

## サステナビリティトップコミットメント

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

取締役 常務  
青木 淳



### サステナビリティの鍵は社会価値

資生堂グループは、2015年に掲げた中長期戦略「VISION 2020」の売上目標を2017年に3年前倒しで達成し、さらに営業利益目標を2018年に2年前倒しで達成いたしました。お客さま価値をあらゆる活動の出発点と捉えて、マーケティングとイノベーション、これらを支える人材への投資を徹底したことで、業績は期待を上回って回復しました。当社では、これらの経験を通じてシェアや売上高、営業利益といった経済価値が大きく改善したのは、提供する商品・サービスがお客さまの肌悩みを解決するなど、確実に社会価値を生み出してきたからだと思っています。

今資生堂は、「世界で最も信頼されるビューティーカンパニーへ」を経営ポリシーとしています。創立147年を迎えた会社として、先人たちから受け継いだバトンをさらに100年先にも届けることを考えると、生み出す経済価値はこれまで以上に社会価値に裏打ちされていなければなりません。このことは、当社にとって極めて重要であるステークホルダーを考えれば明らかです。

生活者・消費者に加えて取引先などのビジネスパートナー、そして社員や、これからバトンタッチしていく若い世代が求める会社とは、社会に有益な価値を生み出す組織であり、世の中を変える力のある企業です。企業の成長に大きな期待を寄せてくださる株主・投資家の皆さまが求めているのも、長期的視点でステークホルダーを大事にして、社会価値を創出する力のある企業です。そして、私たちが依って立つところの社会・地球環境こそ、最も大事にすべきステークホルダーでもあります。

### BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD より良い社会を創りたい

2019年、資生堂は「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（ビューティーイノベーションでよりよい世界を）」を新たな企業使命としました。資生堂グループ全体で、より良い社会の実現にコミットします。

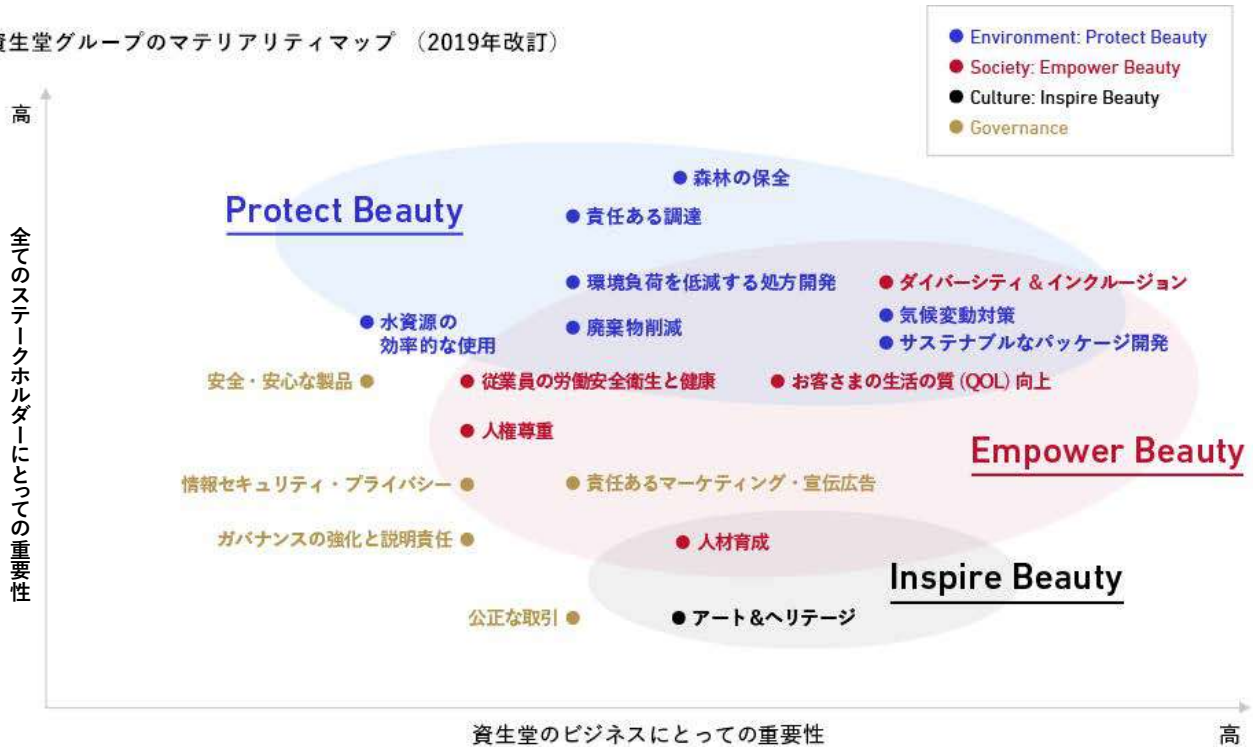
資生堂は、その生い立ちから社会価値の創造を使命としていました。その社名は、中国の古典、リーダーシップの教科書とも称される「易経」の一節に由来しており、「大地の徳は、なんと素晴らしいものであろうか。すべてのものはここから生まれる。」という意味であり、宇宙の真理や神の摂理を形にする大地、地球環境、社会を愛で敬う心をうたっています。創業者の福原有信は、文明開化の時代の1872年に23歳の若さで、西洋から流入する新たな価値（ビジネスモデル、商品・サービス）を日本の近代社会に取り入れて市民生活を豊かにしようと獅子奮迅の活躍をしました。初代社長の福原信三は、1900年代美の探求のために世界を旅する中で、西欧の先進的な価値を日本人の眼差しで捉えるところから化粧品事業を始めて、今日の礎を築いたのです。好奇心旺盛で新しい物事に常にオープンに、あらゆるものから貪欲に学び、豊かな社会を創りたいという意志の賜物でした。

## ビューティーカンパニーのSDGsとESG経営

そして今資生堂は、新たな企業使命と密接にリンクする、ビューティーカンパニーならではの社会価値創造の枠組みを考えました。自社のビジネスの特徴や強みに根差したものが、企業の基本動作として着実に身につくものと思うからです。

全ステークホルダーへのヒアリング、ディスカッションをもとに、社会へのインパクト、当社ビジネスへのインパクトの2軸から課題を分類し、優先順位をつけ、最終的に18個のマテリアリティを選定しました。その上で、「ビューティー」を基軸に環境(Environment)、社会(Social)、文化(Culture)の3つのジャンルで社会価値を再定義しました。

資生堂グループのマテリアリティマップ (2019年改訂)



### Protect Beauty

Protect our living,  
Beauty of the earth

サステナブルで美しい地球・  
環境と、そこで暮らす人々の  
美を守ります。

### Empower Beauty

Empower our people,  
Beauty of the society

私たちの社会を構成する美し  
い存在、人々に元気を与え、  
勇気づけます。

### Inspire Beauty

Inspire our culture,  
with Japanese Beauty

日本の美によって、世界の美  
意識という文化に新たな気づ  
きを与えます。

## 資生堂が取り組む社会課題とSDGsの目標番号

折しも世界中で、17のSDGs (Sustainable Development Goals)の実現が謳われ、環境・社会・企業統治の頭文字からESG経営が叫ばれ、社会価値への取り組みが強く奨励されています。私たちはビューティーカンパニーならではのアプローチで、ESG+C(Culture)によってより良い社会の実現を目指します。

### Protect Beauty

#### 紫外線防護・ケア



#### 環境に優しいパッケージ



#### 環境への負荷軽減



### Empower Beauty

#### ジェンダー平等



#### エンパワーメント支援



#### ビジネスと人権



### Inspire Beauty

#### 資生堂の文化資産の活用



#### 「Japanese Beauty」の伝達

