

サステナビリティトップコミットメント



2020年は、世界が新型コロナウイルス感染症という脅威と遭遇した年でした。誰もが漠然と信じていた「世界がこのまま続いていくこと」に疑問が提起されました。だからこそ、私たち企業は、この世界の持続可能性のために行動することが、あらためて問われています。

資生堂は2020年1月に、経営陣がサステナビリティに関連する課題について徹底的に議論し、意思決定を行う「Sustainability Committee」を設立しました。定期的に行われるこのコミッティでは、「環境・社会・文化」の3つの領域に関するサステナビリティ戦略の活動計画を検討し承認するとともに、進捗をモニタリングしています。

7月には、資生堂初となるグローバルに向けた「サステナビリティレポート」を発行しました。当社の本業を通じたサステナビリティアクションの中長期目標とその進捗を開示したことで、投資家やアナリストの皆さまとの直接対話がさらなるサステナビリティアクションの原動力となっています。

サステナビリティの意義は社員の一人ひとりに深く浸透し、それぞれの業務において環境や社会への思考や行動に現れなくてはなりません。そのために、資生堂では自発的に社会貢献活動を促す体制を整えています。

「環境の領域」では、ステークホルダーの期待が高い非財務領域における気候変動リスクに対応し、2019年に賛同したTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言のグローバルな枠組みに基づいて経営リスクを開示しました。脱炭素社会への移行に伴うリスク・機会、および自然環境の変化がもたらすリスク・機会を分析し、サステナビリティレポートで報告しています。

環境負荷の軽減に関しては、CO₂、パーム油、紙、水、廃棄物の5項目に対して中期目標を設定し発表しました。また、環境と生態系の汚染源となっている海洋プラスチックゴミ対策としては、2025年までにすべての製品の容器包装を環境対応仕様とすることを目標としています。

「社会の領域」では、女性社員の活躍を中心に据えたダイバーシティ&インクルージョン推進の経験をいかし、日本社会のジェンダー課題の解決を目指す「30% Club Japan」の活動を推進してきました。また、がん患者の方々の社会復帰を支援する「LAVENDER RING」プロジェクトでは、メイクアップの専門技術を活用するなど本業での

知見を社会価値の創出につなげた事例となっています。これらの取り組みは国内外で評価を集め、さらなる進展に努めていきます。

「文化の領域」では、新型コロナウイルス感染症の影響でリモートワークが日常となり社員同士の結束も脅かされるなか、世界各地の社員へ資生堂のヘリテージと企業カルチャーの継承を積極的に進めました。デジタルシフトの加速を追い風にした活動は、多様なバックグラウンドを持つ社員に共有価値と一体感をもたらしました。また、アートによる社会的価値創造にチャレンジしている資生堂ギャラリーの活動も高く評価されました。

コロナ禍の世界で、あらゆる企業がみずからの存在理由を再認識することが求められ、資生堂は「美の力」が人々を健やかに幸せにするという原点への思いを強くしました。サステナビリティを経営戦略の中心に据え、私たちの本業とESCG経営をインテグレートし、2030年に向かう長期的な視野でサステナビリティアクションを策定し、実行していきます。

エグゼクティブオフィサー常務
チーフソーシャルバリュークリエイションオフィサー
青木淳



サステナビリティ戦略

2030年に向けて、事業戦略とサステナビリティ戦略を一体化させ、サステナビリティを経営戦略の中心に据えます。「世界中の人々が、美の力を通じて、生涯にわたってより自分らしく、心の充足や幸福感を実感できるサステナブルな世界の実現」に貢献することを2030年のゴールとし、この目標を達成するため、For People, For Society, For the Planetの3つからなるフレームワークを新たに掲げます。

For People：2億人の人々に寄り添い、生涯を通じて、健やかな美を提供し、自分らしい人生を支援

資生堂は、本業において、美の力の革新と、新たな価値創造へのたゆまぬ努力により、お客さまに「健やかな美」を提供することで、お客さまの生涯に寄り添い、お客さまが自分らしい豊かな人生を実現できるよう支援します。

For Society：美の力で個々人が尊重され、誰もが活躍できる社会の実現

資生堂は、世界中の人々の多様な美しさに共感し、新たな価値を創り出すことで、異なる境遇や環境に置かれた人同士がお互いを認め合い、個を尊重し合うことができる社会の実現に貢献します。

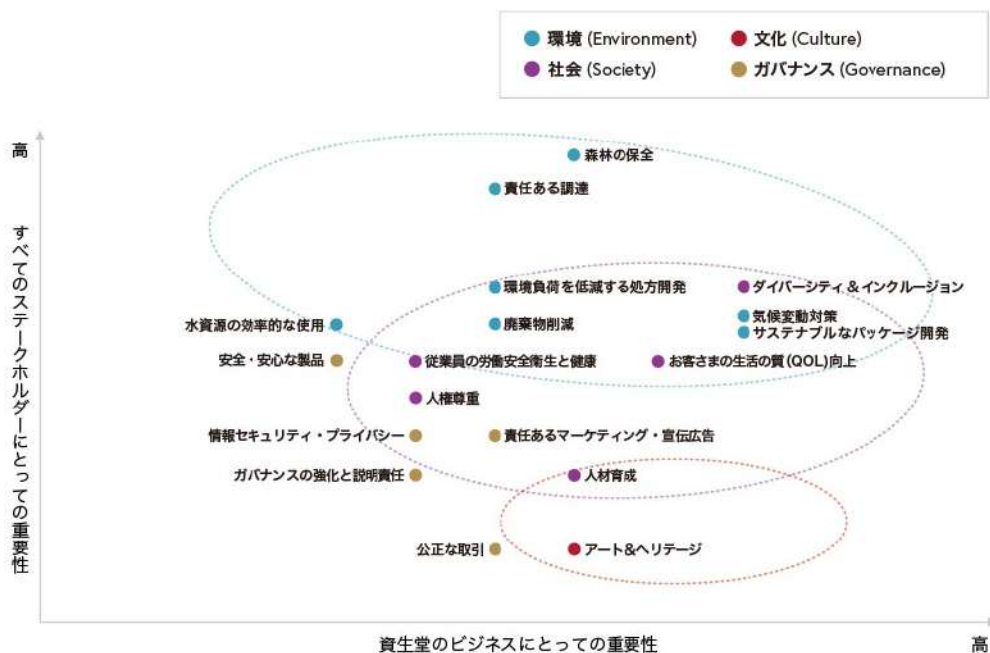
For the Planet：人と共生し、持続的に美を楽しめる地球環境への貢献

資生堂は、原材料の調達や製品の開発、生産、お客さまの使用後に至るまで、すべての事業活動を通じ、人々が持続的に美を享受できる豊かな地球環境の実現に貢献し、未来につなぐことを目指します。

マテリアリティ（重要課題）

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として、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、2019年4月に資生堂のマテリアリティ（重要課題）を定めました。お客さま、取引先、社員、株主、社会・地球といったすべてのステークホルダーにおける重要性和、資生堂のビジネスにおける重要性和との2軸から課題を分類し、優先順位をつけ、18個のマテリアリティ（重要課題）を選定しました。その上で、環境、社会、文化、ガバナンスの重点領域に分類しました。

なお、各課題詳細やその位置づけについては、各領域のエグゼクティブオフィサーおよび監査役により構成され、サステナビリティに関し専門的に扱う経営会議「Sustainability Committee（2020年設置）」にて、議論・検討され、その意思決定を業務に反映させています。



以下のプロセスを実施しマテリアリティを特定しました。

Step1>全てのステークホルダーからの期待や要請などをさまざまな視点で社会的課題を抽出

- 国内外で活躍する環境・社会領域の有識者
- お客様さまの声を収集（世界5カ国で実施した企業調査）
- 外部調査結果・主要国際機関の報告書（GRI・SASB・SDGsなど）・IR投資家の声
- 役員および社員からの声（国内外）

Step2>リストアップした課題を事業と関連性の高いものに絞りこみ、さらに分析

- 役員や社内の幅広い部門とのディスカッションにより、事業と関連性の高い課題項目に絞りこむ
- 全てのステークホルダー（お客さま、取引先、社員、株主、社会・地球）にとっての重要性和と、資生堂ビジネスにとっての重要性和の2軸でスコアリングし、重要項目を選定
- 役員とその重要項目に関する課題と戦略アクションについて確認

Step3>特定した重要課題は経営会議にて承認

サステナビリティ推進体制

資生堂では、ブランド・地域事業を含む、全社横断でサステナビリティの推進に取り組んでいます。

2020年にはサステナビリティ関連業務における迅速な意思決定と認知徹底を確実に遂行するため、サステナビリティ関連課題について専門的に審議する「Sustainability Committee」を新設、定期的に開催しました。グループ全体のサステナビリティに関する戦略や方針、具体的活動計画に関する意思決定、中長期目標の進捗状況のモニタリングを行っています。出席者は代表取締役を含む、経営戦略・R&D・サプライネットワーク・広報・社会価値創造・ブランドホルダーなど各領域のエグゼクティブオフィサーで構成され、課題によってその他の役員も出席しています。その他、特に重要なものは「Executive Committee」や「Innovation Committee」、取締役会にも諮り、「Sustainability Committee」と合わせると合計12回の審議実績があります。

資生堂が取り組む社会課題とSDGs

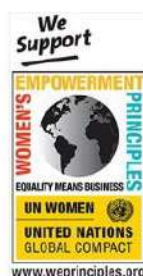
私たちの重要課題に基づいた8つの主要な戦略アクションは以下の通りです。

各アクションに対応したSDGsを示しています。



国際的な規範への賛同・支持

2019年	金融安定理事会により設置された「 <u>気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)</u> 」の提言へ賛同を表明し、気候変動への対策と情報開示に取り組んでいます。
2010年	「 <u>女性のエンパワーメント原則 (WEPs)</u> 」(UN Women と国連グローバル・コンパクトによる共同イニシアティブ) に署名し、女性の活躍推進に取り組んでいます。
2008年	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、環境保全に努めています。
2004年	<u>国連グローバル・コンパクト</u> に署名し、 <u>4 分野 (人権、労働、環境、腐敗防止) 10 原則</u> を全グループ会社とともに支持しています。最高責任者による支持の表明は、「 <u>「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</u> 」をご覧ください。



国連グローバル・コンパクト 女性のエンパワーメント原則 (WEPs)

気候関連財務情報開示
タスクフォース (TCFD)

「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