

サステナビリティ

## 社会価値の創造を通じ、サステナブルな より良い社会を実現します。

サステナビリティ | コミットメント



### 「美」を軸に、ユニークな発想で。

私たちのミッションは「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD」  
美を通じて世界をより良くすることです。美(Beauty)を軸としながら、  
環境 (Environment) 、社会 (Social) 、文化 (Culture) の3つの分野で力を尽くします。

資生堂のサステナビリティとは



## 環境

### Protect Beauty

サステナブルで美しい地球・環境と、そこで暮らす人々の美を守る。

#### 1. 地球環境の負荷を軽減します。

私たちは、原料調達を含めたものづくりの観点から、地球の恵みである資源の持続的な利用や環境負荷軽減を推進することで、グローバルにおける企業市民としての責務を全うし、社会に貢献します。特に気候変動の要因となるCO<sub>2</sub>の排出削減への取り組みやエシカルな資源調達（パーム油、認証紙）をグローバルで強化しています。また健全な水資源の利用や廃棄物の削減といった環境負荷の低減にも取り組んでいます。

##### 地球環境の負荷軽減

#### 2. 紫外線から肌を守り、光老化などの肌ダメージをケアします。

気候変動など、地球環境の影響を受け、人口が密集し経済活動の盛んな中緯度地域では、今後100年間で過剰な紫外線曝露の増加が予想されています。長年の皮膚科学研究の成果を基に、紫外線をはじめとする環境と肌との関係性について新たな視点で研究を進め、健やかな肌を守る革新的な商品（UVケアや美白・抗老化）やサービスを開発し、提供しています。

##### 紫外線からの皮膚の防御と光老化などへの対応

### 3. 環境対応パッケージを推進します。

私たちは、1926年に初めて詰め替え商品を発売して以来、万物資生の理念に基づき、さまざまな環境配慮パッケージの開発に取り組んできました（バイオマス容器、リサイクルペット、低温度燃焼素材など）。

また、持続可能なパッケージの推進を目指すSPICEに、2018年日本企業として初めて参加しました。海洋ゴミ問題の解決に向けて、そして限りある資源の有効活用に向けて、リデュース、リユース、リサイクル、生分解可能な化粧品パッケージの展開を、積極的に進めています。

#### 環境対応パッケージ

Protect Beauty



#### ダイバーシティ&インクルージョン

#### Empower Beauty

一人ひとりが美しい存在であることをたたえ、勇気づける。

## 1. 性別を問わず、すべての人が活躍できる社会のために動きます。

資生堂では2017年に日本国内での女性管理職比率が30%、2019年取締役会での女性役員比率は45%となりました。2020年には日本国内の女性管理職比率40%を目指しています。

一方グローバル・ジェンダー・ギャップ指数は、日本は世界で110位という現実があります。これからは自社だけでなく、日本社会全体のギャップの解消が私たちの使命です。さらに世界にも目を向け、女性教育支援にも力を入れます。ジェンダーが障壁とならず、その人が自分らしく、力を最大限に発揮できる社会が私たちの理想です。

[UN Womenとの連携・ジェンダー平等の推進](#)

## 2. 「化粧のちから」が、生きるためのちからにもなるのです。

私たちは化粧の可能性をずっと目の当たりにし、信じてきました。始まりは1956年。戦禍によるやけどあとで苦しむ方へ「資生堂 スポッツカバー」というメイクアップアイテムを発売しました。現在、あざや傷あとなど肌の深い悩みに応える「ライフクオリティ メーカー」そして進化し、がん治療の副作用による外見上の変化の悩みを抱えている方にもお伝えし、海外へも展開しています。

また1949年、高校生を対象に開始した「整容講座」は、時代の変遷とともに社会人やご高齢の方、障がいのある方など参加者や目的に応じて取り組む「ライフクオリティビューティーセミナー」として発展しています。

[資生堂 ライフクオリティ メーカー](#)

[資生堂ライフクオリティビューティーセミナー](#)

## 3. 人権を遵守してこそその経済活動が、社会との共生です。

国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいて、私たちは「資生堂グループの人権方針」を定めています。私たちの事業活動のすべては、人権尊重を前提に成り立っているべきと強く認識し、全社で人権啓発活動に取り組んでいます。また、国際的な人権の専門家や原料産地で働く方々などを含むステークホルダーと課題の共有と解決に努めています。

[人権尊重と責任ある調達](#)

Empower Beauty



## アート&ヘリテージ

### Inspire Beauty

日本発の美意識で、世界を刺激する。

#### 1. 受け継いできた文化を、未来の美をつくるための資産に。

私たちが150年近くにわたり、つちかってきた美や知は、これからも社員全員が受け継ぐべき大切な資産と考えています。世界中どこからでもアクセスできるアーカイブや学びの場を整えることを強化します。

またその知見を、社会により広く伝える活動にも取り組みます。

#### 2. Japanese Beautyをルーツにし、さらに新しい価値へと進化します。

私たちは日本で生まれた企業であり、日本の美しさに誇りを持っています。その独自の美意識を世界中に伝えるのも大切な使命だと考えています。

資生堂ギャラリーや独自メディアである「花椿」(雑誌・WEB)からの情報発信、世界各地での資生堂の企業展や、ときにインフルエンサーとのコラボレーションなど、常に新たな美へのひらめきや気づきへとつながる提案を考えています。

花椿

ジャパニーズビューティーインスティテュート

Inspire Beauty

私たちの最新の活動や成果を、もう少し  
お話しさせてください。

[外部からの評価・受賞など](#)

[サステナビリティデータ](#)

[編集方針・GRI内容索引](#)

[過去のCSR・環境報告](#)

[資生堂 ライフクオリティー  
ビューティーセンター](#)

[資生堂ライフクオリティー  
ビューティーセミナー](#)

[キッズのためのキレイクラブ](#)

[資生堂 リスナーズカフェ](#)

[資生堂のお客さま対応](#)

[資生堂社会福祉事業財団](#)

Annual Report 2018