定されていた企業が、中国に市場を展開していることで認証取り消しとなるケースが相次いでおり、企業が「中国市場から撤退しろ」と迫られるケースも見受けられます。しかしながら、以前この会議でも「一企業、一団体で対応できる問題ではない」という意見が出されていたように、まさにユナイテッドフロントで取り組んでいくべき課題だと思います。
「（一部医薬部外品において）政府が動物実験を義務付けている日本と中国の問題は同じではないか」という向きもありますが、日本では新規原料の開発をしなければ動物実験の実施は義務ではなく、企業の判断で即時廃止が可能です。制度状況やアプローチ方法を同一視することは妥当ではないと考えています。
円卓会議の開催や企業内取り組みの開示、新たな討論会の設置など資生堂のこれまでの姿勢を評価してきましたが、今後の機関決定の結果によっては、当会はそれらの評価を白紙撤回せざるを得ません。そうならないように願っております。

河口 真理子氏／株式会社大和総研 調査本部 主席研究員

【ご意見】五回目の会議ということで何らかの結論が出るかと思いましたが、逆により難しい課題が見えてきたというのが感想です。資生堂さんのこれまでのさまざまな努力には敬意を表しますが、これは一企業だけでなく消費者の問題でもあると思います。消費者が「美白」などの効能を求め続ける限り、そして「国が医薬部外品という範疇でその効能を認めている」根拠になっているのが動物実験だという構図がある限り、動物実験を完全に廃止するのは非常に難しいと感じるからです。その意味で、消費者に対しても、自分たちが変わることで企業も変わりやすくなるんだというメッセージをもっと打ち出していく必要があると思います。
また、中国での動物実験の問題については、一企業だけで対応できるものではありません。欧州との協力も必要ですし、日本や欧州のNPOも批判するだけではなく、中国国内のNPOに働きかけて協力していくことなども視野に入れるべきではないでしょうか。

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】資生堂の取り組みの中で、企業として自社が進めている安全性試験の代替法はこれでよいかどうかについて、社外の有識者や専門家の意見を聞く討論会の場を新たに設置されたことは、大変素晴らしい取り組みであると思います。今後も継続的に進めていかれることを期待します。
動物実験については、安全性保証の点で遺伝的に均一に作出された実験動物を用いますので、得られる結果についてはヒトの集団に比べて個体差が少ないなどさまざまな優れた点があり、個体レベルでの毒性を調べる方法としては、現在最も信頼できる方法であるのも事実です。一方で、開発されてきている代替法については、数多くの化学物質の有害作用について、簡便で安価に、そして迅速にスクリーニング（選定）できるなどの長所があります。したがって現在、環境中に存在する約２万種類ともいわれる既存化学物質の毒性を調べ、有害性のある物質については少しでも早期に身の回りからの排除するにはきわめて有効です。そうした代替試験法のメリットを打ち出していくことも、社会的受容の獲得につながるのではないでしょうか。
中国での動物実験については、実験施設の環境・設備もまだ開発段階で、日本と同等にGLPレベルの信頼できるデータが得られるレベルではないと聞いていますので、その点も懸念されます。

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】動物実験の廃止問題について、消費者の中には動物実験なしの安全性保証に不安を抱く人がいることも事実です。その不安を解消するためのリスクコミュニケーションにも力を注いでいただきたいと思います。
化粧品と医薬部外品のうち、医薬部外品は厚生労働省が安全性を所管していますが、動物実験なしでの申請に許可が下りなかった場合は、ただ単に「役所が認めてくれなかったので、動物実験を続けます」というのではなく、一般消費者に対して可能な範囲で情報提供をしていただけるようお願いします。一般の消費者の中には化粧品と医薬部外品の違いを正確に認識していない方もいますので、この機会にその両者の違いや動物実験は安全性を確認するものだといったことを、より広く知ってもらうことができればと思います。

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】動物実験なしでは製品の製造・販売ができない中国の制度が不合理だという声がありますが、日本の制度にしても、なぜ医薬部外品には薬事法に基づく安全性保証が強く求められ、化粧品は自社保証でよいのかなど、外から見れば不合理だと思われる部分もあるでしょう。その意味では、日中両政府には「根本的な」違いはないという言い方もできます。
そう考えると、代替法の開発などはもちろん重要ですが、根本的な解決は何よりも「制度の合理化」なのではないでしょうか。例えば代替法では安全性保証が不十分だと行政当局に判断され、やはり動物実験を廃止できないということになった場合に、非難されるべきは企業なのか、当局なのか。どちらをまず念頭に置くべきなのかという問いは、当然出てくるべきことだと思います。

山﨑 恵子氏／動物との共生を考える連絡会

【ご意見】中国での動物実験の問題は、当局の規制の側面のみが目立ってしまいますが、すでに禁止された国からの「実験動物の輸出」という側面もあり、非常に難しい問題だと思います。中国政府にも、製造技術や外貨獲得、動物実験産業の保護という意図も多少はあるのではないでしょうか。資生堂さんがそうであるということではなく、このような動物実験が許容されてしまうような地域で、実験が拡大するようなことがあってはならないということを申し上げたいのです。
また、河口さんがおっしゃったように、動物実験をなくすには「消費者が変わる」ことも必要だと思います。消費者教育は、これまで動物福祉団体が「もっとできないだろうか」と悩み、苦労してきた部分でもあります。例えば「医薬部外品と化粧品はこう違うけれど、あなたはどちらを選びますか」といった啓発活動をもっとやっていく必要があるのかもしれません。

（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

【ご意見】今回の会議では、資生堂さんの機関決定を前に、課題がさらに明確になりました。中国の現状、そもそもの合理性、そして、非難されるべきなのは誰なのかといった、さまざまな問題が議論されました。動物実験を「ゼロにしていく」ことを目指すと同時に、制度面を含め現在の状況が果たして適切なのかを、常に確認していく必要があるということです。また、消費者への啓発については、各社が自社製品の特性を説明するだけでなく、世の中にある「医薬部外品」とはこういうものだという、一般的な情報提供を共同で進める必要があると感じました。
これまで五回の会議を重ねてきましたが、明確に進歩があったといえるのは、資生堂さんの取り組みのみだと思います。それ以外の行政・同業他社・消費者への働きかけなどについては、社会状況や海外の動向など、外部要素が大きいこともあって難しい状況のままです。今後、さらにそうした部分に踏み込めるように、この円卓会議の枠組みや取り組みを次の段階に移行していく必要性を感じました。

第五回会議を受けて

2013年3月末には当社の新安全性保証体系が確立される予定ですが、それだけで問題が解決されるわけではありません。欧州においては、動物実験が完全廃止となると見込んでいますが、特に中国、そして日本にも残る課題を解決する必要があります。
効能のある成分を消費者に届けたい、あるいはそれを求める方々がいる一方、「美しさに犠牲はいらない」と考える消費者も多くいらっしゃることも認識しています。また、日本の行政当局から動物実験をしない安全性保証では不十分だという判断を受けた場合にどうするのか。例えば医薬部外品としての申請をあきらめ化粧品として販売するなどの選択肢もあり得るでしょう。
また、代替法の開発は3月で終わるわけではなく、今後もずっと続けていかなくてはなりませんし、中国での展開もこれからは考えていかなければならない状況になるでしょう。公定化に向けた日本政府への働きかけも重要であり、継続していかねばならないと、今日の会議を通じて改めて感じました。
今後発表する資生堂としての機関決定の際には、今日皆さんからいただいた意見を経営にしっかりと伝えた上で、十分な議論をして判断したいと思います。

執行役員 岩井 恒彦

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第四回「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：　2012年5月30日（水）9：00 - 12：30
場所：　資生堂汐留オフィス会議室

資生堂では、化粧品における動物実験廃止を目指し、2010年よりさまざまなステークホルダーの方々とともに円卓会議を継続的に開催してきました。

第四回となる今回も、これまでにご参加いただいた皆さまにお集まりいただき、資生堂から2011年度の取り組み成果を報告すると同時に、各ステークホルダーの皆さまからは、関連する最新動向や廃止に向けて取り組まれてきた成果や進捗をご案内いただき、共有しました。
後半の議論では、今後に向けた課題や解決に向けて、各ステークホルダーが何をすべきか、協働の可能性などについても熱心な意見交換が行われました。

■ **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
河口 真理子 氏	株式会社大和総研 調査本部 主席研究員
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	埼玉大学大学院経済科学研究科 客員教授
山﨑 恵子 氏	動物との共生を考える連絡会
（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

資生堂の2011年度の主な取り組み進捗と成果

資生堂より、2011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）実験動物使用数

2011年度の実績は、2001年度比9%です。当初予測は32%でしたが、東日本大震災による原料開発の遅れの影響もあり、低めの実績となりました。2012年度は2001年度比で22%となる見込みです。

（2）動物実験審議会への外部委員の参画

動物実験審議会は、2011年度より皮膚科医師、獣医師、弁護士の計3名を外部委員とし、体制を強化しました。審議会は、資生堂の本社社員と研究員7名を加えた、合計10名で構成され、2011年度は計5回開催しました。

（3）社内「安全性保証体系」の構築と社会受容性の獲得（認知活動）

社内における安全性保証 [PDF:75.2KB]については、「情報による保証」、「代替法による保証」、「ヒトによる最終確認」という体系構築を行い、2013年スタートを目指して検討を進めています。
特に代替法については、細胞を用いて安全性を調べる試験法（in vitro）、コンピュータによるシミュレーションを利用した試験法（in silico）を組み合わせて開発を進めています。社内で行なっている安全性保証11項目のうち、すでに5項目は開発済み、5項目についても最終段階に近づいていますが、光感作性（光との複合作用により引き起こされるアレルギーなど）については継続研究中で、今後の課題となっています。
一方で、社内で開発したこの安全性保証体系に対して、科学的に妥当であると社会から認められることも体系確立のためには重要であると考えています。日本化粧品工業連合会におけるワーキンググループでの理解・普及、活用を進めるための活動に加え、科学的観点やヒト倫理の観点から社外有識者からの意見聴取を行なってきました。今後、社外有識者による討論会を開催し、より高い信頼性を目指して取り組んでいきます。

（4）脱動物実験下での新たな価値創造

脱動物実験を進めるためにも新たな価値創造に力を入れて取り組みました。従来重視してきた高い効果感を訴求する「機能価値」だけではなく、感性やこだわりといった「情緒価値」やお客さまの嗜好を汲んだ「使用感価値」をあわせた、トータルな価値を提供していくために、日本だけではなくグローバルな視野で、お客さまのニーズやウォンツを見極め、すでに私たちが持つ技術をより有効に活かしていこうと考えています。

（5）代替法公定化への取り組みの進展

開発した代替法の公定化（各国・地域の法制度において正式な実験方法と認可されること）に向けた取り組みも進めています。2011年度も感作性試験代替法と眼刺激性試験代替法の2つの代替法の公定化に向け推進しました。今後も引き続き取り組んでいきます。
また、「 医薬部外品等の安全性試験法に関する代替法ガイダンス検討会 [PDF:75.1KB] 」に日本化粧品工業連合会のメンバーとして参画し、代替法の利用促進に向けた活動を推進しました。

（6）他社への働きかけ

動物実験廃止の取り組みへの認知度を高めるために、他企業への働きかけとして、NPO法人サステナビリティ日本フォーラム主催の「ステークホルダーエンゲージメント勉強会」（2011年12月）に岩井がパネリストとして参加し、本円卓会議の取り組みなどについて発表しました。動物実験廃止という社会問題の解決に向けて、複数のステークホルダーと協働で取り組むエンゲージメントの重要性をお伝えし、他業種の企業からも大きな反響を受けました。

ステークホルダーの皆さまからの主な取り組み進捗と成果の共有

ご参加の皆さまからは、動物愛護法改正に関する状況や代替法研究開発の最新動向についての情報提供のほか、特に市民団体が中心となって実施した、動物実験廃止に関する院内集会や政府への申し入れについても報告いただき、情報の共有を図りました。

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 弁護士、第一東京弁護士会環境保全対策委員会 副委員長、日本弁護士連合会公害対策・環境保全委員会委員、ペット法学会会員

【ご意見】現在、動物愛護法改正に向けての審議が国会で進められており、今回の改正ではないとしても、今後、動物実験施設等の届出制が導入される流れが強まると考えています。しかし現時点では、実験施設の数や動物の飼育数などの情報の公表は任意となっており、動物愛護法にある実験動物基準に加えどういった自主基準が設けられているのかについても、第三者による検証は困難です。その意味で、資生堂の動物実験審議会への外部委員参加は高く評価できると思います。
また、動物実験が許されるのは、その目的や行為の内容が社会的に相当と考えられる場合に限定されると思います。つまり、社会的に見て、動物実験の必要性があり、その実験内容に許容性がある場合にのみ、正当行為として許されると考えられます。必要性と許容性という、この2点に関するさらなる検証を進めて、ぜひ法律よりも先んじた仕組みづくりをお願いしたいと思います。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授、元資生堂代替法開発研究所長、日本動物実験代替法学会元会長、元日本化粧品工業連合会技術委員会動物実験代替専門委員会委員長

【ご意見】動物実験の廃止を実現するためには、当然ながら製品の安全性確保が大前提となります。そのためには包括・概念的な議論とともに、研究者がより専門性を高めるための、個別・具体的で実践的な討論の場が必要だと感じます。以前、他社の石鹸製品によるアレルギー発症問題がありましたが、そうした問題も、安全性分野における専門家がきちんと目を配っていれば防げたのではないかという気がしてなりません。また、こうした事故が起こった場合、「動物実験なしでも安全性を確保できる」という前進事例が他になければ、「やはり動物実験を廃止するのは危険だ」という「揺り戻し」が起こりかねません。その意味でも、資生堂の安全性保証体系の構築について、外部専門家の意見を取り入れ、検証するプロセスは非常に重要だと思います。同時に、取り組みの進捗状況について積極的に情報の発信・共有を進めていっていただきたいと思います。

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】今年4月に、NPO６団体と１企業の連名による「化粧品の動物実験廃止および動物実験の代替に関する総合的施策を求める要請」を与党民主党及び環境省、厚生労働省に提出しました。同月の厚生労働省の事務連絡「皮膚感作性試験代替法及び光毒性試験代替法を化粧品・医薬部外品の安全性評価に活用するためのガイダンスについて」の公布につながるなど成果をあげることができました。
また、5月にはNPO６団体で「化粧品の動物実験を考える院内集会」を開催し、超党派の議員35名、一般60名以上の参加を得ました。化粧品の動物実験の実態を説明し、その廃止に向けて代替法開発・公定化への取り組みが遅れている現状を改善すべきだと訴えましたが、今後も議員に対してさらに働きかけていく必要性があると感じています。
資生堂がこのチャレンジングな課題に取り組んでこられたのは、「動物を犠牲にしたくない」という消費者の倫理的価値を重視していただいたからこそだと理解しています。
4回の会議を経て、この円卓会議としても、2013年の期限に向けて新たな一歩を踏み出す必要があるのではないのでしょうか。

河口 真理子氏／株式会社大和総研 調査本部 主席研究員、社会的責任投資フォーラム理事＆運営委員、東京都環境審議会委員

【ご意見】動物実験廃止に向けて、資生堂という一企業がこれだけ経営資源を投入して取り組まれているのに、行政がそれに十分応えられていない現状なのは、日本社会において、動物実験はなくすべきというコンセンサスがないからだと感じました。まずはそもそも動物実験とは何か、何のために必要か、代替法とは何かという構図への理解を広げ、「動物実験廃止」が社会的コストを投ずるに足る意義ある取り組みだというコンセンサスを確立する必要があるのではないでしょうか。それも、一社だけではなく化粧に関わるさまざまな人たちを巻き込んでいくことです。例えば、いわゆるコスメフリークに「これは自分たちにも関係する問題だ」という意識を持ってもらうために著名なメイクアップアーティストに協力してもらう、あるいは消費者関係のNGOなどとの協働を強化することなど。また既存のメディア以外にもインターネットやSNSの活用も効果的だと思います。

田中 憲穂氏／鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授、（財）食品薬品安全センター秦野研究所 研究顧問、日本動物実験代替法学会元会長

【ご意見】私はこれまで30年間、代替法の開発一筋に取り組んできましたが、純粋に科学的な観点から言えば、動物実験は代替法の開発においても、動物個体における現象や毒性発現のメカニズムを熟知するためにも必要です。最近の研究について報告しますと、これまで5年間取り組んできた新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）での試験法開発プロジェクトが終了し、現在、その開発した試験法の検証を行っています。また、化学物質の安全性を規制するための「化学物質審査規制法（化審法）」で定められている28日間反復投与試験について、経済産業省が代替法研究をスタートさせることを決定し、私もメンバーに加わっています。ただ、開発した試験法の客観的評価のための資金が圧倒的に不足していることが最大の問題です。なんとか社会全体を広く巻き込んで、金銭面だけではなくさまざまな形のサポートを得ながら、さらに代替法の開発を推進していきたいと思います。

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、農林水産省農林水産技術会議評価専門委員会・東京都食品安全情報評価委員会・東京都港区食品衛生推進会議等の委員

【ご意見】動物実験の廃止は重要な課題ですが、それは代替法の確立による十分な安全性確保があってこそでしょう。その意味でも、資生堂が社内の安全性保証体系に拙速に走るのではなく、慎重な姿勢で取り組みを進めていることをまず高く評価したいと思います。
また、「メディアが取り上げないから社会の認知度が高まらない」というご意見もありましたが、やはり時間や紙面の制約、インパクトを考えると、「よくやっている」取り組みは、残念ながら、不祥事などに比べてなかなか扱われにくいのが現状ですし、記者の知識不足という問題もあるかもしれません。一方で、情報を受け取る側も、黒か白か、と言った単純な受け止め方では問題の本質は理解できません。取り組みの背景も含めて理解してもらえるよう、私たちメディア関係者の努力が必要だと感じました。基礎的なリテラシーを高めるために、例えばメディア向けの勉強会を開催するなども一案ではないでしょうか。

藤井 敏彦氏／埼玉大学大学院経済科学研究科客員教授

【ご意見】資生堂の取り組みはこの１年で大きく前進し、JAVAの活動も非常に素晴らしいと感じました。この動きが、いろいろな意見を吸収しながら日本におけるいい前例になればと感じました。一方で、日本社会は「ゼロリスク」を求める傾向が強く、リスクが顕在化したときには過度に感情的な反応が起こりやすい特質があります。動物実験の場合でも、何か一つ事故などが起これば、事故を起こした企業への制裁にとどまらず、動物実験廃止という流れそのものがストップしてしまう恐れがあり、その意味で、社会的受容性を重視することは必須です。
先日注目を集めた「コンプガチャ」問題では、業界内での自主規制の対応が間に合わず、ひとつのビジネスモデルが廃止に追い込まれました。この例を見ても、業界内での足並みを揃えることも重要です。資生堂が業界を取りまとめてさまざまな活動を進めていることは、その点で大きな意義があるのではないでしょうか。

山﨑 恵子氏／動物との共生を考える連絡会 幹事・農林水産省獣医事審議会元委員・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター薬理部 新規試験法評価室（JaCVAM）顧問会議委員

【ご意見】環境省が動物愛護法改正に向けて設置した検討小委員会でも、動物実験が議題として取り上げられましたが、議論がそもそもかみ合っていないと感じました。廃止が望ましいのですが、医薬品開発なども含めた全廃には、現実にはまだまだ時間がかかります。まずは取り扱い施設の届出制導入や飼育現場の環境改善などをファーストステップとして実現していくなど、二段階の取り組みが必要だと考えます。
また、JaCVAMなど代替法の研究・開発の促進に向けて重要な役割を担う組織、個別プロジェクトでは資金面での課題を抱えています。企業や動物愛護団体などが集まって、「代替法サポートファンド」のようなものを作れないか、また、企業が大学で専門家育成のための寄附講座を開催できないか、など、垣根を越えたステークホルダー間での協働がますます必要になってきていると感じます。

（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

【ご意見】これまでも「社会的な認知の向上が必須」というご意見が皆さまから出ていましたが、社会に向けて、この問題の構図をわかりやすく伝えることと、その構図に有効な働きかけをすることの、二つの動きを同時に進めることが非常に重要です。「構図をわかりやすく伝える」ためには、私たちが続けてきたこの対話のプロセスを社会に伝える機会が重要だと感じます。それも、専門家向けだけではなく、「動物実験はなぜ、どんな場面で行われているか」「化粧品開発はどういったプロセスで進められるのか」といったレベルからの情報を広く一般の人にも理解してもらえるよう開示することが大事です。賛成・反対という二項で是非を問うのではなく、理解と啓発の基盤となる情報共有の場が必要です。メディアの注目を集める仕掛けにもなるでしょう。この円卓会議での議論も、第一回以来、ずいぶん深化してきました。その動きを開示する意義は大きいと思います。

第四回会議を受けて

これまでの円卓会議の過程で出された課題として、

① 代替法の開発と実用化の推進
② 他社への働きかけ
③ 行政への働きかけ
④ 消費者への働きかけ

4つの項目を確認してきました。

さまざまな立場にあるステークホルダーがどう連携し、どのような取り組みをしていくのか、という議論を続けてきました。今回、代替法の開発と実用化の推進、あるいは行政への働きかけという課題に対して、一つの成果が見られたと感じています。それは、「代替法活用に関するガイダンス」が厚生労働省から発出されたことです。
資生堂が業界団体とともに省庁に働きかけ、また動物愛護・福祉団体が政治家に働きかけたことが、大きな後押しになったのではないでしょうか。これは、この円卓会議を通じて共通の課題に向き合ってきたひとつの成果だと思います。

EU化粧品指令の動向は依然として不透明な状態ですが、報告しましたとおり、資生堂は今後も廃止に向けた取り組みを推進していきます。2012年度は、代替法の開発に加え、新たな安全性保証体系に対する社会的認知の拡大にも注力していきます。
その上で、ステークホルダーエンゲージメント、つまり外部の皆さまの力を借りて一緒に課題解決に取り組もうという姿勢はますます重要になってくると認識しています。今回いただいた示唆に富むご意見やご提案などを受け止め、どのように実現していくことができるか積極的に検討していきたいと思います。

執行役員 岩井 恒彦

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

ステークホルダーエンゲージメントに関する社外勉強会で「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」について発表

NPO法人　サステナビリティ日本フォーラム主催『ステークホルダーエンゲージメント勉強会』※に、当社の執行役員の岩井恒彦がパネリストとして参加しました。動物実験廃止に向けた取り組みと合わせ、エンゲージメントの具体的事例として円卓会議について発表するとともに、パネルディスカッションでは有識者や参加者の方々と意見交換を行いました。

※『NPO法人　サステナビリティ日本フォーラム』は、日本における持続可能な社会の構築を目指し、セミナーや勉強会を通して情報発信や交流を進めているNPO団体。

NPO法人　サステナビリティ日本フォーラム主催の『ステークホルダーエンゲージメント勉強会』概要

開催日時：	2011年12月14日（水）13：30 - 16：30	
場所：	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社新宿ビル	
パネリスト：	後藤 敏彦氏	NPO法人　サステナビリティ日本フォーラム 代表理事
	山﨑 恵子氏	動物との共生を考える連絡会
	岩井 恒彦	株式会社 資生堂 執行役員
モデレーター：	川北 秀人氏	IIHOE［人と組織と地球のための国際研究所］代表
参加者：	45の企業や団体から34名	

今回の勉強会に至る経緯

グローバル化が進み、立場や主張の異なる人々が存在することにより、社会問題は複雑化しています。国のトップダウンのガバナンスにより経済成長を成し遂げるという20世紀型のシステムが十分に機能しているとは言えない状況になった昨今、国内外の企業で、利益追求だけでなく、複数のステークホルダーとエンゲージメントし、社会問題の解決を図る方法が模索されています。当社の化粧品の動物実験廃止に向けた円卓会議も、そのような試みのひとつです。
本円卓会議を「ステークホルダーエンゲージメント」のケーススタディとして発表することにより、課題解決に向けて試行錯誤をしている多様な立場の方々にも学んでいただける機会となること、さらにこれまでの円卓会議であげられていた課題「他社への働きかけ」の取り組みの一つとし、社会へ情報発信をすべきと考えました。

動物実験廃止に向けた資生堂の取り組みについて

■ 岩井 恒彦／株式会社 資生堂 執行役員

資生堂は2010年3月に「2011年3月までに自社での動物実験を廃止」という目標を宣言し、2011年3月30日をもって自社での動物実験を終了しました。さらに私たちは廃止に向けた次のステップとして、動物実験代替法の開発加速化等、社内の安全性保証体制の整備を進めています。
一方で、動物実験廃止は、法律や規制、そして安心・安全の根幹に関わる課題であり、資生堂だけで解決できるものでもなく、ましてや賛成と反対で対立していては前に進むことはできません。
そこで、様々な専門領域のステークホルダーの皆さまと情報を共有し、考える場としての円卓会議をこれまでに3回開催し、相互理解を深めてきました。
これまでの成果は、改めて廃止を目指すという目的を共有できたことであり、それぞれの立場で課題解決に向けた取り組みの輪を広げるきっかけとなっている点です。今後も新たな「ステークホルダーエンゲージメント」の方法を模索しながら、廃止に向けた取り組みを推進していく考えです。

■ パネルディスカッションの模様

パネルディスカッションでは、ISO26000におけるステークホルダーエンゲージメントの重要性と本質的な意味に始まり、企業や市民団体、消費者などのステークホルダーとともにどのように解決策を見出していくか、さまざまな意見が出されました。「噛み合わないあるいは平行線のまま議論を重ねる“対話”では良い解決策は生まれない」、「立場の違う人たちの意見を広く取り入れながら決定材料を共有するプロセスが大切」、「相手の力も借りながら問題解決に向かう協働（行動）型のエンゲージメントが必要」「新たな目標やルールなどの枠組み作りの過程では、対立せず納得できるセカンドベストを決めるプロセスデザインが出来るかが鍵」などです。
そのためには、ステークホルダー間での情報共有を進めることを基本として、「啓発された消費者を増やすことが課題である」こと、「NGO・NPOがエキスパートとしてさらに能力を高め、企業や消費者とともにプロジェクトパートナーの役割を担うことを期待される」ことなど、今後のエンゲージメントのあり方にまで議論が及びました。

■ パネルディスカッションに参加して　～岩井からのコメント～

今回の勉強会のテーマであるエンゲージメントの本質について深く考えることができて有意義でした。現在、動物実験の代替法の開発に注力しつつ、ステークホルダーエンゲージメントを進めているわけですが、成果が現れつつあります。
進むべき方向の選択を含めてステークホルダーの方々とともに判断し、今後もエンゲージメントしていきます。
相手の力を借りるということは、相手に頼りきりになることを意味するわけではありません。様々な方々の力をお借りしながら、自ら律して前に進みたいと思います。

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第三回「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：　2011年6月2日（木）9：00-12：30
場所：　資生堂汐留オフィス会議室

2010年11月の第二回に引きつづき、第三回円卓会議を開催しました。ご参加いただいたのは、弁護士、消費者団体、動物実験代替法や安全性研究の専門家、市民団体、マスコミ、CSR有識者など9名のステークホルダーの皆さまです。資生堂における動物実験廃止に向けた取り組みの成果や進捗状況をはじめ、参加者それぞれの専門領域における情報やご意見を共有し、動物実験を廃止するために必要なことは何かを議論しました。

ダイアログ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　弁護士
阿南 久氏　全国消費者団体連絡会　事務局長
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
河口 真理子氏　大和証券グループ本社 広報部 CSR担当部長
田中 憲穂氏　日本動物実験代替法学会 元会長
中野 栄子氏　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
（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

株式会社　資生堂　執行役員　岩井　恒彦

資生堂事務局

株式会社　資生堂　CSR部

円卓会議で話し合われたこと

■ 今回の話し合いの流れ

会議の前半では、まず資生堂から廃止に向けた進捗状況をご説明し、参加者の方々からは、動物愛護管理法改正の要点や、代替法研究開発の最新動向、企業へのアンケート結果などについてご発表いただきました。
そして後半では、参加者の間で共有された情報をもとに、動物実験廃止に向けたムーブメントを社会全体に広げていくために何ができるかを議論しました。

■ 社会で広く情報共有を図ることが急務

前半、資生堂からご報告した2010年度の主な成果・進捗は、以下の4点です。

① 自社での動物実験の廃止を達成

2010年3月に宣言した「 2011年3月までに自社での動物実験を廃止 」については、2011年3月30日をもって自社での動物実験は終了し、4月5日には施設も閉鎖しました。

② 動物実験審議会へ第三者委員が参画

第一回会議でご提案された「動物実験審議会への第三者委員の参画」については、医師と獣医師の計2名の外部有識者の方に第三者委員としてご参加いただいています。

③ 実験動物使用数の推移

実験動物使用数 については減少傾向にあり、2001年度と比較して2010年度は約半分となりました。なお、2010年度の使用数は前年に比べ増加しましたが、これは中国において、「化粧品の薬事申請手続きに関する法律」および「化粧品原料の安全性に関する法律」の運用が厳格化され、輸入品に含まれる新原料の安全性について動物実験による確認を求められるようになったためです。

④ 代替法の公定化に向けた進展

「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）」に向けて着実に進展しています。現在、特に皮膚感作性試験代替法、眼刺激性試験代替法の2つの代替法を推進しています。

後半は、それぞれの立場から意見を述べ合うなかで、動物実験廃止を実現するためには、「社会全体で認識を共有することが必要」、「まだまだ一般的な消費者は知らない」とあらためて確認されました。
そして、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを図るために、円卓会議の参加者同士でどんな連携が取れるのか。具体的なアクションにまで、議論は発展しました。

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 弁護士、第一東京弁護士会環境保全対策委員会 副委員長、日本弁護士連合会公害対策・環境保全委員会委員、ペット法学会会員

【ご意見】「動物の愛護及び管理に関する法律」は、2012年に改正予定で、目下、実験施設関連を動物取扱業に追加すること、現行「登録制」の動物取扱業を「許可制」にすることなども視野に入れて検討されています。一方で、大学や実験施設を対象としたアンケートを見ると、動物福祉に関する認知度がいまだ不十分と言わざるを得ません。登録・許可基準、使用後、動物の殺処分方法に関する指針等の徹底、さらには施設等で働く労働者の安全などを取り入れた法令に改正された場合、認知度も透明性も必然的に高くなってくるはずです。つまりこれまでの密室のような状況から、徐々にオープンにせざるを得ない状況に変わっていくでしょう。動物を扱う組織では、このような流れにも対応できるようにしておくことが求められてくると思います。

阿南 久氏／全国消費者団体連絡会 事務局長、内閣府、厚生労働省、農林水産省の審議会等にも参画

【ご意見】消費者のほとんどは、これまで化粧品の安全性保証に動物実験が求められてきたことを知りません。代替法の開発の現状も、一般には全く知られていません。赤裸々に事実を知らせれば、自分たちの化粧品の使い方と安全性試験の方法を見つめ直すよいきっかけになるでしょう。
私たち消費者団体としては、まずその現実と、そして動物実験の廃止に向けた企業や市民活動の取り組みについて広く伝えることが急務だと感じました。勉強会やシンポジウムなどの開催も検討したいと思います。
安全性検証の整備については、一社だけで解決できる問題ではなく、国・行政が動くことも必要であるので、消費者団体の私たちが連携して働きかけられることについても検討していきたいです。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授、元資生堂代替法開発研究所長、日本動物実験代替法学会元会長、元日本化粧品工業連合会技術委員会動物実験代替専門委員会委員長

【ご意見】私は前回までは資生堂の代替法研究者として参加していましたが、今回からは大学院という研究・教育の立場からの参加になります。この4月から現職に就きましたが、社会では、動物愛護・福祉についても、動物実験廃止に向けた動きについても、想像していた以上に知られていない現状に驚いているところです。
今は、動物実験廃止に向けた過渡期ではないかと捉えています。過渡期においては、その時の良識で判断したことを同時並行で進め、その結果については、後世の評価を受けることになると思います。資生堂は自社での動物実験を廃止しましたが、法規上必要な場合、あるいは代替法がないものは、安全性担保の観点で外部委託せざるをえないのが現状です。この現状を変えるためには、今までとは違った切り口からもアプローチし、変化を加速していく必要があると思います。代替法学会などとも協力し、社会へのコミュニケーションを促進していくことも有効ではないでしょうか。

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】私たちの会では、2010年秋国内の化粧品メーカー12社に対して化粧品の動物実験に関する方針についての公開質問状を送りました。各社とも「動物愛護の精神は理解している」が「動物実験は必要最低限行う」として、具体的な動物実験廃止へのロードマップに言及した社はありませんでした。 2010年5月にはOIE（国際獣疫事務局）で実験動物福祉に関する初めての国際基準が策定され、同年9月にはEUで実験動物保護法が改正されるなど、動物実験縮減の流れが国際的にも加速している中、日本の化粧品業界の意識は低いと言わざるを得ず、業界全体の意識を改善していく必要があると考えています。
奇しくもこのたびの原発事故で、既存のシステムに頼りきった構造が代替エネルギーの普及を阻んできたことが指摘されるようになりました。動物実験についても同じことが言えるのではないでしょうか。いまこそ旧来の価値観を見直し、動物の犠牲を減らしたいという思いを共有して、動物実験廃止という目標に向けて、立場を超えて取り組んでいきたいと考えています。

河口 真理子氏／大和証券グループ本社　広報部CSR担当部長、社会的責任投資フォーラム理事＆運営委員、東京都環境審議会委員

【ご意見】素朴な疑問なのですが、現在世の中には、一生かかっても使いきれないほどの多種多様な化粧品が大量に出ています。さらに動物実験をしてまで新しい商品を作る必要があるのか、安全性がわかっている物質を使っても十分だし、新規物質を使う場合も、代替法が確立されてから開発してもいいのじゃないか、という気がします。一般的な消費者は安全性を保証するために動物実験が求められていることを知りません。私もこのダイアログにお招きいただいて、身近な化粧品の裏にこんな大変な問題があることをはじめて知りました。「シワやシミをなくしたい」という気持ちがいかに強くても、動物を犠牲にしている事実を知った上で求めるのか。何のために動物実験を行っているのか、知らせる努力が必要と感じます。CSRがステークホルダーとのコミュニケーションということなら、まさにこのコミュニケーションが求められます。
今日のお話をきいていて、気になったのは、化粧品会社側の代替法の開発にしても、法律の改正にしても、またNGOの廃止を求める運動にしても、一般消費者の感覚や知識との間に大きなギャップがあることです。社会全体の理解を深め、「みんなに関係していることだ」という意識を共有できる状況にするには、戦略的かつ戦術的な情報提供とコミュニケーションが欠かせません。

田中 憲穂氏／日本動物実験代替法学会元会長、鳥取大学客員教授、食薬安全センター秦野研究所研究顧問

【ご意見】代替法の開発と実用化についてはEUが先進的で、米国がそれを追い、日本は後発組という状況です。そんな中、2011年2月、厚生労働省は、 JaCVAMが評価した新規代替試験法を活用するという画期的な事務連絡がありました。これにより、医薬部外品の承認申請に、ヒト皮膚モデルによる皮膚腐食性試験や皮膚刺激性試験の代替法による安全性評価の枠組みづくりも進めることができるようになります。一方、経済産業省の5年プロジェクトで開発した発がん性の予測試験法はOECDガイドラインに申請し、免疫毒性、生殖発生毒性に関しては、バリデーション（検証）がスタートします。また、今年度より新たに肝毒性・腎毒性・神経毒性の短期試験法の開発が行われます。

この円卓会議をベースにして、動物実験廃止の前提となる代替試験法の開発をさらに促進するべく議論を深め、安全性試験のあり方について広く社会にアピールしていく必要があると思います。

中野 栄子氏／日経BPコンサルティング プロデューサー、農林水産省農林水産技術会議評価専門委員会・東京都食品安全情報評価委員会・東京都港区食品衛生推進会議等の委員

【ご意見】動物実験廃止は、代替法による安全性確保が大前提であるべきだと私は考えます。代替法開発がかなり進み、そのうえで資生堂が2013年の廃止を目指していると今回の円卓会議で知って安心しました。例えば、家畜の余剰部位による安全性の実験が可能となれば、食品として命をいただくこととの延長に位置づけられるのではないでしょうか。もちろん家畜の「アニマルウェルフェア」を大切にしたうえでの実現を期待します。
安全性を担保するために動物実験が求められてきたこと、そしてその一方で動物の犠牲をなくすために代替法の開発が進められているという事実を、多くの人が知らないままにいます。より広く伝え、コミュニケーションを深めていかなければなりません。

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】日本社会の傾向として、何か問題が発生すると必要以上に感情的になる局面が往々にしてあります。ですから動物実験廃止によってもし何かトラブルが生じてしまったら、大きな揺り戻しを引き起こしかねないかもしれません。国内外の事情が複雑にからみあってなかなか足並みを揃えにくい状況だと思いますが、業界や社会とペースを合わせて、安全の定義や代替法の制度整備を進めながら実現していくことが肝要です。
現在、国内と海外の定義や制度にもギャップがあります。業界内の理解や進捗にもギャップがあります。現実と消費者の理解にもギャップがあります。こうしたさまざまな落差を埋めることが、今はとても重要です。廃止という目標は共有しながら、相互にコミュニケーションを図っていくべきだと思います。

（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

【ご意見】第一回・第二回でも指摘されていましたが、やはり一般消費者とのコミュニケーションを抜きにしては、動物実験廃止のさらなる推進は考えられません。当会議の場以外でも、具体的なプランを練っていく時期にきているように感じます。コミュニケーションに関しては戦略と戦術が必要だという意見も出ました。
また、グローバルに展開する企業としては、ＥＵや中国の規制や動向にも配慮・対応が求められます。世界における日本企業の取り組みの相対的なポジションを知るためには、欧州企業の取り組みを正確に理解することが重要です。海外では、企業と市民団体などの複数のセクターで関連省庁へのヒアリングを行うことはよくあります。そのような試みも検討してはいかがでしょうか。

第三回会議を受けて

廃止に向かう過渡期である現在の状況において、第一回、二回以上に広い視野での認識の共有が図られたと感じています。さらに今回は、それぞれの立場で何ができるか、また参加者間で連携してできることは何かといった具体的なアクションにまで議論がおよび、今後の進展につながる内容となりました。

資生堂といたしましても、今年3月末の自社での動物実験廃止を足がかりに、EUの動向を視野に入れながら2013年3月の動物実験廃止を目指すという大きな目標に向けて、次のステージに進もうとしています。2011年度の主な取り組みとして、「 動物実験に頼らない社内の安全性保証体制 」について、2013年度から稼動できるよう、安全性保証の体制づくりと代替法の検討を加速します。安全性保証は、先ず情報による保証を行い、試験が必要な場合は、In vitro（細胞を使用した試験）やIn silico（既知データに基づく予測）の組み合わせによる保証体制を目指します。「 資生堂における代替法の開発状況」は 、安全性評価で求められる11項目について、すでに5項目で社内保証できる代替法を開発済みです。残る6項目についても2011年度に更なる検討を全力で推進します。

「 化粧品開発の方向性」についても、従来強みとしてきた「機能価値」に加え、使用時のお客さま満足に応える「使用感価値」や化粧本来の楽しさや夢に応える「情緒価値」を充実し、化粧品トータルとしてのお客さま満足を目指します。

動物実験の廃止とお客さまの満足、そして社会からの理解、これらはトレードオフの関係にあるのではなく、両立できるように尽力していくことが資生堂への期待と役割である、と改めて認識する機会となりました。

執行役員 岩井 恒彦

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第二回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催 ～ステークホルダーとの協働を目指して ～

開催日時：　2010年11月1日（月）14：00-17：10
場所：　資生堂汐留オフィス会議室

2010年6月の第一回にひきつづき、第二回円卓会議を開催しました。動物愛護・福祉団体、消費者団体、動物実験代替法や安全性研究の専門家、マスコミ、CSR有識者など7名のステークホルダーのご参加のもと、動物実験廃止を目指すうえでの課題や、今後の取り組みを加速させるための道筋について活発に議論が交わされました。

ダイアログにご参加いただいた方々（50音順）

阿南 久氏　全国消費者団体連絡会　事務局長
亀倉 弘美氏　NPO法人　動物実験の廃止を求める会（JAVA）　理事
河口 真理子氏　大和証券グループ本社　広報部　CSR担当部長
田中 憲穂氏　日本動物実験代替法学会　元会長
中野 栄子氏　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
山崎 恵子氏　動物との共生を考える連絡会
（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

株式会社　資生堂　執行役員　岩井　恒彦
株式会社　資生堂　品質評価センター　代替法研究エキスパート　板垣　宏

資生堂事務局

株式会社　資生堂　ＣＳＲ部長　高山　靖子

ダイアログで話し合われたこと

■ 今回の話し合いの流れ

第二回の円卓会議を始めるにあたって、資生堂が2010年3月に宣言した化粧品の動物実験廃止を目指すうえでの大きな２つの方針について改めてご説明しました。2011年3月までに自社での動物実験施設を閉鎖すること、ならびに2013年までの委託も含めた動物実験廃止を目指すことです 。また、代替法については、廃止に向けて非常に大きな役割を持つため、薬事申請、公的ガイドライン（OECDガイドライン）採択に向けた道筋、代替法評価機関の機能など、現状と問題点の説明も行いました。そしてさらに第一回の議論内容の共有を図ったうえで、意見交換をスタートしました。

■ 今後の課題が4つに絞られました

会議前半では、とりわけ安全性試験の代替法開発の現状と実用化の進捗に関しての質問が活発に出されました。「既存成分も代替法で検証する必要があるのか」、「ほんとうに動物実験がなくなっても安全性が確保できるのか」、「OECDガイドラインに採択されるにはどうすればよいか」、「安全性が確認されている既存の成分だけで商品開発はできないのか」などの質問をもとに、説明や意見が交わされました。

そして後半は、正しい情報を消費者に伝えるにはどうすべきか、ステークホルダーと連携して現状を改善していくにはどうすべきか、活発な意見が出されました。議論を通して、現在の課題として参加者が共通認識したことは次の４点です。

① 代替法の開発と実用化の推進
② 他社への働きかけ
③ 行政への働きかけ
④ 消費者への働きかけ

この4点について、さまざまな立場にあるステークホルダーとどう連携し、どのような取り組みを起こせば有効に加速化できるのか、今後の方向性が明確になったと言えます。
そして、それぞれの立場でできるところから取り組んでいきたい、という確認も含め、積極的な意見交換の場となりました。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）
～各ステークホルダーが取り組めること～

阿南 久氏／全国消費者団体連絡会 事務局長・内閣府、厚生労働省、農林水産省の審議会等にも参画

【ご意見】私が長年の消費者活動を通して感じていることは、消費者にとっては安全性が一番大事だということです。一方で、消費者の中でも、動物愛護・福祉に関する関心は高まっており、この流れは止めることはできません。安全性確保のために多くの動物が犠牲になってきたこと、また代替法が諸々の事情でなかなか実用化されていないことなどはほとんど知られていません。メーカー各社が情報をしっかりと開示し、消費者が背景や現状を学び、双方が課題を共有し、どんな選択ができるか共に考え、コミュニケーションしていくことが必要です。私たち消費者団体としては、まずは状況を正しく把握する作業を進めます。私個人としては、関わっている各省庁の審議会などでも積極的に発言していきたいと思います。

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】動物実験を望まない消費者にとって、「美の追求のために動物を犠牲にしてほしくない」との思いが大前提にあります。それは安全性を軽視しているのではなく、新たに動物を犠牲にするならすでに安全性の確立された原料だけで十分だ、という考えです。新規原料開発は代替法確立後にしてほしい。私たちがいま取り組んでいることとして、消費者に「気づいてもらう」啓発活動のほか、他企業への働きかけ、来年の「動物愛護及び管理に関する法律」改正を見据えた国会議員へのロビー活動なども展開しています。1つの団体・組織だけではなく、研究者や専門家、企業などからの働きかけが加わることでさらに前進すると思います。特に代替法の問題を取り上げる際には、代替法開発の現場の声をもとに、行政の方々と一緒に考えていく必要があります。

河口 真理子氏／大和証券グループ本社広報部　CSR担当部長、社会的責任投資フォーラム理事＆運営委員

【ご意見】企業とNPO両方の意見を聞いた印象から言うと現段階では、情報提供と問題提起を同時に行い、この問題を「密室」から出すべきと感じました。特定の専門家と反対団体だけの問題ではなく、日々普通に化粧する私たち皆に関わりがあることをまずは広めたいと考えます。動物実験なしでも安全な製品をつくれるのか、代替法の開発はどこまで進んでいるのか、素人に判断しづらい要点も多々あるので、専門用語を使わずに誰でも分かるように説明してほしいと思います。また、医療関連ならOKで、化粧品はダメだとすると、動物を犠牲にする人間のエゴはどこまで許されるのかという倫理も気になります。賛成か反対かの対立軸で捉えずに、議論を広げる仕掛けを作りたいものです。クラスター爆弾廃止のように、社会的責任投資の視点でいろいろな企業や団体の参加を募りながら道筋をつけた事例も参考になりそうです。

田中 憲穂氏／日本動物実験代替法学会　元会長　・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター薬理部 新規試験法評価室（JaCVAM）評価会議委員

【ご意見】化粧品は直接肌に塗布するものですから、安全性の確保は極めて重要です。廃止に向けて現段階で最も力を入れるべきは、代替法の開発と実用化です。ただ、代替法に関わる課題として、研究・開発に時間と多額の資金がかかること、欧米の行政主導とは異なり日本においては学会主導がゆえの脆弱さ、代替法開発から実用化に向けた道筋の不明確さもあります。気になるのは、こうした諸々の状況に影響されて企業や研究者たちの志気がトーンダウンしてきてはいないかということです。良い流れを生みだすためにこの円卓会議を利用してできることは、社会に情報を発信し、代替法の研究・開発促進に向けた支持を世間から得られるようにすることと、関係機関への働きかけだと思います。

中野 栄子氏／日経BPコンサルティング プロデューサー・農林水産省、東京都食品安全情報評価委員会、埼玉県食の安全県民会議などの委員

【ご意見】動物実験の廃止をいたずらに急いで、安全性の確認が後回しになってしまっては危険です。メディアに携わる者としての責務は、立場の異なる人たちを幅広く取材し、科学的に正しい情報を社会に伝えていくことたと考えます。「動物実験廃止」という言葉が一人歩きすることがないよう、国内外での代替法の開発の状況を正しく知らせ、どのようなロードマップで実現できるかを社会で共有することが大切です。消費者も正しい情報を知れば、適切な行動を取ることができます。そして、メディアもさらに深く掘り下げた情報を取りあげようという機運が高まることでしょう。さまざまな立場のステークホルダーとコミュニケーションの場をつくり、ウェブサイトでも発信されている資生堂の姿勢はとても評価できます。各メーカーも、今後大いに情報開示を進めていかれることを期待します。

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】さまざまなステークホルダーが膝を交える円卓会議を開催されたことは、高く評価できます。今後の道筋はいろいろ考えられますが、道の先に何を求めるか、立場を超えて共有することが重要になります。例えば、パーム油の認証スキームは、この会議と同じように企業とNPOが話し合うことからスタートし、議論を重ねて実現できました。時間はかかりますが、誰かが主張を100%押し通すのではなく、互いが合意できる点についてガイドラインというソフトローを作っていく方法もあります。また、目標は共有されているわけですから、その想いを文書化しステートメントとして社会に発信することもあり得るのではないでしょうか。この円卓会議に、さらに他企業やNGO・NPOが加わり、何か新しい動きが生まれることを期待します。

山崎 恵子氏／動物との共生を考える連絡会 幹事・農林水産省獣医事審議会委員・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター薬理部 新規試験法評価室（JaCVAM）顧問会議委員

【ご意見】一企業が解決できることには限界があり、多方面からの働きかけを考えなければなりません。日本の行政の動物福祉・愛護に対する認識を高めてもらい、今後の優先課題として扱ってもらう必要があると考えます。また、企業としては、「動物福祉・愛護」をマーケティングツールであると捉えてみてはどうでしょうか。今、生産者が「うちの鶏は幸せです」と言えば、消費者はその卵を選ぶ時代になってきています。そして、もう一つのアプローチは、教育だと思います。研究者や専門家、学生などに対して、動物福祉・愛護のこと、動物実験のこと、３Ｒｓについて、誰がどのように啓発を進めるのか考えていかなければなりません。私たちのような市民団体は、市民の意識を高める役割を担っており、さらに努力していきます。

（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

【ご意見】状況が複雑な課題は、その解決に立ち向かうステークホルダーも多様で、その価値観や希望も多様です。だからこそ、大きな目標に向かって重なる部分を見出し、できることから互いの力を引き出し合って行動を起こすことが不可欠です。
どんなタイミングで何をすれば、社会全体にとってプラスに進むのかを冷静に考え、とにかく動き出すことが大切です。有機農業分野の国際規格づくりの際には、各国の状況や理想を訴えるだけではなく、民間主導で実効性のある案を3年ほどかけて積み重ね、それを実質的な制度化につなげたという経緯もあります。そうした他業界の前例も参考に、賛成・反対や廃止・継続といった二項対立から抜け出して、合意できるところから動き出す。次回からは具体的な協働を考える段階に入りましょう。

ステークホルダーダイアログを受けて

第二回目の今回は、新しく3名の方に加わっていただいたこともあり、一回目とは異なる視点からのご意見もいただくことができました。そして今後の共通の課題が整理され、深く議論することができたことも大きな前進です。代替法の開発については、引き続き関係機関と協力しながらさらに注力してまいります。また、動物実験を廃止するとはどういうことなのか、代替法の現状はどうなっているのか、といったことをきちんと議論し、お客さま（消費者）へ情報提供しコミュニケーションを図る大切さも、あらためて実感しました。同業他社、行政への働きかけについては、一企業としての限界もありますが、まずはこの円卓会議を皮切りに、動物実験廃止に向けた流れを社会全体に広げることができるのではないかと感じました。

われわれは、お客さまのいろいろな声に耳を傾け、その思いを実現することを目指しています。そのために、皆さまの知恵を借りることで、われわれができること一つひとつのロードマップを描ければ大きな成果になると思います。

第三回目以降、具体的にどのように進めていくかという方向性が見えてきました。異なる立場から、動物実験廃止という同じゴールを目指して、それぞれの立場で何ができるのか、ステークホルダーの皆さまとの協働を進めてまいります。

岩井　恒彦　執行役員 技術企画・品質保証担当

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第一回「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：　2010年6月2日（水）14：00-17：00
場所：　資生堂汐留オフィス会議室

資生堂は、今年3月に、化粧品の動物実験廃止を段階的にめざすことを決定し公表しました。まず2011年3月までに自社での動物実験を廃止するとともに、さまざまな立場の方々と動物実験廃止に向けた議論を重ねることとしました。
第一回円卓会議では、動物愛護・福祉団体、動物実験代替法や安全性研究の専門家、弁護士、マスコミなど7名のステークホルダーによる意見交換を行いました。

ダイアログ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 弁護士
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	日本動物実験代替法学会 元会長
中野 栄子氏	日経BPコンサルティング プロデューサー
山口 千津子氏	社団法人 日本動物福祉協会 獣医師調査員
山崎 恵子氏	動物との共生を考える連絡会 幹事
吉田 武美氏	日本トキシコロジー学会 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	執行役員 技術企画・品質保証担当
板垣　宏	品質評価センター 主幹研究員

資生堂事務局

高山　靖子	CSR部長

動物実験廃止に向けて資生堂が進めていること

資生堂は本年3月、自社での動物実験施設を2011年3月までに閉鎖すること、ならびに2013年までに化粧品の動物実験廃止を目指す方針を広く社会に宣言しました。当社はこれまでも動物実験の廃止を視野に入れて代替法の開発などに積極的に取り組んできましたが、さらに実施計画と期限を公表することで、社会へのコミットメントとし、ご理解をいただきたいと考えます。

これまで動物実験は、原料や製品の安全性を確認する手段として社会的に位置づけられており、化学物質の使用においては法的に動物実験データが要求されるケースも多くあります。特に化粧品は、肌に直接触れるため、消費者からはさらに厳しい安全性の確保・評価が求められるようになったという経緯があります。

資生堂では、動物実験に関して2006年に改正施行された「動物愛護管理法」や日本学術会議の「動物実験の適正な実施に向けたガイドライン」などを参考に社内体制を整備し、3Rs（※）を基本としてきました。また、「動物実験指針」や「実験動物の取り扱いに関する基準」などを独自に策定し、「動物実験審議会」を社内に設置して厳正に実験計画を審査しています。実験実施者への適切な教育訓練や、動物供養・慰霊祭も実施しています。
※3Rsとは、Reduction（使用動物数の削減）、Refinement（苦痛の軽減）、Replacement（別の方法への置き換え）のことです。

資生堂は、動物実験を廃止するためには、安全性を保証する代替法の確立が必要条件だと考えています。今後、社内での研究推進はもちろん、業界団体や代替法評価機関との協力関係の構築、産官学との連携など、国内外で代替法の開発推進に努めてまいります。

岩井 恒彦　執行役員 技術企画・品質保証担当

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 弁護士・第一東京弁護士会環境保全対策委員会 副委員長・日本弁護士連合会公害対策・環境保全委員会委員・ペット法学会会員

【ご意見】私は、いわば社会的弱者保護という点から、実験動物は保護されるべきであり、実験は廃止の方向に進んで欲しいと考えています。しかし、安全性確保の面からも広い意味での動物実験はなくならないだろうと思います。ですから、廃止か存続かだけの議論ではなく、実効性のある手続きや実験内容の議論・整備も進めて欲しいと思います。動物実験については、動物愛護法をはじめとした法令や各省庁の指針、日本学術会議の動物実験のガイドラインはあるものの、飼育環境、研究者の安全、周辺地域の公衆衛生、情報開示、研究の後チェック・評価などさまざまな面で不十分です。動物実験廃止に向けては、国が法整備を進める必要もあるわけですが、現実と法律がきちんと噛み合うように働きかけることも、業界を牽引する資生堂の役割かと思います。また、一般的に消費者は新しい有効成分などが謳われている新製品を追い求める傾向がありますが、その意識を変えるには継続的な啓発・教育が必要なので、そのためにはさまざまな立場の人が知恵を出し合って進めていくことが良策だと思います。

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】私たちの会は、動物実験の廃止・代替法確立を求める活動を世界各国のNGOと連携しながら行っています。2009年初頭からは「資生堂の動物実験反対キャンペーン」を実施し、消費者一人ひとりが動物実験反対の意志を資生堂に伝えるアクションを促したり、約46,000人の署名とともに公開質問状を届けたりする活動を展開しています。資生堂は国内はもとより欧米・中国などにも進出している日本の最大手の化粧品メーカーなので、動物実験を他社に先駆けて完全廃止すれば、国際社会からも高く評価され、他社も追って廃止することでしょう。その影響力はとても大きいです。「無抵抗な動物を苦しめてまで、美しくなりたいとは思わない」という消費者の気持ちを汲んで欲しいのです。廃止期日よりも先んじて外注も含めた速やかな完全廃止を実現されることを求めます。

田中 憲穂氏 日本動物実験代替法学会 元会長・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター 薬理部 新規試験法評価室（JaCVAM）評価会議委員

【ご意見】動物実験というと残虐なこととして受け止められがちですが、実際にはすべてがむごい実験だというわけではありません。1989年に日本動物実験代替法学会が設立されて以来、学会では3Rsに関連するさまざまな取り組みを行っています。研究は進んできていますが、特に発がん性、催奇形性、免疫毒性などは多くの動物と長期の試験で代替法開発が難しい実験ですが挑戦しております。動物実験に代えられるものは代替法以外にありません。また、とりわけ危険性の高い化学物質は確実にスクリーニングしなければなりません。資生堂には業界リーダーとしてさらなる代替法研究を促進していただきたいです。学会で進められている議論などは一般には伝えられていないので、今回の円卓会議などを通して、さまざまな関係者の相互理解が進むことを期待します。

中野 栄子氏 日経BPコンサルティング プロデューサー・厚生労働省、独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）、独立行政法人科学技術振興機構（JST）の検討会、審議会などの委員

【ご意見】代替法で安全性が確認できる化学物質に関してはよいのですが、まだ動物実験でしか証明できないケースでは、実験はやむを得ないと考えます。消費者はさまざまな考えを持っており、科学的に安全性が確保された製品が欲しいという人もいます。尊重すべきは、消費者が「自身の考え方・判断によって製品を選べる」ことではないでしょうか。また、動物実験の廃止が企業の国際競争にどう影響するのか、新製品の開発力が減退しないかといった点が危惧されます。いずれにしても、例えば発がん性を検証する代替法があとどのくらいで確立される目処なのかといった進ちょく状況を適宜伝えていくことも、この問題を見定める材料となります。資生堂には、正しい情報を積極的に発信し、ステークホルダーと密にコミュニケーションを図りながら取り組みを進めてほしいと思います。

山口 千津子氏 社団法人 日本動物福祉協会 獣医師調査員・東京都動物愛護協議会 委員・日本獣医師会動物愛護福祉委員会委員

【ご意見】今すぐに動物実験を廃止するのは無理でも、動物たちが人間のために引き受けさせられている苦痛は見逃せません。また、30年前と比べればその飼育環境は改善されたとはいえ、まだ不十分な状況です。日本における動物の福祉環境の早急な確立が望まれます。特に、化粧品業界は代替法確立のために努力を重ねているので、国が資金や制度面で支えることも必要ですし、そのために私たちもバックアップできることはしたいと考えています。化粧品メーカーは、これまでの良品を組み合わせた温故知新の製品づくりを進めることもできるのではないでしょうか。また、資生堂には動物実験の審議委員会があるとのことですが、社外から第三者委員を入れられたほうがよいと思います。

山崎 恵子氏 動物との共生を考える連絡会 幹事・農林水産省獣医事審議会委員・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター 薬理部 新規試験法評価室（JaCVAM）顧問会議委員

【ご意見】人間の事情によって辛い思いをさせられている動物が数多く存在する現実を、どうやって変えていけるのか、現実を広く見て、過剰に感情的になることなく、苦痛軽減と実験動物数の削減を進める道筋を冷静に検討すべきです。そういう意味で今回の円卓会議は画期的で、意見交換によって共通理解と協働のための基盤ができることを期待しています。動物実験廃止、あるいは動物の福祉の確立のために、市民が協力できることがあるなら言っていただければと思います。例えば、動物実験が法的に義務づけられている国に対して、世界の動物愛護・福祉団体や企業が連帯して理解を促す活動をすることも可能です。また、将来を担う学生に向けて、人間と動物の関わりへの理解を深めるための寄贈講座などもぜひ実施していただきたいです。資生堂が、これまで代替法の開発をはじめいろいろな試みを重ねてきていることを、もっと社会にアピールしていかれてはいかがですか。

吉田 武美氏 日本トキシコロジー学会 理事長・昭和大学薬学部教授（毒物学教室）

【ご意見】化学物質の細胞レベルでの毒性・安全性に関しては、未知なことが多いのが現状です。現存する化学物質は約3,000万種で、実際に使用されているのが約10万種といわれています。安全性の確保を第一に考えると、動物実験は万能ではないとはいえ、代替法が確立されていないものに関しては、しばらくは動物実験を避けて通れないと考えられます。いずれにしても、これまでの動物実験があったからこそ薬品や化粧品が安全になってきたことは事実です。そうした歴史を含めて、0か100かという二極の選択だけでなく、相対的な視点で化学物質について考えられるようになるための教育も広めていく必要があります。

ステークホルダーダイアログを受けて

さらなる3Rsの推進と情報開示、そして動物実験に頼らない製品開発力の強化

「化粧品の成分の開発に動物実験が関わっている事実を今まで知らなかったことを悔やんでいる」という消費者も存在する一方で、「科学的に安全性が確保された製品を安心して使いたい」という消費者もいらっしゃいます。資生堂は、このように消費者にもさまざまなご意見があることを認識し、そのどちらのご要望・ご期待にも応えることが責務であると考えています。代替法研究に関わる専門家からは、「多くの化学物質の開発が進むなかで安全性を優先するなら、代替法が確立されるまでは動物実験の実施はやむを得ない」、動物福祉の専門家からは、「今すぐに動物実験を全面的に廃止できないのであれば、飼育環境や苦痛軽減に配慮しつつ、代替法をできるだけ早く開発すべき」といったご意見をいただきました。また、「動物実験が廃止されることで、商品開発力が減退するのではないか」「安全性の確保が十分に行えるのか」と危惧するお声もありました。さらに、動物実験に反対する市民団体からは、「すでに安全性が保証された原材料と製品を使うことで、動物実験の即廃止は可能ではないか」とのご意見もいただきました。

資生堂としては、動物実験廃止のために、すぐに取り組めることと長期的に取り組むべきことがあると考えています。すぐに取り組めることとしては、既に推進している3Rsの強化と情報開示の促進などです。特に参加者の複数の皆さまからのご意見でもある「動物実験審議会に社外から第三者を入れ、公正性・透明性を確保すること」については、早急に社内対応を検討することを皆さまにお約束しました。また、長期的に取り組むべきこととしては、動物実験に頼らない製品開発へのシフト、既存品の価値開発に軸足を移し、新しい価値を届けていく考えであることをお伝えしました。

■ 動物実験廃止に向けてのステークホルダーとの取り組み

「動物実験廃止も代替法確立も化粧品メーカー１社だけで実現できるものではないので、法整備に向けての意見提案や消費者への啓発活動に関しては、できることはバックアップしたい」という協力的なご提案をいただきました。
中でも、「消費者は動物実験について知らされていない」「（動物実験が必要とされる）新製品を追い求める消費者にどう気づきを与えるのか」などに加え、「以前、科学的に正しかったと考えられていたことが、現在では間違っていることが多々あり、"科学的"には不確実性があること」「0か100かという二極の選択だけでなく、相対的な視点を持つこと」など、消費者との情報共有の重要性から既存の概念や価値観の転換の必要性に及ぶ議論が展開されました。このように、安全性の確保と動物実験廃止について広く社会から認知されるためにも、一般の方々の理解が深まるような情報公開や共に考える機会の提供の重要性についてのご指摘がありました。さらに、関連する法規・制度整備について、「日本の法規・制度は、廃止に向けた国際的な動きに合っていない」「代替法開発のさらなる推進に向けて、資金の確保と実践的に活用するための制度整備が必要であり、社会的な理解を国内外で広めることも必要」とのご意見がありました。「資生堂には、業界団体や政府、あるいは国際社会に対して働きかけ、イニシアティブを取るような役割を担ってほしい」という期待の声も受け止めました。
参加者全員が、「動物実験廃止という社会的な課題に取り組むためには、さまざまなステークホルダーの理解と行動が必要である」という認識を、この円卓会議を通して共有することができました。資生堂としては、動物実験廃止に向けた動きを社会全体で加速することができるよう、ステークホルダーの皆さまとの協働を進めてまいります。
こうした円卓会議での議論を今後も進めつつ、皆さまからいただいた貴重なご提案をできることから実践し、ともに動物実験廃止に向けての取り組みを加速させていきたいと考えています。円卓会議は当然、この一回で終わりではなく、議論を深める機会として今後も継続してまいります。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

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応えていくためにも、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、要望に応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きます。

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コンタクト

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

コンタクト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、トイレタリー製品、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社とお取引きをしております。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。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

社員とともに

社員とともに。資生堂で働く人びとの多様性を大切にし、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

資生堂グループの人事に関する基本方針をご紹介しています。

ダイバーシティ＆インクルージョン

ダイバーシティを推進するための、具体的な取り組みをご紹介しています。

働きがいのある職場の実現

あらゆる社員がワーク・ライフ・バランスを実現し、生産性を高めるために導入している、制度や施策をご紹介しています。

社員の公正な評価

人事施策の方針として定めた、評価処遇などについてのルールとガイドラインをご紹介しています。

人材の活用と育成

資生堂グループの人材育成方針とその推進体制、国内外のキャリア支援策をご紹介しています。

社員の安全と健康

社員一人ひとりのかけがえのない健康を守るためのサポート体制をご紹介しています。

雇用と労働

資生堂グループの社員数に関する基本的な情報、福利厚生、雇用についてご紹介しています。

良好な労働組合との関係

資生堂グループでは、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。

人事に関する基本方針

資生堂グループでは、国内外の全ての法人・事業所に適用する方針を、資生堂グループ倫理行動基準の「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、直接雇用している全ての社員（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・改訂にあたっては、法令以上の内容とすることを基本とし、労働組合もしくは労働者の過半数代表の確認・合意のうえ行政当局への届け出を行っています。今後も遵法を継続してまいります。

2015年より「人の力で会社を強くし、競合会社に勝つ組織」を実現するため、資生堂グループ社員の行動指針として「BIG WIN 5」を策定し、人事活動の刷新や挑戦し続ける人材・お客さま価値を創造する人材の創出のための活動を進めてきました。

また、2018年から、VISION 2020 実現に向けた後半3カ年の成長加速のため、美しさには世界を変える力があると信じて、全世界でビューティー・イノベーションに取り組んでいきます。

このさらなる成長加速のため、グローバル・リーダーシップ・チームは資生堂グループ社員のグローバル共通の行動指針として、新たにVISION 2020ワーキング・プリンシプル「TRUST 8」を制定しました。

今後はTRUST 8を私たちの共通言語とし、このプリンシプルに基づき、全世界のグループ社員が正しいことを為し、社内外のステークホルダーと信頼に満ち溢れた関係を築き、世界で最も信頼されるビューティー・カンパニーを目指していきます。

〈ワーキングプリンシプル「TRUST 8」〉

ダイバーシティ＆インクルージョン

資生堂では、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Our Wayの「社員とともに」の中で以下を宣言しています。

1. 私たちは、職場における全ての人たちの人格、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。

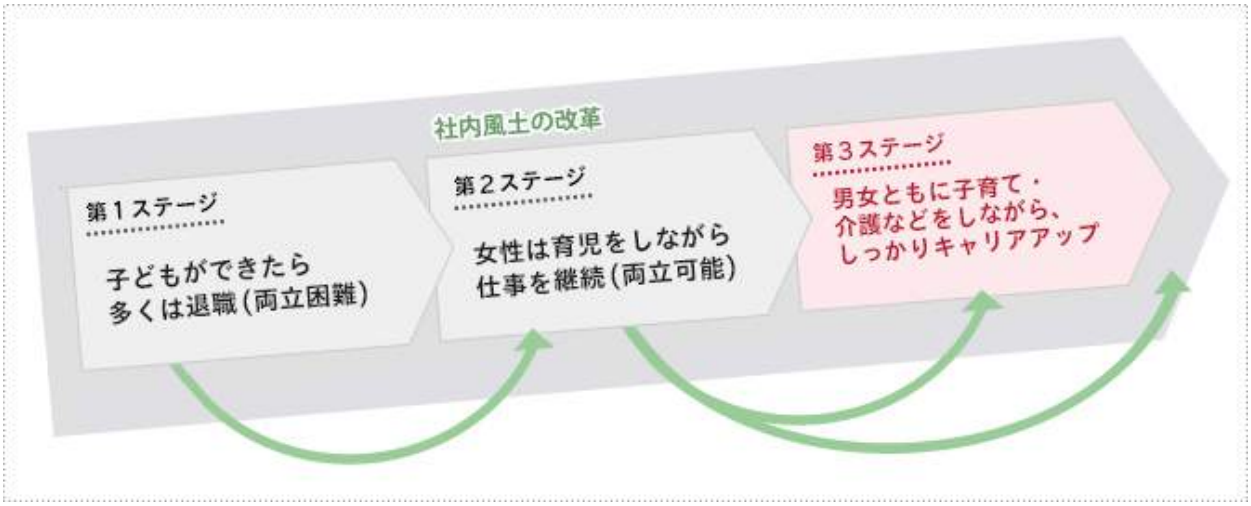
お客さまの9割、社員の8割を占める「女性」に焦点を当てた活動を中心に、社員一人ひとりが能力を最大限発揮される環境、組織風土づくりなど、ダイバーシティを推進しています。

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」レベルを目指しています。
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（国内）が、2018年1月時点で26.0%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、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目指すとともに、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。

※海外事業所の女性リーダー比率 70.1%

「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、それぞれが主体的にキャリア構築しながら活躍するための風土醸成を強化してきました。
また、2015年11月には管理職を対象に、効率的な働き方や部下の育成をテーマとしたセミナーを実施し、12月には社内のロールモデル共有の場として「きゃりなびランチ」を開催しました。

また、将来的な女性社長の誕生に向け、部門長などの上位管理職の女性比率向上を目指すことを目的とし、社長自らが塾長となり、女性リーダー育成塾“NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN”を開催しています。
継続的な女性リーダー育成のため、2017年を第一期とし、第三期まで継続開催することを予定しており、社外の女性リーダー講演や、馬から学ぶワークショップ、個別コーチング等を組み合わせた、10ヵ月に渡る包括的なリーダーシップ開発プログラムです。本プログラムは、今よりも大きな責任や影響力のある仕事のイメージをもつこと、女性ならではの自分らしいリーダーシップスタイルを発見し自信を深めること、経営スキルをアップすることをゴールに、一般的なリーダーシップ開発だけでなく、女性ならではの課題や悩みに寄り添った内容となっています。

女性リーダー育成塾
“NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN”

馬から学ぶワークショップ
馬は肩書や立場に関係なく、相手の発揮した行動（リーダーシップ）に即座に反応します。
このため、馬の反応（フィードバック）をもとに自分のリーダーシップについて振り返るワークショップを行っています。

TOPICS：「女性が活躍する会社BEST100」において3年連続で「総合ランキング1位」を受賞

資生堂は、『日経WOMAN』と日経ウーマノミクス・プロジェクトが主催する2016年度の「女性が活躍する会社BEST100」において、2014年度より3年連続で「総合ランキング1位」に選ばれました。あわせて、部門賞として「ダイバーシティ浸透度1位」を受賞しました。

このランキングは、働く女性のキャリアとライフスタイルを応援する女性誌『日経WOMAN』（日経BP社発行）と日経ウーマノミクス・プロジェクトが「企業の女性活用度調査」を実施し、回答のあった企業534社を対象に評価を行なったものです。企業における女性社員活用の実態を「管理職登用度」「ワークライフバランス度」「女性活躍推進度」「ダイバーシティ浸透度」の4つの指標で採点し、それらを合計した総合得点を偏差値化して「女性が活躍する会社」総合ランキングと前述の4つの部門賞を設定しています。

資生堂は、1990年以降、法律に先駆けた育児休業・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といった、仕事と育児・介護の両立支援制度を充実・進化させており、2004年からは、経営戦略として女性活躍推進に取り組んできました。「子どもができたら多くは退職する」という第1ステージ、「女性は育児をしながら仕事を継続できる」という第2ステージを経て、現在は、第3ステージである「男女ともに育児・介護をしながらキャリアアップ」できる会社を目指しています。この継続的な取り組みが男女共に活躍できる環境づくりに注力している先進的企業として評価され、2016年は「総合ランキング1位」と「ダイバーシティ浸透度1位」をダブル受賞し、多方面から取り組み内容の共有オファーを受ける等社会に高く評価され続けています。

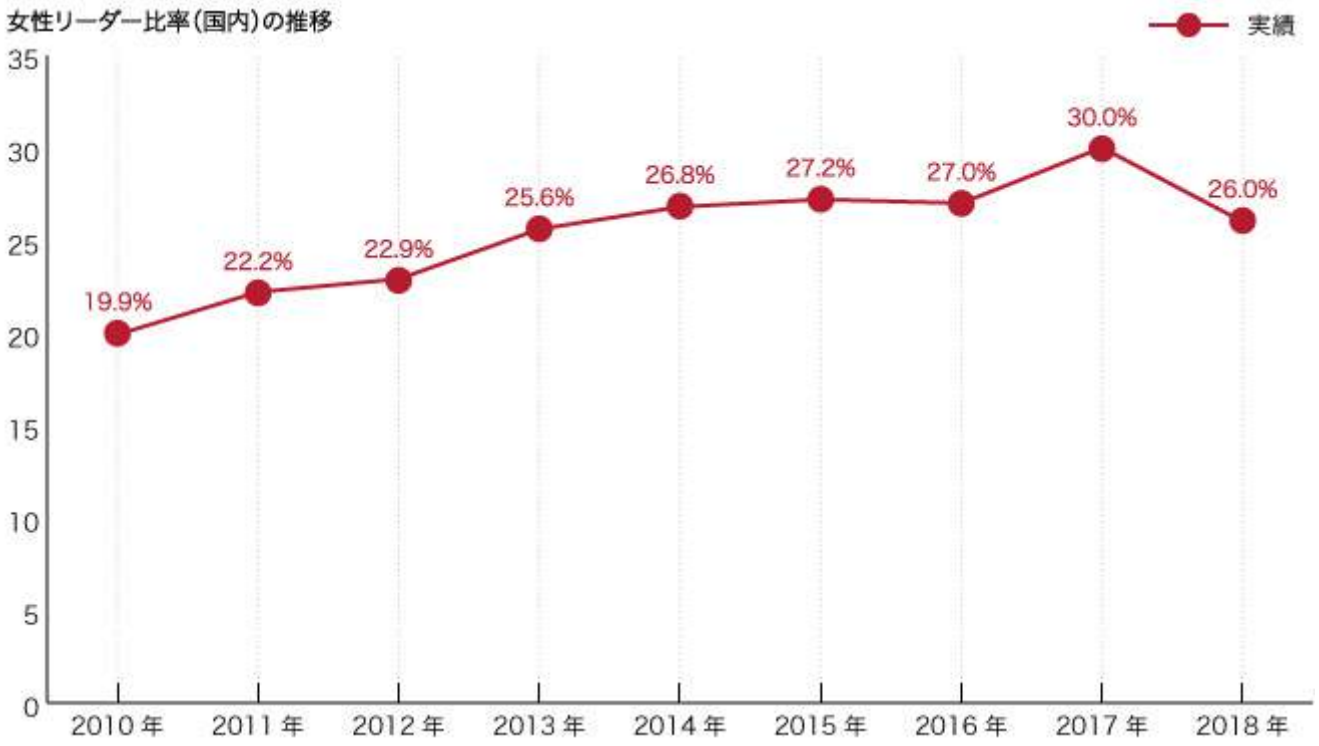
資生堂は、中長期戦略「VISION 2020」の実現に向け、100年先も輝き続ける企業基盤の原型づくりに取り組んでいます。その目指す姿である「世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニー」の実現のため、ダイバーシティを重視した経営に注力しています。資生堂は、全ての社員にとって「働きやすく、かつ働きがいのある会社」へと今後さらに進化していきます。

「女性が活躍する会社BEST100」において3年連続で「総合ランキング1位」を受賞
表彰式での記念撮影（2016年5月）

女性リーダー比率（国内）

女性リーダー登用については、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、2017年1月には女性管理職比率30%を達成しています。
更に進化を遂げるべく、「50：50」の機会均等の風土醸成を目指し、リーダー育成、デジタルスキル向上プログラムなどを通じて世界で活躍する人材の育成にも注力します。社会に向けては、2017年2月に、事業所内保育所の運営受託を事業の柱とした「KODOMOLOGY株式会社」を設立しました。仕事と育児を両立し、誰もが活躍できる社会の実現に貢献していきたいと考えます。

※2015年までは各年4月1日時点の実績。2016年以降は各年1月1日時点の実績



LGBT支援の取り組み

社員一人ひとりがありのままの自分で職務にあたれる環境を整備するとともに、LGBTへの理解を深め、LGBT当事者を支援するなど、様々な活動に取り組んでいます。
具体的には、LGBT理解に向けた社内セッションの開催（2015年7月~）や、同性パートナーを異性の配偶者と同様の処遇を享受できる就業規則の改訂（2017年1月1日付）など、LGBTへの正しい理解とLGBT当事者である社員に向けた社内体制の整備を進めています。
また、日本最大のLGBT支援イベントであるTokyo Rainbow Prideへ出展し、メイクアップアドバイスやサンプリング活動（社内有志によるボランティア活動）を行っています。また、性別適合手術をされた患者さんへのメイクアップアドバイスなども社会的支援活動として継続的に行っています。
こうした活動により、2017年は、企業のLGBT支援を評価する「Work with PRIDE」にて最高のゴールド認定を受けました。

障がい者の雇用

「誰もが生き生きと働くことができる職場づくり」に向けた取り組みの一つとして、障がい者雇用促進に取り組んでいます。
現在、資生堂グループで約290名の障がいのある社員が活躍しています。
障がいのある社員に対しては、「本気で期待する」「必要な配慮はするが特別扱いはしない」「一生懸命働きたい情熱のある社員を積極的に応援する」ことを約束し、今後も、組織に多様性をもたらす人材の採用と定着の推進を行ってまいります。
また、特例子会社「花椿ファクトリー株式会社」では、東京・大阪・掛川の４カ所で知的障がい者を中心とした34名の社員が働いています。
2018年6月1日現在、株式会社資生堂の障がい者雇用率は3.19%、国内資生堂グループ全体の雇用率は2.04%です。

外国人の雇用

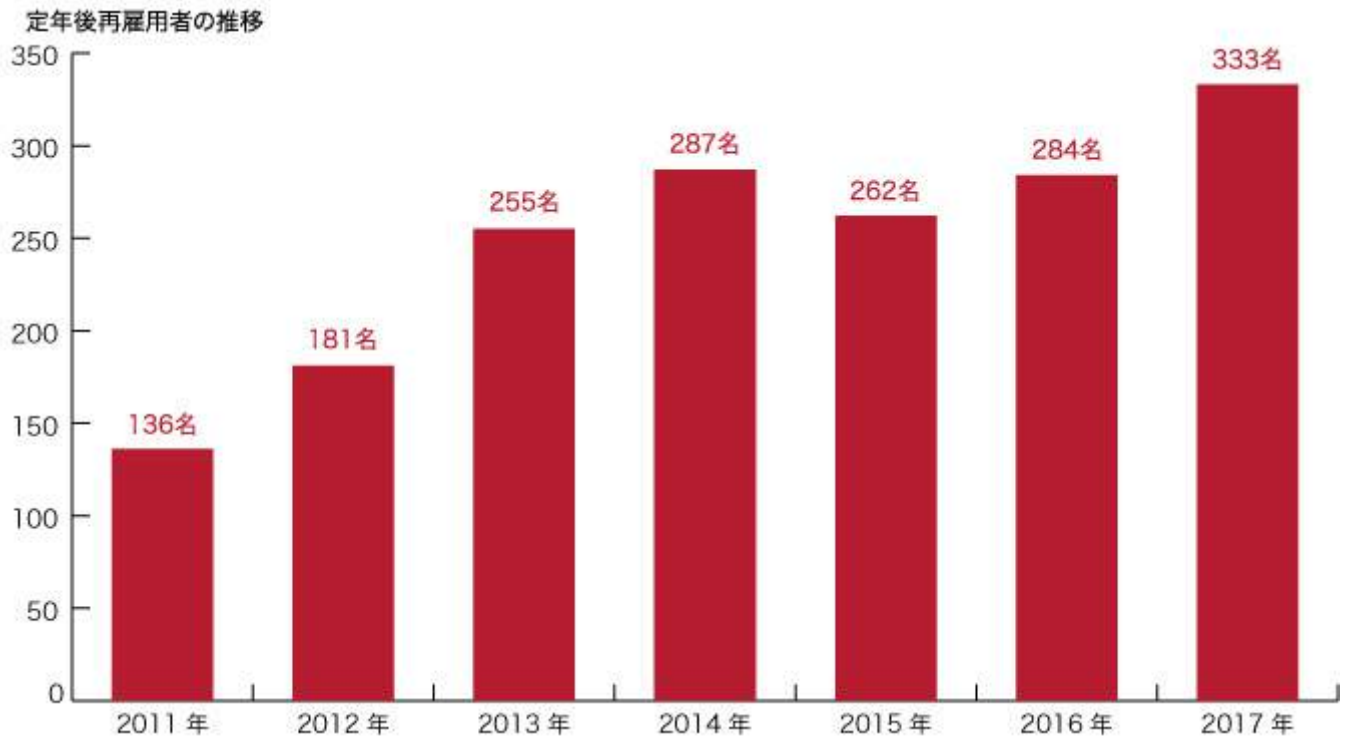
資生堂は、海外現地法人だけでなく、国内においても、従来より国籍を問わず多様な人材を採用しています。
本社における外国人採用にあたっては、在留資格など入国管理制度を遵守しつつ採用し、入社後は就業規則に則り、適切に処遇しています。

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。特に2014年度からは「ELパートナー制度」を導入し、希望者全員を再雇用しています。

また研究開発領域などについては、高い専門性を踏まえた処遇を実現する「シニア・サイエンティスト制度」を運用し、技術やノウハウの伝承を図っています。

※2015年までは各年4月1日時点の実績。2016年以降は各年1月1日時点の実績



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。

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、「心身ともに健康な社員が自分磨きの時間を満喫しイノベーションを巻き起こす会社になる」ことを「WORK LIFE BEAUTY」と呼称し、社員一人ひとりが働き甲斐を持ちながら働ける職場の実現に向けた、勤務形態の充実や長時間労働の解消に取り組んでいます。

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、法令を遵守するとともに、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、国内の全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協定の遵守」（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。
2016年度より国内全ての事業所が、「働き方改革」の具体的な実行策を宣言し更なる改善に取り組んでいます。

3. オフィス消灯施策の推進

資生堂グループでは、関係会社を含む国内全ての事業所（※）にて22時オフィス消灯を実施をしています。なお、汐留オフィスでは20時消灯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

また、2017年4月より本社、GIC（グローバルイノベーションセンター）、資生堂ジャパン、一部の関係会社で実施していた在宅勤務をテレワーク制度へ発展させました（対象者、業務は職場ごとに決定する）。サテライトオフィスの活用促進など、育児・介護期の社員のみならず働き方見直しの施策として各職場で活用しています。

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の同行制度、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、GIC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」できる会社を目指しています。

事業所内保育施設「カンガルーム汐留」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ルースタッフ制度（※）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、2017年度では、育児休業取得者数（短期育児休暇含む）1,483人（うち男性18人）、育児時間取得者数2,130人（うち男性2人）、介護休業取得者数37人（うち男性3人）、介護時間取得者数24人(うち男性2人）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。

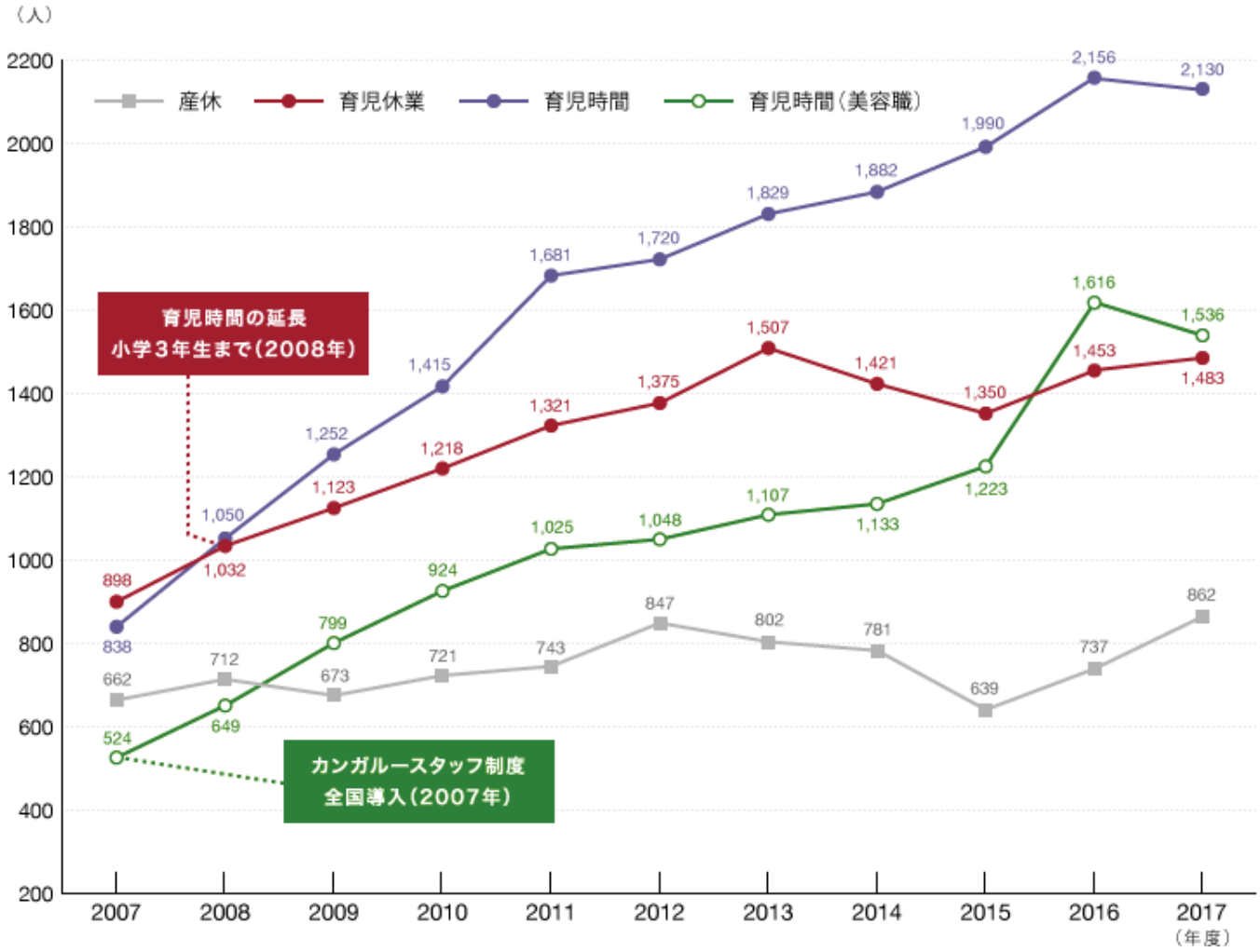
働き方改革にあたっては、BCの意見をヒアリングすることで現状を把握し、これまで導入してきた両立支援制度はそのままに、一人ひとりの多様な働き方にあわせた制度利用が行えるよう、育児期のBCと上司で個別面談を実施することとしました。面談では、育児環境の共有とともに、会社として育児期BCへの期待を伝達し、それぞれのBCが置かれている事情に配慮しつつキャリアアップにつながる働き方を確認しています。

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。

※カンガルースタッフ制度

お客さま応対に従事する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（カンガルースタッフ）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人を超え、カンガルースタッフも1,837人に拡大しています。

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
※2018年1月1日時点の対象人数は、23,505人である。（美容職は、7,858人）
※2015年度は4月～12月までの9カ月実績
※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、女性活躍推進法に基づく「一般事業主行動計画」

資生堂では、一人ひとりの社員が働きがいを持ちながら就業し、会社への貢献度を高めることができる職場の整備に取り組んでいます。
その一環として、女性社員の更なる活躍推進や育児に携わる社員の両立をサポートするさまざまな施策を実施しています。

なお、株式会社資生堂では2007年、2013年、資生堂ジャパン株式会社では2007年に次世代育成支援対策推進法に基づく「次世代認定マーク（くるみん）」を取得しています。

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（第5期）

対　　象：株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社
計画期間：2016年4月1日～2018年12月31日（2年9カ月）

No.	取組目標	時期・対策
1	女性リーダー候補者の可視化とプールのための一人別人材育成を強化	2016年～：育成施策の検討・実施
2	長時間労働是正に向けた取り組みを実施	2016年～：是正策の検討・実施
3	効率的な時間活用に向けた在宅勤務等の導入検討および実施	2016年～：本格導入に向けた準備と推進策検討

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画（第1期）

対　　象：国内資生堂グループ
計画期間：2016年4月1日～2018年12月31日（2年9カ月）
数値目標：2016年度中の国内資生堂グループにおける女性リーダー比率30%

No.	取組目標	時期・対策
1	女性リーダー候補者の可視化とプールのための一人別人材育成を強化	2016年～：育成施策の検討・実施
2	長時間労働是正に向けた取り組みを実施	2016年～：是正策の検討・実施
3	効率的な時間活用に向けた在宅勤務等の導入検討および実施	2016年～：本格導入に向けた準備と推進策検討

※ 行動計画の対象となる国内資生堂グループには、（株）資生堂、資生堂ジャパン（株）、（株）資生堂パーラー、（株）イプサ、（株）エフティ資生堂、（株）ジャパンリテールイノベーションが含まれる

社員の公正な評価

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
  - 評価や昇格等の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、年2回国内資生堂グループ管理職を対象としたHR説明会を開催し、人事制度やその運用の理解を深めるための機会を設けています。

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」を目指し、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2年に1回実施しています。
※2017年度は、国内事業所だけでなく、全海外事業所でも調査を実施。
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、社員の間に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てています。
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、社外には電話相談窓口（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。
「VISION 2020」が目指す、「エネルギーが充満し、世界中の若者が憧れる企業」となるために、「people first」を合言葉に掲げ、イノベーションを起こして新たなお客さま価値を創造する人材を多く輩出することで、「人の力で会社を強くし、競合に勝つ組織」の実現を目指しています。

そのため、資生堂グループの行動原則であるワーキングプリンシプル「TRUST 8」と組織・人材のありたい姿を定義した「組織・人材プリンシプル」を策定し、お客さま起点で挑戦し、行動し続けること、社員の心に火をつけ、率先垂範でリードすることを求め、人材育成の指針としています。

パフォーマンス向上プロセス

社員一人ひとりの成長を会社の成長につなげ、組織全体としてより大きな成果を出していくことを狙いに、2016年より「パフォーマンス向上プロセス」を導入しています。
能力開発の大部分は仕事経験を通じて得られるものです。そこで資生堂では、一人ひとりが高い目標にチャレンジし、その達成に向けて新しい知識やスキルを修得し、それを仕事で活用する中で能力を伸ばしていくこと、上司であるマネージャーがコーチングやフィードバックを通じて成長を支援することを一連のプロセスとし、それぞれの職場での能力開発を図っています。
このプロセスのキーとなるマネージャー層に対しては、パフォーマンス向上プロセスに関する継続的なトレーニングを実施しています。加えて、部下からマネージャーの日々の行動に対するフィードバックを行う180℃サーベイ「GIFT」を実施し、マネージャーのパフォーマンスマネジメントスキルの向上と互いにフィードバックし合うことで成長を促すカルチャーづくりを目指しています。

グローバルレベルでの人材活用と育成

5つのブランド事業からなる横軸、6つの地域本社からなる縦軸で構成するマトリクス組織体制への移行に伴い、グローバルレベルでの人材活用、育成がますます重要になっています。そのため、人材の採用、選抜、育成、配置等といった一連のプロセスを通じて人の力を最大限に活かすグローバルタレントマネジメントを開始しています。
具体的には、グローバルレベルでの優秀人材の可視化、地域間のモビリティや、トップから若手の各レイヤーでリーダーシップを強化する「資生堂リーダーシップアカデミー」を通じ、適材適所の実現やグローバルな視野で将来を見据えた能力開発に取り組んでいます。資生堂リーダーシップアカデミーでは、全世界から選抜されたマネジメント層へのアセスメントや集合トレーニングを実施すると共に、マネージャー未満の若手社員を主な対象としたフューチャーリーダープログラムを実施し、国内外のMBAや海外（フルタイム・ショートタイム）での合宿型の英語集中トレーニング等へ自ら手を挙げて参加する機会を設けています。加えてこうした動きを加速させるために2018年10月から本社を中心とした「英語公用語化」を予定しており、社員の英語コミュニケーション力にも力を入れています。

社員の安全と健康

健康管理方針

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目指します。

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、一人ひとりが充分に能力を発揮し、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、法令遵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

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。
グローバルイノベーションセンター・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、危険箇所や危険行為の改善・改良を行っています。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「健康管理基本方針」に則り、社員一人ひとりの健康づくりを推進しています。
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

定期健康診断は、法定項目の他に社員自らが選択出来るオプション項目を設けおり、健康診断を通じて社員自身が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。また、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、法令を遵守した資生堂独自の基準を設け産業医が面談を実施しています。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

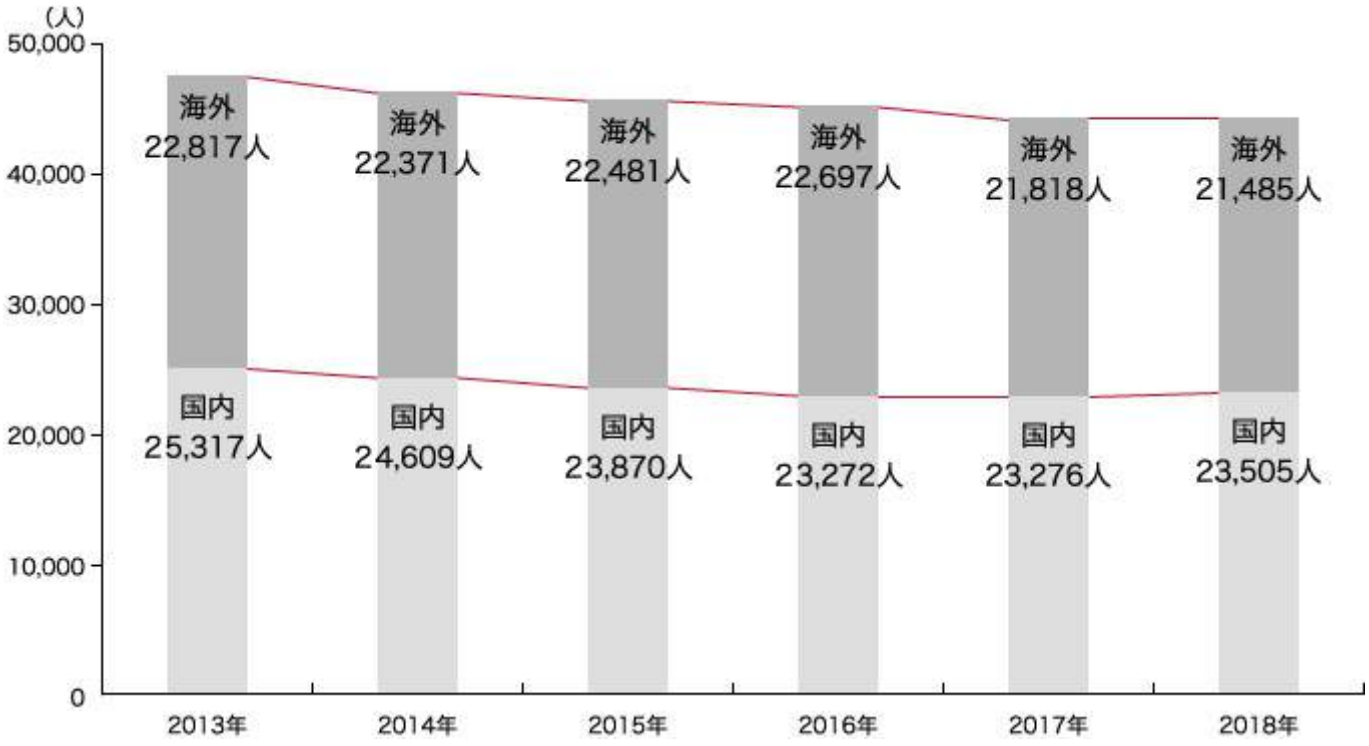
海外渡航者に対して感染症情報をイントラネット上に掲載し、注意喚起を行うとともに、海外駐在員に対しては、渡航前に感染症予防に関する小冊子を配布しています。

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。
2018年1月1日時点の総社員数は、全体で44,990人で、前年と比較して約100人減員の状況です。

資生堂グループにおける社員数



※ 2015年までは国内は4月1日時点、海外は前年12月時点の直接労働契約を締結している社員数。
2016年から国内は1月1日時点、海外は前年12月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。
2018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106：女性100、総合職　男性99：女性100、美容職　男性84：女性100の比率となっています。（2018年1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」を目指し、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「資生堂グループ倫理行動基準」に則り、多様性を尊重し、働きがい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、資生堂ジャパン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12,000人、2018年1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」「働き方改革」「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。

労使検討会の様子

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

社会とともに

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目指します。

社員による社会貢献活動

地域社会の一員として職場単位や個人で取り組む社会貢献活動をご紹介します。

災害支援活動

災害時の緊急支援および寄付活動についてご紹介します。

東日本大震災における資生堂の取り組み

行政や地域の方々とともに、椿の植樹を中心とした新しい街づくりに取り組んでいます。

子どものための取り組み

子どもたちの健やかな肌を守るために、洗顔方法や紫外線対策などの美容生活情報を発信しています。

資生堂社会福祉事業財団の活動

子どもと女性の福祉の向上に貢献する資生堂社会福祉事業財団の活動をご紹介します。

社員による社会貢献活動

資生堂グループの社員による社会貢献活動は、グループ全体で行っている「未来椿活動」と日本で展開している「社会貢献くらぶ」を柱としています。
未来椿活動は、創業140周年にあたる2012年度から、全世界の資生堂グループ社員が取り組んでいる社会貢献活動です。これまでの資生堂の歩みを支えていただいたお客さまや社会に対して、社員が立案・計画した活動を実践することで、感謝の気持ちを還元していきます。
社会貢献くらぶは、「何か社会のお役に立ちたい」と考える社員をサポートする組織です。常時、参加しやすい活動プログラムを提供し社会参画の機会を創出しています。

未来椿活動 | 社会貢献くらぶ

未来椿活動は2017年度までに、世界130の事業所で1270件の活動を行いました。
活動した社員からは、「ハンドケア活動を通じて、沢山の笑顔に出会い、嬉しい声をいただき、そのことが自分自身の喜びにつながった」「浜辺清掃や植樹など大変な重労働だったが、太陽の下、すがすがしい汗をかき、仲間との結束力が強まった。次世代に地域コミュニティとのつながりと自然環境を残していくことの大切さ、責任を再認識した」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。

日本での取り組み

今年も集結！「オープンホスピタル」でのハンドケア・カバーメイク活動

2017年10月28日（土）に、京都大学医学部附属病院にて、通院・入院中の患者とご家族、地域住民の方々等に広く開放されたイベント「オープンホスピタル2017」が開催され、今年も来場者の方々にハンドケアやカバーメイクを行いました。

通算6年目の参加となる今回は、サステナビリティ戦略部をはじめ、地元近畿エリアから大阪工場、近畿支社、近畿事業部、デパート営業本部などのメンバーが部門を越えて集結し、総勢18名で活動。247名の方にハンドケアを58名の方にカバーメイクを実施しました。ハンドケアコーナーでは、「去年も今年も来たよ！こうやってハンドケアしてくれることは本当にありがたいね」「また来年も必ず来ますね」と、これまで継続して活動してきたことで大勢の固定ファンがいらっしゃることを実感しました。カバーメイクコーナーでは、10月21日（土）に発売したパーフェクトカバー ファンデーションMVを使ったカバー方法や眉の描き方などをアドバイスしました。メイクを受けた方は「気になる部分のみカバーするだけで、きれいな肌色に変身できた」と鏡を見て笑顔になっていました。

【参加メンバーの声】
・入院されている方に、ハンドケアをしながらお顔をちらっと見ると、とてもイキイキしていました！化粧のちからを近くで感じることができて嬉しかったです。
・途切れることのないお客さまへの施術で腕の疲れは大変なものでしたが、「ありがとう」「気持ち良かったよ」の声に、日頃味わえない嬉しさをかみしめました。
・普段直接関わる機会のない他事業所のメンバーと一緒に活動ができ、とても刺激になりました。
来年もこの活動を心待ちにしている多くの資生堂ファンのために、京都に集結します！

子どもたちの記憶に残るものづくり体験「リップグロスファクトリー」を出展

資生堂ジャパン株式会社 コスメティクス事業本部 九州・沖縄事業部は、国内3工場（大阪・掛川・久喜）の協力のもと、トヨタ自動車九州株式会社さまが生産拠点の敷地内で開催する「スプリングフェスタ2017」において「リップグロスファクトリー」というワークショップ（ものづくり体験コーナー）を初めて出展しました。

毎年１万人近くの来場客で賑わうこのイベントは、地域の方々やトヨタグループの従業員さまのご家族が心待ちにしている「お祭り」です。「リップグロスファクトリー」は、開場早々に予約券が全てなくなるほどの大人気でした。

今回、小さな子どもたちにワクワクする体験を通じて、ものづくりの楽しさを味わっていただくことができました。今後も、子どもたちの記憶に残る活動を続けていきたいと思います。

咲き誇るお花が銀座を彩る！花壇ボランティア活動

品質保証部では2012年より、中央区緑のアダプト活動へ参加し、銀座の3ヵ所の花壇管理に取り組んでいます。
32人のメンバーが毎日の水やり、除草、清掃に加え、年4回季節ごとに花壇の草花の植え替えを実施。2名1組の担当表を作成し、メンバー同士の交流も兼ね、当番制で水やりを行っています。

2017年度は、2月24日（金）に「リナリア」「プリムラポリアンサ」を、5月18日（木）に「ナデシコ」「コリウス」の草花をそれぞれ3箇所の花壇に植えました。また、8月25日（金）には「ペンタス」「ニチニチソウ」を、12月1日（金）には「パンジー」「ミニハボタン」を植えました。

「今年も元気に育ちますように！」と願いながら、花壇全体の色のバランスを考えて植え付けを行いました。
これからも銀座の街並みを華やかにできるよう、愛情を込めて育てます！！

昭和大学にて「赤ちゃんからのスキンケア」サイエンスカフェ開催

資生堂グローバルイノベーションセンターは2017年10月19日（木）、昭和大学キャリア支援室と共催で全学部の４、５年生を対象としたサイエンスカフェを開催しました。
サイエンスカフェは一般的なセミナーとは異なり、研究者が参加者の輪に入って科学の話題を提供し、皆で考えながら科学への理解を深めようというものです。

当日は医学・歯学・薬学部の学生のほか、先生も加わり約20名が参加。ディスカッションでは、将来医療等の専門の場で活躍する学生の皆さんにも役立つ内容として、資生堂の「化粧のちから」」と「赤ちゃんからのスキンケアの重要性」に関する研究活動をテーマに、資生堂研究員とサステナビリティ戦略部メンバー計8名で活動を進めました。

学生たちからは、化粧で出来るQOL向上や赤ちゃんからのスキンケアをすることでアトピー性皮膚炎の発症を軽減出来ることに驚きの声があがり、「将来、働く現場で実践につなげたい！」「赤ちゃんのいる友達に教えてあげたい！」といった頼もしい声が聞かれました。また、「シミとソバカスの違いは？」「どんな美白剤が効果があるの？」「使いやすく効果のある日焼け止めが欲しい」など学生ならではの発言や意見が飛び出し、とても賑やかで盛り上がった会となりました。

アジア・オセアニアでの取り組み

芸術大学の学生に美容セミナーを開催

資生堂タイランドは、2017年11月2日に、芸術大学の3年生60名に、スキンケアとメイクアップのワークセッションを開催しました。
このセミナーは、日ごろから美と文化を学んでいる学生たちに、資生堂の技術やノウハウを活用して、美に関する知識やスキルを学んでいただき、卒業後の社会人生活に活かしていただこうというもので、学生たちからも人気の高いクラスとなっています。
当日は午前と午後の２回行い、それぞれ30名の学生のみなさんに、お肌のお手入れ方法やメイクアップの方法について実習を交えて学んでいただきました。

学生たちからは、「基本的なスキンケアやメイクアップのテクニック、知識について、多くを学ぶことができました。このような機会をいただきありがとうございました。自分の将来にも生かしていきたいです」との声をいただきました。

私たちも、このセミナーを通じて、学生の皆さんによいインスピレーションを与えることができ、とても嬉しく思います。

アメリカ・ヨーロッパでの取り組み

毎年恒例、高齢者施設での美容セミナー

資生堂スペインは、年に1度、地域の高齢者施設を訪れ、 美容セミナーを行っています。

2017年10月21日（土）に、10名の社員が施設を訪問しました。

社員は2つのグループに分かれ、それぞれスキンケアと ハンドケアの活動を行い、施設の方々にお楽しみいただきました。

社会貢献くらぶは、2005年に発足した国内の社員による組織で「資生堂 花椿基金」をはじめ、「災害義援金」「集めてボランティア」「TFT（TABLE FOR TWO）」「ボランティアメニュー」など、さまざまな活動プログラムを設けています。
社員の平日のボランティア活動にもソーシャルスタディーズデー ※などのサポート制度が適用できます。 「社員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」風土をつくり、社会参画と視野の拡がりから得られた「気づき」や「知」を業務や社内の活動に活かすことで更なる価値創造につなげます。

※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「社会へ出勤する日」として業務扱いとする制度

資生堂 花椿基金

「資生堂 花椿基金」は、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やNGO団体を支援する社会貢献活動です。
2005年の創立以来、2017年までの間に、2億6千799万5,869円を支援団体にお役立ていただきました。
社員は、毎月の給与1口100円から、退職した社友は、一口1,000円から参加しています。
運営は、社員の代表である運営委員が行い、社内への広報活動や支援団体からの活動報告「オープンカフェ」を開催しています。また、毎年審査会を開き、各団体の支援内容の評価や新規支援団体の選出を行っています。

2017年度の審査会
ジョイセフ様のプレゼンテーション

災害義援金

世界中で発生した自然災害に対する災害義援金として、2004年～2017年の間に5千928万6,960 円を被災地にお届けしました。 社員と社友一人ひとりの気持ちが大きな力となっています。

感謝状

資生堂花椿基金
熊本地震義援金有志一同　殿

貴殿は九州地方広域災害被災者支援に際しまして貴重なるご寄付をされ 被災されました方々のための緊急人道支援に多大なる貢献をなされました
よってここにそのご厚情に対し深く感謝の意を表します

平成二十八年六月二十九日

特定非営利活動法人
ジャパン・プラットフォーム
共同代表理事　有馬　利男

認定NPO法人ジャパン・プラットフォーム様からの感謝状

2018年度花椿基金支援団体と支援内容ＰＩＣＫＵＰ

領域	支援団体名		花椿基金の支援内容
女性・子ども	全国女性シェルターネット		ＤＶ根絶活動と被害女性・母子の保護、再出発を支援
	セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン		20人に1人が5歳まで生きられない途上国の子ども支援
	ジョイセフ		途上国ザンビアの妊産婦の命と健康を守る活動支援
次世代育成	資生堂社会福祉事業財団		児童養護施設や里親のもとで育つ子どもたちの進学を支援
	全国色素性乾皮症（XP）連絡会		紫外線に当たることができない難病ＸＰの子どもを支援
	ＪＨＰ・学校をつくる会		カンボジアに校舎と衛生的なトイレをつくり、若者の未来を支援
環境	WWFジャパン		インドネシアの森林再生と野生生物と人との共存を支援
	日本自然保護協会		日本の自然と絶滅危惧種の生息地の保全活動を支援
災害被災地支援	ジャパン・プラットフォーム		東日本大震災被災地の復興を継続支援
健康	日本対がん協会		がんの啓発活動とがん患者と家族を支援

TOPICS： 2018年度の支援団体が決定しました

2017年9月4日（月）に花椿基金「審査会」を汐留オフィスで開催し、2018年度の支援団体が決定しました。

■2018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)　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)　ジョイセフ
(9)　JHP・学校をつくる会
(10)　日本対がん協会

審査会の様子
ＪＨＰ・学校をつくる会様のプレゼンテーション

TOPICS： 13年目…資生堂日焼け止め商品で、「XP」患者支援

2017年3月、色素性乾皮症（XP）患者92名の方に、資生堂グループの日焼け止め商品「アネッサ」「ドゥーエ」、「サンメディック」「アベンヌ」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2005年より、花椿基金の支援先である「全国色素性乾皮症（XP）連絡会」を通じ、年に1回、XP患者の方々へご希望の商品をお届けしており、今年で13年目を迎えました。

患者のご家族からは、「日焼け止め商品は、1年を通じ、XPの子どもたちの敏感な肌を紫外線や皮ふ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」との感謝の声をいただきました。

※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。

TOPICS： 難病XP患者の子どもたちに社員から心ばかりのプレゼント
～紫外線セミナーなど社会貢献活動を実施 ～

2016年10月15、16日の2日間、全国色素性乾皮症（XP）連絡会第3回全国大会が、愛知県「あいち健康プラザ」で開催されました。資生堂グループからは10名の社員が参加して、
(1)ビューティーコンサルタントによる日焼け止め商品の使い方や悩みの相談
(2)サンケア製品開発の研究員による「紫外線の肌への影響と日焼け止めの最新知見」の講演
(3)XP患者と兄弟児と一緒に遊ぶこと
などのボランティア活動を実施しました。

資生堂は社会貢献活動の一環として、紫外線の影響により高い確率で皮膚がんや進行性の神経障がいを伴う難病色素性乾皮症（XP）の患者への支援を2000年より開始し、2005年からは毎年、紫外線遮断のために不可欠な日焼け止め商品（アネッサ、ドゥーエ、サンメディック、アベンヌ等）を提供しています。

また、社員・社友による有志による「花椿基金」を通じた支援を継続しています。

中部支社お客さま担任による個別相談

サンケア製品開発の研究員による講演

「TABLE FOR TWO」の取り組み

TABLE FOR TWO、直訳すると「二人の食卓」。
先進国の私たちと開発途上国の子どもたちが、時間と空間を越え食事を分かち合うというコンセプトで、対象となるヘルシーメニューを注文すると、1食分の給食が特定非営利活動法人TABLE FOR TWO International（以下、TFT）を通じて開発途上国の子どもたちへ届けられる仕組みです。

資生堂ではTFTの趣旨に賛同し、2009年7月より導入。2017年現在は、汐留オフィスと資生堂グローバルイノベーションセンターで継続実施しています。
2017年6月には、TFT活動を通じて年間一定額を寄付しているとして「シルバーサポーター」の感謝状をいただきました。

日本国内では、企業や学校など約700団体がTFTに参加し、各団体とも、TFTメニューの開発や食堂利用者への告知方法などに趣向を凝らしているようです。このためTFT事務局ではその好事例の水平展開のために「TFT総選挙」というユニークなイベントを企画・実施しています。
2016年7月にTFT主催で開催された「第2回 TFT総選挙」において、資生堂は、「メニュー部門」で、「とろとろ卵のあさりあんオムライス」を応募。投票の結果、1位との票差がわずか1票という僅差で2位を獲得し、入賞の表彰状をいただきました。

開発途上国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できるTFTへの支援をこれからも続けてまいります。

感　謝　状

シルバーサポーター
株式会社資生堂様

皆さまからお寄せいただいた
TABLE FOR TWOへのご支援により、
飢餓や栄養不足にさらされている
アフリカ、アジアの多くの子どもた
ちに、温かい食事と未来への希望を
届ける事ができました。
継続的な力強いご支援・ご協力に
心より感謝申し上げます。

2017年6月

特定非営利活動法人
TABLE FOR TWO International
代表理事 小 暮 真 久

TFT事務局より頂戴した感謝状

表　彰　状

TABLE FOR TWO 総選挙 2016
メニュー部門　第二位
株式会社資生堂様

貴社は TABLE FOR TWO 総選挙 2016
メニュー部門において"とろとろ卵の
あさりあんオムライス"にて、
TFT導入企業 650 社の中から第二位を
受賞されました。
貴社の皆様の厚いご支援に、心より
感謝申し上げます。

2016年8月

特定非営利活動法人
TABLE FOR TWO International
代表理事 小 暮 真 久

総選挙メニュー部門第2位受賞

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。

7月に第1回のフェアを開催。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。

※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

2005年度から全社的に使用済み切手や書き損じハガキを集め、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。
通年で活動し、夏・冬年2回のキャンペーンを実施しています。
集めた使用済み切手や書き損じハガキは、「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に、「公益財団法人 民際センター」を通じて、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ダルニー奨学金として役立てられています。
2017年8月までに114名の子どもの就学を援助することができました。
2018年に１名の子ども（支援国：ラオス中学生）の就学を援助することになります。

ソーシャルスタディーズデー

1993年から年間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「社会へ出勤する日」として業務扱いとする制度です。
各種ボランティア活動、献血、ドナー登録、地域社会との交流などに利用されています。

災害支援活動

熊本地震の被災者に向けて社員有志から義援金贈呈

2016年4月に発生した熊本地震では、揺れの強かった熊本県、大分県を中心に九州地方の広い範囲に大きな被害をもたらしました。資生堂社会貢献くらぶでは、この災害の被災者に向けてグループ社員有志から寄せられた義援金（総額2,499,500円、支援賛同者3,444人）を、「認定NPO法人ジャパン・プラットフォーム（JPF）」に贈呈しました。
この義援金は、JPFの「九州地方広域災害被災者支援」のプログラムに沿って、特に高齢者、女性、子ども、障がい者などの災害弱者やジェンダーへの配慮を重視した支援活動に役立てられました。

認定NPO法人ジャパン・プラットフォームにて寄贈

感謝状

資生堂花椿基金
熊本地震義援金有志一同　殿

貴殿は九州地方広域災害被災者支援に際しまして貴重なるご寄付をされ被災されました方々のための緊急人道支援に多大なる貢献をなされましたよってここにそのご厚情に対し深く感謝の意を表します

平成二十八年六月二十九日

特定非営利活動法人
ジャパン・プラットフォーム
共同代表理事　有馬　利男
認定NPO法人ジャパン・プラットフォームからいただいた感謝状

ハリケーン・マシューの被災者に向けて社員有志から義援金贈呈

2016年10月「ハリケーン・マシュー」によって甚大な被害がもたらされた「ハイチ共和国」の被災者に向けて、資生堂社会貢献くらぶでは、グループ社員有志から寄せられた義援金（総額418,500円、支援賛同者837人）を、「認定NPO法人ジャパン・プラットフォーム（JPF）」に贈呈しました。
この義援金は、JPFの「ハリケーン・マシュー被災者支援2016」のプログラムに沿った、加盟NGOによる緊急支援物資（食糧や浄水用の塩素タブレット、脱水症対策の経口補水液などの衛生用品や生活物資）の配布などの人道支援活動に役立てられました。

認定NPO法人ジャパン・プラットフォームにて寄贈

感謝状

資生堂社会貢献くらぶ
ハイチ・ハリケーン災害義援金
社員有志一同　殿

貴殿はハリケーン・マシュー被災者支援二〇一六に際しまして貴重なるご寄付をされ被災されました方々のための緊急人道支に多大なる貢献をなされましたよってここにそのご厚情に対し深く感謝の意を表します

平成二十九年一月二十三日

特定非営利活動法人
ジャパン・プラットフォーム
共同代表理事　有馬　利男
認定NPO法人ジャパン・プラットフォームからいただいた感謝状

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。
資生堂グループは、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、スキンケアやメーキャップ、ハンドケア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。

「椿」が結ぶ復興支援活動

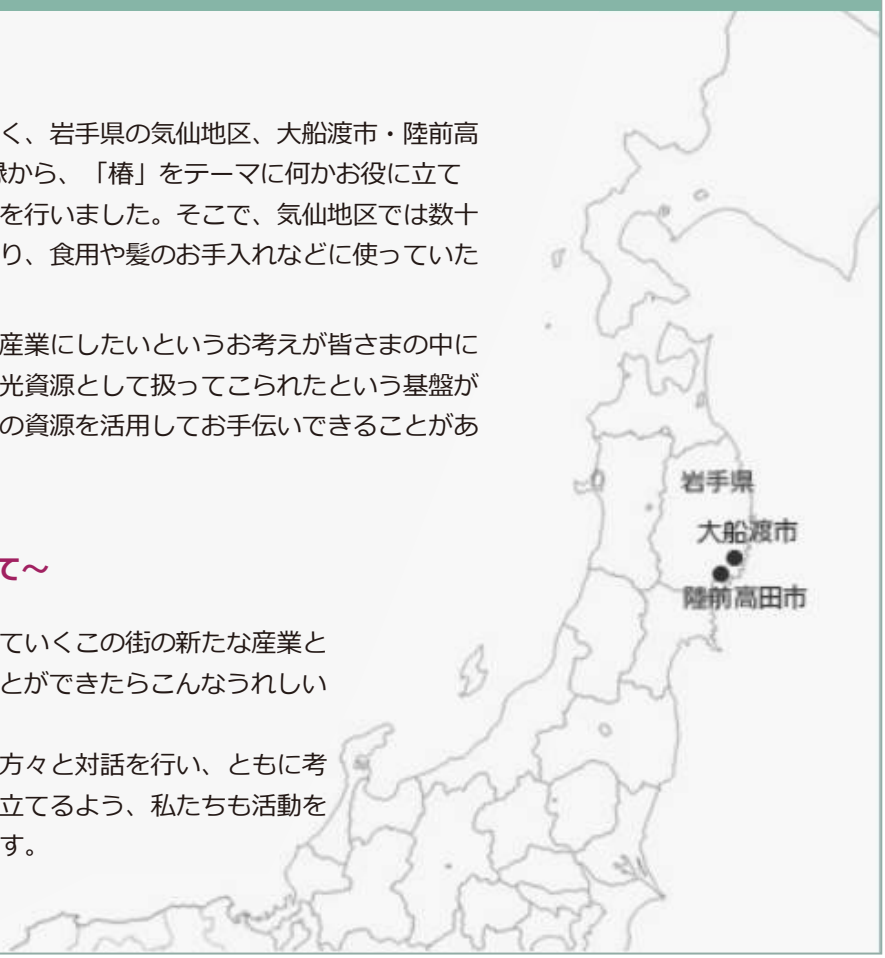
東日本大震災から2年が経過した2013年以降は仮設住宅の環境整備や瓦礫処理などの生活再建期から、住居の自立再建やライフライン･インフラの再建、商店街や地元産業の復興など、復興期へとフェーズが変わっています。また、地域によって復興のスピードも異なります。それに伴い、被災された方々が望まれるものも変化し多様化しています。
資生堂は、お客さまやお取引先などステークホルダーの方々と顔の見える関係をつくり、丁寧な対応をすることを企業活動のスタイルとしてきました。
2013年度からは、化粧品会社だからできる「化粧のちから」を生かした活動としてビューティー支援活動を継続するとともに、当社の資源を活用しながら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

資生堂にとって「椿」はもともとゆかりが深く、岩手県の気仙地区、大船渡市・陸前高田市の市の花も「椿」です。 このようなご縁から、「椿」をテーマに何かお役に立てることがないかと考え、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搾り、食用や髪のお手入れなどに使っていたということを知りました。

また、昔から大切にしてきた椿を街の新しい産業にしたいというお考えが皆さまの中にあることや、震災前から大船渡では、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・陸前高田市にお住いの方々と対話を行い、ともに考え、この街の皆さまが描く街づくりにお役に立てるよう、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。

1. 産業化に向けた取り組み

「椿」が街の新しい産業となり、観光資源としても活用できるように椿の植樹活動を毎年行っています。
2014年度からは産業化を加速させるための具体策として、日本ツバキ協会様にご協力をいただき、東京の町田から樹齢30年ものの椿を運び植樹しています。
大船渡市のご協力の下、これまでに約470本の苗木と約100の成木を植樹しています。（2017年5月現在）

椿で新たなまちづくり。今年も「椿の植樹会」　2017年5月25日、26日開催

2012年から6年目を迎える2017年は、例年の苗木の植樹と、新しいまちのシンボルツリーとしての植樹を行い、活気づく大船渡のまちづくりを応援しました。資生堂からは社員15名が参加し、社会福祉法人大洋会、大船渡市役所、一般社団法人日本ツバキ協会の皆様とともに植樹を行いました。

(1) 椿の苗木の植樹会

2017年5月25日（木）、資生堂と社会福祉法人大洋会が共催し、大船渡市福祉の里大洋会敷地内において「椿の植樹会」を実施し、32本の苗木を植樹しました。「資生堂リラクシングナイトミスト」の売上の一部と資生堂アメニティグッズ株式会社が通販カタログで大船渡の特産品を販売した売上の一部が役立てられています。

記念植樹（右から２人目は戸田公明　大船渡市長）

苗木を植樹する市の職員と資生堂社員

植樹会の参加者

(2) 椿の成木の記念植樹

2017年5月26日（金）、商業施設「キャッセン モール&パティオ」内に、新しいまちのシンボルツリーとして9本の成木を植樹し、まちづくり会社キャッセン大船渡㈱との共同により記念セレモニーを行いました。

記念プレートの除幕式

幹巻きをする社員

記念セレモニーのようす

復興への想いを込めて、椿の植樹会を開催　2016年6月11日開催

今年も開催 「椿の植樹会」2016年6月11日開催

2016年6月11日（土）、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「椿の植樹会」を開催しました。資生堂からは20名が参加し、社会福祉法人大洋会、大船渡市役所、一般社団法人日本ツバキ協会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、椿の成木20本を植樹しました。昨年に続き、今年も日本ツバキ協会の方に樹齢30年程の成木を寄贈いただきました。

(2) 椿の苗木の植樹会

大きく、たくましく育ってほしいという想いを込めて、大船渡市長 戸田公明様、当社代表取締役執行役員副社長 岩井恒彦、大洋会理事長 木川田 典彌様と日本ツバキ協会 仲村清彦様による記念植樹を行いました。
今回の苗木の植樹には、「資生堂 リラクシングナイトミスト」の売上の一部と資生堂アメニティグッズ株式会社が通販カタログで大船渡の特産品を販売した売上の一部が役立てられています。

戸田公明 大船渡市長（右）と副社長 岩井恒彦（左）による記念植樹

急な斜面に苗木を植樹

植樹に参加した資生堂社員

産業化に向けた椿の植樹会を開催　2015年6月12日開催

「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贈られたもので、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

「椿の成木と苗木の植樹」 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。
資生堂から16名が参加し、社会福祉法人大洋会、大船渡市役所、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、2014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式会社が通販カタログで大船渡の特産品を販売した売上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

2. 気仙地区の「椿」の認知向上に向けた取り組み

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ました。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」の香り成分を配合し、性別・年代を問わず、安らぎを感じていただける新しい香りを開発しました。大船渡の方々にもご協力いただき、就寝前にボディーだけでなく、空間や寝具にも使用できるフレグランスウォーター「資生堂 リラクシングナイトミスト 椿の夢」を開発しました。
当商品は2014年10月1日（水）に資生堂 Webサイト 「ワタシプラス」にて限定発売し（2017年1月に再販売）、2016年3月9日（水）に（株）三越伊勢丹の4店舗（※）にて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。

※伊勢丹新宿店、銀座三越、日本橋三越本店、仙台三越

資生堂 リラクシングナイトミスト 100ml 1,512円（税込）
ボディーだけでなく、寝具や空間にもお使いいただけます。

2014年10月1日（水） 資生堂Webサイト「ワタシプラス」発売
2016年3月9日（水） （株）三越伊勢丹一部店舗にて発売

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、ＡＥＯＮ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

「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 スピエディーニのおふるまい

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拡げ、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行い、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

3. 次世代とともに椿を育てる取り組み

大船渡市立 日頃市中学校の活動

岩手県大船渡市立日頃市（ひころいち）中学校では、市の花「椿」の理解を深めるべく「椿の学習プログラム」を全校で実施しています。資生堂では日頃市中学校の要請を受け、未来の街づくりの主役となる生徒に「椿の可能性」を体感してもらうため協力しています。

資生堂パーラーとの調理実習　2017年8月28日開催

８月２８日(月)、生徒たちは資生堂パーラー指導の特製オムライスづくりや大船渡市の椿油で揚げたクロケットの食べ比べに挑戦しました。

まず、パーラーの総調理長が実演しながらオムライスの作り方を指導。チキンライスを卵で優しく包んで作るポイントを生徒に伝授しました。生徒たちはおいしそうなオムライスが出来上がる様子を真剣に見つめていました。

生徒による実習では、最初は緊張気味でぎこちない手つきでしたが次第に笑顔が多くなり、チキンライスを卵で包む難しい作業も無事成功、見事なオムライスが完成しました。

実食では、自分たちでも作れるんだとの自信と共にオムライスのやさしい味に笑顔があふれました。また、椿油とサラダ油でそれぞれ揚げたクロケットの食べ比べも行われ、生徒たちは地元の椿油で揚げたクロケットの味や香りを楽しみました。

パーラー総調理長の見事な手さばきを真剣にみつめる生徒たち

生徒自身による調理

自分たちで作ったオムライスを楽しく実食

大船渡市立 赤崎中学校の活動

岩手県大船渡市立赤崎中学校との出会いは2012年9月11日。
津波で被災した赤崎中学校の仮設校舎前に、資生堂の社員が赤崎中学校の全校生徒と一緒に３年生の生徒数の椿の苗木の植樹を行いました。
苗木の横には「椿の里 大船渡」「ふるさとの復興」をテーマに詠んだ俳句のプレートを立てました。この活動がきっかけとなり、赤崎中学校の生徒さんと植樹した「椿」を共に育てる活動を行なってきました。
植樹した椿がやがて大船渡の新しい産業の芽となる可能性があることをお伝えしながら、生徒さんの間で代々受け継ぎ、大切に育ててきました。

俳句集　2012年度・2013年度・2014年度・2015年度・2016年度

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

2015年度

海眺め　大船渡の花　椿咲く

赤椿　見守るうちに　花咲かす

2016年度

北椿　郷里の地にて　咲きほこる

青い海　赤いツバキと　澄んだ空

椿を育てる活動（WEB会議・椿日記）

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。

搾油体験会　2015年11月17日開催

「椿を育て」⇒「実を収穫し」⇒「実から油を搾る」
産業化に向けて重要なこの一連の活動を生徒さんと共に体験することを通じて、より一層「椿」に関心を深めていただき、「椿」で産業化を目指す大船渡市の後押しとなることを目的に椿の実から油を搾る体験会を開催しました。
当日は、30名ほどの生徒が参加し、大船渡の伝統的な搾油機による搾油を見学した後、実際に家庭用の搾油機で搾ってみる体験を行いました。搾油後には、椿油を活用した事例を知ってもらうために資生堂パーラー「気仙椿ドレッシング」の試食会も行いました。

参加した中学生たちは、「椿の実にさわって搾ったりするのが初めてだったので、とてもおもしろかったです」「実際に搾ってみると、思ったより力がいるし、ほんの少しの油しかでてこないとわかりました」「椿オイルが、いろいろなものに使われているというのを、初めて知りました」と楽しそうに語ってくれました。

家庭用の搾油機による搾油体験

「気仙椿ドレッシング」の試食会の様子

参加した生徒さんと記念撮影

＜赤崎中学校の先生からのお手紙＞

この度は、本校において椿の搾油体験会を実施していただきありがとうございました。
資生堂とは「椿」の縁で交流してはや4年の月日が流れ、震災の記憶も記録も薄らいでいく昨今において、震災後に植えた椿がすくすく育つように、WEB会議や俳句集の贈呈式など以前と変わらず、いやそれ以上に温かく大船渡・赤崎中を見守っていただいた事を感謝しております。

今回の搾油体験に参加した生徒は、本当に楽しそうに活動しました。
そして、大船渡の誇りであった「椿」を再発見する機会ともなりました。
今私たちはいつも支援をされる側にいますが、この子ども達がいつか支援する側、大きくいうと世界貢献する側になってくれることを期待しております。

4. 復興支援マルシェ

当社がサポートしている気仙地区の商材を集めて社内で販売する「復興支援マルシェ」を2013年度より毎年、資生堂汐留本社オフィスにて開催しています。

＜マルシェの目的＞

現地	■ 気仙地区の認知向上 ■ 新たな販路の開拓
社員	■ 復興支援活動を知ってもらい、共感してもらう機会 ■ 復興支援で何かお役に立ちたい！社員の気持ちを叶える機会

復興支援マルシェの様子

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。

2011年度の活動と震災支援情報

義援金・寄付金

株式会社 資生堂は、東日本大震災発災直後に義援金1億円を拠出することを決め、特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォームに寄付しました。
海外の資生堂グループ現地法人も各国の赤十字社等を通じた寄付を行っており、寄付金額は合計で約3,700万円となりました。
フランスのグループ会社においては、工場で従業員が一日を選び無報酬で就業し売上相当額を赤十字社を通じて寄付したほか、オフィスでは有給休暇一日を返上し相当額を赤十字社を通じて寄付するなど、独自の取り組みを行いました。
当社が社会貢献活動の支援を目的に設立した「花椿基金」にて社員および社友に被災地への義援金を募ったところ、約820万円が集まり、全額を特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォームに寄付しました。

物資支援

東日本大震災発生直後、緊急に必要な生活物資として、水のいらないシャンプー「フレッシィ　ドライシャンプー」を約3万個、洗顔シート・ボディーシート・制汗剤などを約30万個、岩手・宮城・福島の各県の対策本部や警察・自衛隊、支援NPOなどに提供しました。
被災から時間が経過するとともに「眉を描きたい」「肌のお手入れをしたい」などの女性の切実なご要望を伺ったことから、4月末から7月にかけて、化粧水・乳液・ファンデーション・眉墨・ボディーシート類などの化粧品セット3万セットを岩手・宮城・福島の避難所に配布しました。
12月には、仮設住宅にお住まいの方が年を越されるのに少しでもお役立ちしたいと、洗顔料・化粧水・口紅・シャンプー・リンス・ハンドクリームなどの化粧品セット1万2千セットを岩手・宮城・福島の仮設住宅に配布しました。

冬の肌のために、一軒ずつ仮設住宅へ

復興の長期化が見込まれるなか、仮設住宅での生活を余儀なくされている方々に、少しでも晴れやかで心豊かな新年を迎えていただけるよう、12月3日（土）4日（日）に岩手・宮城・福島の3県の仮設住宅へ化粧品セットをお届けしました。スキンケアやメーキャップアイテムに加えて、ヘアケアアイテムや、寒い季節に不可欠なハンドクリームやリップクリームなどをひとつにまとめたものです。総勢約180名の社員が一軒ずつお宅を訪問し、約1万2000セットを手渡しでお配りしました。受け取っていただいた方々には笑顔があふれ、「仮設からはお店も遠いため、シャンプーのような重いものは嬉しい」などの感謝の言葉を数多くいただきました。

ビューティー支援活動

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きました。

春から夏、避難所を訪ねて

資生堂販売(株)東北支社（仙台市）は、岩手、宮城、福島の各地で、避難所のご要望に応じてビューティーコンサルタントがスキンケアやお化粧をしてさしあげる「ビューティー支援活動」を展開しました。女性のみならず男性、子どもにもハンドマッサージをさせていただき、加えて女性にはフェースマッサージなどをさせていただきました。また、化粧水、乳液などの化粧品セットを３万セットご用意し、化粧品の使い方や避難所での生活に役立つ情報をまとめたリーフレットとともにお渡ししました。この活動には東京の本社社員も359名が延べ1,626日にわたり参加し、7月末までに延べ575回を開催し、3万名を超える方々を応対させていただきました。

集会所で、いつも通りのお化粧を

秋。避難所の閉鎖にともない、ほとんどの方が生活の場を仮設住宅に移されました。4月から夏にかけてはスキンケアとマッサージのみを望まれる方が多くいらっしゃいましたが、冬に近づくにつれて「いつも通りお化粧をしたい」という声が増えてきました。そこで、11月と1月の2回、北海道から沖縄まで全国からビューティーコンサルタントが24名ずつ集まり、仮設住宅を訪問しました。11月5日（金）6日（土）には宮城県内の仮設住宅14か所の422名の方に、1月20日（金）21日（土）には福島県内の仮設住宅13か所の334名の方に、お化粧をさせていただきました。仮設住宅の集会所をお借りして、お一人おひとりに肌のお手入れから仕上げの口紅まで、お化粧をさせていただいたところ、「日常が戻ってきたよう」「気持ちが華やかになったわ」といったありがたい声や、「また来てね」とあたたかい言葉をかけていただきました。

地域メディアへの支援

資生堂では、震災時における情報環境の重要性を考慮し、被災地に密着して情報を発信する「臨時災害FM局」と「コミュニティFM局」を支援しています。非常時におけるスキンケア情報の提供や、コンテンツの制作支援などによって、多面的なサポートを行っています。また、被災地の方々へ向けて、非常時における肌や髪のお手入れ情報をお届けするため、東北3県の地元紙に新聞広告を出稿しました。

ラジオ放送 (臨時災害FM局一覧)

災害情報を放送している岩手県、宮城県、福島県の「臨時災害FM放送局」と「コミュニティFM放送局」への支援を行っています。現地で求められているコンテンツの制作に協力しています。

臨時災害FM局一覧　※各リンクは外部サイトへ移動します。

岩手県

宮古市
みやこさいがいエフエム77.4MHz

釜石市
かまいしさいがいエフエム86.0MHz

大船渡市・陸前高田市
FMねまらいん87.5MHz
りくぜんたかたさいがいエフエム80.5MHz

宮城県

石巻市
ラジオ石巻76.4MHz

塩釜市
ベイウェーブ78.1MHz

岩沼市
エフエムいわぬま77.9MHz

気仙沼市
けせんぬまさいがいエフエム77.5MHz
けせんぬまもとよしさいがいエフエム76.8MHz

名取市
なとりさいがいエフエム80.1MHz

亘理町
FMあおぞら79.2MHz

福島県

福島市
エフエム・ポコ76.2MHz

いわき市
シーウェーブFMいわき76.2MHz

ラジオ放送 (歌よ、届け)

歌よ、届け

東北と縁が深い演歌。現地からも、「演歌に勇気づけられる」という声が多く寄せられています。そこで、演歌歌手の方々に復興への思いを語っていただき、代表曲とともにお届けするコンテンツを制作・提供しています。

小林幸子さん

小林幸子です。
このたびの東日本大震災で被災されたみなさまに、心よりお見舞い申し上げます。
私の生まれた新潟県は、過去において昭和39年に大きな地震がありました。
そして、中越・中越沖地震とほんとに大きな地震が3度もありました。
そのたびに東北のみなさんが助けてくれたんです。
たくさんの人がボランティアで駆け付けてくれました。
新潟県民に、少しでも力になってやろうということで、
みなさんが助けに来てくれました。
私はそのことを忘れることができないんです。
自分がこうして避難所をまわっていることは、自分自身のためなんです。
ほんとにみなさんに恩返しをしたくて。
今回だけではなく、長く、復興には時間がかかると思います。
ですから、ずっと支援していきたいと思います。
まだまだ余震もあります。大変な状況だと思います。
でも、私の心はいつもみなさんの近くにあります。
私だけじゃないんです。みんなみんな思っています。
どうぞ前を向いて、一歩ずつ、一歩ずつです。
一緒に進んでいきましょう。
頑張りましょう。

千昌夫さん

千昌夫です。
このたびの東日本大震災で被災されたみなさまに、心よりお見舞い申し上げます。
私のふるさと陸前高田は、言葉に尽くせぬほどの災害にみまわれました。
しかし私は歌手として、今も苦労をされているみなさんのために、
頑張って歌っていきたいと思います。
私の歌がみなさんの心に届き、少しでも元気になっていただければうれしいと思います。
「北国の春」を長く歌わせていただいてきましたが、
この曲に新しい息吹をいただいたように思います。
私はこれまで以上に頑張って歌を歌っていきます。
これからみんなで力をあわせて、またすばらしいふるさとをつくっていきましょう。

新沼謙治さん

新沼謙治です。
このたび、東日本大震災で被災されたみなさまに、心よりお見舞いを申し上げます。
僕のふるさとは、岩手県の大船渡市です。
生まれ育ったふるさとの町並みは変わってしまいましたが、
あたたかで情の深いふるさとの人の気持ちは、
時は変われど、変わらないものと信じています。
復興にむけて足並みをあわせ、あせることなく、ゆっくりと、確実に、新しいふるさとを再生していかれることを心からお祈りを申し上げます、とともに、私も参加していきます。
何よりこのようなときですので、体調をご自愛ください。

橋幸夫さん

橋幸夫です。
このたびの東日本大震災で被災されたみなさまには、心よりお見舞い申し上げます。
今回は現地のみなさんのみならず、
日本中あるいは世界中のみなさんが大変驚きました。
私もあの日から、毎日欠かさず流れている報道を聞き、見て、
本当に衝撃とショックを超える、大変心痛い毎日を過ごしています。
みなさまの一生懸命頑張っておられる姿で、きっと復興、復活はそんなに長くかからないのではないか、一日も早くと願っていますけれど、折を見て、私たちもできることがあればうかがいたいと思っています。
私たちの歌が、みなさまにとって少しの癒しになればと思って、
歌の機会もいただきたいと思っています。
そして何よりもみなさんは、健康を害さないように。
一生懸命復興のためにこれからもみなさんとともに歩んでいきたいと思います。
私も心から願っております。

八代亜紀さん

八代亜紀です。
このたびの東日本大震災で被災されましたみなさま、心からお見舞い申し上げます。
今回の震災で、みなさんたいへんなご苦労をされていると思います。
でも今こそ、男性ができること、女性ができること、それぞれの役割を大切にして、
どんな状況でもみなさまくじけずに頑張ってください。
いつでも応援しています。

鳥羽一郎さん

みなさま、お元気でしょうか。鳥羽一郎です。
今回の被災地は港町が中心で、漁師をはじめ、漁業関係者がとても大変な思いをしています。被災地では多くの人に私の歌を聞いていただいて、元気が出たと言ってくれました。逆に勇気をいただいてまいりました。
漁師から歌手となって今、みなさんのお役に立てることが、長く歌ってきてよかったなと、しみじみと思っております。これからも歌い続けます。
みなさんも諦めず、未来に向かって一歩ずつ、焦らず、進んでいっていただきたいと、こんなふうに思います。
からだだけは十分注意をしてください。頑張ってください。

都はるみさん

みなさん、都はるみです。
東北ではいろんなところで、沢山の方の前で歌わせていただきました。この間、被災地を訪ねた時には、みなさんに「頑張って」と、かえってなんか肩をたたいてもらったりして、元気をもらってきました。そのときに「一緒の歳ですよ」とか、「はるみちゃん、また来てね」って。本当にみなさんとの再会を約束して私は帰ってきました。
やっぱりこう、ひとつひとつの生きる力というものをものすごく今、感じています。
もう一度みなさんの前で歌えるのを楽しみにしています。絶対にみなさんの前で歌いたい。本当にそんな気持ちです。
一緒にこれからも、ひとつひとつ、こつこつ、前に進んでいきましょうね。

ラジオ放送 (耳をすましてね)

耳をすましてね

なかなか気が休まらない毎日のなかでも、ほっとひと息つけるようなひとときを過ごしていただくため、子どもたちが楽しめるような絵本の朗読コンテンツを制作・提供しています。

コーラス

てがみ

むぎぶえ

びわ

かまきり

作　　品：絵本「おはなしぽっちり」
（もりやま みやこ作・とよた かずひこ絵・小峰書店刊）より5話（各約5分）
①コーラス、②てがみ、③むぎぶえ、④びわ、⑤かまきり
朗　　読：中井貴惠
テーマ曲：浜田真理子（♪LOVE YOU LONG）
音　　楽：遠TONE音

新聞広告

ウェブサイトに掲載した「被災地での肌と髪のケア」をもとに、非常時におけるお手入れ方法を新聞広告の形にまとめ、現地へお届けしました。読みやすい大きな文字と絵本風のイラストで構成し、必要な部分だけを切り取って保管できるようにデザインされているため、壁新聞としてもご活用いただくことができるようにしました。

2011年5月15日

2011年6月5日

2011年6月11日

2011年8月21日

2011年8月21日

最終回では、ビューティー支援活動を通して「資生堂がみなさまに教えていただきました」という感謝の気持ちと、これからも東北の地で、みなさまの生活と心に寄り添い活動を続けますという意思をお伝えしました。

写真展「色とりどりのラブレター展」

資生堂は、2012年1月13日（金）～17日（火）の5日間、せんだいメディアテーク（宮城県仙台市）にて、写真展「あしたが、もっと、カラフルでありますように。～資生堂ヘア・メーキャップアーティストによる、色とりどりのラブレター展」を開催しました。
資生堂ビューティークリエーション研究センターでは、所属するヘア・メーキャップアーティストが自由な発想と創造力で人々に喜びや楽しさ、感動を与える創作の場である創作展を1989年以来開催してきました。3月11日の東日本大震災後、復興へ向かう東北地方を応援したいというアーティストの気持ちから、17回目にして初の地方開催として、仙台で開催しました。
写真展では、「東北の明日が、もっと明るく、色と光に満ちたものであるように」というメーキャップアーティストの願いを込めた作品30点や、自らも被災しながら被災者のサポート活動に従事する女性をモデルとした「東北のミューズ（女神）たち」6点の展示のほか、CM撮影などで活躍するヘア・メーキャップアーティストによる写真撮影会、資生堂ビューティートップスペシャリストによるビューティーセミナーやトークショーなどを行いました。
仙台での開催後、3月には大阪ステーションシティー（大阪市）、2012年6月から7月には、JR東日本の協力のもとJR上野駅とJR品川駅の構内で同写真展を開催しました。海外では、2012年10月2日（火）～20日（土）にフランスの「パリ日本文化会館」（パリ）にて、これまで公開した作品に一部編集を加えた写真展「美しい日本の笑顔～笑顔のチカラ」を開催しました。

たすきをつなごう　資生堂ランニングクラブの支援活動

笑い声、声援、そして大きな拍手。この日、宮城県東松島市立大曲小学校の校庭はずっと歓声がつづいていました。
海の近くに建つこの小学校は、校舎の1.7mの高さにまで津波が押し寄せ、ガレキを撤去しても、しばらくは体育の授業を行うことができなかったそうです。
震災後、資生堂に手紙を送っていただいた先生とのご縁で、資生堂ランニングクラブ主催の「ジョギング教室」を開催しました。前日に宮城県で開催された全日本実業団女子駅伝大会に出場した選手たちも、資生堂がお贈りしたピンクの手袋をした359名の全校児童と一緒に校庭を走り、ひととき汗を流しました。
選手が実際に走るスピードを実感してもらうプログラムでは、懸命に選手を追いかける子どもがいました。「たすき」を渡す練習では、みんなが「たすき」を掛けたがっていました。「どうしたら速く走れますか？」「練習が嫌になったことはありませんか？」などの声が飛びかった質問コーナー。最後に、選手の「駅伝の選手になりたい人は手をあげて！」の声に、いっせいにピンクの小さな手のひらが振られました。この日、校庭には、ひとつの「たすき」でつながれた笑顔があふれていました。

その他の活動

チャリティーイベント支援

4月29日（土）～5月1日（日）までの3日間、ワード資生堂（東京銀座資生堂ビル9階）にて、「Artists' Action for JAPAN～東日本大震災チャリティードローイングプロジェクト」が開催されました。これは東日本大震災を支援するため、若いアーティストや芸術家を志す学生たちが中心となって立ち上げたプロジェクトで、参加を希望して集まったアーティストがその場で描いたドローイングを会場で販売しました。3日間で計549名が来場し、その収益金約60万円が日本赤十字社を通じて被災地へおくられました。

学生ボランティア支援

被災地でボランティア活動に取り組むNPO団体への支援を行いました。学生ボランティアの増加が見込まれる夏休み期間に合わせて、現地で活動する３つのボランティア団体に「アネッサ」の日やけ止めを提供しました。さらに、活動時に着用していただくオリジナルの長袖Tシャツも配布し、夏場のボランティア活動をサポートしました。

ソーシャル・スタディーズ・デーの延長

資生堂には、1年間に3日を限度に社員の社会活動を業務扱いと認める「ソーシャル・スタディーズ・デー」という人事制度があります。このたびの震災を受けて、この制度の適用を通常の3日間から7日間まで拡大することを決定し、被災地でのボランティア活動などへの参加を支援しました。

2012年度の活動と震災支援情報

希望　イロイロ　バルーン展

資生堂は、2012年12月21日（金）～25日（火）の5日間、いわき産業創造会館（福島県いわき市）にて、ポスター展覧会「希望　イロイロ　バルーン展」を、毎日新聞社と共催しました。ともに創業140周年を迎える資生堂と毎日新聞社が、互いの本業である「化粧」と「活字」の力で福島の子供たちの夢をかなえ、日本中に希望を届け、福島の未来を応援するという企画です。展覧会タイトル「希望　イロイロ　バルーン展」には、子供たちの希望や夢が風船のように大きくふくらんで、日本中のたくさんの人に届くようにという願いをこめました。

希望　イロイロ　バルーン展　ウェブサイト

福島の子どもたちの夢をかたちにするにあたり、福島県在住の小学生を対象に「未来の自分」をイメージした「絵」と「すてきになってほしいおとな」をテーマにした「作文」の2部門で作品募集を行いました。選出された絵（24作品）、作文（8作品）をもとに、宣伝制作部のクリエイターと資生堂ビューティークリエーション部のヘア&メーキャップアーティストが協力し、オリジナルポスターを創作しました。
展覧会では、このオリジナル創作ポスターとともに、300点以上の子どもたちの応募作品も展示しました。また、会場ではバルーンアートなど子ども向けのワークショップやお母さん向けのメーキャップ実習会などさまざまなイベントを開催しました。

この展覧会で展示した作品は、資生堂本社社屋、毎日新聞社本社社屋、カナダ・トロントの日系文化会館でも巡回展示されました。

日本女性会議2012仙台でのビューティー支援活動

資生堂は、2012年10月26日（金）～27日（土）に仙台国際センターで開催された「日本女性会議2012仙台」（※）にて、当社が取り組む東日本大震災の支援活動を紹介しました。

会場では、資生堂販売（株）東北支社のビューティーコンサルタント延べ11名が、これまでに避難所・仮設住宅で実際に行ってきたハンドマッサージを行いながら、被災した女性の復興に向けた気持ちを自身の体験とともに伝え、「化粧には心を元気にする力がある」ことを参加者に実感いただきました。また、資生堂ビューティートップスペシャリスト4名が「明日に向け、一歩を踏み出す、希望のチカラ」をテーマに新たに制作した作品と、1月に仙台で開催した写真展への出展作品の合計18作品を、会場エントランスおよびメイン会場など4会場に展示しました。

※ 日本女性会議は、1984年以来、女性の地位向上と男女共同参画社会の実現をめざし、全国の都市持ち回りで毎年開催される日本最大の女性のシンポジウムです。仙台で開催された今年の会議は、女性の視点で東日本大震災からの復興や防災のめざすべき姿を探ることを盛り込んだ内容でした。

ビューティーコンサルタントによるハンドマッサージの様子

資生堂ビューティートップスペシャリストの作品展示の様子

未来椿プロジェクト

2012年、資生堂は創業140周年を記念して、これまで支えてくださったお客さまや社会に、感謝の気持ちを伝える取り組みとして、世界中の全グループ社員が参加する社会貢献活動「未来椿プロジェクト」を実施しました。その中で東日本大震災被災地の支援にかかわる活動として「被災地や遠隔避難者へのビューティー支援活動」「中学生・高校生への次世代活動」「環境にかかわる沿岸部活動」などがあります。

SINCE 1872
SHISEIDO 140 Anniversary
未来椿プロジェクト
MIRAI-TSUBAKI Project

2013年度の各事業所の活動

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。

「魚付林」の植林活動支援　イプサ

2013年10月13日　　岩手県宮古市

イプサでは、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、イプサを代表し6名が参加し、285本を植樹しました。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って元気をいただきました。
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も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し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」との想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ケア これからに向けて。メーキャップができること。

SHISEIDO

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ケア

SHISEIDO

これからに向けて。
メーキャップができること。

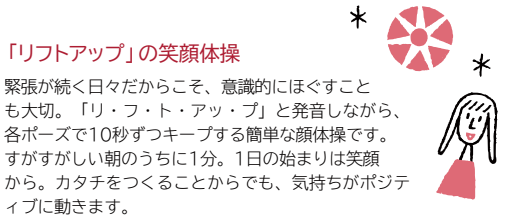
「非常時の美容」はホームページでもご紹介しています。
http://www.shiseidogroup.jp/csr/shien_support/beauty.html

発行：2014年9月　編集・制作：グローバルイノベーションセンター、CSR部　発行元：資生堂ビューティークリエーション部

被災地での肌と髪のケア

「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。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。



リ　フ　ト　ア　プ

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。「まだメークなんて」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ってください。

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ヵ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、日常的な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ようにすると、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。

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。

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。

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。

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。

「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。
濡れタオルなどを首に巻くだけでも、ひんやりとした心地よさが続きます。

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した紫外線対策をおすすめします。

爪のケア

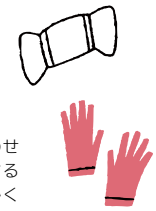
十分なケアができない状態で爪をのばしておくと、欠けたり、雑菌によって感染症の原因になったりします。短く切っておくことをおすすめします。

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。

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）



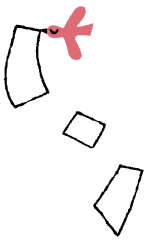
肌のために、かんたんにできること

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する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。

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。

被災地での肌と髪のケア



洗顔ができないときは

ウエ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、メー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、ウエ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。メー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に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、頭の中心線付近が、あぶらっぽくべたつきやすいので念入りに。

これからに向けて。メーキャップができること。

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。」「気持ちが明るくなった。」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、一体に何ができるんだろうか。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、メーキャ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、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ーキャ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ーキャップのちからだったのです。
今回の特集では、岡元美也子がメーキャップについてお話します。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ーキャップという手段がある、ということを少しでも胸にとどめていただければ。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。

―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。逆に自分が元気でいることで、周りのみんなも元気になれるのでは、と思います。　今回は「美しくメークをしている」と見せることが目的ではありません。元気な印象をメーキャップの力を借りて補う。メーキャップで元気になる。ということを意識しました。

―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。

資生堂トップヘア＆メーキャップアーティスト
岡元 美也子 OKAMOTO MIYAKO

資生堂約12,000人の美容に関わる社員の頂点である「資生堂トップヘア＆メーキャップアーティスト」。
5年間のNY駐在を経て、現在もNYコレクションを中心に数多くのメゾンでメークチーフを務めている。最先端のモードの現場で蓄積したトレンド情報をわかりやすく解説し、TV・雑誌への出演、商品プロデュースなど多方面で活動中。「シンプル・モダン・リアリティ」をベースとしたメークテクニックに著名人からも厚い信頼を寄せられている。また、自ら開発に携わった「資生堂ファンデーションブラシ131」は、発売後約1年で100万本を超える大ヒットとなり、2012年度には「ベストコスメ総合大賞」など3冠を受賞。

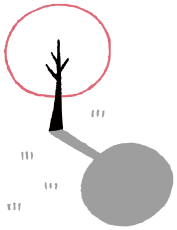
これからに向けて。メーキャップができること。

メーキャップを始める前に

乾燥よりも汗やべたつきのほうが気になる場合は、せっかくメー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ークを始めること。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。メーク中も冷たいタオルを首にのせたまま行えば、メークした先から、汗でくずれてしまうことも防げます。

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、ブラシ代わりしてもきれいにつきます。



できれば日ざしからは守ろう

「ファンデーションや、ポイントメー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から守りましょう。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。

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でます。ぜひ男性もお試しください。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。

これからに向けて。メーキャップができること。

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ークです。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」をお試しください。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でおすすめです。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）

涼しくすごすための知恵

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、あればボディーパウダーやベビーパウダーを使って、汗がこもりがちなひざやひじの部分、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、**自分のメー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。**またポイント絞ってメー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。

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、自分自身で健やかな肌を守れ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。
2009年に始まり、これまで約6,000名の児童に出会いました。

「資生堂子どもセミナー」の様子

小学生対象 出前授業

資生堂子どもセミナー

資生堂子どもセミナーは、全国の小学校で行っている無償の出前授業です。 肌が変わる思春期直前の小学校4・5・6年生の男女児童に、「肌」や「清潔」についての情報や、一生続けられる正しい肌の手入れ法を実習を交えお伝えしています。

「肌を大切にする」「肌を清潔にする」ための情報や、「肌を守る」ための 正しい手入れ法を知ることで、にきびや肌あれが起きたときも、悩んだり、 むやみに人目を気にしたりせずに、子どもが自分できちんと対処できるようになり、それが自信の育みへとつながります。

【２つの授業】

資生堂マイクレヨン プロジェクト

「資生堂マイクレヨン プロジェクト」では、「自分らしさ」や「個性」について学ぶことができる出前授業を行なっています。

「肌色」をテーマに、特別に作られたさまざまな色の肌色クレヨンの中から、あなた色のクレヨンを見つけます。そのクレヨンを使って自分の顔を描き、自分だけの特別な肌色があることに気づきます。

さらに、考え方や価値観の違いにも議論を発展させ、その違いを認め合うことが大切であることを伝えていきます。

教諭対象 養護教諭研究会

小中学校の養護教諭を対象にした養護教諭研究会での講演「～健やかな毎日のために～日焼け予防と正しい洗顔」を行っています。

養護教諭研究会は、市町村など地域ごとのブロック単位で実施する養護教諭の勉強会です。本講演では児童・生徒の健やかな肌づくりのための情報伝播を加速するために「日焼け予防」と「正しい洗顔」を核に、実習もふんだんに取り入れて推進しています。

ウェブサイト

「 キッズのためのキレイクラブ」での美容生活情報を発信しています。

保健授業をサポートする教材

保健授業をサポートする映像教材（DVD）・児童配付用リーフレットを無償で提供しています。
「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。

赤崎中学校「椿日記」

2015年度

2015年10月7日（水）　「目標：椿の実3,000個！」

搾油体験の会場ですが、技術室を使おうと考えています。（授業で４０人ぐらい入ります。）機械を入れて２０人ぐらいは入れると思います。

椿の実ですが、委員長が「集めたい」とポスターを作って呼びかけをしています。

椿の実、いっぱい集まりました！
すごいね。

2015年10月5日（月）　「鹿にも負けず・・・椿の実集め」

椿の実は学校周辺にもあると思ったのですが、低いところは鹿が食べて高いところしか残っていませんでした。
学校に週2日いらしている美術の先生の話では、今でも椿の油を絞って天ぷらなどをあげるよといわれました。
そんな話を集めてみたいですね。

資生堂から送った椿の実の回収箱です。
フリフリ仕様、リボン付きです。
大切に扱ってくれてありがとう！

2015年9月29日（火）　「椿の実、収穫スタート」

今日の委員会の時間に椿の実の収穫を行いました。
見にくいですが、生徒のもっているビニール袋は今日の給食のパンの袋です。
一人４枚集めてもってきました。これもリサイクル（？）かな。

2015年6月3日（水）　「椿の身体測定」

運動会は雨で順延したり、野球の県大会があったりと何かと忙しいです。
この前の専門委員会の時間に、椿の「身体測定」を行いました。
最初なのでちょっと戸惑っている生徒もいました。

委員のメンバーで椿の「身体測定」

メジャーで椿の成長をチェック！

どうやって測ればいいのかな…

椿の水やり＆アートです。

椿の水やり＆アート

LOVEかな

2015年5月14日（木）　「用務員さん、ありがとう！」

今週末に運動会を予定している本校は、天気に一喜一憂しています。
ほとんどの椿は花を落としてしまい、少しだけしか残っていませんでした。
用務員さんに椿のまわりの草刈りをしていただき、すっきりしました。

2014年度

2014年11月28日（金）　「鹿に食べられた・・」

椿が鹿の食害にあっています。
ネットは針金入りの丈夫な物なので安心していましたがかみ切ったようです。
用務員さんに応急措置はしてもらいましたが、今後もあるかもしれません。
出来ることはやりたいと思いますが、今度来た時に見てください。

2014年9月4日（木）　「ピッカピカの椿の実」

椿がきれいな実をつけました。学校で飾っています。
生徒は椿の計測を行っています。

大きくなったかな？

ピッカピカの椿の実

椿の成長を計測！

もっともっと大きくなりますように

2014年7月2日（金）　「苗木の植え替え」
by資生堂

世界の椿館　林田館長さんが枯れてしまった苗木を２本植え替えてくださいました。
この苗木は、昨年の６月に長崎県の新上五島町から贈られたもので、
林田館長さんが１年間大切に育ててくださったものです。

大きく育ってね！

植え替えていただいた元気な苗木

2014年6月27日（金）　「ショック・・」
by資生堂

資生堂チームが現地に入り、葉っぱをチェック！
葉が茶色に変色して枯れてしまったものや、穴が開いているもの、様々な状態が見られます。
幹にアリンコがいっぱい付いている木や、黄色い毛虫がついているものもありました。
これは、害虫のせいかなぁ・・・と想像しながら、これ以上大きく育てるのは難しいかも、、、
と思われる苗木もあり、専門家に相談することにしました。
２０１２年９月１１日に植樹をしてから２年９カ月、生徒さんと一緒にここまで育ってきたのに・・・

2014年6月26日（木）　「オブジェ如雨露」

今日の大船渡は快晴です。
こんな日に生徒達は1日期末テストで机にしがみついています。
そんな中、今朝も椿の水やりをしていた２年生が慌てて教室に戻ったのでオブジェのように如雨露を１つ置き忘れていました。
用務員さんに草刈りをしていただいてとてもきれいになりました。
椿の育成について「どうして枯れてしまったのか？」明日相談させてください！！

2014年6月2日（月）　「大丈夫かな・・」

今日の椿の水やりで気がついたのですが、葉っぱの変色した椿が２株ありました。
大丈夫かな・・とみんな心配しています。今度来校したときに確認してみてください。

葉が黄色に・・・

こちらの株は茶色に・・・大丈夫かな・・・

2014年5月29日（木）　「雨が止んで水やり開始！」

この日は午前中雨で、昼休みに雨がやんだので、
友達を誘って水やりをしている３年女子生徒です。

雨がやんで水やり開始！

お友達と一緒に楽しく！

2014年5月28日（水）　「命を燃やして？水やり」

今月は「運動会」もあり、バタバタしていました。
その中でも整備安全委員会の生徒は「椿の水やり」に命を燃やして？います。
前の日雨が降っていても「水やり」したり、朝雨が降っていても昼に晴れると「水やり」にいったり、
一種のレクリエーションになっているようにも感じます。

整備安全委員会の生徒は命を燃やして？！
水やり

雨の日以外は必ず水やりをします

元気に育ちますように！

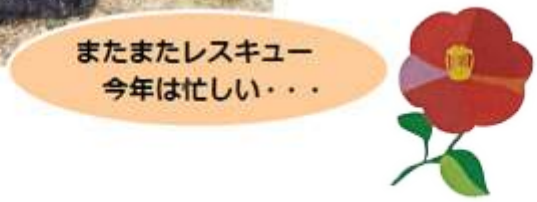
2014年4月24日（木）　「メンバー決定！」

今年度の整備安全委員のメンバーが決まりました。
３年生は、修学旅行などもあり、昨年度のメンバーがそのまま残留します。
２年生は、クラス替えなどがあり改変しましたが、そのままのメンバーが引き続き立候補しました。
椿の世話などにやりがいをもって活動してくれているのかとうれしく思います。

2013年度

2014年2月28日（金）　「またまたレスキュー」

椿の斜面の雪もすっかり溶け春を思わせる陽気になってきました。
斜面の土の下が砂利になっているため、雪囲いの支柱が奥まで刺さらなかったようです。
今日は用務員さんにも手伝ってもらってレスキューしました。



2014年2月24日（月）　「最後のWEB会議」

いつもお世話になっております。赤崎中学校 高橋です。
日当たりのいい、椿の斜面の雪は消えましたが、まだまだ雪が残っている岩手です。
今日も雪かきで腰が痛いです。とほほ・・・
先日の「椿WEB会議」ありがとうございます。
資生堂さんから送っていただいたBigサイズの感謝状には驚きました。

2014年2月17日（火）　「強風で雪囲いが・・・」

いつもお世話になっております。赤崎中学校 高橋です。毎週末、寒波で大変ですね。
電車が止まったというニュースを見ました。大丈夫だったでしょうか？
岩手は、慣れていても雪かきが大変でした。
今回の雪はそれほどではありませんでしたが、
強風の影響で椿の雪囲いが２カ所飛ばされていました。
昼休みに２年生の整備安全委員が修復（？）しました。

2014年2月12日（水）　「東京もすごい雪」

東京もすごい雪でしたね。岩手は雪に慣れていますが、大船渡は沿岸なので年に何回かしか根雪になりません。
今週は、整備安全委員は大活躍です。体調を崩していた委員長も復帰しました。

2014年2月4日（火）　「椿の開花」

今週は暖かいですね。学校の周りにも椿の木がたくさんあります。
体育館の脇の椿（寒椿？）がこの暖かさで花をつけています。

2014年1月31日（金）　「雪景色」

午後から赤崎は雪景色になりました。
※今回から、赤崎中学校の生徒さんのコメント入りです。

雪が降っていますが、
雪囲いのおかげで椿は暖かそうです！
赤中　Yumika

2013年12月18日（火）　「雪囲い」
by資生堂

今日は、赤崎中学校の整備安全委員の生徒さんと資生堂チームと一緒に昨年植樹した椿が無事冬を越せるように、雪囲いを装着する作業を行いました。
先週までは雪が降っていた大船渡でしたが、今日は晴れ間も見えて、日差しに温もりが感じられる中、世界の椿館・林田館長のご指導のもと、みんな元気で作業を行いました。

世界の椿館・林田館長に
装着方法をご指導いただきました

雪囲いにくるまれた椿は
まるでクリスマスツリーのようです

つぼみが！

雪囲いを外すころには、
きれいなお花がさくかな・・・

2013年10月17日（木）　「昨日の台風」

昨日の台風は大変でしたね。赤崎中は臨時休校でした。
今朝の学校の周りは、落ち葉だらけでした。
椿の斜面は、周りの木が根本から倒れていました。
幸い椿は、背丈が低かったので被害はありませんでしたが、椿を支える支柱が何本か折れてしまいました。
雪囲いに使うものだと思いますが、今度いらしたときに見てください。

2013年9月10日（火）　「椿の生長」

椿は生長が大きくないので、劇的な変化は見られませんが、植え替えした椿と比べると生長の度合いが分かってうれしいです。
椿の実がついている木が一本だけそれも2つもこれをどうしたものか？？？
次のWEB会議の議題にしてもおもしろいかもしれませんね。

東京は相変わらず暑い日が続いているようですね。
大船渡は、昨日今日は暑さが戻ってきました。 今日の朝の水やりの様子です。
2人の生徒が張り切ってやってくれました。

2013年8月2日（金）　「夏休み中の水やり」

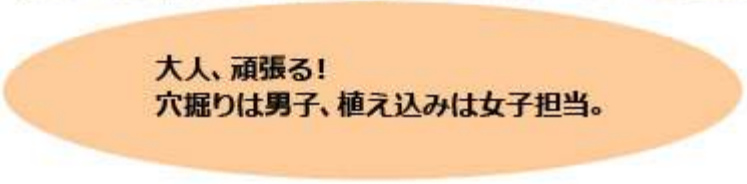
久しぶりにメールするような気がします。
東京は暑い日が続いているでしょうか。
こちらは梅雨明け宣言がまだ出されていない状態でパッとしない天気が続いています。
夏休み中の水やりも雨降りの関係で部活が学校で行えない人も多く、生徒がせっせとやっています。
本人曰く「体力作りにちょうどいいです」とのことです。

2013年7月11日（木）　「天候不順で・・」

東京は暑そうですね。大船渡はこの頃ぐずついた天気です。
朝晴れたと思ったら、昼頃から雨になるということの繰り返しです。
委員会の生徒も水やりをする機会がなくて、寂しそうです。
前日雨で濡れていても、朝晴れていると水やりをしている生徒たちです。
明日、大船渡ですね。雨具の準備をお忘れなく！

2013年6月28日（金）　「苗木の植え替え」
by資生堂

今日は、資生堂チームとみちのくふる里ネットワークのメンバーで、かねてから気になっていた枯れてしまった椿の植え替え作業を行いました。
気温13度、少し肌寒い中での作業となりましたが、みんな元気いっぱい、今度こそ元気に育ってね！という想いで作業を行いました。 途中、教室から生徒さんが顔を見せて「ありがとうございます！」と声をかけてくれて、感激！
また、椿の根っこを確認したところ、前回のWEB会議でお願いした、刈った草で根の周りを囲む、敷き藁がしてあって、またまた感激！みんな、ありがとう！



2013年6月25日（火）　「水まきアート」

昨日はありがとうございました。生徒たちは、初めての体験でうれしかったようです。
将来資生堂に就職したい生徒も出てくるかもしれません。 今日も大船渡はいい天気です。用務員さんが下草を刈ってくれました。
2時間で半分くらいでした。午後から残りをやってくれるそうです。
朝からテンションの高い2年生は「水まきアート」なるものをしていました。
（その中のひとりが38.4℃の熱で早退しました。朝は何ともなかったのに・・・）

2013年6月24日（月）　「初めてのWEB会議」

WEBミーティングありがとうございました。生徒たちも緊張していました（始まる前はもっとはしゃいでいたのに）
準備不足であまり質問も出なかったのですが、それが普段の姿です。申し訳ありません。
またよろしくお願いします。

2013年6月14日（金）　「タンポポ畑？」

今日の大船渡は、久しぶりに青空が見えました。（午後は雲行きが怪しいですが）
整備安全委員の生徒も久しぶりの水やりでした。
隣でボランティア委員会生徒がアルミ缶回収をやっていて、その中の女の子が、水やりを手伝ってくれました。
「普段は椿の水やりをする機会がないので、楽しかったです。」と笑顔で答えてくれました。
写真に写っているでしょうか？
タンポポの花がきれいに咲いています。
きれいなんですが雑草なんですよね・・・

タンポポがいっぱい。
かわいいね。

ボランティア委員会の
生徒さん

2013年6月11日（火）　「元気いっぱい　2年生！」

昨日はありがとうございました。（⇒WEB会議のテストのこと）
委員長も楽しそうに参加していたのが印象的でした。
今日の大船渡は、予報は28℃ですが、現在は18℃（やませが入って）です。
日中も上がりそうもありません。

2年生女子の水やりの生徒です。
「水やりがんばりました。」
と明るく話していました。

2013年6月6日（木）　「山背（やませ）」

今日の大船渡は、朝はお日様が出ていましたが、日中は靄（この地域では「やませ」と呼ばれています）が出て、肌寒く感じられました。
その中で生徒は、1・2年は大曲中から頂いた花の水やり、3年生は椿の水やりを元気に行っていました

1･2年生の生徒さん

3年生の生徒さん

2013年6月4日（火）　「今日も快晴」

大船渡も昨日今日といい天気が続いています。
太平洋を見ながら授業するのはとてもいい気持ちです。
生徒達の水やりもこの天気だと気分良くやっているようです。

2013年5月30日（木）　「生徒の思い」

今日の大船渡は、霧です。朝の水やりが出来ないで生徒達は残念がっています。
追伸： 生徒は椿が・・・という気持ちで、水やりをしているそうです。（写真の3人からのコメントです

2013年5月23日（木）　「椿が咲いた！」

今朝も大船渡はいい天気です。
生徒も元気に水やりをしていました。
椿も一輪咲いています。

2013年5月22日（水）　「整備安全委員の活動」

大船渡は今日もいい天気です。
今朝も委員会の生徒が、いい表情で水やりをしていたのでお送りします。
「水やり楽しいか？」「楽しいです！」と元気に返事をしてくれました。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

地球とともに

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」（大地の徳はなんとすば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。地球からもたらされる恵みへの感謝とともに、資生堂は、140年以上にわたって事業を行ってまいりました。しかしながら、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、100年先も世界中のお客さまや社会から常に信頼され、必要とされる存在であり続けるために、地球の恵みである資源の持続的な利用や気候変動問題の緩和に関わる取り組みをはじめ、地球環境の保全に力を尽くしてまいります。

環境に対する考え方・目標と実績と重点取り組み

環境に関する考え方・目標と実績

資生堂の環境における考え方・資生堂の目標と実績についてご案内します。

環境マネジメント

資生堂グループの環境活動の推進体制や、環境リスクへの対応状況などについてご案内します。

資源循環に関する取り組み

リユースやリサイクルなど、持続的可能な資源利用に関わる取り組みを紹介します。

その他環境配慮に関する取り組み

商品での取り組み

環境に配慮した容器の開発など、商品に関する取り組みをご紹介します。

生産・物流での取り組み

環境に配慮した生産・物流での取り組みをご紹介します。

生物多様性の保全への取り組み

資生堂の「地球の恵みの保全」に関する活動をご紹介しています。

環境コミュニケーション

環境に関するコミュニケーション活動についてはこちらをご覧ください。

環境に関する考え方・目標と実績

環境についての考え方

資生堂は環境に関する経営方針「資生堂エコポリシー」を1992年に定め、地球環境の保全に努めてまいりました。現在その志は資生堂企業理念の中の資生堂グループ倫理行動基準「社会・地球とともに」に受け継がれています。私たちは、この精神に則り、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。

「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目指します。

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、持続可能な利用を目指します。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。

環境目標と実績

資生堂では、2020年度までの環境活動方針として、「ライフサイクル全体での商品の環境対応」と「全世界でのCO_2排出量の削減」の2つを柱に、取り組みを推進しています。

2020年度までの環境活動方針と目標

製品ライフサイクルを通じた環境負荷の最小化

「製品ライフサイクルを通じた環境負荷の最小化」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CO_2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、再生紙・非木材紙または第三者認証（FSC認証）を取得した紙の使用、持続可能なパーム油の商品への採用拡大など、商品の環境対応に取り組んでいます。

また、水資源への対応として、製品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。

商品の環境対応の目標

項目	目標
サステナブルなプラスチックの採用	2011年より導入した植物由来ポリエチレンへの切り替えに加えてメカニカルリサイクルペットなども採用し、2030年までに容器包装に使用している樹脂の100%をサステナブルなプラスチックにしていきます。（2017年策定）
持続可能な紙の使用	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、再生紙・非木材紙または第三者認証（FSC認証）を取得した紙など環境配慮紙への切り替えを促進します。
持続可能なパーム油	2020年までに資生堂商品に使用する全てのパーム由来原料について、原産地の環境保全に配慮した調達（RSPO認証原料の調達）を実現します。 詳細は資生堂グループ持続可能な原材料調達ガイドライン参照（2018年策定）

全世界でのCO_2排出量の削減

「全世界でのCO_2排出量の削減」については、本社・研究開発拠点・生産事業所・販売会社・関係会社のCO_2排出量を管理し、全世界でCO_2排出量削減に取り組んでいます。

CO_2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		10%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CO_2排出量（BAU：Business As Usual）と削減策を講じた場合に想定されるCO_2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

通常、温室効果ガス(GHG)はCO_2、CH4、N2O、HFC、PFC、SF6、NF3の7種を指しますが、本サイトでは特に断りのない限り、これらの温室効果ガスをCO_2と表記しています。

2017年度 環境負荷実績

2017年度 環境目標と実績

2017年度は、全ての区分でCO_2排出量削減目標を達成しました。
国内事業所では、事業所の統廃合や省エネ活動による自社努力による削減が貢献し、購入電力のCO_2排出係数の悪化を吸収しました。
また、海外については、生産事業所は米国での太陽光発電設備など再生可能エネルギーの活用により目標を達成できました。
2020年度目標達成に向けて、国内工場ではアクアプレミアムの活用、海外でも再生可能エネルギー利用の拡大などを進めてまいります。

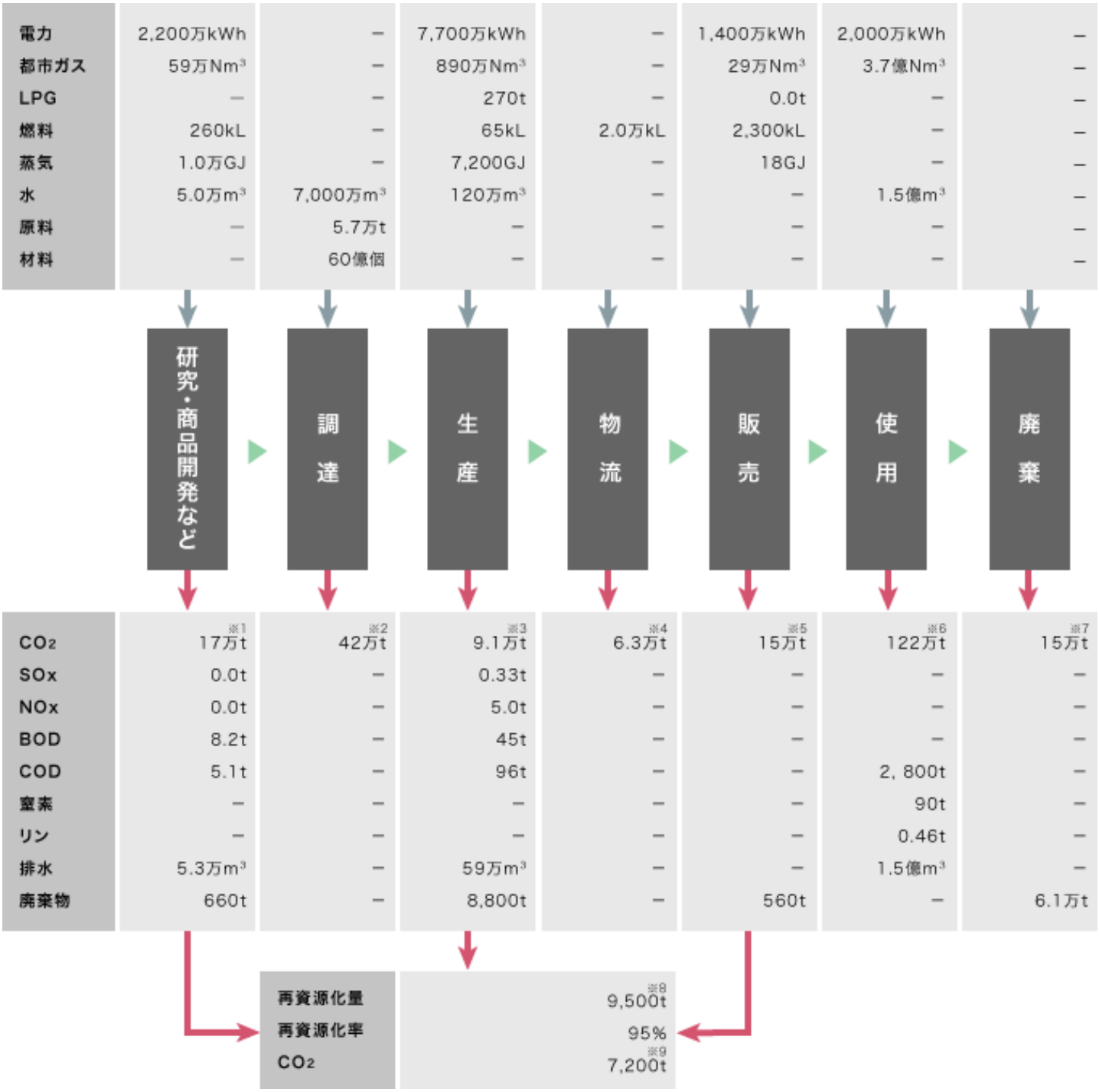
2017年度CO_2排出量削減目標と結果

対象		目標値	結果
国内	生産事業所	2009年度比18%削減（絶対量）	19%削減（達成）
	非生産事業所	2009年度比10%削減（絶対量）	28%削減（達成）
海外	生産事業所※	22%削減（BAU比）※1	39%削減（達成）
	非生産事業所	2009年度比8%削減（絶対量）※2	14%削減（達成）

※1　BAU比: 特段の削減策を講じなかった場合に想定されるCO_2排出量 (BAU：Business As Usual)と削減策を講じた場合に想定されるCO_2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
通常、温室効果ガス (GHG) はCO_2、CH4、N2O、HFC、PFC、SF6、NF3の7種を指しますが、本サイトでは特に断りのない限り、これらの温室効果ガスをCO_2と表記しています。

2017年度 バリューチェーンを通じた環境負荷

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CO_2排出量の削減を行いました。



2017年度は商品のレフィル配置などの取り組みにより、原材料の調達で約6,400トン、製品の使用段階で約33,000トン、廃棄段階で約4,500トン、合計で約44,000トンのCO_2排出削減となりました。

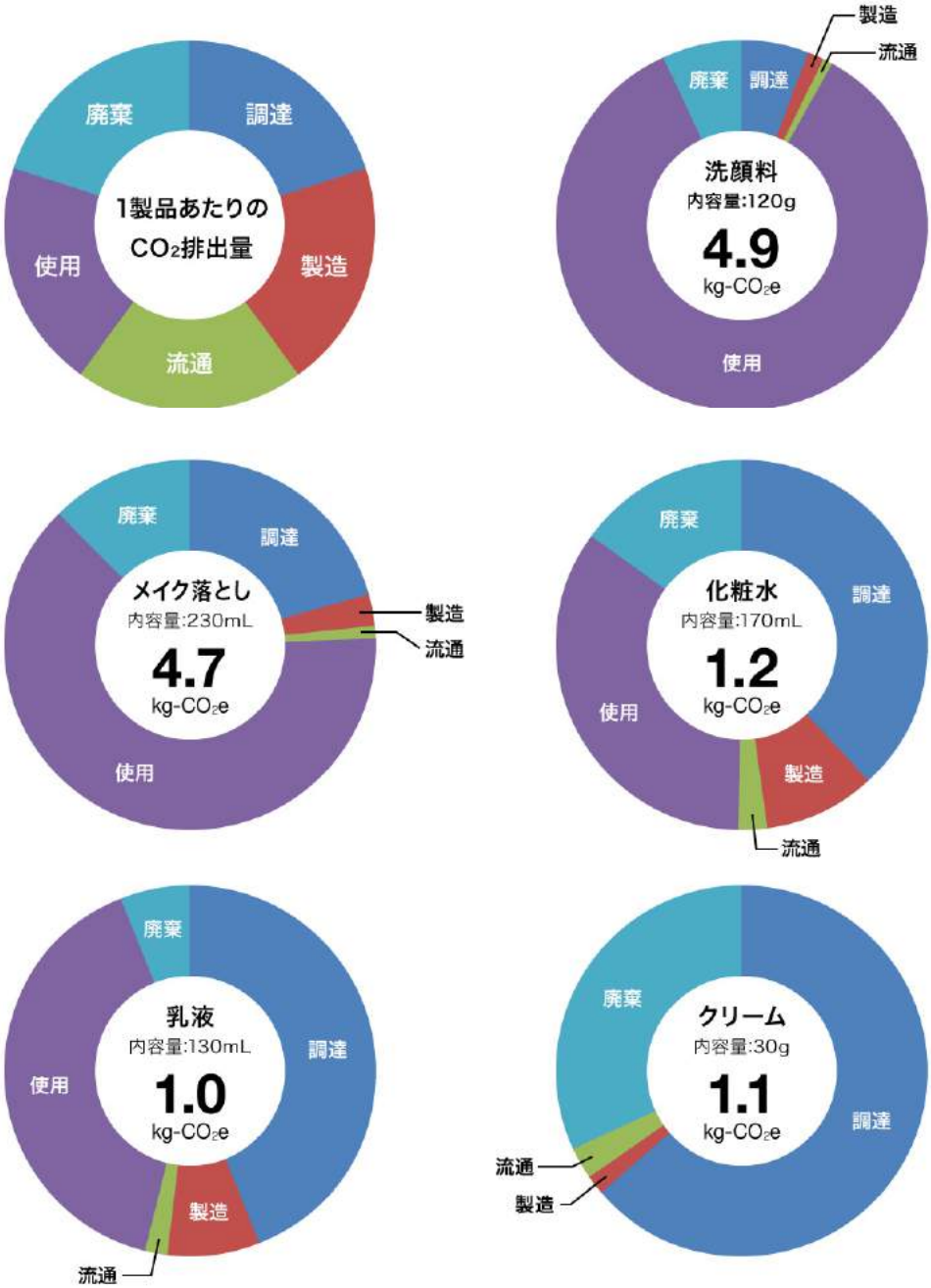
対象期間：2017年1月1日～12月31日
対象範囲：資生堂グループの本社·販売拠点、研究開発拠点、生産事業所、および主要子会社を含む35組織

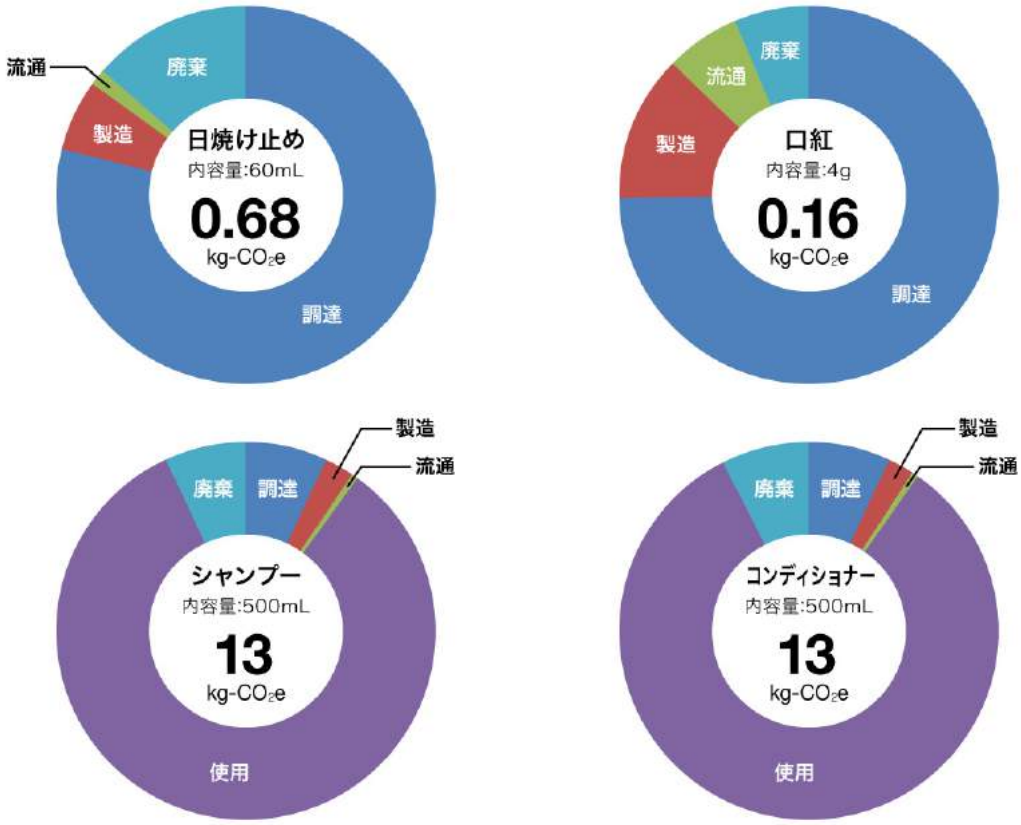
※1　本社、資生堂リサーチセンター（グローバルイノベーションセンター）における電力や燃料の消費に伴うCO_2排出（スコープ1および2に該当） と、出張（カテゴリー６） 、通勤 （カテゴリー7） のCO_2排出を含みます。

※2　調達した原材料の生産に伴うCO_2排出（カテゴリー1）、調達物流に伴うCO_2排出 （カテゴリー4） 、事業所で消費された燃料の生産に関わるCO_2排出（カテゴリー3） を含みます。
※3　生産事業所での電力や燃料の消費に伴うCO_2排出 （スコープ1および2） を含みます。
※4　出荷物流に関わるCO_2排出 （カテゴリー4） を含みます。
※5　販売拠点における電力や燃料の消費に伴うCO_2排出 （スコープ1および2に該当）、広告宣伝に伴うCO_2排出（カテゴリー1） を含みます。
※6　販売した製品の使用場面における上水や燃料の消費および使用に伴って発生する排水の処理に関わるCO_2排出 （カテゴリー11） を含みます。
※7　販売した製品に由来する廃棄物の処理および分解により発生するCO_2排出 （カテゴリー12） を含みます。
※8　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
海外：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・ジアン工場、上海卓多姿中信化粧品有限公司、資生堂ベトナム有限責任会社
※9　事業から発生した廃棄物の処理および分解により発生するCO2排出 （カテゴリー5） を含みます。

第三者検証

資生堂グループのスコープ3 CO_2排出量のうち、寄与度の大きなカテゴリー1、4、5、11、12に関して、評価の透明性、妥当性を確保するため、SGSジャパン株式会社による第三者検証を受けています。2017年度実績については、検証が完了し次第、当サイトにて、検証意見書を公開いたします。





※使用段階の算定は以下の使用シナリオを設定して評価した

種類	使用シナリオ
洗顔料	40℃のお湯4.11Lで顔をすすぐ
メイク落とし	40℃のお湯4.5Lで顔をすすぐ
化粧水、乳液	コットン1枚を使用し、全顔に塗布する
シャンプー、コンディショナー	40℃のお湯15Lで髪をすすぐ

各ライフサイクル段階の化粧品種別評価と1製品あたりのCO_2排出量

2017年度 環境会計

環境会計の集計について

対象期間：2017年1月1日～12月31日
対象範囲：本社部門、資生堂リサーチセンター（資生堂グローバルイノベーションセンター）、生産事業所（国内・海外）
単位：金額は全て百万円

1.環境保全コスト

分類		主な取り組み内容	投資額	費用額
（1）事業エリア内コスト			94	288
内訳	（1）-1 公害防止コスト	水質汚濁、大気汚染等	10	81
	（1）-2 地球環境保全コスト	省エネ推進、オゾン層保護対策等	84	2
	（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	-	205
（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	-	202
（3）管理活動コスト		人件費（R&D除く）、環境管理費用	-	284
（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）	-	13
（5）社会活動コスト		団体支援、環境情報公表、環境広告等	-	42
（6）環境損傷対応コスト		自然修復費用など	-	8
（7）その他のコスト			-	9
合計			94	846

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	49
費用節減	省エネルギー関連	62
	廃棄物関連	27
	省資源関連	48
	その他	1
合計		186

環境マネジメント

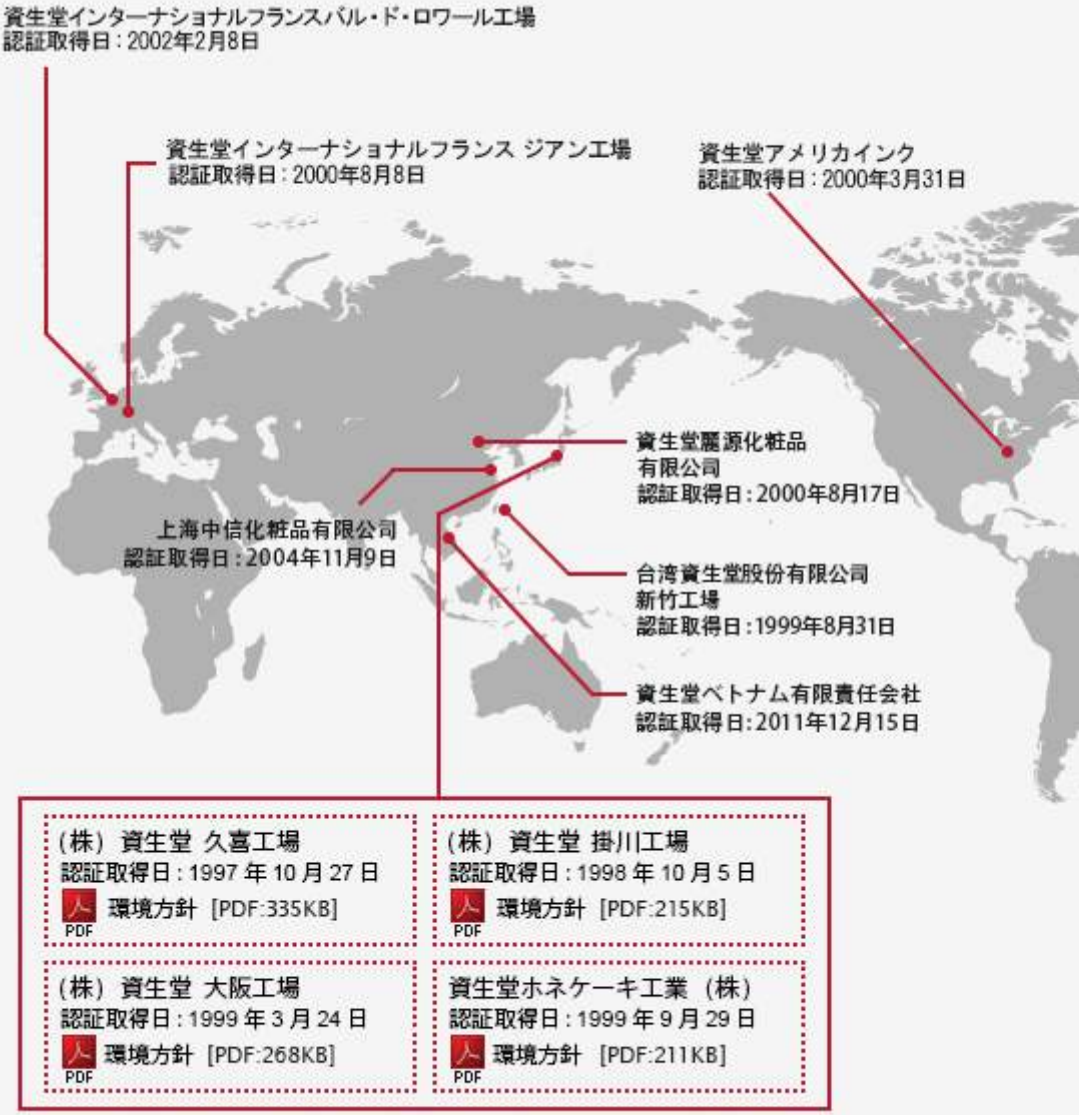
推進体制

資生堂では、業務執行における意思決定を行う「Executive Committee」において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。

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に関する法規制や社会動向について情報収集・リスク分析を行ったうえで、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遵守評価を実施し、法令遵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、2017年度も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。

マイクロプラスチックビーズへの対応

洗浄料などに含まれるマイクロプラスチックビーズ*について、2018年8月末までに代替素材への切り替えを完了しました。

* マイクロプラスチックビーズ: 角質除去や洗浄の目的で、パーソナルケア製品に意図的に配合される、大きさ5mm未満、合成の非水溶性固体プラスチック粒子

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、適正管理に向けた以下の取り組みを推進しています。

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。また、産業廃棄物中間処理業者さまにもご協力いただき、年1回社内で義務づけている「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

（t/年）

法指定番号	物質名称（法指定）	排出量			移動量	
		大気	公共用水域	土壌	下水道	廃棄物
13	アセトニトリル	-	-	-	-	3
56	エチレンオキシド	0	-	-	-	-
207	2,6-ジ-ターシャリ-ブチル-4-クレゾール	-	-	-	-	0
275	ドデシル硫酸ナトリウム	-	-	-	-	4
300	トルエン	-	-	-	-	2
334	4-ヒドロキシ安息香酸メチル	-	-	-	0	0
389	ヘキサデシルトリメチルアンモニウム＝クロリド	-	-	-	-	0
405	ほう素及びその化合物	-	-	-	0	0
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	19

※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。
2017年1月1日～12月31日
対象範囲：株式会社資生堂〈掛川工場、大阪工場、久喜工場、リサーチセンター（グローバルイノベーションセンター）〉

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

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。単なる環境対応にとどまらず、お客さまの心に響く価値を商品に付加することで、バリューチェーンにおける環境負荷の最小化と事業における成長を目指しています。

自社植物工場で育てた“生い立ちの明らかな”原料を配合した商品を発売

近年、ナチュラル・オーガニック化粧品の市場が拡大していることに加え、相次いだ食品偽装などの影響もあり、トレーサビリティー（追跡可能性）などの安全・安心に対するお客さまのニーズが増大しています。

資生堂は、掛川工場（静岡県掛川市）内に、化粧品の原料となる植物を効率的に栽培できる植物工場を2012年12月に設置し、“生い立ちが明らか”で安全・安心な植物原料の開発に取り組んできました。植物工場では、植物の成長に必要な様々な条件（温度、水やり条件、照明強度、照射時間、二酸化炭素濃度など）を最適に管理しながら、苗を効率的に育てています。この植物工場で育てた「カミツレ」「ローズマリー」の苗をその後、外部の契約農園で育成し、そこから抽出した植物エキスを配合した商品を2014年6月にグループ会社のエテュセから発売しました。

原料植物の収穫量をコントロールすることを可能とするこれらの取り組みによって、当社で使用する植物原料の供給リスクを回避できるようになるだけでなく、原料植物の枯渇や産地の生態系への影響を低減することにつながります。

自社植物工場

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

資生堂グループの最高級ブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、全てにおいて「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」であることを目指しています。

2011年1月、スキンケアのリニューアルを機に、
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）を採用するなど、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、持続可能な活用を目指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（Forest Stewardship Council：森林管理協議会）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n（クリーム）本体

ラ・クレームn（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）

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・エサ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・エサンス （パウチパック）

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、枯渇性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、2018年3月に発売した「HAKU メラノフォーカスV」においても継続しています。

左：HAKU メラノフォーカスV
右：レフィル

泡切れの良い洗顔料の開発による水使用量削減

資生堂では、「ライフサイクル全体での商品の環境対応」に取り組んでいますが、洗顔料やシャンプーなど顔や身体の洗浄を目的とした商品は、洗い流しに必要な水やお湯の量が多くなることから、原材料調達から使用・廃棄に至るまでの製品ライフサイクルの中で「使用時」の環境負荷が最も大きいことがわかっています。
そこで、使用時の水使用量を削減するため、素早く洗い流せる新技術を開発し、2016年3月にリニューアル発売した泡状洗顔料「専科 スピーディーパーフェクトホイップ エアリータッチ」に採用しました。
従来のクリームタイプ（チューブ）の洗顔料と比較すると、洗い流しに必要な水量を約35%減らすことが可能となり、年間で2Lのペットボトル約540本分の水が節約できることになります。（資生堂調べ）。

専科 スピーディーパーフェクトホイップエアリータッチ

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

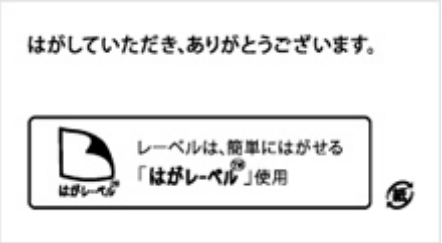
資生堂は、2011年度に、美容飲料「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」（各50ml）のガラスびんを当社従来品と比べて、約10%軽量化しました。

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CO_2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t



簡単にはがせるラベル「はがレーベル™」

「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CO_2を吸収するため、CO_2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

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株式会社を通じて、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。

これまでホテル等で使われる客室用石けんは、宿泊中の使用量が非常に少なく、その残りは全て産業廃棄物として処分されていました。
「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「枠練り（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

生産・物流での取り組み

資生堂アメリカインク　太陽光発電設備の導入

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。

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

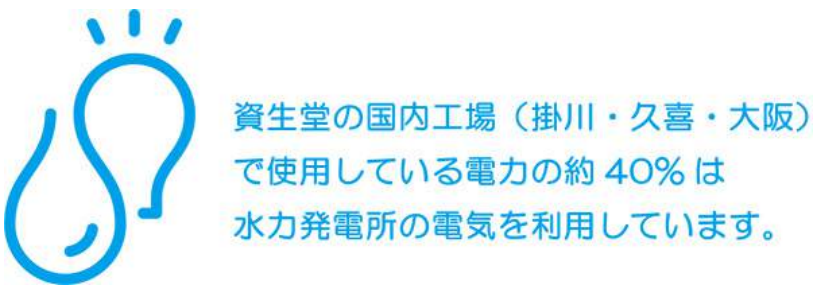
一次導入設備（角度固定式）

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、CO_2排出量を約0.8トン削減することができます。

国内工場での再生可能エネルギーの活用

2018年4月より国内生産工場で一部の電力を水力発電のエネルギー、東京電力エナジーパートナー㈱の「アクアプレミアム」に切替え、CO_2削減に貢献しています。



10面体段ボールでの配送

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。

10面体段ボール（外装）　10面体段ボール（内側）

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CO_2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。

生物多様性の保全への取り組み

資生堂の商品は、全て「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。資生堂の商品は全て「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。

長崎県五島列島 椿の植林・保全ボランティア活動

活動概要と目的

ヘアケアブランド「TSUBAKI」に用いる椿油の原料産地である長崎県五島列島で、資生堂は耕作放棄地に椿を植林する保全活動に取り組んでいます。同地は高齢化に伴う耕作放棄地が社会問題化しており、地元住民と協力して椿を守り育てることによって、持続可能で責任ある原料調達を目指しています。
2017年9月には九州地区の社員ボランティアとその家族など40名が、0.07ヘクタールの土地にヤブツバキの苗木を80本植えました。また、今回初めて椿の実を収穫しました。当活動を開始した2011年から2017年までの間に延べ310名の社員が参加し、現在までの植樹本数は約580本となりました。
品質の良い椿油が採取できるよう地域社会と協働することで、社員がサステナビリティを理解する場としても活用しています。

実施期間

2017年4月～2020年3月（第3期）

実施場所

長崎県南松浦郡新上五島町

運営

株式会社資生堂、新上五島町

2015年に「持続可能な開発目標」 (SDGs)が国連総会で採択され、様々な企業や団体等が持続可能な社会を目指して活動しています。資生堂はSDGsの一つである「森林の持続可能な管理」の実現のために森林を守りながら持続可能な椿油が生産できるよう支援し、持続可能な農業とビジネスの成長の両立を図っています。

当活動で目指すSDGs

目標15. 陸上生態系保護と持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理

2017年度 実績

耕作放棄地から椿の森へと整備された土地面積　0.07ヘクタール

集合写真

椿の植林

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、全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

中国・甘粛省にて10回目の植林活動を実施

資生堂は2008年より中国・甘粛（かんしゅく）省蘭州市にて、10年にわたる植林プロジェクトを実施しました。

本プロジェクトの最終年である2017年4月13日（木）には、資生堂グループの社員ボランティアやスタッフ、お取引先さま総勢118名で10回目の植林活動を行い、コノテガシワの苗木を植樹しました。

参加者の中には、3回以上、さらには10年連続で参加している社員もおり、「2009年に初めて蘭州に来た時は、木が一本もなく、茶色い山肌がむき出しになっている光景に衝撃を受けた。今は自分たちが植樹した苗木が生長し、青々とした山に生まれ変わっていて、とても嬉しい。」「自分は苗木と一緒に未来への希望と期待を植えているんだ、と誇らしい気持ちになった。」といった声が聞かれました。

2008年から資生堂グループが植樹した苗木は累計10万本以上にもなり、苗木の定着率も約88%に達しています。

甘粛省の植林プロジェクトは今年で最後となりますが、今後も積極的に中国の環境保全や持続可能な社会を実現するための取り組みに参加し、中国社会の発展に貢献してまいります。

場所	中国・甘粛省蘭州市 「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56ヘクタール（東京ドーム約12個分）
植林本数	約12万本（2008年4月～2017年4月）
期間	約10年

植樹活動の様子

1本1本、丁寧に植樹

植えた苗木を眺めて思わず笑顔

タイにおける植林活動

資生堂タイランドでは、2008年度からタイの各地でマングローブの植林活動を継続しています。

9回目となる2017年11月24日（金）には、現地社員41名が参加し、バンコク近郊のサムットプラーカーン県にあるタイ王国陸軍（QMRTA） 自然教育センターのマングローブ林において、500本を植樹しました。さらに今年は植林が終了したあと近くの海岸に場所を移し、清掃活動を行いました。

参加者からは「今日は苗木を1本1本心を込めて丁寧に植えたが、自らの手でこの自然をもっと美しくしていけるといいと思う。こうした活動はぜひこれからも毎年続けていきたい」といった声が聞かれました。

資生堂タイランドは、美しい自然環境を次世代に受け継ぐために、これから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

1本1本大切に植林

資生堂銀座ビルの環境対応

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。

資生の庭

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椿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きます。

KODAによるソメイヨシノ挿し木の発根促進効果

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CO_2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 のラ・クレームｎが「2016日本パッケージングコンテスト」を受賞！

2016年8月、「クレ・ド・ポー ボーテ　ラ・クレームｎ」が「2016日本パッケージングコンテスト（※1）」において、「アクセシブルデザイン包装賞（※2）」を受賞しました。

「クレ・ド・ポー ボーテ」のクリームである「ラ・クレームｎ」は、2011年1月に初めてレフィル（つけ替え）を発売しましたが、2016年2月のリニューアルでは、さらに誰もが簡単に交換作業ができるように新しいレフィル機構を開発し採用しました。
新しいレフィルの交換方法では、新レフィルの上にキャップを外した容器本体を乗せて押し下げると、それまでのレフィルが浮き上がって取り出せるようになっています。その後、本体容器と位置を合わせて新レフィルを押し込むだけでセットできます。

誰でも簡単に交換できる新しいレフィル機構を開発・採用したことに加え、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73%削減していることや、本体容器に内面蒸着を施すことにより多面体との相乗効果で内面から輝く肌を表現していることなどから今回の受賞にいたりました。

クレ・ド・ポー ボーテ　ラ・クレームｎ
本体（左）とレフィル（右）

「アクセシブルデザイン包装賞」盾

※1 「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）」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。今回受賞した「アクセシブルデザイン包装賞」は、「包装技術賞」の一つで、「ジャパンスター賞」に次いで2番目に高い賞になります。

※2 高齢者・障がい者向けのユニバーサルデザインからさらに健常者の利便性も確保することを目的としてパッケージがデザインされていることを評価する賞

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t
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t
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ゥール」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 シナクティフ」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
2016年8月	「2016日本パッケージングコンテスト」アクセシブルデザイン包装賞	公益社団法人日本包装技術協会	「クレ・ド・ポー ボーテ　ラ・クレーム n」新レフィル交換機構の開発
2017年8月	「2017日本パッケージングコンテスト」テクニカル包装賞	公益社団法人日本包装技術協会	「シーブリーズ　ボディシャンプー　Aクール&デオドラント（医薬部外品）シーブリーズ　スーパークールボディシャンプー　S」メカニカルリサイクルペットの採用

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さら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。

その他の取り組み

地域と連携した環境教育

資生堂銀座ビルの屋上庭園で環境学習会を実施しました

2016年10月5日（水）と24日（月）に、近隣の幼稚園児25名と小学2年生4名を資生堂銀座ビルの屋上庭園「資生の庭※」にそれぞれ招き、環境学習会を実施しました。
園児たちは、植物を観察しながら庭を一周し、各自が気に入った葉っぱを摘み取りながら、色や形、香りの違いなどを確認しました。また、校外学習の一環として訪れた小学生たちは、木になっているワタから種を取り出したり、サトウキビをハサミで切って味見をしたり、さらに、庭でとれたツバキの種をハンマーでつぶして搾油機に入れ、自分たちの力で油をしぼり出すなど、初めての体験を楽しみました。
園児たちからは「こんなところに緑がいっぱいあってすごくおもしろかった」「もっといろいろな葉っぱを見たい」といった声が聞かれ、銀座の屋上庭園に驚きの様子でした。また、小学生たちからは「木になったワタを初めてさわって気持ち良かった」「実から油が採れて驚いた」などの感想が寄せられ、生物の多様性や、自然と私たちの暮らしとの関わりについて学ぶ良い機会となったようです。

資生堂はこれからも、地域と連携した環境教育を継続していく予定です。

※ 2013年秋に竣工した資生堂銀座ビル（東京都中央区）の屋上に化粧品の原材料となる植物を栽培するゾーンを設け、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。（一般開放はしていません。）

庭を一周

葉っぱ摘み

ワタの実観察

搾油体験

掛川工場で環境学習会を実施しました

静岡県掛川市にある資生堂 掛川工場では、毎年掛川市と協働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。
第6回目となる2017年は、8月8日（火）に開催し、市内の子どもたち12名が参加しました。

初めに、資生堂の環境への取り組み事例として、容器のレフィル化や新素材の開発、植林・保全活動等を案内。掛川工場の省エネ事例やゴミ削減の取り組みについて案内しました。
次に、キットを使用した水質調査の実験を行い、工場排水が微生物処理等によって、綺麗になっていく工程を体験してもらうなど、排水処理についての学習を行いました。

また、紫外線があたると色が変化する「紫外線ビーズストラップ」の工作を行い、紫外線についても学習してもらいました。

参加した小学生からは、「排水の実験では、水を入れるとピンクや紫に色が変わり、汚れている水がきれいになっていることがわかった」「工場見学で化粧品がどのように作られるか知ることができた」「資生堂のいいところを多く知れてよかった」といった感想が寄せられました。

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。

キットを使って水質調査に挑戦

紫外線ビーズを使ったストラップづくり

環境をテーマとした広告・スペシャルコンテンツ（アーカイブ）

資生堂では、雑誌広告やウェブサイトなどで環境への取り組みをご紹介しています。

・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』

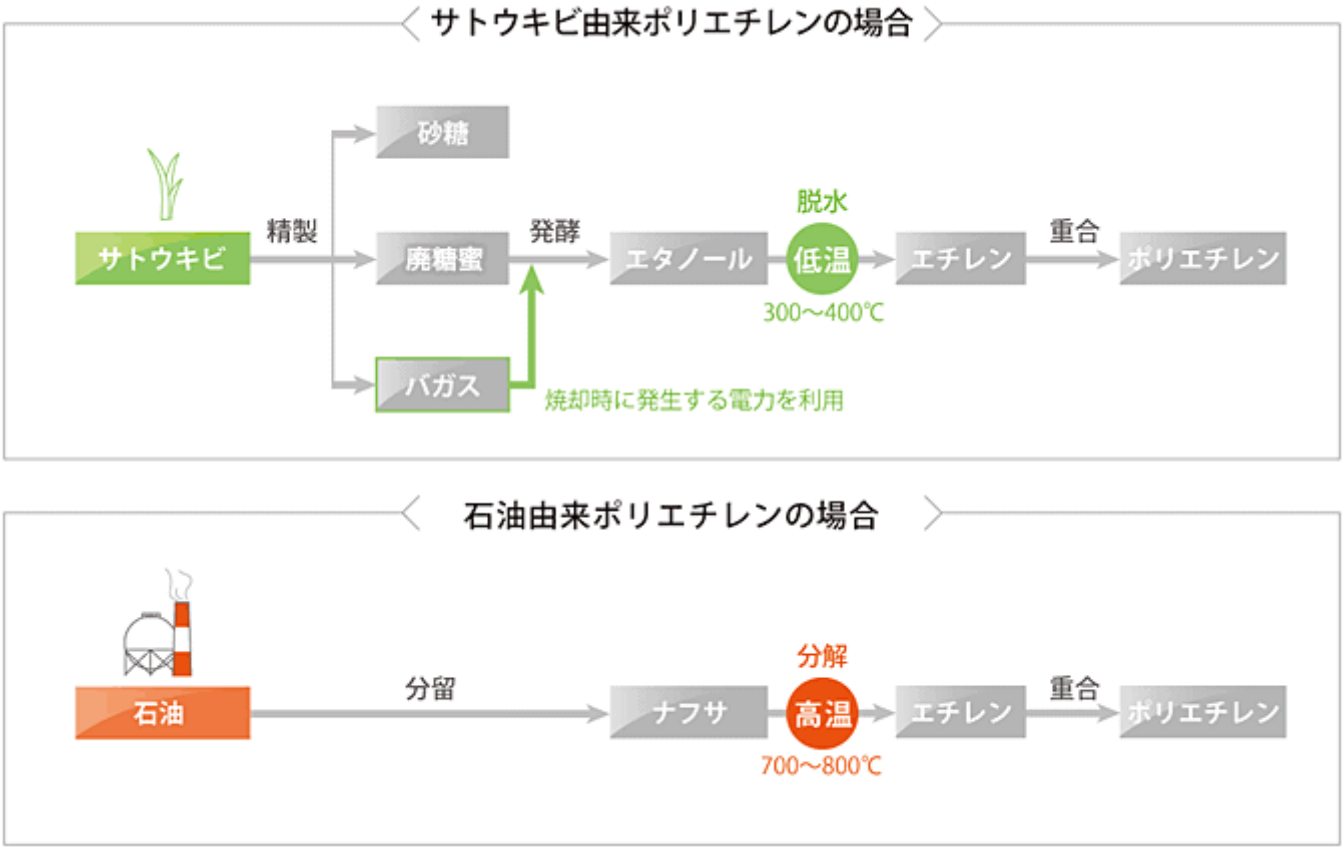
・環境スペシャルサイト　環境活動レポート

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CO_2は、大気中のCO_2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CO_2は、サトウキビが生長過程で吸収してきたCO_2であることから、焼却時のCO_2の増減は±０（ゼロ）ということができます。

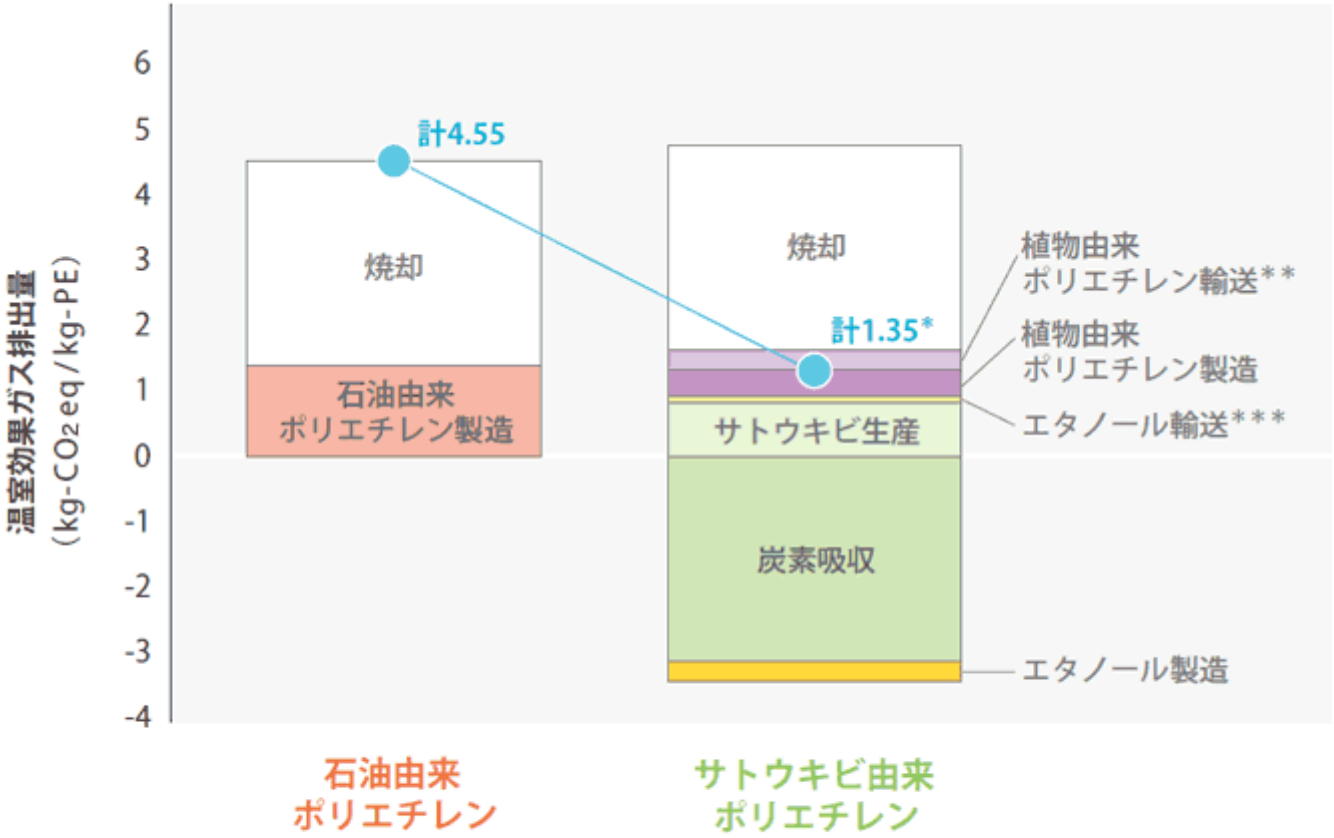
また、サトウキビ由来ポリエチレンは、製造工程においてもCO_2排出削減効果があります。石油由来と比較すると、製造工程における加熱温度が低いためエネルギー消費量が少ないという利点に加え、サトウキビから砂糖を精製したあとの搾りかすである「バガス」を焼却して発生した電力を利用しているため、従来に比べCO_2排出量を大きく削減することができます。（図1参照）

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CO_2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　CO_2排出量の削減効果



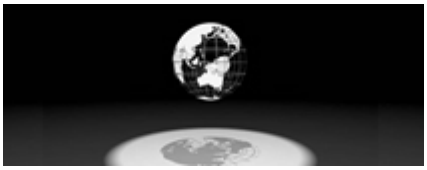
＊　　添加剤・コモノマーが含まれていない前提
＊＊　ポリエチレン生産国（ブラジル）～日本（横浜港）
＊＊＊　エタノール工場～ポリエチレン工場

【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】

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

コンプライアンス

リスクマネジメント



資生堂のリスク管理の基本方針についてご紹介しています。

企業倫理の浸透活動

社員が高い倫理観を持って活動するための活動をご紹介しています。

情報セキュリティ管理

資生堂グループの各種情報資産を守るための活動をご紹介しています。

知的財産の保護

知的財産の保護と機密の保持を確実にするための取り組みをご紹介しています。

グローバルタックスポリシー

資生堂グループの税務方針をご紹介しています。

リスクマネジメント

コンプライアンス委員会はリスクの特定、評価、軽減、モニタリングを通じてコーポレートガバナンス責務を遂行しています。また、リスクマネジメントのフレームワークの構築や関連業務の承認やモニタリングも管轄しています。

リスクマネジメント

2016年度より、企業として対応すべきリスク約100項目について、リスク低減に向け対応すべき所管部門の可視化や、100項目の中でも非戦略・非財務リスクについては、国内外での対応状況の確認を進めています。また、2014年度実施のリスクアセスメントの結果、「個人情報保護」「贈収賄防止」「カルテル防止」「取引先リスク防止」の４項目については、コンプライアンスに関する強化テーマと位置づけ、コンプライアンスプログラムの整備を進めています。

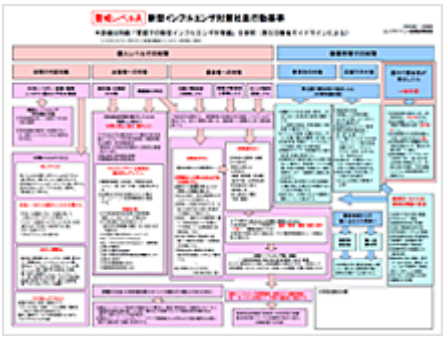
インシデント対応

発生したインシデントに対して迅速かつ適切な対応をとるために、当社は、インシデントを明確に定義・分類しています。インシデント発生部門は、コンプライアンス委員会事務局であるリスクマネジメント部門に迅速に報告します。リスクマネジメント部門は、経営影響の大きさや社会的な反響の観点からインシデントレベルを判断し、対応に必要な機能を招集し対応組織を立ち上げます。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、適時適切にコンプライアンス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（日本地域）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。



新型インフルエンザ対策社員行動基準

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、代表取締役副社長を本部長とする緊急対策本部が立ち上がり、安否確認や被害状況把握などの緊急対応や、重要業務である商品供給の検討などを行います。2011年3月の東日本大震災にあたっても、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。

SHISEIDO GROUP

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. お客さま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、お客さま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、お客さま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・環境保全など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。

- 「情報セキュリティーポリシー」、「プライバシールール」
- 「接待・贈答に関する規程＜賄賂防止規程＞」
- 「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

企業倫理の浸透活動

資生堂グループでは社員が高い倫理観を持って活動するために、社内研修の実施や相談・通報窓口を設置しています。

社内研修

（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。海外においては、地域ごとに配置したリスクマネジメントオフィサーが各地域の企業倫理活動を担当。また、各事業所にビジネスエシクスオフィサーを配置し活動をサポートしています。企業倫理推進リーダーおよびリスクマネジメントオフィサーは、定期的に企業倫理活動推進状況・結果をコンプライアンス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」を大切にした人権啓発や企業倫理研修を、日本国内の資生堂グループ全ての事業所において毎年1回実施しています。
また「風通しの良い職場風土作り」を目指し、さまざまシーンでより良いコミュニケーションを目指した研修を実施しています。

（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。

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」、日本産業カウンセラー協会内の「電話相談窓口」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、2017年度は214件、2000年4月の開設以来累計3,030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。

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、小さな芽のうちに社内で解決するため、幅広い職場の相談や通報を受け付ける社内の通報（相談）窓口「資生堂相談ルーム」を設けています。また、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」を社内通報窓口として設けています。

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、2017年度は合わせて220件（国内）の相談を受け、迅速に解決を図りました。

2017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割強を占め、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

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「情報セキュリティポリシー」を定め、資生堂グループ全体で一貫した基本方針のもと各種情報資産の管理・運用に努めています。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、資生堂グループで働くすべての人が守るべき「資生堂グループ プライバシールール」を定め、資生堂グループ全体で個人情報保護の確実な履行に努めています。
また、プライバシーポリシーにより、資生堂の個人情報保護に関する方針を広く公開しています。

個人情報について

プライバシーポリシー

株式会社資生堂、資生堂ジャパン株式会社および株式会社エフティ資生堂（以下、総称して「当社」といいます）は、当社が保有するすべての個人情報を保護することが当社の社会的責務であり、これを果たすことが企業使命の実現のために不可欠であると考え、以下に従い、個人情報を取り扱います。

1. 取得の原則

当社は、必要に応じて、お客さま、株主および取引先関係者等の個人情報をお伺いし、当社にて保有・管理・利用させていただく場合があります。また、当社は、事業活動の遂行のために必要な範囲で、従業員等の個人情報を取得し、保有・管理・利用しています。

当社が個人情報を取得する場合には、原則としてあらかじめその利用目的および利用範囲を明確にし、お問い合わせ窓口などとあわせてご本人にお知らせし、利用目的の達成のために必要な範囲の個人情報の取得を行い、目的外で利用しない措置を講じます。

当社における個人情報の利用目的および利用範囲、ならびにお問い合わせ窓口は、本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」および「13.個人情報に関するお問い合わせ先」に記載のとおりです。

2. 適正管理の原則

当社は、個人情報を適切な方法で管理いたします。法令の定める場合などを除き、原則としてご本人の許可なく個人情報を第三者へ開示・提供することはありません。

当社における個人情報の第三者への提供および共同利用の詳細は、本プライバシーポリシー「10.個人情報の「第三者提供」について」および「11.個人情報の「共同利用」について」に記載のとおりです。

3. ビジネスパートナーへの個人情報取り扱い業務の委託

当社は、個人情報の取り扱いを伴う業務の委託などにより当社が保有する個人情報をビジネスパートナーに預ける必要がある場合は、信頼に足るビジネスパートナーを注意深く選定したうえで、当社が指定した適切な情報管理を行うことを義務付ける契約を締結いたします。

4. 正確性・安全性の確保

当社は、保有する個人情報を正確かつ最新の状態に保ち、また、個人情報の漏えい、滅失またはき損などの防止措置、ならびに、これらの事態が発生した場合の是正措置を実施いたします。

5. 個人情報の苦情及び相談

当社は、個人情報の取り扱いに関する苦情および相談に対して、速やかに対応いたします。

個人情報の取り扱いに関する苦情および相談は、本プライバシーポリシー「13.個人情報に関するお問い合わせ先」のお問い合わせ先までご連絡ください。

6. 未成年者の個人情報

当社では、未成年者の個人情報についても、成人同様の保護を図ります。なお、16歳未満の方については、必要に応じ、ご本人への確認・同意と併せて、保護者の同意をいただいたうえで各種お取り扱いを実施させていただく場合があります。

7. 法令等の遵守

当社は、個人情報に関して適用される法令、国が定める指針およびその他の規範、ならびに業界ガイドラインなどを遵守いたします。

8. 社内体制

株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社は、個人情報保護管理者を設置し、個人情報保護管理者の指示のもと、個人情報保護のための体制を整備・維持いたします。

株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社における個人情報保護管理者は、株式会社資生堂における情報セキュリティを担当する部門の責任者とします。
また、当社は、個人情報の取り扱いにあたっては、情報管理責任者を設置し、情報管理責任者の指示のもと、適切な保護・管理・利用を行い、業務に従事する者すべてに対して教育啓発を実施いたします。株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社における情報管理責任者は、各部門の責任者とし、株式会社エフティ資生堂における情報管理責任者は、社長とします。

9. 個人情報の利用目的

1. 当社において個人情報を取得する場合には、原則として、書面、ウェブサイト画面もしくは口頭でのご説明等の方法で、その都度、利用目的および利用範囲を明示いたします。共同利用を行う場合についても、同様にその都度同意をいただきます。
2. 当社では、お客さまからのお問い合わせまたはご依頼等に伴いご連絡先をお伺いした場合や、ビジネス慣習上名刺交換をさせていただく場合など、取得する個人情報の利用目的が明らかな場合には、利用目的の明示を省略する場合があります。
3. その場合でも、取得した個人情報は原則として以下の利用目的の範囲内で利用いたします。
4. 個人情報の登録・提供は任意ですが、それぞれ必要となる項目の登録・提供をいただかない場合は、各々のサービス等を受けられなくなる可能性があります。

個人情報取扱事業者			個人情報の内容	利用目的	開示等※1
株式会社資生堂	資生堂ジャパン株式会社	株式会社エフティ資生堂			
●	●	●	お問い合わせ・相談等の申し出者に関する個人情報	・お客さまからのお問い合わせ・相談等への適切な対応のため ・上記相談対応の満足度アンケート等への協力依頼のため	開示
●	●	●	取引先に関わる個人情報	・商談およびこれに伴う連絡を行うため	開示
●	●		「花椿CLUBメンバー」情報	以下の目的のために共同利用します（※2）。 ・美容カウンセリング等会員専用サービスの提供のため ・商品・キャンペーン・施策のご案内のため ・会員認証および会員管理のため ・特典付与のため ・その他必要事項の連絡のため	非開示
●			資生堂サイエンスグラント応募者」情報（採択された者の情報を含む）	・資生堂サイエンスグラントの審査のため ・資生堂サイエンスグラントのグラントの運営・お問い合わせへの対応のため ・会員認証および会員管理のため ・その他資生堂が必要と判断した事項の連絡のため	開示
●	●		「ワタシプラス会員」情報	以下の目的のために共同利用します（※2）。 ・Webカウンセリング等会員専用サービスの提供のため ・商品・キャンペーン・施策のご案内のため ・会員認証および会員管理のため ・サンプル・商品等の送付のため ・特典付与のため ・アンケート調査実施のため（商品開発あるいは顧客満足度向上策検討に利用） ・ワタシプラスお店メールおよびお店でのカウンセリング予約状況確認のため（ただし「ワタシプラス会員」かつ「花椿CLUBメンバー」で、両会員制度の連携を希望したワタシプラス会員に限る。） ・その他必要事項の連絡のため	開示

●			「株主名簿に記載の当社株主」の情報	・ 会社法等関係法令に基づく株主の権利の行使および当社の義務の履行への対応のため ・ 株主の地位に対する各種情報およびサービス等の提供、ならびに株主と当社との関係を円滑にするために実施するアンケート調査等、各種方策のため ・ 会社法等関係法令に基づく所定の基準による株主データの作成等、株主管理のため	開示
●			「IRメール会員およびその他投資家等」の情報	・各種問い合わせまたはお申し出への回答・対応のため ・ 当社からの発行物の提供・送信等、各種情報等の提供のため	開示
●	●		「採用希望者」の情報（内々定者、内定者およびインターンシップを含む）	・ インターンシップを含む採用希望者への情報提供、連絡のため ・ 採用選考のため ・ 内定者管理のため ・正式入社後の配属等の検討のため	開示
●	●	●	「従業者」の情報	・ 従業者の管理のため	開示
●	●	●	「退職者」の情報	・退職者への情報提供や退職金、年金の支払いのため	開示
●	●	●	「個人情報に関する開示等および苦情・相談等の申請者」の情報	個人情報の開示等（利用目的の開示、開示対象個人情報の開示、訂正、追加または削除、利用の停止、消去および第三者への提供の停止）に対応するため	開示

※1 開示等の請求については、本プライバシーポリシー「12.「開示等の請求」に応じる手続き等に関する事項」をご参照ください。

※2 共同利用については、本プライバシーポリシー「11.個人情報の「共同利用」について」をご参照ください。

5.上記の表に記載の利用目的を相当の関連性を有すると認められる範囲を超えて変更する場合には、その都度書面、ウェブ画面もしくは口頭でのご説明等の方法で同意をいただきます。

10. 個人情報の「第三者提供」について

当社は、お客さまより取得させていただいた個人情報を適切に管理し、あらかじめお客さまの同意を得ることなく第三者に提供いたしません。ただし次の場合は除きます。

1. 法令に基づき開示を要請された場合。
2. 人の生命、身体または財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難である場合。
3. 公衆衛生の向上または児童の健全な育成の推進のために特に必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難な場合。
4. 国の機関もしくは地方公共団体またはその委託を受けた者が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合であって、本人の同意を得ることにより当該業務の遂行に支障を及ぼすおそれがある場合。

11. 個人情報の「共同利用」について

株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社は、本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」に記載の個人情報のうち、「花椿CLUBメンバー」情報および「ワタシプラス会員」情報について、以下のとおり共同利用を行います。

個人情報の内容	「花椿CLUBメンバー」情報
共同して利用する者の範囲	・資生堂カウンセリング化粧品等を取扱う事業者のうち、お客さまが花椿CLUBメンバーとして登録されている店を営業する事業者 事業者の具体的名称は、入会時にお客さまにお渡しする「花椿CLUB個人情報に関する規約」に記載 ・ 株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社
共同して利用される個人情報の項目	・氏名 ・ 住所 ・ 誕生日 ・ 会員ID ・ 電話番号 ・ メールアドレス ・ 職業、未既婚の別、その他プロフィール ・ お店での商品購入履歴 ・ お店でのカウンセリング履歴 ※電話番号、メールアドレス、職業、未既婚の別、その他プロフィールについては任意事項につき、お客さまの意思による登録がある場合のみ
共同して利用する者の利用目的	本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」に記載した利用目的に同じ
共同して利用する個人情報の管理について責任を有する者の氏名または名称	・お客さまが花椿CLUBに入会登録された店を営業する事業者 事業者の具体的名称は、入会時にお客さまにお渡しする「花椿CLUB個人情報に関する規約」に記載 （注：個人情報の開示等を希望される場合は、上記の店を営業する事業者にお申し出ください。）
個人情報の取得方法	・お客さまが花椿CLUBに入会登録された店を営業する事業者が書面で個人情報を取得し、当該個人情報を所定の店頭情報機器に入力し、株式会社資生堂に対してデータを転送する方法 ・ お客さまが花椿CLUBメンバーとして登録されている店が資生堂化粧品の取扱いを終了した場合に、その店を営業する事業者から資生堂ジャパン株式会社に対して「花椿CLUBメンバーズカルテ」を引渡す方法 ・ お客さま自身の指示により、お客さまが花椿CLUBメンバーとして登録されている店から別の店への移動のために、会員登録された店を営業する事業者から資生堂ジャパン株式会社に対して「花椿CLUBメンバーズカルテ」を引渡す方法

個人情報の内容	「ワタシプラス会員」情報	
共同して利用する者の範囲	・資生堂カウンセリング化粧品等を取扱う事業者のうち、お客さまが花椿CLUBメンバーとして登録されている店（ただし「花椿CLUBメンバー」かつ「ワタシプラス会員」で、両会員制度の連携を希望した花椿CLUBメンバーを登録している店）を営業する事業者 事業者の具体的名称は、入会時にお客さまにお渡しする「花椿CLUB個人情報に関する規約」に記載 ・株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社	・株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社
共同して利用される個人情報の項目	・会員ID ・メールアドレス ・氏名 ・電話番号 ・郵便番号 ・住所	・会員ID ・メールアドレス ・氏名 ・生年月日 ・性別 ・電話番号 ・郵便番号 ・住所 ・ウェブサイトおよび電話によるご注文での商品購入履歴 ・配送情報履歴 ・Webカウンセリング履歴
共同して利用する者の利用目的	本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」に記載した利用目的の中のワタシプラスお店メールの送付およびお店でのカウンセリング予約状況確認のためのみ	本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」 に記載した左記を除く利用目的に同じ
共同して利用する個人情報の管理について責任を有する者の氏名または名称	株式会社資生堂	
個人情報の取得方法	お客さまが資生堂ウェブサイトを通じて入力した情報にお店がインターネットまたは資生堂が指定する情報機器を通じアクセスする方法	お客さまが資生堂ウェブサイトを通じて入力した情報にお店がインターネットまたは資生堂が指定する情報機器を通じアクセスする方法

12.「開示等の請求」に応じる手続き等に関する事項

1.当社は、本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」に記載の開示対象となる個人情報について、本人からの求めに応じ、利用目的の通知、個人情報の開示、訂正、追加または削除、利用の停止、消去、第三者への提供の停止（以下、「開示等」という）に対応いたします。
なお、「花椿CLUBメンバー」情報に関する開示等については、お客さまが花椿CLUBメンバーとして登録されているお店にて直接承ります。当社にてお受けすることはできませんので、ご了承ください。

2.「開示等の請求」のお申し出先は、以下のとおりです。なお、これ以外の開示対象となる個人情報についての「開示等の請求」のお申し出先は、対象者に対し個別に明示いたします。

(1)「ワタシプラス会員」情報に関する「開示」「変更」「退会」については、資生堂ウェブサイト内の以下のページより、お客さま自身で行っていただきます。
その際には、お客さまの責任のもとに管理している会員ID（メールアドレス）・パスワードの入力をお願いいたします。
<ワタシプラス会員登録確認・変更ページ>

(2)「当社株主」の情報に関する「開示」「変更」等については、株式会社資生堂の株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社にお申し出ください。また、その際の具体的な手続き要領については、三井住友信託銀行株式会社にご確認ください。

<お申し出先>　〒168-0063
東京都杉並区和泉2丁目8番4号　電話 0120-782-031（フリーダイヤル）
三井住友信託銀行株式会社　証券代行部

なお、証券会社の口座でご所有の株式については、お取引の証券会社等へお申し出ください。

(3)本プライバシーポリシー「9.個人情報の利用目的」に記載の開示対象となる個人情報であって、上記以外のものの「開示等の請求」につきましては、下記宛、所定の申請書に必要書類を添付の上、郵送にてお申し出ください。その際、封筒に「個人情報開示等請求書類在中」とお書き添えください。

<お申し出先>　〒105-8310
東京都港区東新橋1丁目6番2号
資生堂　お客さま窓口

3.「開示等の請求」に際して提出いただく書面（様式）
「開示等の請求」を行う場合は、「開示等申請書」に必要事項をご記入の上、本人確認のための下記書類を同封の上、上記宛にご郵送ください。

<本人確認のための書類（いずれか1点）>
・住民票（原本）
・パスポート・免許証などの公的書類のコピー
※本籍地や個人番号の記載のあるものについては、本籍地の部分や個人番号の部分を抹消するなどしてご提供ください

4.代理人による「開示等の請求」

「開示等の請求」をする者が、本人または未成年者または成年被後見人の法定代理人もしくは開示等の請求をすることにつき本人が委託した代理人である場合は、下記の書類をあわせてご郵送ください。

<法定代理人の場合>

・法定代理権があることを確認するための書類（戸籍謄本、親権者の場合は扶養家族が記載された保険証のコピーも可）1 通

・未成年者または成年被後見人の法定代理人であることを確認するための書類（法定代理人の運転免許証、パスポートなどの公的書類のコピー）1 通

<委任による代理人の場合>

・委任状　1 通

・本人の印鑑証明書　1 通

5.「開示等の請求」に対する回答方法

(1)ワタシプラス会員については、ウェブサイトの画面上で直接ご確認をお願いいたします。

(2)書面等で開示等を請求された方は本人確認後、原則として書面で回答いたします。（代理人による申請の場合は、当該代理人の申請が正当なものであるかを確認次第、同様に当該代理人へ書面で回答いたします。）

6.「開示等の請求」に関して取得した個人情報の「利用目的」

開示等の請求にともない取得した個人情報は、開示等の求めに必要な範囲でのみ取り扱うものといたします。

提出いただいた書類は、開示等の求めに対する回答が終了後、2年間保存し、その後は廃棄いたします。

7.「開示対象個人情報」の不開示事由について

次に定める場合は、不開示といたします。不開示を決定した場合は、その旨および理由を付記して通知いたします。

(1)お申し出の際に、ご登録の住所、氏名、生年月日、ID・パスワードが一致しないとき等、本人確認ができない場合

(2)代理人による申請に際して、代理権が確認できない場合

(3)開示の求めの対象が「開示対象個人情報」に該当しない場合

(4)本人または第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合

(5)当社の業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合

(6)他の法令に違反することとなる場合

13. 個人情報に関するお問い合わせ先

当社の個人情報の取り扱いに関する苦情および相談ならびにその他のお問い合わせについては、下記までお申し出ください。
なお、ワタシプラスについては、下記の専用窓口をご利用ください。

<お問い合わせ先>

〒105-8310
東京都港区東新橋1丁目6番2号
資生堂　お客さま窓口

0120-81-4710　9:00～17:00（土・日・祝祭日除く）　メールでのお問い合わせはこちら

ワタシプラスサポートセンター
電話 0120-31-4710　9：00～21：00　　<年末年始・法定点検日を除く>
フォームでのお問い合わせはこちら

<ご注意>

直接ご来社いただいてのお申し出はお受け致しかねますので、その旨ご了承ください。
また、フリーダイヤルへのお問い合わせについては、対応サービスの向上のために録音させていただきますので、あらかじめご理解とご協力をお願いいたします。

14.その他

本プライバシーポリシーは、日本法に準拠し、同法に従って解釈されるものとします。
紛争が発生した場合は、日本語版が他の言語版に優先するものとします。

最終更新日　2018年10月3日

以上

知的財産の保護

資生堂グループは、知的財産活動をイノベーションを創出し企業およびブランドの価値を高めるための重要な活動であると位置付けています。将来を見据えて新たな知的財産を獲得し、グループ全社で最大限に有効活用することで、資生堂グループの技術とマーケティングの競争力強化につなげます。
また、他者の知的財産を尊重するとともに、その重要性を社内に周知徹底しています。

※知的財産：知的財産権（特許権、商標権、意匠権、著作権など）および営業秘密（ノウハウなど）

グローバルタックスポリシー

資生堂グループは世界各国の法令を遵守します。「資生堂グループ倫理行動基準」に行動基準を記載することに加え、グローバルタックスポリシーを定めることで税務の透明性を確保します。グローバルに税務リスクを排除し、株主価値の向上を目指します。

税務原則

コンプライアンス

OECDが定めた国際課税の基準及び各国の法令を遵守します。

ガバナンス

「資生堂グループ倫理行動基準」に「法令遵守」「税務会計処理の方針」を記載し、全社員が共有することで、税務の透明性を確保します。各地域で税務リスクを管理し、グローバルに情報共有を行う体制を保ち、税務課題の解決に努めます。

税務責任と体制

税務はCFOの責任とします。本社の税務チームが資生堂グループ全体の税務を統括し、各地域に配置したCFOが地域の税務を統括します。必要に応じて税務の専門知識を有する社員を配置し、グローバルに税務リスクを管理する体制を組織します。社員に対し、税務知識向上のための啓発を行います。

株主価値の向上

「ガバナンス強化」と「正常な事業活動の範囲内での優遇税制活用等による節税」に努めることで、株主価値の向上を図ります。

移転価格

OECD移転価格ガイドライン及び各国の法令に準拠した資生堂グループの移転価格ポリシーを定め、このポリシーに基づいたグループ間取引価格を設定します。

タックスヘイブン

タックスヘイブンを利用した意図的な租税回避は行いません。

税務当局との関係

税務当局への協力的な対応を通じ、良好な関係を築いていきます。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

ガバナンス

資生堂は、「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、その強化に継続的に取り組んでいます。

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4名を含む取締役7名で構成され、代表取締役 執行役員社長兼CEO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、経営の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、業務執行における重要案件に関する決裁のための多面的な討議を行う「Executive Committee」および経営計画やブランド戦略の立案を行う「中期計画・年度計画策定会議」を設置して、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2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年度に独立性の高い社外取締役2名を起用しました。2011年に1名追加、2016年に更に1名追加し、現在は4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、社外取締役以外の取締役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。

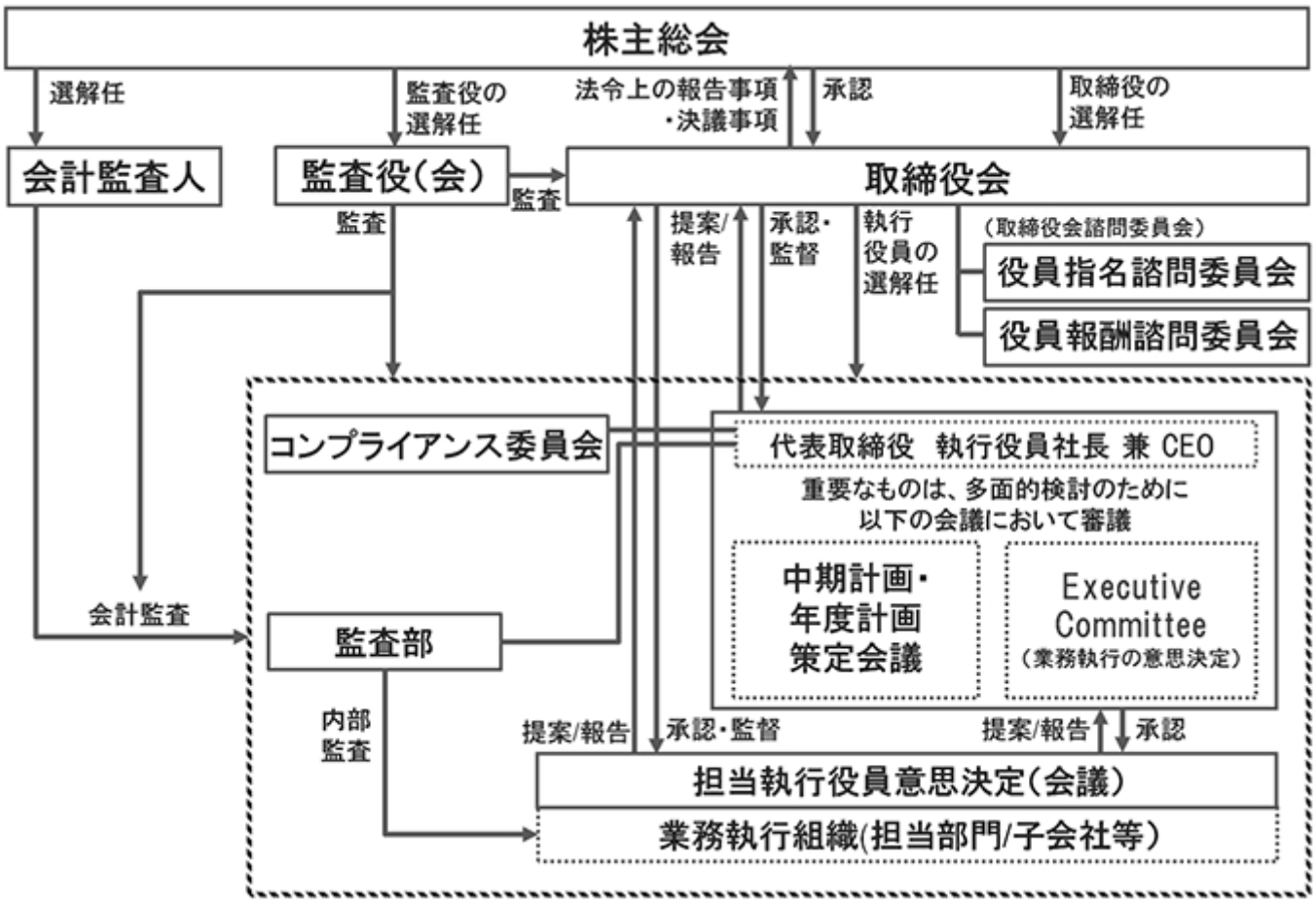
（2018年1月1日現在）

諮問委員会

経営の透明性・客観性を高める観点から、任意の諮問機関として、役員候補者の選抜や役員の昇降格などを審議・答申する「役員指名諮問委員会」と、役員報酬制度や役員業績評価などを審議・答申する「役員報酬諮問委員会」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、委員の過半数を社外取締役で構成することで客観性を確保しています。

「役員指名諮問委員会」では、取締役および監査役候補者の選抜のほか、執行役員の登用や昇降格に関する審議を行います。また、トップマネジメント力の強化をねらいに、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年とし、取締役会の決議を得てこれを延長する場合は、延長期間を2年までとすることを原則としています。

「役員報酬諮問委員会」では、取締役および執行役員の個人別報酬に関する検討のほか、2017年度には2018年度から2020年度までの新しい報酬制度についての検討を行いました。



(2018年1月1日現在)

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、監査役会スタッフグループを配置するなど、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。

（2018年3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 小堀 孝一	2年
	指定有限責任社員 業務執行社員 藤井 亮司	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

当社は、役員報酬制度をコーポレートガバナンスにおける重要事項と位置づけています。このことから、当社の役員報酬制度は、以下の基本哲学に基づき、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会において、客観的な視点を取り入れながら設計しています。

【役員報酬制度の基本哲学】

(1)企業使命の実現を促すものであること
(2)優秀な人材を確保・維持できる金額水準と設計であること
(3)当社の中長期経営戦略を反映する設計であると同時に中長期的な成長を強く動機づけるものであること
(4)短期志向への偏重や不正を抑制するための仕組みが組み込まれていること
(5)株主や社員をはじめとしたステークホルダーに対する説明責任の観点から透明性、公正性および合理性を備えた設計であり、これを担保する適切なプロセスを経て決定されること

当社の役員報酬は、基本報酬と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の比較および当社の財務状況を踏まえて設定しています。
なお、業務執行から独立した立場にある社外取締役および監査役には、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。

2017年度に係る役員報酬

取締役および監査役の2017年度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（8名）	270	222	93	585
うち社外取締役（4名）	58	-	-	58
監査役（6名）	103	-	-	103
うち社外監査役（4名）	38	-	-	38
合計	373	222	93	688

単位：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上で交付したストックオプション（新株予約権）の2017年度の費用計上額の合計額です。
3.上記支給額のほか、当社取締役1名に対して、当該取締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16百万円があります。
4.取締役全員および監査役全員について上記の役員報酬（注1～3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2017年度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	127	179	69	377
代表取締役 岩井 恒彦	46	22	23	92

単位：百万円

（注）

1.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上で交付したストックオプション（新株予約権）の2017年度の費用計上額の合計額です。

2.上記2名の取締役について上記の役員報酬（注1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。

会計監査人へ支払うべき報酬等の額

区分	支払額
2017年度に係る会計監査人としての報酬等の額	186
当社および当社子会社が支払うべき金額その他の財産上の利益の合計額	227

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、「2017年度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。

会計監査人の報酬等に監査役会が同意した理由

当社監査役会は、日本監査役協会が公表する「会計監査人との連携に関する実務指針」を踏まえ、取締役、社内関係部門および会計監査人からの必要な資料の入手や報告の聴取を通じて、前事業年度における職務執行状況や報酬見積りの算定根拠、ならびに当事業年度の会計監査人の監査計画の内容および報酬額の見積りの妥当性を検討した結果、会計監査人の報酬等について適切であると判断し、会社法第399条第1項および同条第2項の同意を行っています。

コーポレートガバナンス
CORPORATE GOVERNANCE　Shiseido Company, Limited

最終更新日：2019年4月8日
株式会社資生堂
代表取締役　社長 兼 CEO　魚谷雅彦
問合せ先：IR部（03-6218-5530）
証券コード：4911
https://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

当社を含む資生堂グループは、「美しい生活文化の創造」を企業使命としています。そして、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・コードの各原則を実施しない理由】更新

2019年4月8日時点において、当社はコーポレートガバナンス・コードの各原則を全て実施しています。

【コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示】更新

==========
原則1-4＜政策保有株式＞について、その縮減の状況を更新しました。
原則3-1＜主体的な情報発信＞、＜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＞および＜補充原則4-11(2)：取締役および監査役の兼任状況＞について、情報の参照先を2019年3月26日開催の第119回定時株主総会の招集通知に変更し、取締役および監査役の選任理由を最新の状況に更新しました。
＜4-11(3)：取締役会の実効性に関する分析・評価の概要＞について、2018年末に実施した最新の評価に基づく記載に更新しました。
なお、記載内容を更新した項目については、項目番号の前に〇印を付しています（2019年4月8日）。
==========

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、次の通りです。

〇1. 会社の経営理念、経営戦略および経営計画　＜原則3-1：主体的な情報発信＞
当社の経営戦略および経営計画については、当社の第119回定時株主総会招集ご通知（17ページ～24ページ）に記載して開示しています。
https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2019/pdf/shm_　0009.pdf

2. コーポレートガバナンスの基本方針　＜原則3-1：主体的な情報発信＞
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. 監督と執行の分離　＜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および中期計画・年度計画策定会議等における審議を経て執行役員社長 兼 CEOが決定できるようにするなど、適切な範囲で権限の委譲を進めています。
2015年度に取締役会において当社のコーポレートガバナンスについて検討を重ね、併せて取締役会の実効性評価も実施した中で、今後当社が「モニタリングボード型のコーポレートガバナンス」を実施していくことを踏まえ、取締役会で審議・決定すべき事項の見直しを行いました。

4. 取締役および監査役の多様性　＜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。
多様性を考慮する際には、性別、年齢および国籍等の区別なくそれぞれの人格および識見に基づいて候補者を選定することで、これらの属性に関する多様性を確保することに加え、経営に関連する各分野の専門知識や経験等のタスク面での多様性を確保することも重視しています。また、社外取締役および社外監査役については、当社の従来の枠組にとらわれることのない視点を経営に活かすことをねらいに一定の在任上限期間を設けており、在任期間の長い社外役員と新任の社外役員との引継ぎの期間を設けながら社外役員の適切な交代を進めています。

5. 取締役会における社外取締役の構成比率　＜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年度に取締役会において当社のコーポレートガバナンスについて検討を重ね、併せて取締役会の実効性評価も実施した中で、今後当社が「モニタリングボード型のコーポレートガバナンス」を実施していくことを踏まえ、取締役会における社外取締役の構成比率に対する考え方を定めました。
当社では、定款の定めにより取締役の員数の上限を12名としており、適切に経営の監督を行うために、事業ポートフォリオや事業規模などを勘案のうえ、最適な人数の取締役を選任しています。
このうち社外取締役については、一定の発言力の確保の観点から、3名以上選任することとしています。また、現に選任されている取締役の半数以上を社外取締役とすることを目処としています。
なお、社外取締役および社外監査役の選任においては独立性を重視しており、当社が定める社外役員の独立性判断基準をクリアし、かつ精神的にも高い独立性を有する人材を候補者に選定することを原則としています。

○6. 社外役員の独立性に関する判断基準　＜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、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119回定時株主総会招集ご通知に際してのインターネット開示事項（任意開示事項　2ページ～4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。
https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2019/pdf/info02.pdf

7. 取締役会が経営陣幹部の選解任と取締役・監査役候補者の指名を行うに当たっての方針と手続き　＜原則3-1：主体的な情報発信、補充原則4-3(2)：資質を備えた執行役員社長の選任、補充原則4-3(3)：執行役員社長の解任手続の確立＞
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の機能の重要性」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の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抜しますが、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社外取締役と社外監査役で構成される評価部会において審議を受けます。このプロセスを経て適任者が選任されたにもかかわらず、やむを得ずその職務と責任を全うできない事情が生じた場合には、当該執行役員社長は、役員指名諮問委員会および評価部会での慎重な検討を経て、取締役会の決議をもって解任されることとなります。執行役員社長がその職務と責任を果たせているかどうかは、年間複数回にわたり開催される評価部会での確認およびこれを踏まえて開催される役員指名諮問委員会で審議・確認しています。
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。

○8. 取締役会が取締役および監査役候補者の指名を行う際の指名理由の説明　＜原則3-1：主体的な情報発信＞
当社では、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119回定時株主総会で選任の取締役6名および監査役2名の「候補者とした理由」は、以下の通りです。また、第119回定時株主総会終結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：
魚谷雅彦氏につきましては、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、株主のみなさまの負託に応えるべく、経営の舵取りを担ってきました。
中長期戦略VISION 2020の第2フェーズとなる、後半3カ年の初年度である2018年度も「世界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニー」の実現に向け、成長加速の新戦略の実行に取り組みました。その結果、売上高、営業利益で過去最高を記録した2017年度を、2018年度はさらに上回り、売上高、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益のすべてにおいて、過去最高を更新しました。
これらの実績や改革を推進するリーダーシップを考慮し、取締役会は同氏を引き続き取締役候補者に定めました。
（第119回定時株主総会）

島谷庸一：
島谷庸一氏は、当社入社以来、当社研究所（現 資生堂リサーチセンター）等において、研究開発・技術関連の業務に携わり、当分野で豊富な経験を有しております。執行役員就任後は、新成長領域や技術アライアンスなどの責任者を務めたほか、化粧品情報開発やインキュベーションなども担当し、当社の成長に寄与しています。
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定めました。
（第119回定時株主総会）

青木淳：
青木淳氏は、マッキンゼー・アンド・カンパニー日本支社で主に事業戦略の策定に携わり、製薬業界やヘルスケア領域にも関与しました。その後、BNPパリバ・カーディフ社では国際人事部門責任者として、世界各国の事業展開に必要な人材の獲得、開発、維持に努め、世界36カ国の人事制度の整備や人事戦略構築に携わってきました。当社入社後は、グローバル人事体制の設計・構築支援、グループ人事戦略および人事制度の策定に取り組んできました。
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定めました。
（第119回定時株主総会）

石倉洋子：

石倉洋子氏は、国際企業戦略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、役員報酬諮問委員会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。
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定めました。
（第119回定時株主総会）

岩原紳作：
岩原紳作氏は、会社法や金融法を中心とした法学研究を専門とする大学教授として深い法律知識を有するほか、法制審議会や金融審議会の重要な役割を歴任し、金融庁等の監督当局による監督・検査体制の構築にも関与してきた豊富な経験を有しています。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ことで、当社の取締役会の実効性の向上に寄与していただいています。
また、役員指名諮問委員会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定めました。
（第119回定時株主総会）

大石佳能子：
大石佳能子氏は、国内外で経営に携わってきたキャリアや患者視点からの医療業界の変革に取り組む現役経営者としての経験・識見を有しており、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。
このことから、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定めました。
（第119回定時株主総会）

〔監査役〕
吉田猛：
吉田猛氏は、当社入社以来パーソナルケア分野を中心にキャリアを重ね、さらに事業企画部長として、日本の化粧品事業およびその事業管理に関する豊富な経験を有しています。また、米州地域における持株会社である資生堂アメリカズCorp.上級副社長として、同地域における化粧品事業を牽引しました。さらに、当社監査部長として、内部統制に注力し、当社グループの安定した事業運営に寄与しました。
また、同氏は財務・会計・税務について相当程度の経験・知見を有することから、取締役会は同氏を新たに監査役候補者に定めました。
（第118回定時株主総会）

宇野晶子（新任）：
宇野晶子氏は、当社入社以来、消費者調査を通じた化粧品市場分析や販売チャネル開発を中心にキャリアを重ね、その後、ビューティーソリューション開発センター（当時）において、病気治療の副作用や加齢等による外見上の悩みを抱えるすべての方が自分らしく日常を過ごせるように、メイクアップでサポートするアピアランスケアを管轄する新部門の開設・運営を主導しました。さらに、お客さまセンター（現　資生堂ジャパン株式会社コンシューマーセンター）において、お客さま対応、リスクマネジメントを主管して、世界中のお客さまの声を一カ所に集めて経営に反映し、社内の各部門へ伝達する「ミラーシステム」の開発も推進しました。
同氏は以上のように、当社グループのCSR活動やお客さまとのリレーション構築、リスクマネジメントに尽力しました。
これらの経験・知見を活かすことで監査役の機能を果たすことができると判断し、取締役会は同士を新たに監査役候補者に定めました。
（第119回定時株主総会）

後藤靖子（新任）：
後藤靖子氏は、運輸省（現　国土交通省）初の女性キャリアとして日本政府観光局ニューヨーク観光宣伝事務所長を務めたほか、山形県副知事、国土交通政策研究所所長などさまざまな重職を歴任し、幅広いネットワークを有しています。
退省後は、九州旅客鉄道株式会社で旅行事業を担当し、その後常務取締役CFOとして財務を率いた後に取締役監査等委員に就任しており、事業に加え財務・会計に関しても一定の経験・知見を有しています。
これらのことから、幅広い経験を活かし、監査役として取締役の職務の執行に関する適法性・妥当性を監査いただくことができると考え、取締役会は同氏を新たに社外監査役候補者に定めました。
（第119回定時株主総会）

小津博司：
小津博司氏は、法務省法務事務次官や最高検察庁検事総長等、法曹界における重職を歴任し、法務分野を中心として幅広い経験と知見を有しています。また、複数の会社の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定めました。
（第117回定時株主総会）

辻山栄子：
辻山栄子氏は、早稲田大学商学学術院教授を務め、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定めました。
（第116回定時株主総会）

9. 取締役、監査役および執行役員のサクセッションプランならびに研修　＜補充原則4－1(3):執行役員社長のサクセッションプラン、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＞
当社では、執行役員社長の後任候補者は執行役員社長自身の責任で選定するべく努めるべきであり、そのサクセッションプランも執行役員社長自身が立案するものと考えています。そのうえで、取締役会の機能の一部を担う役員指名諮問委員会は、執行役員社長よりサクセッションプランや具体的な後任候補者の指名について十分な報告を受け、意見を交換し、独立した立場からの執行役員社長に対する評価や当社の経営課題も踏まえて検討を加え、フィードバックを行います。また、具体的な後任候補者の妥当性については、評価部会において判断します。

また当社は、経営の舵取り役としての執行役員社長はもちろんのこと、経営に対する監督機能の鍵となる社外取締役および社外監査役のサクセッションプランも重要であると考えています。就任期間のコントロールや後継者候補の要件の明確化を含むサクセッションプランについては、交代の直前の時期だけでなく、常に意識すべき事項として役員指名諮問委員会において継続的に検討しています。
また、当社では、取締役や監査役、執行役員に必要とされる資質を備えた人材を登用することに加え、必要な研修や情報提供を実施することも重要であると考えています。当社では、新任取締役候補者および新任監査役候補者に対し、法令上の権限および義務等に関する研修を実施し、必要に応じて外部機関の研修も活用しており、これに加え、社外取締役および社外監査役を新たに迎える際には、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。
さらに、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を開発するため、社内でのエグゼクティブプログラムを実施する他、外部機関の研修も活用しています。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。

○10. 取締役および監査役の重要な兼職　＜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119回定時株主総会招集ご通知（48ページ、80ページ～82ページ、86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119回定時株主総会招集ご通知（49ページ～51ページ、80ページ～82ページ、86ページ）に記載して開示しています。
https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2019/pdf/shm_ 0009.pdf

11. 社外取締役と社外監査役の情報交換　＜補充原則4-4(1):監査役および監査役会と社外取締役との連携、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することができるよう、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ます。また、全取締役・監査役を出席者とする「取締役会メンバーミーティング」を随時開催して情報交換やディスカッションを行っているほか、社外取締役と監査役との間で情報共有ミーティングを実施しています。
また、役員指名諮問委員会および役員報酬諮問委員会に共通の審議機関として設置された「評価部会」は、当社の独立役員（全社外取締役および全社外監査役）をその構成メンバーとしており、社長 兼 CEOの再任および交代等に関する審議・検討を実施しています。また、評価部会は、CEOの個人考課を含む業績評価と報酬額水準の妥当性の確認も行っており、これらの議論を独立役員のみで行うことにより、独立役員同士の情報交換、情報の共有および相互の認識の確認を行っています。

○12. 取締役会の実効性評価　＜4-11(3):取締役会の実効性に関する分析・評価の概要＞
当社は、課題や改善点を洗い出し、取締役会の実効性を高めるための取り組みにつなげることを目的に、2018年度も取締役会の実効性評価を実施しました。2018年度は、3年に一度の頻度で実施する第三者評価を実施しました。
評価にあたっては、取締役および監査役全員を対象に、取締役会、役員指名諮問委員会、役員報酬諮問委員会および監査役会の活動状況や事務局による支援体制への評価・分析を行う匿名のアンケート調査を実施し、併せて個別インタビュー（原則として一人あたり90分間）を実施しました。なお、当事者の忌憚ない意見を引き出すことおよび客観的な分析を担保するために、アンケートの回答収集および集計ならびにインタビュー結果のとりまとめは第三者機関に依頼し、当社の取締役会事務局では、集計後のデータを用いて分析を行いました。
この集計および分析の結果、取締役会事務局は、2018年度の当社の取締役会は以下のような状況であったと評価しています。

・高評価項目
　・当社が目指す「自律的ガバナンス」に向けた取締役会の監督機能のバランス
　・取締役会における議題設定とオープンで活発な議論（ただし、さらなる議題の絞り込みも必要）
　・取締役会の人数規模・社外取締役の構成比率
　・CEOと社外取締役とのコミュニケーション
　・監査役の貢献

・課題として、以下に掲げる項目について改善の余地がある。
　・取締役会の更なる多様性確保に関する役員指名諮問委員会における議論の充実
　・社外取締役の構成・社外取締役の候補者選定
　（適任者を選定することが困難になってきている現状への対応）
　・CEOのサクセッションプランに関する議論の充実
　・社外取締役に対する情報提供等の支援体制の充実・強化
　・取締役会としてさらなる議論が必要な事項の洗い出し

2019年度は、これらの継続課題や新規課題の改善に取り組むことで、監査役会設置会社の機関設計を維持しつつ、任意の役員指名諮問委員会・役員報酬諮問委員会の仕組みも活用しながら取締役会のモニタリング機能を強化していきます。

○13. 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　＜原則3-1:主体的な情報発信＞
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、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の比較および当社の財務状況を踏まえて設定しています。
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119回定時株主総会招集ご通知（55ページ～62ページ）に記載して開示しています。
https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2019/pdf/shm_ 009.pdf

14. 資本政策の基本方針　＜原則1-3：資本政策の基本方針＞
当社は持続的成長に向けて、必要と判断されるタイミングで迅速・果断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。
今後の成長投資を支える資金調達に関しては、有利な条件で資金調達が可能となる格付シングルAレベルを維持すべく、デット・エクイティ・レシオ0.3、EBITDA有利子負債倍率1.0倍を目安としながら、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。ただし、今後の収益力およびキャッシュフロー創出力を考慮したうえで、上記指標は株主還元方針と合わせて、さらなる資本効率の向上に資する最適資本構成になるよう、適宜見直してまいります。
当社は、株主のみなさまへの利益還元について、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」を目指しています。この考え方に基づき、持続的な成長のための戦略投資を最優先とし、企業価値の最大化を目指す一方で、資本コストを意識しながら投下資本効率を高め、中長期的に配当の増加と株価上昇につなげていくことを基本方針としています。
配当金の決定にあたっては、連結業績、フリーキャッシュ・フローの状況を重視し、資本政策を反映する指標の一つとして自己資本配当率（DOE）2.5%以上を目安とした長期安定的かつ継続的な還元拡充を実現します。なお、自己株式取得については、市場環境を踏まえ、機動的に行う方針としています。

15. 資本コストを意識した経営戦略＜原則5-2：経営戦略や経営計画の策定・公表＞
当社は、上記の資本政策を基本としながら、強みであるプレステージ化粧品領域を第一優先にグローバルで強化していきます。2020年に向けて、新工場の建設をはじめとする供給体制強化や、マーケティング関連を中心に3,000億円超の投資を予定しており、総資産は拡大します。一方、現預金は成長投資を優先しながらも健全な手元流動性を維持し、在庫は適正な水準に向けて圧縮していきます。
上記の資本政策によるバランスシート、キャッシュ・フローマネジメントを通じて、資本コスト（WACC）を上回るROIC12%超を実現していきます。
直近四半期の事業の状況とそれに対応した経営戦略は以下にて開示しています。
https://www.shiseidogroup.jp/ir/library/tanshin
（当社HP/投資家情報/IRライブラリ/決算短信・決算説明会資料）

○16. 当社の政策保有縮減に関する方針　＜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＞
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。
・当社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上に資すると判断する場合に限り、必要最低限保有する。
・個別銘柄毎に保有目的や保有に伴う便益が資本コストに見合っているかを定期的に精査し、保有の適否を取締役会で検証し、開示する。
・当社の株式を政策保有株式として保有している会社から売却等の申し出があった場合は、売却等を妨げることもなく、また、取引の縮減を示唆する行為など行わない
なお、2018年12月末の政策保有株式は29銘柄で、当期に4銘柄を全数、2銘柄を一部売却し、前期末の簿価から約21%削減しました。

また、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。

17. 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮＜原則2-6：企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮＞
当社は、アセットオーナーとして期待される機能を発揮できるよう以下の取り組みを行い、年金資産運用の適正化を図っています。
・財務担当役員、人事部長、財務部長、年金基金理事などで構成する資産運用検討会を定期的に開催し、外部運用コンサルティング会社の意見や助言を得ながら、資産ポートフォリオや運用方針、投資商品を決定している。
・資産運用検討会が決定した方針に基づき、年金基金の機関である運用執行理事が資産運用を執行し、その結果を資産運用検討会、年金基金代議員会および理事会に報告し、運用実績のモニタリングを行っている。
・年金基金の常務理事および運用執行理事については、外部金融機関で企業年金業務を長年経験した人材を起用している。資産運用検討会メンバーは外部コンサルティング会社やその他の専門機関のセミナーに参加するなどして専門知識を習得している。

18. 関連当事者間取引の確認に係る枠組み　＜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。

19. 投資家とのコミュニケーション　＜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、2018年1月に重要情報の認定等について一部を改訂して当社ウェブサイトにて公表しています。
https://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、継続的に検討しています。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(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	45,250,600	11.33
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	22,795,100	5.70
BNYM TREATY DTT 15	11,915,384	2.98
みずほ信託銀行株式会社退職給付信託　みずほ銀行口　再信託受託者　資産管理サービス信託銀行株式会社	10,000,000	2.50
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	7,798,200	1.95
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口7)	7,100,600	1.77
STATE STREET BANK WEST CLIENT -TREATY 505234	6,279,378	1.57
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	5,964,548	1.49
JP MORGAN CHASE BANK 385151	5,897,907	1.47
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	5,856,871	1.46

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 更新

1.日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)および日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)の持株数は、すべて信託業務に　係る株式です。
2.株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループから、2018年10月15日付で共同保有者合計で32,000千株(持株比率8.01%)を保有しており、そのうち　24,833千株(同6.21%)を三菱UFJ信託銀行株式会社が保有している旨の大量保有に関する変更報告書が関東財務局長に提出されています。　しかし、当社として、当該事業年度末における同社の実質保有株式数の確認ができないため、上記大株主には含めていません。
3.株式会社みずほ銀行から、2018年10月22日付で共同保有者合計で26,972千株(持株比率6.75%)を保有しており、そのうち15,832千株(同3.96%)をアセットマネジメントOne株式会社が保有している旨の大量保有に関する変更報告書が関東財務局長に提出されています。
しかし、当社として当該事業年度末における同社の実質保有株式数の確認ができないため、上記大株主には含めていません。
4ブラックロック・ジャパン株式会社から、2018年11月21日付で共同保有者合計で24,051千株(持株比率6.02%)を保有しており、そのうち8,310千株(同2.03%)を同社が保有している旨の大量保有に関する変更報告書が関東財務局長に提出されています。
しかし、当社として当該事業年度末における同社の実質保有株式数の確認ができないため、上記大株主には含めていません。
5.野村證券株式会社から、2018年11月21日付で共同保有者合計で20,023千株(持株比率5.01%)を保有しており、そのうち19,187千株(同4.80%)を同社が保有している旨の大量保有報告書が関東財務局長に提出されています。
しかし、当社として当該事業年度末における同社の実質保有株式数の確認ができないため、上記大株主には含めていません。
6.三井住友信託銀行株式会社から、2018年12月21日付で共同保有者合計で28,236千株(持株比率7.06%)を保有しており、そのうち13,865千株(同3.47%)を三井住友トラスト・アセットマネジメント株式会社が保有しており、10,370千株(同2.59%)を日興アセットマネジメント株式会社が保有している旨の大量保有に関する変更報告書が関東財務局長に提出されています。
しかし、当社として当該事業年度末における同社の実質保有株式数の確認ができないため、上記大株主には含めていません。
なお、三井住友信託銀行から、2019年3月22日付で共同保有者合計で26,947千株(持株比率6.74%)を保有しており、そのうち13,869千株(同3.47%)を三井住友トラスト・アセットマネジメント株式会社が保有しており、10,077千株(同2.52%)を日興アセットマネジメント株式会社が保有している旨の大量保有に関する変更報告書が関東財務局に提出されています。

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うる特別な事情

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											
岩原　紳作	学者											
大石 佳能子	他の会社の出身者											

※　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) 更新

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	○	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。 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。 ・日清食品ホールディングス株式会社　社外取締役 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。	＜社外取締役選任理由と当社における役割・機能＞ 国際企業戦略に関する深い専門知識や、ダイバーシティの推進等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携わってきた経験を当社経営に活かすため、同氏を社外取締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るほか、「役員指名諮問委員会」および「役員報酬諮問委員会」の委員を務めています。 ＜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、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。 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。 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 （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
岩原　紳作	○	岩原紳作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。 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。 ・早稲田大学　法学学術院教授 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。	＜社外取締役選任理由と当社における役割・機能＞ 会社法や金融法を中心とした法律知識に加え、コーポレートガバナンスの専門家としての専門知識と経験を当社経営に反映させるため、同氏を新たに社外取締役に選任しました。 ＜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、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。 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。 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 （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

大石 佳能子	○	大石佳能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。 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。 ・株式会社メディヴァ　代表取締役 ・株式会社シーズ・ワン　代表取締役 ・江崎グリコ株式会社　社外取締役 ・参天製薬株式会社　社外取締役 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。	＜社外取締役選任理由と当社における役割・機能＞ 長年にわたり国内外で経営に携わり、現在は主に患者視点から医療業界の変革に取り組んでいる経験・知見や、複数の企業において社外取締役を務めることで積み重ねてきた経験・知見を当社経営に活かすため、同氏を社外取締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るほか、「役員指名諮問委員会」および「役員報酬諮問委員会」の委員を務めています。 ＜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、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。 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。 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 (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	4	0	1	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	4	0	1	3	0	0	社外取締役

補足説明 更新

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。2018年度は、役員指名諮問委員会を5回開催し、取締役候補者および監査役候補者の選定、執行役員の選任等について答申したほか、執行役員精度の一部変更に関する検討を行いました。

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。2017年度は役員報酬諮問委員会を8回開催し、2017年度の取締役および執行役員の個人別報酬、2018年度の取締役および執行役員の個人別報酬、2018年度に係る報酬制度についての検討のほか、パフォーマンス・シェア・ユニットを用いた新しい長期インセンティブ型報酬の導入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

定款上の監査役の員数	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) 更新

氏名	属性	会社との関係(※)											
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
後藤 靖子	他の会社の出身者													
小津 博司	弁護士													
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) 更新

氏名	独立役員	適合項目に関する補足説明	選任の理由

後藤 靖子	○	後藤靖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。 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。 ・九州旅客鉄道株式会社　取締役監査等委員 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。	＜社外監査役選任理由と当社における役割・機能＞ 運輸省（現　国土交通省）でのキャリアやその後に幅広く重職を歴任した経験に加え、事業会社における事業担当や常務取締役CFOに加え、取締役監査等委員を務めた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。 ＜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、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。 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。 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 （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
小津 博司	○	小津博司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。 ・三井物産株式会社　社外監査役 ・トヨタ自動車株式会社　社外監査役 ・一般財団法人清水育英会　代表理事 ・一般社団法人刑事司法福祉フォーラム・オアシス　代表理事 ・一般財団法人日本刑事政策研究会　代表理事 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。	＜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、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。 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。 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 （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

辻山 栄子	○	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。 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。 ・早稲田大学　商学学術院教授 ・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 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。	＜社外監査役選任理由と当社における役割・機能＞ 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。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、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。 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。 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 (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】

独立役員の人数	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。
社外監査役にあっては、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っては、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って、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っては、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って、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って、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）であって、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 更新	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、その他

該当項目に関する補足説明 更新

当社は、役員報酬制度をコーポレートガバナンスにおける重要事項と位置づけています。このことから、当社の役員報酬制度は、以下の基本哲学に基づき、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会において、客観的な視点を取り入れながら設計しています。

＜役員報酬制度の基本哲学＞
1. 企業使命の実現を促すものであること
2. 優秀な人材を確保・維持できる金額水準と設計であること
3. 当社の中長期経営戦略を反映する設計であると同時に中長期的な成長を強く動機づけるものであること
4. 短期志向への偏重や不正を抑制するための仕組みが組み込まれていること
5. 株主や社員をはじめとしたステークホルダーに対する説明責任の観点から透明性、公正性および合理性を備えた設計であり、これを担保する適切なプロセスを経て決定されること

当社の役員報酬制度は、基本報酬と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の比較および当社の財務状況を踏まえて設定しています。
2019年度より、新たな長期インセンティブ型報酬として、これまでの1円ストックオプション制度に代えて、業績連動型株式報酬の一種であるパフォーマンス・シェア・ユニットを用いた新たな制度を導入しました。
なお、業務執行から独立した立場にある社外取締役および監査役には、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。

ストックオプションの付与対象者	社内取締役、子会社の取締役、その他

該当項目に関する補足説明 更新

当社は、2019年度より新たな長期インセンティブ型報酬としてパフォーマンス・シェア・ユニットを用いた新たな制度を導入していますが、2018年度までの報酬として割当てたストックオプションについては、引き続き有効に存続しています。
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当社の執行役員および当社の完全子会社である資生堂ジャパン株式会社の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等に対し、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。
なお、当社のストックオプションは、その付与対象となる事業年度の会社業績および個人考課に基づき付与数定める仕組となっているため、上記

の付与対象者の一部が付与するタイミングにおいてはそれぞれの地位から退いている場合がありますが、あくまでも当該付与対象者が当社または当社の完全子会社の取締役または執行役員の地位にある間の職務執行の対価として付与するものです。

【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 更新

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2018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（9名）	281百万円	212百万円	102百万円	597百万円
うち社外取締役（5名）	49百万円	ー	ー	49百万円
監査役（6名）	104百万円	ー	ー	104百万円
うち社外監査役（3名）	39百万円	ー	ー	39百万円
合　計	386百万円	212百万円	102百万円	701百万円

（注）
1. 上記の取締役の基本報酬および賞与の支給実績は、その合算が、第118回定時株主総会（2018年3月27日）決議による報酬限度額である年額20億円以内（うち、社外取締役分は年額2億円以内）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である月額10百万円以内です。
2. 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）の当期費用計上額の合計額です。
3. 上記支給額のほか、当社取締役2名に対して、当該取締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25百万円があります。
4. 取締役全員および監査役全員について上記の役員報酬（注1～3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2017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	153百万円	163百万円	95百万円	412百万円
代表取締役　青木　淳	44百万円	25百万円	7百万円	77百万円

（注）
1. 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）の当期費用計上額の合計額です。
2　上記支給額のほか、代表取締役青木淳氏に対して、同氏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6百万円があります。
3 上記2名の取締役について上記の役員報酬（注1～2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。

報酬の額又はその算定方法の決定方針の有無 更新	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、基本報酬と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の比較および当社の財務状況を踏まえて設定しています。
なお、業務執行から独立した立場にある社外取締役および監査役には、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

＜2018年度から2020年度までの3カ年計画に対応した報酬制度＞
（全体像）
当社は、2018 年から2020 年までの3 カ年を成長加速のための新戦略に取り組む期間と位置づけています。2018 年から2020年度までは、引き続き構造改革にも取り組みつつ、正のサイクルの構築を実施し成長を加速させていくことから、成し遂げられた成果に対して報酬を支払うという “ペイ フォー パフォーマンス”の考え方を一歩進めた「ペイ フォー ミッション（企業として成すべきことを成したことへの報酬）」の考え方をより重視する

設計としています。
「ペイ フォー ミッション」の考え方のもとでは、売上高や営業利益額等の財務的な業績数値についてはもちろん、経営哲学や企業理念を反映した長期戦略の実現度合こそが業績の重要な要素として評価の対象となります。
また、当社は、VISION 2020の定量的な目標として掲げていた財務目標について、その一部を3年前倒しで達成したことから、2018年に、より先の未来にゴールを据え、さらなる長期的・持続的な成長に向けて新たに売上高2兆円、営業利益3,000億円という長期目標を設定しました。これを受け、2019年度からは、従来の株式報酬型ストックオプションに代えて、新たな長期インセンティブ型報酬として、業績連動型株式報酬の一種である"パフォーマンス・シェア・ユニット"を導入することとしました。

（基本報酬）
基本報酬については、各役員の担当領域の規模・責任やグループ経営への影響の大きさに 応じて設定する役割等級ごとの設計としています。また、同一等級内でも、個別の役員の前年 度の実績（業績数値および個人考課）に応じて一定の範囲で昇給が可能な仕組みとなってお り、基本報酬においても役員の成果に報いることができるようにしています。
なお、社外取締役および監査役については、昇給枠のある基本報酬ではなく、それぞれの 役割に応じて金額を設定した固定報酬のみを支給します。

（業績連動報酬）
業績連動報酬は、単年度の目標達成に対するインセンティブを目的とした「年次賞与」と、株主のみなさまとの利益意識の共有と中長期での目標達成への動機づけを目的とした「長期イン センティブ型報酬としての株式報酬」で構成されており、当社役員に対し、単年度だけでなく中 長期的な視点で業績や株価を意識した経営を動機づける設計となっています。 新たな長期目標の設定を受け、2018 年度までの株式報酬型ストックオプションに代えて、 2019 年度より新たな長期インセンティブ型報酬を導入することとしました。

（年次賞与）
業績連動報酬のうち、年次賞与では、連結売上高および連結営業利益の目標達成率を全 役員共通の評価指標とするほか、下表のとおり、各役員の担当領域に応じた評価項目を設定 しています。なお、親会社株主に帰属する当期純利益については、経営に携わる立場の者す べてが意識する必要がある一方、未来の成長に向けた投資や長期的成長のための課題解決 を積極的に行うことに対する過度な足かせにならないようにする必要があることから、下表のと おり、役員報酬諮問委員会の審議を経て予め一定水準（閾値（しきいち））を定め、当該閾値を 下回った場合に、役員報酬諮問委員会において、年次賞与の評価項目のうち全社業績部分 の支給率の引き下げを検討するという設計としています。 また、持続的成長を実現するための事業基盤の再構築への取り組みなど、財務的な業績数 値だけでは測ることができない戦略目標の達成度を評価基準に加えるために全役員について 個人考課部分を設定しています。

（長期インセンティブ型報酬）
2018 年度までの長期インセンティブ型報酬は、VISION 2020 の達成を後押しする設計とな っており、VISION 2020 の目標の一部は前倒しで達成することができましたので、より先の未来 にゴールを据えて新たに設定した長期目標に合わせて長期インセンティブ型報酬を見直すこ ととしました。この新長期インセンティブ型報酬では、単年度の業績評価を用いないことで年次 賞与との役割の違いをより明確化し、長期的な企業価値の創造に対する動機づけと株主のみ なさまとの利益意識の共有を目的とする設計となっています。 具体的には、業績連動型株式報酬の一種であるパフォーマンス・シェア・ユニットを導入し、 これまで支給していた株式報酬型ストックオプションは廃止いたしますが、毎年支給することに より長期的な企業価値の創造を動機づける方法は変えません。 新長期インセンティブ型報酬は、その導入目的を以下のとおり明確化したうえで、これに沿って具体的な設計を行いました。

〔新長期インセンティブ型報酬の導入目的〕
長期的な企業価値の創造と維持に対する効果的なインセンティブの設定と、株主との持続的な利益意識の共有を目的として、以下の各項目の実現を促す
① 長期ビジョン・戦略目標の達成を通じた価値創造の促進
② 企業価値の毀損の牽制と長期にわたる高い企業価値の維持
③ 経営をリードすることができる有能な人材の獲得・維持
④ 資生堂グループ全体の経営陣の連帯感の醸成や経営参画意識の高揚を通じた「グローバ ルワンチーム」の実現

新長期インセンティブ型報酬では、これまで毎年支給してきた株式報酬型ストックオプション に代えて業績連動型株式報酬の一種であるパフォーマンス・シェア・ユニットを導入しています。
当社のパフォーマンス・シェア・ユニットでは、1 事業年度を支給対象年度として年度ごとに各 支給対象者に基準となる株式ユニットを付与し、支給対象年度を含む 3 事業年度を評価対象 期間として予め複数の評価指標を定めたうえで、評価対象期間終了後に各評価指標の達成 率に応じて支給率を算出し、この支給率に応じて株式ユニット数を増減させたうえで、当該株式ユニット数に応じた数の当社の普通株式交付のための金銭報酬債権と金銭を支給対象者に支給し、このうち当該金銭報酬債権の全部を現物出資させることで、各支給対象者に当社普通株式を交付します。最終的に支給対象者が得る金銭的利益は、評価指標に関する業績結果だけでなく当社の株価とも連動しており、業績と株価の両方に連動した業績連動性の高 い設計となっています。一方で、株主との持続的な利益意識の共有、企業価値の毀損の牽制 および長期にわたる高い企業価値の維持、ならびに有能な人材の獲得・維持といった目的を 実現するために、支給対象者に安定的に株式報酬を付与することも重視し、業績連動部分だ けでなく、固定的に支給される固定部分を設けています。 評価指標については、役員報酬諮問委員会での十分な審議を経た上で、取締役会におい て定めました。長期目標の実現に向け、企業価値のうち経済価値に関する指標として、連結売 上高の年平均成長率（CAGR）および連結営業利益の年平均成長率（CAGR）を、社会価値に 関する指標として、人々への支援を通じてビューティーイノベーションの実現を目指す「エンパ ワービューティー」の領域を中心とした環境・社会・企業統治（ESG）に関する社内外の複数の 指標を採用し、経済価値と社会価値の両面からの企業価値の向上を後押しする構成としてい ます。また、株主のみなさまとの利益意識の共有の観点から、企業価値を測るうえで重要な指 標である連結 ROE（自己資本当期純利益率）も評価指標に加えています。 評価指標のうち連結売上高および連結営業利益の年平均成長率（CAGR）については、そ れぞれ目標値と評価下限値を定めており、目標値を達成した場合にそれぞれの指標における 支給率上限を適用し、評価下限値に満たない実績となった場合にはそれぞれの指標につい て業績連動部分を支給しないこととしています。環境・社会・企業統治（ESG）に関する指標に ついては、複数の指標それぞれについて目標の達成・未達成を判定し、達成した場合にそれ ぞれの指標における支給率が上限に達し、未達成の場合はそれぞれの指標について業績連 動部分を支給しないこととしています。連結 ROE（自己資本当期純利益率）については、未来の成長に向けた投資や長期的成長のための課題解決などを積極的に行うことに対する過度な 足かせにならないようにする必要があることから、役員報酬諮問委員会の審議を経て予め一定 水準（閾値（しきいち））を定め、当該閾値を下回った場合に役員報酬諮問委員会において業績連動部分の支給率の引き下げを検討する仕組みとしています。 また、新長期インセンティブ型報酬では、全世界の経営陣の連帯感の醸成や経営参画意識 の高揚を通じた「グローバルワンチーム」の実現に向け、将来的に日本以外の地域本社の経営陣にも支給を拡大することを視野に入れた設計を採用しています。

具体的な役員報酬制度については、当社の第119回定時株主総会招集ご通知（57ページ～61ページ）に記載して開示しています。
https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/2019/pdf/shm_　009.pdf

【社外取締役（社外監査役）のサポート体制】

＜社外取締役＞
取締役会事務局、役員指名諮問委員会事務局および役員報酬諮問委員会事務局を務める部門に、社外取締役の業務を補助する担当窓口を設置し、社外取締役への情報提供およびその職務遂行のサポート等を行っています。

＜社外監査役＞
内部監査部門に、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。

【代表取締役社長等を退任した者の状況】

元代表取締役社長等である相談役・顧問等の氏名等 更新

氏名	役職・地位	業務内容	勤務形態・条件（常勤・非常勤、報酬有無等）	社長等退任日	任期
前田　新造	相談役	・社外役職への就任のみ	・非常勤 ・社内規程に基づき定額報酬を支給している ・報酬以外のいわゆるフリンジベネフィットは無い	2014/6/25	2020年6月30日まで

元代表取締役社長等である相談役・顧問等の合計人数 更新	1 名

その他の事項

当社は、2017年9月29日に開催の取締役会の決議をもって相談役・顧問制度を廃止いたしました。
当社の取締役・顧問制度では、従来より明確に任期を設けたうえで、当該任期満了まで在任することを前提に資生堂グループ以外の企業または団体等の役職に就任していることから、その役職の就任先の企業や団体等が後任者選定に要する時間等も考慮し、制度廃止前に就任した者については、その任期の満了まで職務を継続いただくこととしています。

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） 更新

＜経営・執行体制の状況＞
（取締役会および取締役）
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 兼 CEO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。
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を起用しており、現在は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2名が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。
なお、取締役の任期は1年としています。

（執行役員および執行役員が関連する会議）
当社では、執行役員制度を採用し、経営の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。
なお、執行役員の任期は1年とし、在任期間の上限は同一役位で4年、原則として最大で6年とし、6年を超えて同一役員に在任させる場合には、役員指名諮問委員会および取締役会における厳格な審議と、在任させる特別な必要性等に関する詳細な情報開示を行わなければならないこととしています。
さらに、業務執行における重要案件に関する決裁のための多面的な討議を行う「Executive Committee」および経営計画やブランド戦略の立案を行う「中期計画・年度計画策定会議」を設置して、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2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。

（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、役員候補者の選抜や役員の昇降格などを取締役会に答申する「役員指名諮問委員会」と、役員報酬制度や役員業績評価などを取締役会に答申する「役員報酬諮問委員会」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。
「役員指名諮問委員会」では、取締役および監査役候補者の選抜のほか、執行役員の登用や昇降格に関する審議を行います。また、トップマネジメント力の強化をねらいに、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。
「役員報酬諮問委員会」では、取締役および執行役員の個人別報酬に関する検討のほか、報酬制度についての検討を行っています。

（評価部会）
現在の役員報酬制度では、基本報酬、年次賞与および長期インセンティブ型報酬の全てにおいて、各役員の個人考課が報酬額決定に大きく影響します。個人考課は、連結売上高等の業績指標に基づく評価と異なり、定量的な評価ではないことから、その客観性・公正性・透明性を担保するための仕組みが必要となります。
このため、執行役員社長については、役員指名諮問委員会および役員報酬諮問委員会に共通の審議機関として設置された評価部会において、個人考課を含む業績評価全体を行い、また、報酬額水準の妥当性を確認しています。また、評価部会は、執行役員社長の再任および交代等に関

する審議・検討も実施しており、執行役員社長の適切な任命およびインセンティブづけについて包括的な役割を担っています。なお、評価部会のメンバーについては、執行役員社長および同人が率いる業務執行体制からの独立性を重視し、社外取締役および社外監査役で構成しています。
執行役員社長以外の執行役員（取締役を兼務する者を含む）の個人考課は、業績指標に基づく評価と併せて執行役員社長が行いますが、これについては、役員報酬諮問委員会がその評価プロセスや評価の考え方を確認することで、客観性・公正性・透明性を担保しています。

＜取締役および監査役の多様性＞
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。
多様性を考慮する際には、性別、年齢および国籍等の区別なくそれぞれの人格および識見に基づいて候補者を選定することで、これらの属性に関する多様性を確保することに加え、経営に関連する各分野の専門知識や経験等のタスク面での多様性を確保することも重視しています。
また、社外取締役および社外監査役については、当社の従来の枠組みにとらわれることのない視点を経営に活かすことをねらいに一定の在任上限期間を設けており、在任期間の長い社外役員と新任の社外役員との引き継ぎの期間を設けながら社外役員の適切な交代を進めています。

＜取締役会における社外取締役の構成比率＞
当社では、定款の定めにより取締役の員数の上限を12名としており、適切に経営の監督を行うために、事業ポートフォリオや事業規模などを勘案の上、最適な人数の取締役を選任しています。
このうち社外取締役については、一定の発言力の確保の観点から、3名以上選任することとしています。また、現に選任されている取締役の半数以上を社外取締役とすることを目処としています。
なお、社外取締役および社外監査役の選任においては独立性を重視しており、当社が定める社外役員の独立性判断基準をクリアし、かつ精神的にも高い独立性を有する人材を候補者に選定することを原則としています。

＜取締役および監査役の実際の構成＞
2019年3月31日現在在任する取締役6名のうち、3名（50.0%）は当社が定める社外役員の独立性に関する判断基準を満たした独立性の高い社外取締役です。一方、執行役員を兼務する取締役3名は、資生堂グループ以外でキャリアを積んだ者2名と資生堂グループでのキャリアを有する者1名で構成されています。なお、女性の取締役は2名（33.3%）です。
また、監査役5名のうち、3名（60.0%）は独立性の高い社外監査役、2名は資生堂グループでのキャリアを有する常勤監査役です。なお、女性の監査役は3名（60.0%）です。
取締役と監査役の合計11名のうち、6名（54.5%）が独立性の高い社外取締役または社外監査役であり、5名（45.4%）が女性です。

＜監査の状況＞
（内部監査）
当社では代表取締役　執行役員副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、監査役会スタッフグループを配置するなど、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 小堀 孝一	3年
同 上	指定有限責任社員 業務執行社員 藤井 亮司	6年

また、監査業務に係る補助者は、公認会計士および試験合格者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（コンプライアンス委員会）＞
社長 兼 CEOの直轄委員会として、「コンプライアンス委員会」を設置しています。同委員会は、当社内および資生堂グループ内から横断的に委員を選定して運営し、活動結果および活動を通じて捕捉した重要な事項等を取締役会に報告します。
同委員会は、資生堂グループのコンプライアンス推進体制およびリスクマネジメントの確立のほか、資生堂グループと社会・地球環境が共に持続可能であることを目指すためのサステナビリティ戦略の策定と実行等、業務執行に直結した機能を担います。

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、業務執行に対し、取締役会による監督と監査役による適法性・妥当性監査の二重のチェック機能を持つ監査役会設置会社の体制を選択しています。その中で、コーポレートガバナンスの基本方針に掲げた経営の透明性・公正性・迅速性の維持・向上を図るために、指名委員会等設置会社や監査等委員会設置会社の優れた機能を取り入れ、取締役会の監督機能の強化を進めています。

2016年1月より、資生堂グループでは6つの地域と5つのブランドカテゴリーを掛け合わせたマトリクス型の新組織体制を本格稼働させています。新組織体制のもとでは、当社はグローバル本社としてグループ全体を統括し、必要なサポートを行う機能を担い、これまで当社が保有していた権限の多くを、日本、中国、アジア、米州、欧州およびトラベルリテールのそれぞれを統括する地域本社に委譲することで、責任と権限の現地化を進めています。取締役会では、この新たな経営体制を前提として、取締役会の構成や運営も含めた当社のコーポレートガバナンス体制のあるべき姿について、2015年度中に議論を重ねました。その結果、資生堂グループ全体への監督機能を十分に発揮するためには「モニタリングボード型」で進めることが適切であるとの結論に至り、監査役会設置会社の体制の利点を活かしながら「モニタリングボード型」のコーポレートガバナンスを実施していくこととしました。

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 更新

	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。2019年の第119回定時株主総会においては、総会前日から19日前である3月6日（水）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：2月22日（金）、英訳：2月28日（木））
集中日を回避した株主総会の設定	2019年の第119回定時株主総会は3月26日に（火）に開催しました。 これは、2018年12月期決算に係る株主総会の最集中日である3月28日（木）の2日前（2営業日前）に当たります。
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	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。 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。 https://www.shiseidogroup.jp/ir/account/shareholder/ 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。 2019年第119回定時株主総会では、引き続き受付時に株主さまにお渡しするご出席票に使用済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認証紙や植物油インキを使用し、環境に配慮しました。

2. IR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	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、2018年1月に重要情報の認定等について一部を改訂して当社ウェブサイトにて公表しています。 https://www.shiseidogroup.jp/ir/disclosure/policy/	

個人投資家向けに定期的説明会を開催	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で配信しています。 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した（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、第八回：2015年9月29日（火） 横浜、第九回：2016年6月24日（金） 仙台）。 2017年度からは、より一層当社への理解を深めてもらえるよう、「会社施設見学会」へとリニューアルし、2017年6月20日（火）に当社掛川工場および企業資料館にて第1回の見学会を実施しました。この見学会の様子は当社ウェブサイトで配信しており、多くの株主に当社のものづくりに対する姿勢や歴史、文化に触れていただくことができるようにしています。	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	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。 https://www.shiseidogroup.jp/ir/library/ 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。 https://www.shiseidogroup.jp/ir/library/acc/	
IRに関する部署（担当者）の設置	IR担当部署 IR部 IR担当役員 執行役員 CFO 最高財務責任者 マイケル クームス IR事務連絡責任者 IR部長　北川　晴元	
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 更新

	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	資生堂グループでは、「資生堂グループ倫理行動基準」を定めています。 「お客さま」「取引先」「社員」「株主」「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。

環境保全活動、CSR活動等の実施	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。 また、資生堂グループ企業情報サイト（https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/）では、資生堂のサステナビリティに関するページを、以下の方針で編集しています。 ・必要な情報にスピーディに到達できるサイトを目指して編集しています。 ・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。 ・サステナビリティ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、2016年度（2016年1月1日から2016年12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・レポーティング・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）96社、2016年12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。
その他	＜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。 当社は、女性の社会的地位の向上や活躍支援について主導的な役割を果たしていくことが重要な使命の一つと捉えており、女性活躍を推進するための様々な施策に取り組んできました。その結果、2017年1月には、日本国内における目標であった女性管理職比率30%を達成しました。2018年は、引き続き女性の活躍支援を一段と進め、2020年度までにこの比率を40%に高めることをめざします。 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。 https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/labor/diversity.html https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/labor/working.html

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及びその整備状況

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 。
当社に「コンプライアンス委員会」を設置し、世界の主要地域に配置した地域本社においてコンプライアンス機能を果たす組織と連携しながら「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する。なお、重要な事案や推進状況については、代表取締役社長を通じ取締役会に適宜提案・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「コンプライアンス委員会」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、内部通報窓口として、委員長を通報・相談先とするホットラインを「コンプライアンス委員会」に、企業倫理推進担当を通報・相談先とするホットラインをグループ各社にそれぞれ設置する。なお、日本地域のホットラインは、社内カウンセラーによる社内窓口に加え、社外のカウンセラーによる社外窓口も設置する。
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、業務執行の意思決定会議等において審議する。
取締役会および業務執行の意思決定会議等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、業務執行の意思決定会議等の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＞

当社に「コンプライアンス委員会」を、世界の主要地域に配置した地域本社にコンプライアンス機能を果たす組織をそれぞれ設置し、企業活動に関するリスクをグループ横断で統括する。「コンプライアンス委員会」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、世界の主要地域に配置した地域本社において策定する緊急事態を想定した対応マニュアルの策定支援を行う。
緊急事態が発生した場合には、その内容や当社グループに与える影響の大きさ等に応じて、当該事態が発生した地域の地域本社もしくは当社、またはその双方にリスク対策本部を設置し、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 更新

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。リスクマネジメント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ヵ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 更新

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。

当社では、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（*1）。
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、発生事実（事件・事故・自然災害等を除く）および決算に関する情報
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Executive Committeeまたは取締役会等に提案または報告するにあたっては、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、経営戦略部およびリーガル・ガバナンス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、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、Executive Committeeまたは取締役会等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. 事件・事故・自然災害等の発生事実
突発的事象に対しては、「コンプライアンス委員会」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)
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。なお、重要情報の認定は、当該情報の内容に応じ、社内のしかるべき関係部門間の協議を経た上で、情報管理責任者（開示担当役員）が行います。
(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. 未公表情報の取り扱いと不明瞭な情報に対する対応について

未公表の重要情報や任意開示情報が特定の投資家にのみに選別的に開示されることのないよう、当該情報に関わる社内関係者に対して社内規定に従った情報管理を徹底します。また、当社に関して流布されている不明瞭な情報について、資本市場に重大な影響を及ぼすと判断される場合には、「TDnet」等を通じて、速やかに情報を開示します。

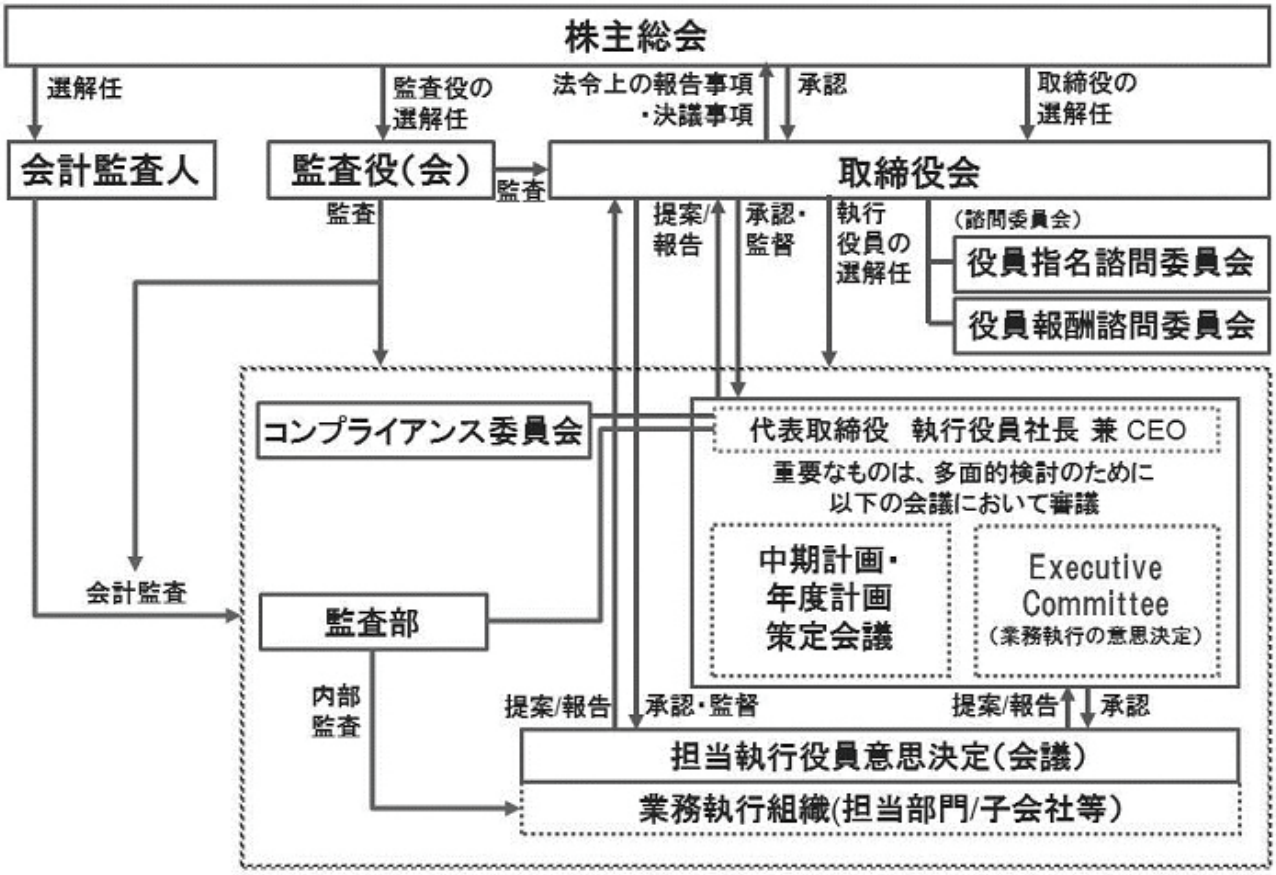
5. 沈黙期間

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、各四半期の決算日（※）翌日から決算発表日まで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。ただし、沈黙期間中に適時開示に該当する事実が発生した場合については、適時開示規則に則って情報開示を行います。

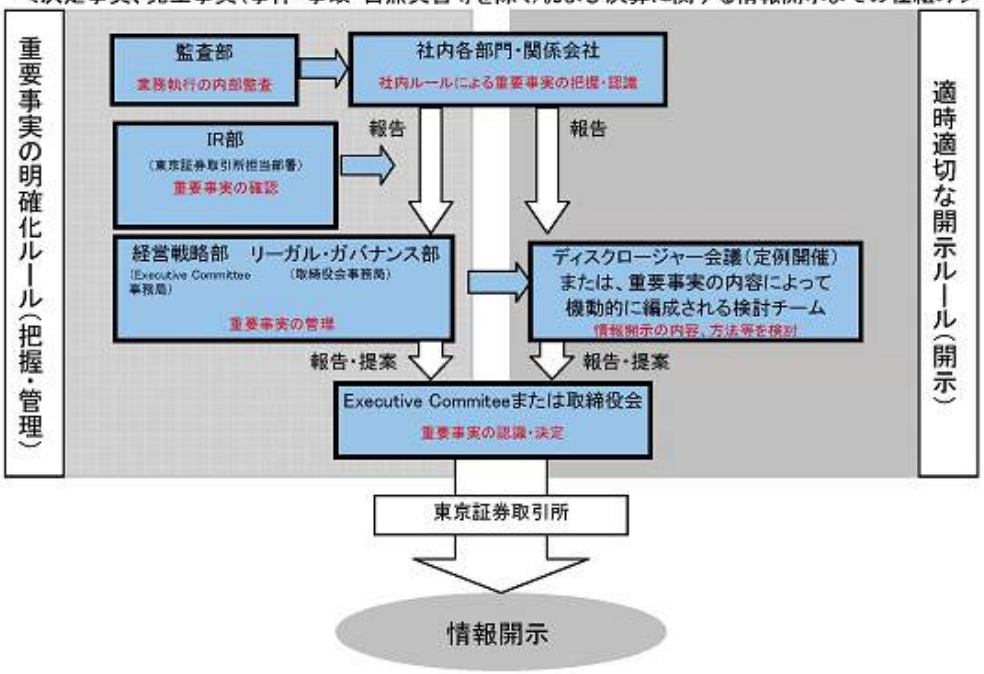
※ 2015年度より、決算日を3月31日から12月31日に変更しました。

6. 将来の見通しについて

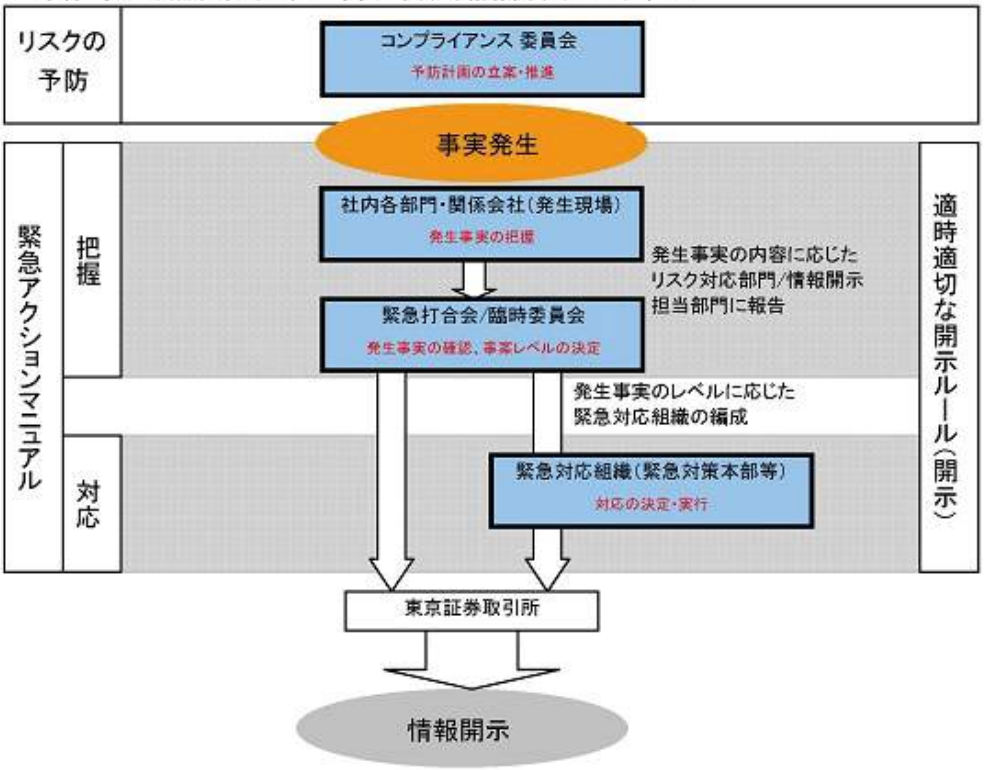
当社が開示する情報のうち、歴史的事実以外のものは、開示時点における当社の判断による将来の見通しおよび計画に基づいた将来予測です。
これらの将来予測には、リスクや不確定要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績は見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。



＜決定事実、発生事実（事件・事故・自然災害等を除く）および決算に関する情報開示までの仕組み＞



＜事件・事故・自然災害等の発生事実に関する情報開示までの仕組み＞



コーポレートガバナンス

内部統制システムの基本方針

内部統制システムの基本方針

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。

（1） 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 。
当社に「コンプライアンス委員会」を設置し、世界の主要地域に配置した地域本社においてコンプライアンス機能を果たす組織と連携しながら「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する。なお、重要な事案や推進状況については、代表取締役社長を通じ取締役会に適宜提案・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「コンプライアンス委員会」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、内部通報窓口として、委員長を通報・相談先とするホットラインを「コンプライアンス委員会」に、企業倫理推進担当を通報・相談先とするホットラインをグループ各社にそれぞれ設置する。なお、日本地域のホットラインは、社内カウンセラーによる社内窓口に加え、社外のカウンセラーによる社外窓口も設置する。
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。

（2）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、業務執行の意思決定会議等において審議する。
取締役会および業務執行の意思決定会議等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。

（3）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、業務執行の意思決定会議等の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。

（4）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

当社に「コンプライアンス委員会」を、世界の主要地域に配置した地域本社にコンプライアンス機能を果たす組織をそれぞれ設置し、企業活動に関するリスクをグループ横断で統括する。「コンプライアンス委員会」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、世界の主要地域に配置した地域本社において策定する緊急事態を想定した対応マニュアルの策定支援を行う。
緊急事態が発生した場合には、その内容や当社グループに与える影響の大きさ等に応じて、当該事態が発生した地域の地域本社もしくは当社、またはその双方にリスク対策本部を設置し、対応を実施する。

（5）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。

（6）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。

（7）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。

（8）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。

※反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方およびその整備状況について

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る。コンプライアンス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る。地元警察署との連携を図り、反社会的勢力排除を推進する団体に加盟するなど、外部情報の収集や外部団体との連携を強化している。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

人権への取り組み

全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

資生堂グループの人権啓発基本方針をご紹介しています。

推進体制

人権啓発活動の推進体制についてご紹介しています。

人権啓発(教育)

人権における、資生堂グループ全社員への浸透活動についてご紹介しています。

人権の尊重・差別に関する方針

資生堂は、100年先も世界中のお客さまや社会から常に信頼され、必要とされる存在になることを目指しています。

資生堂は、今後もグローバル社会とともに発展していくにあたり、自らの全ての事業活動が、人権尊重を前提に成り立っているものでなければならないと認識しています。資生堂は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく、「資生堂グループ人権方針」を定め、人権尊重の取り組みをグループ全体で推進し、その責務を果たしていきます。

資生堂グループ人権方針の骨子

- グループ全体で「ビジネスと人権」の意識共有
- サプライヤー情報の透明性とトレーサビリティの確保
- 人権団体等との信頼関係の構築
- 事業展開国の人権関連法遵守

資生堂グループ人権方針

資生堂グループ(以下、資生堂という)は、企業使命である「美しい生活文化の創造」の実現に向け、100 年先も世界中のお客さまや社会から常に信頼され、必要とされる存在になることを目指しています。資生堂は、創業以来、人びとが「健やかな生活」を送ることを願い、「美しさ」や「心の豊かさ」を届けることを通じて、社会を少しでも良くしていきたいという想いを受け継ぎ、事業活動を推進しています。
資生堂は、今後もグローバル社会とともに発展していくにあたり、自らのすべての事業活動が、人権尊重を前提に成り立っているものでなければならないと認識しています。資生堂は、人権尊重の取り組みをグループ全体で推進し、その責務を果たしていく指針として、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく、「資生堂グループ人権方針」（以下、本方針という）をここに定めます。

１．人権に対する基本的な考え方

資生堂は、すべての人びとの基本的人権について規定した国連「国際人権章典」（「世界人権宣言」、「市民的および政治的権利に関する国際規約」、「経済的、社会的および文化的権利に関する国際規約」）や、労働における基本的権利を規定した国際労働機関（ILO）の「労働における基本的原則および権利に関するILO　宣言」による中核的労働基準に加え、「賃金や労働時間など労働者の人権に関する条約」、「先住民族の権利に関する国際連合宣言」などの人権に関わる国際規範を支持し尊重します。加えて、国連グローバル・コンパクト(以下、GCという)署名企業としてGC10 原則を支持し尊重しています。本方針は、資生堂が「資生堂グループ企業理念　MVW(Our Mission, Values and Way）に基づき、人権尊重の取り組みを約束するものです。

２．適用範囲

本方針は、資生堂のすべての役員と社員に適用します。資生堂は、自社の製品・サービスに関係するすべてのビジネス・パートナーに対しても、本方針の遵守を求めます。

３．人権尊重責務の実行

資生堂は、人権そのものを侵害しないことはもちろんのこと、自らの事業活動において人権に対する負の影響が生じていることが判明した場合は、是正に向けて適切な対応をとることで、人権尊重の責任を果たし、責任あるサプライ・チェーンを築いていきます。

■人権デュー・ディリジェンス

資生堂は、人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、資生堂が社会に与える人権に対する負の影響を特定し、その防止および軽減を図ります。

■対話・協議

資生堂は、本方針を実行する過程において、独立した外部からの人権に関する専門知識を活用し、ステークホルダーとの対話と協議を真摯におこないます。

■教育・研修
資生堂は、本方針がすべての事業活動に組み込まれ、効果的に実行されるよう、自らの役員と社員に対し、適切な教育を行います。

■救済
資生堂の事業活動が、人権に対する負の影響を引き起こしたことが明らかとなった場合、あるいは取引関係者などを通じた関与が明らかとなった場合には、対話と適切な手続きを通じてその救済に取り組みます。

■責任者
資生堂は、本方針の実行に責任を持つ担当役員を明確にし、実施状況を監督します。

■情報開示
資生堂は、自らの人権尊重の取り組みの進捗状況およびその結果を、ウェブサイトなどで開示します。

■適用法令
資生堂は、事業活動を行う国・地域における法令および規制を遵守します。国際的に認められた人権と各国の法令に矛盾がある場合には、国際的な人権原則を最大限に尊重するための方法を追求します。

制定年月日 2017 年 5 月 31 日
株式会社資生堂
代表取締役　執行役員社長 兼 CEO
魚谷 雅彦

推進体制

国内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、国内資生堂グループの啓発活動の方向性と活動内容を検討しています。
人権啓発部会では、事務局（資生堂ジャパン 人事部 労務グループ）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・グローバルイノベーションセンター・国内関係会社に人権啓発推進委員を設置し、毎年1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、LGBT、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（2017年度受講率93%）、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、「資生堂グループ倫理行動基準」「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。（2017年度年1回開催）

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

英国現代奴隷法への対応

英国で施行された英国現代奴隷法への対応に基づき、「奴隷労働および人身取引」に対する資生堂グループの声明を開示しています。

2017 年度「奴隷労働および人身取引」に対する資生堂グループの声明（仮訳）

以下の声明は、2017 年 12 月 31 日の決算日に対応した 2017 年の報告である。これは、前年度の声明文に基づき、2017 年の実施内容、2018 年以降の取り組み予定を記載したものである。

1. この声明について

株式会社資生堂（以下、当社という）は、英国で施行された 2015 年現代奴隷法（以下、奴隷法という）第 54 条第 1 項に基づき、当社を親会社とする企業集団である資生堂グループ（以下、「資生堂」という）が、自らおよびそのサプライチェーンにおいて奴隷労働その他の隷属状態の下での労働ならびに人身取引が発生しないことを確保するために実施している取り組みを、本声明により開示する。
当社は、資生堂が自らの事業およびサプライチェーンにおける奴隷労働および人身取引に対して全面的に反対の意思を堅持していることを表明する。
本声明では、奴隷労働や人身取引について、奴隷法上の定義および概念に従う。

2. 事業概要と組織

当社は、1872 年に日本で創業した化粧品メーカーであり、現在では、世界約 120 の国と地域で事業を展開している。
資生堂は、英国では複数の子会社を通じて化粧品等の販売を行っており、英国に所在する子会社は、Shiseido U.K. Co., Ltd、Bare Escentuals UK Limited および Gurwitch UKLimited がある。

3. サプライチェーンの概要

資生堂は、製品の原材料をグローバルなマーケットの様々な取引先（以下、サプライヤーという）から調達している。当社は、直接契約を締結して取引を行う一次サプライヤーに対して、後述の「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」に基づき、適切な対応を取ることを要請している。グローバル本社購買部の取引する一次サプライヤーは直接材（材料）135社、直接材（原香料）135 社、間接材（販促物）25 社、合計 295 社である（2017 年）。さらに、より広いサプライチェーンに影響を及ぼすため、資生堂は、一次サプライヤーはもとよりその取引に関連する二次以降の協力事業者に対しても、同基準の遵守を求めている。資生堂はこれにより、サプライチェーンにおける奴隷労働および人身取引のリスク低減の一助となると考えている。

4. 奴隷労働および人身取引の防止に関連する方針

資生堂は、自らの事業およびサプライチェーンにおいて、いかなる奴隷状態や人身取引も

ないことを確保するよう、企業としての方針を策定し、資生堂の全社員およびサプライヤーに対して周知・徹底を図っている。これらの方針は、グループ本社である当社の人権を担当する部署が起案し、当社の取締役会で承認される。
資生堂の方針等には、次のものが含まれる

- 「資生堂グループ人権方針」
  https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/human/pdf/policy01.pdf
  資生堂は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく、「資生堂グループ人権方針」を新たに整備し、2017 年取締役会の決議により決定した。本方針は資生堂クループ及びビジネスパートナーに適応される。
- 「資生堂グループ倫理行動基準」
  https://www.shiseidogroup.jp/company/principle/way.html
  資生堂の全社員が遵守すべき行動規範であり、企業理念「Our Mission,Values and Way」に基づいている。
- 「資生堂グループ サプライヤー行動基準」
  https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/pdf/pdf2018/partner2018.pdf
  資生堂各社が、自らの 1 次サプライヤー選定において使用し、1 次サプライヤーに対して本基準の遵守を求めるとともに、その取引に関連する協力事業者にも同基準の遵守を求めている。

当社は、2004 年に国連グローバル・コンパクトに署名し、全グループ会社とともにその原則を支持している。
さらに当社は、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」ことを宣言している。

また、当社は、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、2010 年 9 月、UN Women 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～」に署名している。

2016 年の MSA ステートメント作成の過程において、人権方針の明示が不十分であることを認識し、2017 年 6 月に「資生堂 グループ人権方針」を新規に策定し取締役会の承認を得て、公表している。

5. リスクアセスメントおよびデュー・デリジェンス

資生堂の事業における 奴隷労働および人身取引のリスクは、資生堂の直接的な管理が行き届かないサプライチェーンにあると考えている。
・サプライチェーンの全容を明らかにする必要があることは認識しているものの、現時点で

は全容を解明するまでには至っていない。今後、さらなるサプライヤーとの協力が不可欠である。第一ステップとして、2017年8月に新たにSedex（サプライヤーエシカル情報共有プラットフォーム）に加入し、2017年末までに自社の掛川工場の登録を終了した。今後はサプライチェーンにおけるトレーサビリティ・透明性の確保のために、このプラットフォームを活用することについて一次サプライヤーと協議する。Sedex加入のサプライヤーとはSedexを活用した共同のリスクアセスメントを実施する。非加入のサプライヤーについても、同様にトレーサビリティ・透明性確保において協働できる関係性を構築し、人権デュー・デリジェンスに努める。

・上述の活動に加えて、サプライヤー行動基準を改訂し（後述）、一次サプライヤーにおける二次サプライヤーの管理の遵守について明記するとともに、購買契約にも反映するなど、サプライヤーとともに社会的責任を果たしていけるよう、契約面も含めて結束を強めていく。

・本リスクアセスメントの対処の責任者は当社GHQのChief Legal and Governance OfficerとChief Supply Network Officerである。

・一方、原料側からのアプローチとして、化粧品原料の社会的リスク評価を開始した。非営利団体である New Earth が UNEP「製品の社会ライフサイクル評価ガイドライン」（2009年）を基にして開発した「ソーシャル・ホットスポット・データベース」を用いてリスクが高いと思われる原料を把握する取り組みであり、今後は、製品開発の過程におけるソーシャルホットスポット・スクリーニングツールとして活用していく予定である。

・現時点で資生堂が、リスクが高いと判断した原料への直接的アプローチとして、パーム油とマイカについて取り組む。パーム油に関しては、掛川工場で 2017 年 2 月に RSPO 認証を取得し、2018 年には久喜工場とベトナム工場において認証取得を拡大する。今後2019年以降も順次認証取得を拡大し、持続可能なパーム油の調達の準備を進める。また、マイカに関しては 2017 年 5 月に “責任あるインドのマイカのサプライチェーン”を目指す Responsible Mica Initiative (RMI)に加盟した。今後はマイカ・サプライチェーンのトレーサビリティ・透明性向上を目指す。

・このように、「サプライチェーン全体でのリスク把握」と「原料側からの直接的アプローチ」の両方からリスクアセスメントおよび人権デュー・デリジェンスを進めている。

人権デュー・デリジェンスにおいて、ステークホルダーとのエンゲージメントが重要であることも認識しており、2017 年はニッポン CSR コンソーシアム（運営：経済人コー円卓会議日本委員会）のステークホルダー・エンゲージメントプログラム（開催地：東京）に参加し、国連環境計画・金融イニシアティブ（UNEP FI）が策定した人権ガイダンスツールを参考に業界毎に重要な人権課題を特定した(http://crt-japan.jp/en/portfolio/human-rights-duedili-gence-workshop/)。今後、人権デュー・デリジェンスの取り組みを推進していくうえでの基盤としていきたい。

・経済人コー円卓会議日本委員会、グローバル・コンパクト・ネットワーク・マレーシア主催（開催地：マレーシア）に参加し、移住労働者などの問題について、政府関係者、企業、NGO などとダイアログを行った。また、同じくマレーシアにて、パーム油小規模農家とのダ

イアログを行った。
・経済人コー円卓会議日本委員会が主催するグローバル・ステークホルダー・エンゲージメントプログラム（開催地：東京）に参加し、国内外の有識者を交えて、マレーシアと日本で行われた同プログラムの報告や業界毎の事例発表を行い、またビジネスと人権に関する取り組みを推進していく上での留意点等について意見交換を行った。
・海外有識者（デンマーク人権研究所、人権ビジネス研究所、Sedex）と「ビジネスと人権」の分野において当社が取り組むべき課題についてダイアログ（開催地：東京）を実施した。
・以上人権デュー・デリジェンスに関するステークホルダーとの取り組みについては以下URL 参照：https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/msa/
資生堂は、これらのプロセスを通じて、自社のビジネスが社会に与える影響を理解し、背後に潜む人権課題の把握とその問題の本質を見極め、対応しようと努力している。

6. パフォーマンス測定

当社は、2016 年までサプライヤー行動基準遵守に関するアンケートを実施し、その結果に基づき、個別のリスク評価を実施してきた。今後は Sedex のアセスメント結果を基に、サプライチェーンにおける労働者権利、健康と安全、環境、ビジネス倫理に関するパフォーマンス測定を進めていくよう努力する。2017 年は、Sedex への移行期間であり、前記のサプライヤーへのアンケートは行っていない。

- ビジネスパートナーホットラインの設置
  当社は、2013 年から、サプライヤーに対して、書面、E メールでの相談窓口を運用している。

7. 教育・研修

当社は、「資生堂グループ倫理行動基準」またはそれに関連する方針やルールについて、階層別研修といった各種社内教育を実施し、従業員の理解の深化に取り組んでいる。

- ✓ 経営層：当社執行役員に対して、年に 1 回「人権啓発・企業倫理研修」を実施。2015年より「ビジネスと人権」に関する内容を盛り込み実施しており、2017 年は 25 名の役員が参加。
- ✓ 従業員：日本にある事業所においては、各部に人権啓発推進委員をおき（営業部門21支社・事業部、営業以外 86 部門、合計 258 人）、その委員対象に人事部が研修を行い、その各委員が所属部門で人権研修を行う仕組みとなっている。2017 年は、日本国内の全グループ会社全従業員について、ハラスメント撲滅に向けた研修を行った。
- ✓ 海外 18 事業所に対しては、人権方針・現代英国奴隷法の声明についての認識、人権課題への対応の有無、などについてヒアリングを行った。人権方針・現代英国奴隷法の声明についての認識は 30%以下と低かったため、2018 年は認識 80%を目指す。また、本ヒアリングにて、1 事業所（中国）において残業時間の課題があったが、既に対策を講じ解決している。

・また、本社の購買部門・サステナビリティ部門担当者 28 名に対して、国連「ビジネスと人

権に関する指導原則」に基づくサプライチェーンにおける“責任ある調達”に向けた取り組みに関するワークショップを実施した。（2017 年 8 月 本社にて実施）

8. 今後の取り組み予定

引き続き国連「ビジネスと人権に関する指導原則」の視点に基づき、自社の事業およびサプライチェーンを通じて人権侵害を生じさせない・加担しないように努める。具体的には、2018 年は以下の方針、基準について策定および改訂を行う予定である。

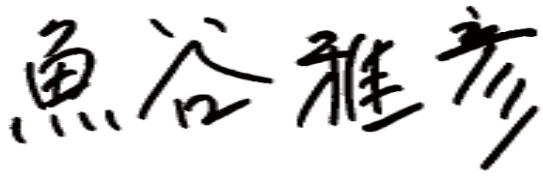
- 「資生堂グループ 調達方針」（新規策定）
  （https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/ethical/policy.html）
  本方針のもと、エシカルなサプライチェーンの実現に努める。
- 「資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン」（新規策定）
  （https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/ethical/policy.html）
  森林破壊を引き起こすリスク原料であるパーム油について、2020 年までの目標を掲げ、持続可能な調達を推進する。
- 資生堂グループ サプライヤー行動基準（改訂）
  https://www.shiseidogroup.jp/sustainability/pdf/pdf2018/partner2018.pdf
  現在の社会要請に沿った内容のものに改訂し、法令等の遵守、腐敗防止、人権の尊重、安全かつ健康的な労働環境、環境保全など取引先に求める。

また、社員への人権教育としては、これまで日本国内を中心に行ってきたハラスメントに対する研修だけでなく、「ビジネスと人権」に関する研修を日本および主要な海外事業所でも実施する予定であり、購買担当者への教育も引き続き行っていく。

本ステートメントは、当社の取締役会によって承認を得ており、代表取締役 魚谷雅彦によって署名されている。

2018 年 5 月 31 日

株式会社資生堂
代表取締役 執行役員社長 兼 CEO



© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

外部からの評価・受賞等

SRIインデックス組み入れ状況

資生堂は、世界各国のSRI(Socially Responsible Investment)評価機関より高い評価を得ており、国内外において倫理・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インデックスの構成銘柄に選定されています。以下のカッコ内は選定された時期を示しています。

グローバル

FTSE4Good Index Series

英国のFTSE Russellが作成しているSRIインデックスで、代表的なESGレーティングの一つとして投資家に活用されており、環境・社会・ガバナンスのグローバル・スタンダードを満たす企業への投資を促進するようデザインされたインデックスシリーズです。(2018年6月)

MSCI ESG Leaders Indexes

米国のMSCI社が開発したインデックスで、特にESG（環境・社会・ガバナンス）に優れた企業を選定したものです。(2018年7月)

THE INCLUSION OF Shiseido Company, Limited IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF Shiseido Company, Limited BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

STOXX Global ESG Leaders Index

ドイツ証券取引所の子会社であるSTOXX社が開発したインデックスで、Sustainalytics社によるデータをもとに、ESG（環境・社会・ガバナンス）に優れた企業が選定されます。(2018年)

国内

モーニングスター社会的責任投資株価指数

モーニングスター株式会社が国内上場企業のなかから社会性にすぐれた企業と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。(2018年5月)

年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）がESG投資の運用開始にあたって2017年7月に選定した以下の3つのESGインデックス全てに採用されました。

FTSE Blossom Japan Index

英国のFTSE Russell社が開発したインデックスで、ESGへの対応力が優れた日本企業を選定するものです。(2018年6月)
2017年新設当初から継続選定されています。

MSCIジャパンESGセレクト･リーダーズ指数

米国のMSCI社が開発したインデックスで、ESG評価が高い日本企業を選定するものです。(2018年7月)
2017年新設当初から継続選定されています。

MSCI日本株女性活躍指数

米国のMSCI社が開発したインデックスで、女性活躍を推進する性別多様性スコアが高い日本企業を選定するものです。(2018年7月)
2017年新設当初から継続選定されています。

THE INCLUSION OF Shiseido Company, Limited IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF Shiseido Company, Limited BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

SNAMサステナビリティ・インデックス

損保ジャパン日本興亜アセットマネジメントが開発したインデックスで、ESG評価（環境、社会、ガバナンス）と株式価値評価（ファンダメンタルバリュー）を組み合わせて銘柄を選定するものです。(2018年6月)
2012年新設当初から継続選定されています。

その他活動の評価

「攻めのIT経営銘柄2018」において「IT経営注目企業」に選定

経済産業省と東京証券取引所が共同で主催する「攻めのIT経営銘柄2018」において「IT経営注目企業」に選定されました。「IT経営注目企業」とは、中長期的な企業価値の向上を目指し、戦略的なIT活用に取り組む企業を選定する「攻めのIT経営銘柄2018」の中で選ばれる、注目されるべき取り組みを行っている企業のことです。

Institutional Investor誌の「The 2018 All-Japan Executive Team Rankings（ベストIR企業ランキング）」で「Most Honored Company」に選定

本ランキングは、世界的に著名な米国大手金融情報誌Institutional Investor誌が、世界の機関投資家・アナリストの投票を基に、優れたIR活動を行う日本の上場企業を選出したものです。当社は「Household & Personal Care」に属し、評価項目のうち 「Best CEOs」 および 「Best CFOs」 で第1位に、「Best IR Programs」で 第3位に選出されたこと等により、最も栄誉ある「Most Honored Company」に選ばれました。

「問合せ窓口格付け」で化粧品業界初の五つ星を獲得

「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」で化粧品業界初の五つ星を獲得しました。

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

サステナビリティ関連活動実績データ

サステナビリティ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
- 人事関連データ
- 環境活動関連データ

社会活動関連データ

項目	指標＜単位＞	2016年12月期	2017年12月期	対象
資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター	（施設数）（※1） ＜箇所＞	1	1	日本
		4	4	海外
	利用者数 ＜名＞	495	466	日本
		828	935	海外
資生堂 ライフクオリティー ビューティーセミナー	開催延べ件数 ＜件＞	4,522	4,705	日本
		83	82	海外
	開催延べ人数 ＜名＞	73,345	74,014	日本
		2,697	2,053	海外
ジュニア活動 資生堂子どもセミナー	受講者数 （※2）＜名＞	659	753	日本
資生堂ランニングクラブ	ランニング教室 開催件数 ＜回＞	3	2	日本
	社外講演会 開催件数 ＜回＞	1	2	日本
資生堂女性研究者 サイエンスグラント	受賞者数 ＜名＞	10	10	日本
資生堂ギャラリー（銀座）	来館者数 ＜名＞	54,626	83,573	日本
資生堂企業資料館（掛川）		30,571	29,735	日本
資生堂アートハウス（掛川）		31,939	23,536 （※3）	日本
資生堂花椿基金 （社員の社会貢献団体への寄付金）	月間賛同口数 （※4）＜口＞	13,706	13,099	日本

※1 東京、上海、香港、台北、高雄

※2 2017年度から、小学校高学年の男女児童を対象に展開している

※3 休館：2016年9月26日～2017年7月3日

※4 1口：100円、12月時点での加入実績

人事関連データ

資生堂グループ社員数

（単位：人）

			2017.1.1（カッコ内比率）			2018.1.1（カッコ内比率）		
			合計	男性	女性	合計	男性	女性
総数			45,094 （100%）	–	–	44,900 （100%）	–	–
		社員	35,411 （78.5%）	–	–	36,019 （80.1%）	–	–
		有期 契約社員	9,683 （21.5%）	–	–	8,971 （19.9%）	–	–
	うち国内 資生堂グループ		23,276 （51.6%）	3,874 （16.6%）	19,402 （83.4%）	23,505 （52.2%）	3,899 （16.6%）	19,606 （83.4%）
		社員	14,807 （32.8%）	3,168 （21.4%）	11,639 （78.6%）	15,784 （35.1%）	3,271 （20.7%）	12,513 （79.3%）
		有期 契約社員	8,469 （18.8%）	706 （8.3%）	7,763 （91.7%）	7,721 （17.2%）	628 （8.1%）	7,093 （91.9%）
	うち海外 資生堂グループ		21,818 （48.4%）	–	–	21,485 （47.8%）	–	–
		社員	20,604 （45.7%）	–	–	20,235 （45.0%）	–	–
		有期 契約社員	1,214 （2.7%）	–	–	1,250 （2.8%）	–	–

※国内は各年1月1日時点、海外は各年前年12月末時点とする

地域別社員数

（単位：人）

	2017.1.1（カッコ内比率）			2018.1.1（カッコ内比率）		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性
総数	45,094（100%）	–	–	44,900（100%）	–	–
日本	23,276（51.6%）	3,874（16.6%）	19,402（83.4%）	23,505（52.2%）	3,899（16.6%）	19,606（83.4%）
日本以外	21,818（48.4%）	–	–	21,485（47.8%）	–	–
欧州	2,391（5.3%）			2,861（6.4%）		
米州	6,399（14.2%）			6,169（13.7%）		
アジアパシフィック	3,653（8.1%）			3,663（8.1%）		
中国	9,375（20.8%）			8,792（19.5%）		
社員	35,411（79.3%）	–	–	36,019（80.1%）	–	–
日本	14,807（41.8%）	3,168（21.4%）	11,639（78.6%）	15,784（43.8%）	3,271（20.7%）	12,513（79.3%）
日本以外	20,604（58.2%）	–	–	20,235（56.2%）	–	–
欧州	2,160（6.1%）			2,448（6.8%）		
米州	5,942（16.8%）			5,873（16.3%）		
アジアパシフィック	3,228（9.1%）			3,228（9.0%）		
中国	9,274（26.2%）			8,686（24.1%）		

有期契約社員		9,683 (27.3%)	–	–	8,971 (19.9%)	–	–
	日本	8,469 (87.5%)	706 (8.3%)	7,763 (91.7%)	7,721 (86.1%)	628 (8.1%)	7,093 (91.9%)
	日本以外	1,214 (12.5%)	–	–	1,250 (13.9%)	–	–
		欧州 231 (2.4%)			413 (4.6%)		
		米州 457 (4.7%)			296 (3.3%)		
		アジアパシフィック 425 (4.4%)			435 (4.8%)		
		中国 101 (1.0%)			106 (1.2%)		

※国内は各年1月1日時点、海外は各年前年12月末時点とする

リーダー数・比率

	2017.1.1			2018.1.1		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性
リーダー総数	3,093人	1,447人	1,646人	2,956人	1,364人	1,592人
日本	1,262人	884人	378人	1,088人	805人	283人
日本以外	1,831人	563人	1,268人	1,868人	559人	1,309人
欧州	405人	155人	250人	466人	159人	307人
米州	943人	213人	730人	871人	221人	650人
アジアパシフィック	160人	58人	102人	264人	89人	175人
中国	323人	137人	186人	267人	90人	177人
リーダー比率	100.0%	46.8%	53.2%	100.0%	46.1%	53.9%
日本	40.8%	70.0%	30.0%	36.8%	74.0%	26.0%
日本以外	59.2%	30.7%	69.3%	63.2%	29.9%	70.1%
欧州	13.1%	38.3%	61.7%	24.9%	34.1%	65.9%
米州	30.5%	22.6%	77.4%	46.6%	25.4%	74.6%
アジアパシフィック	5.2%	36.3%	63.7%	14.1%	33.7%	66.3%
中国	10.4%	42.4%	57.6%	14.3%	33.7%	66.3%

※国内は1月1日時点、海外は各年前年12月末時点とする
※海外のリーダーとはManager以上とする

初級管理職数・比率

	2017.1.1	2018.1.1
国内初級管理職数	752人	826人
男性	519人	612人
女性	233人	214人
国内初級管理職比率	–	–
男性	69.0%	74.1%
女性	31.0%	25.9%

※初級管理職とは、部下を持たない管理職および部下をもつ一般社員とする

平均勤続年数

	2017.1.1	2018.1.1
国内資生堂グループ	16.5年	15.6年
男性	18.2年	17.3年
女性	16.0年	15.1年

※対象：社員（有期契約社員除く）

労働時間・有給休暇取得率

	2016年度	2017年度
一人あたり年間総労働時間	–	–
株式会社資生堂	1,913.9時間	1,915.4時間
国内資生堂グループ	1,828.8時間	1,834.6時間
年間所定労働時間	1,844.5時間	1,860時間
一人あたり年間所定外労働時間	–	–
株式会社資生堂	227.9時間	216.6時間
国内資生堂グループ	104.3時間	102.1時間
年次有給休暇取得率	–	–
株式会社資生堂	74.1%	77.3%
国内資生堂グループ	51.2%	57.0%

定期採用、キャリア採用人数

	2017年度			2018年度		
	総合職	美容職	キャリア採用	総合職	美容職	キャリア採用
総数	149人	241人	–	155人	257人	97人
男性	66人	3人	–	83人	2人	53人
女性	83人	238人	–	72人	255人	44人
比率	100.0%	100.0%	–	100.0%	100.0%	100.0%
男性	44.3%	1.2%	–	53.5%	0.8%	54.6%
女性	55.7%	98.8%	–	46.4%	99.2%	45.4%

※国内資生堂グループデータ

初任給

2018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235,000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

	2016年度（カッコ内比率）	2017年度（カッコ内比率）
国内資生堂グループ	12,635人（54.3%）	12,833人（54.6%）

※対象：管理職、総合職、美容職社員（役員、有期契約社員除く）

離職率

	2016年度	2017年度
国内資生堂グループ	2.4%	2.1%
結婚・出産・育児理由	0.00%	0.05%
資生堂ジャパン株式会社	3.9%	3.4%
結婚・出産・育児理由	0.80%	0.63%

※国内資生堂グループ 対象：管理職・総合職

※資生堂ジャパン株式会社 対象：美容職（有期契約社員除く

育児休業、育児時間取得者とカンガルースタッフ数

	2016年度（カッコ内比率）	2017年度（カッコ内比率）
育児休業（短期育児休暇も含む）	1,453人（6.24%）	1,483人（6.30%）
男性	14人（0.35%）	18人（0.46%）
女性	1,439人（7.44%）	1,465人（7.47%）
育児時間	2,156人（9.26%）	2,130人（9.06%）
男性	2人（0.05%）	2人（0.05%）
女性	2,154人（11.14%）	2,128人（10.85%）
うち店頭BCの育児時間	1,616人	1,536人
男性	0人	0人
女性	1,616人	1,536人
カンガルースタッフ	1,803人	1,837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

		2016年度（カッコ内比率）	2017年度（カッコ内比率）
介護休業		23人（0.09%）	37人（0.16%）
	男性	3人（0.08%）	3人（0.08%）
	女性	20人（0.10%）	34人（0.17%）
介護時間		27人（0.12%）	24人（0.10%）
	男性	1人（0.03%）	2人（0.05%）
	女性	26人（0.13%）	22人（0.11%）

※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

		2016年度（カッコ内比率）	2017年度（カッコ内比率）
国内		2,183人（9.38%）	2,154人（9.16%）
	男性	3人（0.08%）	4人（0.10%）
	女性	2,180人（11.28%）	2,150人（10.97%）

※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
※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

		2016年度	2017年度
復職率	国内資生堂グループ	98.2%	97.5%
	資生堂ジャパン株式会社	98.8%	97.5%
定着率	国内資生堂グループ	95.7%	98.2%
	資生堂ジャパン株式会社	90.8%	98.5%

※国内グループ 対象：管理職、総合職、資生堂ジャパン株式会社 対象：美容職（有期契約社員除く）
※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

	2017.1.1	2018.1.1
国内資生堂グループ	333人	275人

障がい者雇用率

	2016.6.1	2017.6.1	2018.6.1
株式会社資生堂	3.41%	3.30%	3.19%
国内資生堂グループ	2.06%	2.02%	2.04%

海外関連会社役員の非日本人比率

	2017.1.1	2018.1.1
海外資生堂グループ	44.2%	71.4%

※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

※複数社の役員につ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：国内資生堂グループ社員

	2016年度	2017年度
研修テーマ	さまざまな人権に気づく	ハラスメントのない職場づくり
開催数	190回	220回
時間（1回あたり）	60分	60分
受講者数	19,759人	19,600人

業務上災害発見件数

	2016年度	2017年度
国内資生堂グループ	29件	23件
うち工場・業務委託先	9件	3件
海外資生堂グループ	111件	72件

※業務上災害は休業を伴う労働災害が発生した件数

※国内工場における業務委託先の業務上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

	2016年度	2017年度
業務上災害発見件数	29件	23件
強度率	0.018	0.006

※国内資生堂グループの業務上災害発見件数

※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

	2016年度	2017年度
LTI	0.19	0.12
LTIFR	0.96	0.59

※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

※時間損失負傷災害件数率（LTIFR）=業務上災害発生件数／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

	2017.1.1	2018.1.1
株式会社資生堂	628.7人	326.6人
国内資生堂グループ	261.5人	255.5人

※定義：産業医・産業保健スタッフ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

		2016年度（2017.1.1）	2017年度（2018.1.1）
株式会社資生堂	労働組合員数	1,659人	1,783人
	構成比（※1）	37.7%	39.0%
	労働法でカバーされる社員数	100%	100%
国内資生堂グループ	労働組合員数	10,224人	11,680人
	構成比（※1）	43.9%	49.7%
	労働法でカバーされる社員数	100%	100%

※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

	2017.1.1	2018.1.1
国内	15.8%	17.1%
海外	45.9%	68.4%

※海外はWorkcouncilを含む

環境活動関連データ

資生堂グループ全体

指標			2015年度 実績*1	2016年度		2017年度	
				実績	カバー率	実績	カバー率
インプット	エネルギー使用量（MWh）		229,036	277,878	96% *2	268,088	97% *2
		電力（万kWh）	9,640	11,276	–	11,327	–
		都市ガス（万㎥）	824	1,052	–	973	–
		LPG（t）	180	236	–	274	–
		燃料（kl）	22,374	2,577	–	2,594	–
		蒸気（GJ）	16,039	21,165	–	17,412	–
	水（万㎥）		105	132	100% *3	122	100% *3
アウトプット	CO2（t）		92,227	114,193	96% *2	110,605	97% *2
		SCOPE1（t）	48,009	60,629	95% *2	56,603	97% *2
		SCOPE2（t）	44,218	53,565	96% *2	54,002	97% *2
	SOx （t）		1	1	92% *3	0	54% *3
	NOx （t）		5	11	85% *3	5	54% *3
	排水（万㎥）		79	91	100% *3	97	100% *3
	BOD（t）		110	111	92% *3	53	92% *3
	COD（t）		216	208	85% *3	101	92% *3
	廃棄物（t）		8,893	9,637	97% *2	10,036	96% *2
		最終処分量（t）	772	777	–	524	–
		リサイクル率（%）	91%	92%	–	95%	–

国内

指標		対象範囲	2015年度 実績*1	2016年度 実績	2017年度 実績
インプット	電力（万kWh）	生産事業所	2,015	2,753	2,925
		非生産事業所	2,286	3,060	2,945
	都市ガス（万㎥）	生産事業所	397	585	523
		非生産事業所	45	67	68
	LPG（t）	生産事業所	8	14	13
		非生産事業所	0	0	0
	燃料（kl）	生産事業所	–	–	–
		非生産事業所	1,299	1,498	1,526
	蒸気（GJ）	生産事業所	–	–	–
		非生産事業所	6,836	11,584	10,205
	水（万㎥）	生産事業所	54	79	73
		（原単位）*4	(12.0)	(10.9)	(9.4)
アウトプット	CO2（t）	生産事業所	31,995	45,942	43,556
		（原単位）*5	(0.72)	(0.71)	(0.59)
		非生産事業所	18,067	24,090	23,511
	SOx （t）	生産事業所	–	–	–
	NOx （t）		3	4	4
	排水（万㎥）		49	56	59
	BOD（t）		13	19	20
	COD（t）		24	33	39
	廃棄物 （t）	生産事業所	2,464	3,543	4,425
		（原単位）*4	(0.06)	(0.05)	(0.06)
		非生産事業所	838	966	825
	リサイクル率（%）	生産・非生産事業所	100%	100%	100%

海外*6

指標		対象範囲	2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	生産事業所	4,824	4,984	4,804
		非生産事業所	515	479	654
	都市ガス（万㎥）	生産事業所	374	379	363
		非生産事業所	8	20	19
	LPG（t）	生産事業所	171	223	261
		非生産事業所	0	0	–
	燃料（kl）	生産事業所	77	79	65
		非生産事業所	998	1,000	1,003
	蒸気（GJ）	生産事業所	9,203	9,581	7,208
		非生産事業所	–	–	–
	水（万㎥）	生産事業所	49	50	44
		（原単位）*4	(9.1)	(9.4)	(10.0)
アウトプット	CO2（t）	生産事業所	36,829	38,560	37,3063
		（原単位）*5	(0.83)	(0.89)	(0.96)
		非生産事業所	5,336	5,600	6,233
	SOx （t）	生産事業所	1	1	0
	NOx （t）		1	2	1
	排水（万㎥）		29	34	32
	BOD（t）		98	98	25
	COD（t）		191	175	57
	廃棄物 （t）	生産事業所	5,181	4,742	4,390
		（原単位）*4	(0.10)	(0.09)	(0.10)
		非生産事業所	409	386	396
	リサイクル率（%）	生産・非生産事業所	86%	85%	89%

※排出係数：原則として国際エネルギー機関（IEA）で公表されている国別係数を使用。

*1 2015年4月1日~12月31日（2015年度は変則決算のため）
*2 把握している実績／グループ全体の推計値
*3 実績把握生産事業所数／グループ全体の生産事業所数
*4 中味製造量
*5 生産数量
*6 海外非生産事業所については、主要な事業所のみ

国内生産事業所別 データ

大阪工場

指標		2015年度実績 *	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	542	745	775
	都市ガス（万㎥）	51	72	76
	LPG（t）	–	–	–
	水（万㎥）	14	17	18
アウトプット	CO2（t）	5,624	7,838	8,227
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	0	1	1
	排水（万㎥）	14	13	13
	BOD（t）	2	1	1
	COD（t）	6	7	7
	廃棄物（t）	770	966	1,029

掛川工場

指標		2015年度実績 *	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	1,017	1,390	1,506
	都市ガス（万㎥）	138	197	190
	LPG（t）	–	–	–
	水（万㎥）	17	23	23
アウトプット	CO2（t）	12,806	17,921	18,168
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	1	2	2
	排水（万㎥）	15	19	20
	BOD（t）	2	4	4
	COD（t）	3	5	5
	廃棄物（t）	322	486	588

久喜工場

指標		2015年度実績 *	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	456	617	644
	都市ガス（万㎥）	208	316	257
	LPG（t）	8	14	13
	水（万㎥）	23	39	31v
アウトプット	CO2（t）	13,566	20,183	17,161
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	1	2	2
	排水（万㎥）	20	25	26
	BOD（t）	9	13	15
	COD（t）	15	22	27
	廃棄物（t）	1,372	2,091	2,808

* 対象期間：2015年4月1日-12月31日

海外生産事業所別 データ

資生堂アメリカインク

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	867	881	1,062
	都市ガス（万㎥）	89	75	114
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	–	–	–
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	4	4	3
アウトプット	CO2（t）	6,760	6,026	8,881
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	–	–	–
	排水（万㎥）	4	3	3
	BOD（t）	21	22	6
	COD（t）	–	–	–
	廃棄物（t）	894	844	986

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		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	423	404	378
	都市ガス（万㎥）	49	47	42
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	0	0	1
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	2	3	2
アウトプット	CO2（t）	2,186	2,115	1,914
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	0	–	–
	排水（万㎥）	2	2	2
	BOD（t）	16	16	12
	COD（t）	56	44	38
	廃棄物（t）	327	346	272

資生堂インターナショナルフランス　ジアン工場

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	399	381	426
	都市ガス（万㎥）	30	31	29
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	2	1	1
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	1	1	1
アウトプット	CO2（t）	1,415	1,451	1,426
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	–	0	–
	排水（万㎥）	0	0	0
	BOD（t）	0	0	0
	COD（t）	1	0	0
	廃棄物（t）	1,052	347	473

資生堂麗源化粧品有限公司

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	253	300	261
	都市ガス（万㎥）	1	1	1
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	–	–	–
	蒸気（t）	3,434	3,575	2,690
	水（万㎥）	4	4	3
アウトプット	CO2（t）	1,729	2,038	1,773
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	–	–	–
	排水（万㎥）	3	3	2
	BOD（t）	1	3	4
	COD（t）	2	6	7
	廃棄物（t）	205	346	84

上海卓多姿中信化粧品有限公司

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	527	596	550
	都市ガス（万㎥）	43	52	44
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	–	–	–
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	15	16	12
アウトプット	CO2（t）	5,723	6,626	5,923
	SOx （t）	0	0	0
	NOx （t）	1	1	0
	排水（万㎥）	7	7	10
	BOD（t）	0	1	1
	COD（t）	3	3	2
	廃棄物（t）	174	443	341

台湾資生堂股份有限公司

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績 ※
インプット	電力（万kWh）	185	223	215
	都市ガス（万㎥）	7	5	6
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	2	0	–
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	2	2	3
アウトプット	CO2（t）	1,408	1,560	1,519
	SOx （t）	–	–	–
	NOx （t）	–	–	–
	排水（万㎥）	3	2	0
	BOD（t）	–	–	–
	COD（t）	5	3	1
	廃棄物（t）	36	43	56

※中壢工場は2016年7月をもって生産終了し、それ以降は新竹工場が稼働

資生堂ベトナム有限責任会社

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	807	863	873
	都市ガス（万㎥）	–	–	–
	LPG（t）	156	209	251
	燃料（kl）	–	–	–
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	9	9	9
アウトプット	CO2（t）	4,326	4,746	4,919
	SOx （t）	0	0	–
	NOx （t）	0	0	–
	排水（万㎥）	3	7	8
	BOD（t）	0	1	1
	COD（t）	2	4	4
	廃棄物（t）	701	324	989

上海华妮透明美容香皂有限公司

指標		2015年度実績	2016年度実績	2017年度実績
インプット	電力（万kWh）	147	140	137
	都市ガス（万㎥）	–	–	–
	LPG（t）	–	–	–
	燃料（kl）	73	78	64
	蒸気（t）	–	–	–
	水（万㎥）	3	3	3
アウトプット	CO2（t）	1,158	1,126	1,067
	SOx （t）	0	0	0
	NOx （t）	0	1	0
	排水（万㎥）	2	2	3
	BOD（t）	1	2	2
	COD（t）	4	5	5
	廃棄物（t）	27	30	35

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.

編集方針・GRI内容索引

編集方針

資生堂グループサステナビリティサイトの編集方針です。当サイトの特長や報告対象範囲をご説明しています。

GRI内容索引

サステナビリティに関する国際的ガイドライン「GRIスタンダード」の内容索引はこちらです。

編集方針

資生堂グループのサステナビリティサイトは、以下の方針で編集しています。

- 必要な情報にスピーディに到達できるサイトを目指して編集しています。
- サステナビリティ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、2017年度（2017年1月1日から2017年12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GRIスタンダード 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）79社、2017年12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2017年度の資生堂グループのサステナビリティの情報開示は、「資生堂グループサステナビリティサイト」の他、「アニュアルレポート2017/12」でも行っております。

GRI内容索引

※GRIスタンダードに関連する情報を参考として記載。GRIスタンダードへの準拠を示すものではありません。
※「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。

102：一般開示項目

1. 組織のプロフィール		記載箇所
102-1	組織の名称	会社プロフィール
102-2	活動、ブランド、製品・サービス	事業概要
		ブランド
		有価証券報告書2017年度（2017年12月期）「事業の内容」
102-3	本社の所在地	会社プロフィール
102-4	事業所の所在地	資生堂グループ倫理行動基準
		組織概要
		主な事業所
102-5	所有形態および法人格	会社プロフィール
102-6	参入市場	事業概要

102-7	組織の規模	ひと目でわかる資生堂
		アニュアルレポート
		主な事業所
102-8	従業員およびその他の労働者に関する情報	人事関連データ
		会社プロフィール
102-9	サプライチェーン	お取引先とともに
		研究生産拠点
102-10	組織およびそのサプライチェーンに関する重大な変化	有価証券報告書
102-11	予防原則または予防的アプローチ	資生堂のサステナビリティとは
		リスクマネジメント
102-12	外部のイニシアティブ	国際社会との連携
		外部との連携
102-13	団体の会員資格	国際社会との連携
		外部との連携
2. 戦略		記載箇所
102-14	上級意思決定者の声明	サステナビリティトップコミットメント
102-15	主要なインパクト、リスク、機会	資生堂のサステナビリティとは
		リスクマネジメント
		有価証券報告書
3. 倫理と誠実性		記載箇所
102-16	価値観、理念、行動基準・規範	資生堂グループ倫理行動基準
102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	企業倫理の浸透活動
		社員の公正な評価
4. ガバナンス		記載箇所
102-18	ガバナンス構造	資生堂のサステナビリティとは
		経営・執行体制
102-19	権限委譲	アニュアルレポート
102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	取締役・監査役・執行役員
102-21	経済、環境、社会項目に関するステークホルダーとの協議	株主総会情報

102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	コーポレートガバナンス
		アニュアルレポート
		コーポレートガバナンス報告書
102-23	最高ガバナンス機関の議長	経営・執行体制
102-24	最高ガバナンス機関の指名と選出	コーポレートガバナンス報告書
		経営・執行体制
102-25	利益相反	コーポレートガバナンス報告書
		アニュアルレポート
102-26	目的、価値、戦略の設定における最高ガバナンス機関の役割	経営・執行体制
102-27	最高ガバナンス機関の集合的知見	—
102-28	最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価	—
102-29	経済、環境、社会へのインパクトの特定とマネジメント	リスクマネジメント
		アニュアルレポート
102-30	リスクマネジメント・プロセスの有効性	コーポレートガバナンス報告書
		アニュアルレポート
102-31	経済、環境、社会項目のレビュー	—
102-32	サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	—
102-33	重大な懸念事項の伝達	コーポレートガバナンス
		通報窓口の設置
		アニュアルレポート
102-34	伝達された重大な懸念事項の性質と総数	—
102-35	報酬方針	役員報酬
		コーポレートガバナンス報告書
102-36	報酬の決定プロセス	役員報酬
		コーポレートガバナンス報告書
102-37	報酬に関するステークホルダーの関与	役員報酬
		株主総会情報
		良好な労働組合との関係
102-38	年間報酬総額の比率	—
102-39	年間報酬総額比率の増加率	—

5. ステークホルダー・エンゲージメント		記載箇所
102-40	ステークホルダー・グループのリスト	資生堂グループ倫理行動基準
102-41	団体交渉協定	人事関連データ
102-42	ステークホルダーの特定および選定	資生堂グループ倫理行動基準
102-43	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法	お客さまの声を反映する仕組み
		エシカルなサプライチェーン
		お取引先とともに
		社員の公正な評価
		株主総会情報
		アニュアルレポート
		社会とともに
102-44	提起された重要な項目および懸念	動物実験と代替法に対する取り組み
		お客さまの声を反映する仕組み
6. 報告		記載箇所
102-45	連結財務諸表の対象となっている事業体	編集方針
		有価証券報告書
102-46	報告書の内容および項目の該当範囲の確定	資生堂のサステナビリティとは
102-47	マテリアルな項目のリスト	資生堂のサステナビリティとは
102-48	情報の再記述	有価証券報告書
102-49	報告における変更	該当なし
102-50	報告期間	編集方針
102-51	前回発行した報告書の日付	発行時期：2018年6月（前回 2017年5月、次回 2019年6月予定）
		編集方針
102-52	報告サイクル	発行時期：2018年6月（前回 2017年5月、次回 2019年6月予定）
		編集方針
102-53	報告書に関する質問の窓口	資生堂グループお問い合わせ
102-54	GRIスタンダードに準拠した報告であることの主張	該当なし
102-55	GRI内容索引	GRI内容索引（本ページ）

102-56	外部保証	外部保証：2018年6月現在 サステナビリティ報告について外部保証を受けていません。
		編集方針

200：経済

201：経済パフォーマンス		記載箇所
201-1	創出、分配した直接的経済価値	有価証券報告書
201-2	気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	環境に関する考え方・目標と実績
		環境マネジメント
		2017年度 環境負荷実績
201-3	確定給付年金制度の負担、その他の退職金制度	有価証券報告書
		福利厚生
201-4	政府から受けた資金援助	—
202：地域での存在感		記載箇所
202-1	地域最低賃金に対する標準新人給与の比率（男女別）	人事関連データ
202-2	地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	—
203：間接的な経済的インパクト		記載箇所
203-1	インフラ投資および支援サービス	社会とともに
203-2	著しい間接的な経済的インパクト	社会とともに
		社会活動関連データ
204：調達慣行		記載箇所
204-1	地元サプライヤーへの支出の割合	—
205：腐敗防止		記載箇所
205-1	腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	特定した著しいリスク：なし＜対象範囲：国内外全事業所＞
		コンプライアンス
205-2	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	企業倫理の浸透活動
205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	確定した腐敗事例：なし＜対象範囲：国内外全事業所＞

206：反競争的行為		記載箇所
206-1	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	2017年度実績「法的措置なし」

300：環境

301：原材料		記載箇所
301-1	使用原材料の重量または体積	—
301-2	使用したリサイクル材料	—
301-3	再生利用された製品と梱包材	資源循環に関する取り組み
302：エネルギー		記載箇所
302-1	組織内のエネルギー消費量	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
302-2	組織外のエネルギー消費量	2017年度 環境負荷実績
302-3	エネルギー原単位	環境活動関連データ
302-4	エネルギー消費量の削減	2017年度 環境負荷実績
		生産・物流での取り組み
302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	2017年度 環境負荷実績
		商品での取り組み
		資源循環に関する取り組み
303：水		記載箇所
303-1	水源別の取水量	2017年度 環境負荷実績
303-2	取水によって著しい影響を受ける水源	該当なし
303-3	リサイクル・リユースした水	—
304：生物多様性		記載箇所
304-1	保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト	該当なし
304-2	活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	生物多様性の保全への取り組み
		2020年度までの環境活動方針と目標
		エシカルなサプライチェーン

304-3	生息地の保護・復元	生物多様性の保全への取り組み
304-4	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種	—
305：大気への排出		記載箇所
305-1	直接的な温室効果ガス（GHG)排出量（スコープ1）	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
305-2	間接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ2）	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
305-3	その他の間接的な温室効果ガス（GHG)排出量（スコープ3	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
305-4	温室効果ガス（GHG）排出原単位	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
305-5	温室効果ガス（GHG)排出量の削減	環境に関する考え方・目標と実績
		2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
305-6	オゾン層破壊物質（ODS)の排出量	該当なし
305-7	窒素酸化物（Nox）、硫黄酸化物（Sox）、およびその他の重大な大気排出物	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
306：排水および廃棄物		記載箇所
306-1	排水の水質および排出先	2017年度 環境負荷実績
		環境活動関連データ
306-2	種類別および処分方法別の廃棄物	2017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
306-3	重大な漏出	該当なし
		環境マネジメント
306-4	有害廃棄物の輸送	該当なし
306-5	排水や表面流水によって影響を受ける水域	—

307：環境コンプライアンス		記載箇所
307-1	環境法規制の違反	該当なし
		環境マネジメント
308：サプライヤーの環境面のアセスメント		記載箇所
308-1	環境基準により選定した新規サプライヤー	お取引先とともに
		方針・基準など
308-2	サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	お取引先とともに

400：社会

401：雇用		記載箇所
401-1	従業員の新規雇用者と離職	人事関連データ
401-2	正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当	雇用と労働
		働きがいのある職場の実現
401-3	育児休暇	人事関連データ
		働きがいのある職場の実現
402：労使関係		記載箇所
402-1	業務上の変更に関する最低通知期間	雇用と労働
403：労働安全衛生		記載箇所
403-1	正式な労使合同安全衛生委員会における労働者代表の参加	社員の安全と健康
		人事関連データ
403-2	傷害の種類、業務上傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤および業務上の死亡者数	人事関連データ
403-3	疾病の発症率あるいはリスクが高い業務に従事している労働者	—
403-4	労働組合との正式協定に含まれている安全衛生条項	社員の安全と健康
		良好な労働組合との関係
404：研修と教育		記載箇所
404-1	従業員一人当たりの年間平均研修時間	人材の活用と育成
		人事関連データ
404-2	従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	人材の活用と育成

404-3	業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	業績目標設定および定期的評価の実施率：100%
		社員の公正な評価
405：ダイバーシティと機会均等		記載箇所
405-1	ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	経営・執行体制
405-2	基本給と報酬総額の男女比	雇用と労働
406：非差別等		記載箇所
406-1	差別事例と実施した救済措置	—
407：結社の自由と団体交渉		記載箇所
407-1	結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	—
408：児童労働		記載箇所
408-1	児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	英国現代奴隷法への対応
		人権の尊重・差別に関する方針
		方針・基準など
		具体的な取り組み
409：強制労働		記載箇所
409-1	強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	英国現代奴隷法への対応
		人権の尊重・差別に関する方針
		方針・基準など
		具体的な取り組み
410：保安慣行		記載箇所
410-1	人権方針や手順について研修を受けた保安要員	—
411：先住民の権利		記載箇所
411-1	先住民族の権利を侵害した事例	—
412：人権アセスメント		記載箇所
412-1	人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所	人権への取り組み
		対象範囲：国内外全事業所
412-2	人権方針や手順に関する従業員教育	人権啓発（教育）
412-3	人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約	—

413：地域コミュニティ		記載箇所
413-1	地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	社会とともに
		社会活動関連データ
413-2	地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト（顕在的、潜在的）を及ぼす事業所	該当なし
414：サプライヤーの社会面のアセスメント		記載箇所
414-1	社会的側面の基準により選定した新規サプライヤー	お取引先とともに
		エシカルなサプライチェーン
414-2	サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	お取引先とともに
		エシカルなサプライチェーン
415：公共政策		記載箇所
415-1	政治献金	—
416：顧客の安全衛生		記載箇所
416-1	製品およびサービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価	安全・安心なモノづくりの推進
416-2	製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	2017年度実績「法規制および自主規範に対する違反なし」（薬機法等に基づく行政指導を受けた事例）＜対象範囲：日本＞
		2017年度実績「法規制および自主規範に対する違反:4件」（新聞社告等を必要とする重大なリコール・自主回収事例）＜対象範囲：日本＞
		安全・安心なモノづくりの推進
417：マーケティングとラベリング		記載箇所
417-1	製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項	安全・安心なモノづくりの推進
417-12	製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例	2017年度実績「規制および自主規範に対する違反:1件」（景品表示法や薬機法等に基づく行政指導を受けた事例）＜対象範囲：日本＞
417-3	マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	2017年度実績「規制および自主規範に対する違反なし」（景品表示法や薬機法等に基づく行政指導を受けた事例）＜対象範囲：日本＞

© 1995-2018 Shiseido Company, Limited All Rights Reserved.