

# Society

美で勇気づけ、違いを認め合い、尊重し合う社会へ。



資生堂は1872年の創業以来、さまざまな社会の変化に対し、ひとつの価値観にとらわれない多様な価値観や新しいライフスタイルのアップデートを通して、豊かな生き方を提案してきました。新型コロナウイルス感染症は、現代の価値観に大きな影響を及ぼしました。多くの人々が、これまで疑いようのなかった既成概念や慣習に向き合い、社会のあり方や自身の生き方を見つめなおす契機となりました。私たち資生堂はこれからも従来のステレオタイプな価値観・偏見・差別のある社会を越え、ダイバーシティ&インクルージョンの揺るぎない社会の実現のために、多様な美の価値観の啓発やジェンダー平等のための教育支援などを積極的に実践していきます。

## 1. ジェンダー平等

女性を取り巻く社会課題の解決は私たちの使命です。

資生堂はジェンダーにかかわらず、誰もが自分の力を自由に発揮できる社会の実現を目指してきました。1934年、女性は職業に就かないという当時の価値観に挑み、「仕事を持つ」という新しい選択肢を提案し、「ミス・シセイドウ」と称した現在のビューティーコンサルタントの前身となる専門職を確立しました。1990年代からは女性のライフイベントへの支援を実践し続け、ジェンダーギャップ解消に努めてきました。海外においては、1959年にシンガポールで女性の美容部員職を現地採用し、その後、台湾においても同様に女性が活躍できる場を設けました。国内外を問わず、女性の自己実現に尽力してきた経験や知見を発展させ、現在では女子教育支援を重要なテーマに、国際機関、民間企業、関係団体などと連携し、一人ひとりが自分らしく生きられるジェンダー平等社会の実現に貢献しています。

## 2. 美の力によるエンパワーメント

資生堂は、誰もが持つ「自分らしくありたい」という願いを化粧の力で支援します。私たちは、長年にわたる化粧に関する実績と研究から、化粧には人の心を癒し、自分らしく前向きにする力があることを解明してきました。戦禍によるやけどあとで苦しむ方に向けた日本で初めてのメイクアップ製品の発売（1956年）をはじめ、あざや傷あとの悩みに応える化粧品などを開発しました。現在は、がん治療による外見の変化に対し化粧の力で支援する活動を進めています。また、高齢者介護施設での化粧に関する研究知見から、2013年にエビデンスに基づく「化粧療法プログラム」を確立し、健康寿命の延伸を目的にしたセミナーを開催しています。資生堂はこれら外見ケアの実績や高齢社会における研究成果を、同様の社会課題に直面しているアジアを中心に海外にも共有することで、すべての人が自分らしく生きられる豊かな社会に貢献できると考えています。

## 3. 人権尊重の推進

資生堂のすべての事業活動は人権尊重の上に成り立っています。企業の人権への関心が世界的に高まるなか、資生堂は社員やさまざまなステークホルダー、国や地域、多様な文化からなるグローバルサプライチェーンにおける人権尊重に取り組んできました。今日では強制労働や児童労働はもちろん、社会構造の変化や多様な価値観に起因するハラスメントなども人権課題であり、適切な対応を怠れば深刻な企業リスクにつながると認識しています。人権尊重は資生堂のDNAに受け継がれ、ビジネスにおいてさまざまな取り組みを推進してきました。また、資生堂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」に定め、常に高い倫理観をもって業務に取り組んでいます。

人材

人権尊重

# 日本社会のジェンダーギャップ解消と女性活躍支援

資生堂は日本社会全体のジェンダーギャップ解消のリーディングカンパニーとして、女性活躍のための支援活動に注力しています。

## 企業の意思決定機関における健全なジェンダーバランスを目指す「30% Club Japan」への参画

日本企業の役員※1に占める女性比率の向上を目指す「30% Club Japan」は、2019年より当社代表取締役 社長 CEO 魚谷雅彦が初代会長となり、TOPIX 100、TOPIX Mid 400のメンバーからなるコミュニティ「TOPIX社長会」を設立しました。

加えて、女性のキャリア成長を阻む3つの要因に対する具体策として、若手女性社員に早い段階でキャリアを考える機会の提供や、出産・育児期社員に対するマネジメントノウハウの共有、女性幹部候補者と同会トップとの交流会などを加盟企業間によるプロジェクト体制において共同推進しています。

2030年をめどにTOPIX100企業で女性役員の比率30%※2を達成することを目標にしています。「30% Club Japan」への参画を通じて、役員に占める女性比率の向上と、世界経済フォーラムの「ジェンダーギャップ指数ランキング 2021」において120位の現状に対し日本社会全体のジェンダーギャップの早期解消に貢献していきます。

※1：役員は取締役と監査役と定義

※2：TOPIX100の取締役会における女性役員比率（監査役会設置企業は監査役を含む）



TOPIX社長会の様子

## 地方自治体との協働による女性活躍支援

2021年、資生堂ジャパン株式会社と広島県は女性活躍支援を目的とした協定を締結しました。資生堂が以前より取り組んできた女性活躍支援やジェンダー平等に関する活動を地域社会の貢献に役立てます。今後は資生堂ジャパン株式会社が、美容セミナーを中心に広島県の女性の社会参画や就労サポートを行うほか、女性活躍支援の普及啓発・情報発信や働



く女性のネットワーク形成に向けた支援なども推進していきます。2021年3月には連携締結記念イベントとして再就職を希望する女性14名にむけて、オンラインセミナーを実施しました。基本のメイクアップのレクチャーの他に、新型コロナウイルス感染症の影響で主流となっているオンライン面接でのメイクポイントなどをアドバイスし、再出発に向かう女性をサポートしました。

### 子育て支援の取り組み

資生堂では、社員への仕事と育児両立支援にかぎらず、社会一般における育児期ファミリーの多様な悩みを共有し、応えるための取り組みを推進しています。

事業所内保育所として、2003年に「カンガルーム汐留」、2017年に「カンガルーム掛川」を開設しました。近隣企業や近隣住民の方へも定員枠の一部を開放しています。

この施設によって「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」「お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・バランスの実現に大きく貢献しています。

「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、2017年には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」を設立し、保育事業をスタートさせました。「カンガルーム汐留」「カンガルーム掛川」の運営に加えて、2020年には他企業の事業所内保育所の設立支援、運営も受託しています（静岡県内1施設、神奈川県内1施設）。2019年からは、共働きを含む子育て中の社員に向けたワークショップを開催しています。子どもたちに向けては、東京大学発達保育実践政策学センターの学術指導により、化粧品に使われている原料を使って擬態語・擬音語を学びながら好奇心と表現力を育むプログラムを実施しました。これらのさまざまな活動を通して、誰もが健やかに成長できるサステナブルな社会の実現に取り組んでいきます。



事業所内保育施設「カンガルーム掛川」

## 女性研究者支援の取り組み

日本における女性研究者の比率が欧米と比べて約16.9%といった低い水準にとどまる現状を進展させるため、資生堂は自然科学分野で世界をリードするイノベティブな研究に従事する国内の女性研究者を継続して支援していきます。2007年より助成制度「資生堂 女性研究者サイエンスグラント」を運営し、14回目となる2021年は10名の女性研究者に対してそれぞれ100万円の研究助成金を贈呈。この助成金は、研究目的であれば出産や育児などの女性のライフイベントへのサポートにも活用できる柔軟さが特長となっています。また、2020年はオンラインによる女性研究者同士の交流会も開催しました。これにより遠隔地からも参加可能となり、ネットワーク構築などの支援につながりました。

これまで延べ139名の研究者の研究成果とキャリア形成に貢献してきました。

# SCIENCE GRANT

SHISEIDO FEMALE RESEARCHER



オンライン交流会の様子



「資生堂サイエンスグラント」オンライン授賞式

## 働く女性の「サードプレイス」への協賛（資生堂 企業対抗レディスゴルフトーナメント）

資生堂は、2019年より企業対抗レディスゴルフトーナメントに特別スポンサーとして協賛しています。本大会は、仕事とプライベートの間にあるサードプレイス（第3の居場所）の意義に注目し、「働く女性による、働く女性のための、働く女性のサードプレイス」をコンセプトに実施しています。共通の趣味を持った働く女性が集う場をつくることで交流が生まれ、そこで得た活力でファーストプレイス（自宅）や、セカンドプレイス（職場・学校）で自分をさらに輝かせることを目的としています。資生堂は、本大会を日本社会における女性のエンパワーメントの気運を高める機会と捉えています。

3年目となる2021年は、コロナ禍の厳しい環境で働くすべての女性へエールを送ることを目的に「Power of Women 2021~支えあいの輪を広げよう!~」をテーマに開催しました。今年も新型コロナウイルス感染症の影響で開催が危ぶまれましたが、予防対策を盤石に整えたうえ8月に全国4カ所で予選会を開催し、予選を勝ち抜いた選手による決勝大会を12月11日（土）に開催しました。

決勝大会ではイベントなどの規模は縮小しての開催となりましたが、昨年よりも多い64チーム128名がプレーを楽

しました。

参加者にとってゴルフを楽しみながらネットワークを深め、明日への活力を得る場となりました。



## 女子教育と自立支援

資生堂では、ブランドおよび海外地域本社が連携して、世界のジェンダー課題解決、女性のエンパワーメントを目的に社会的に厳しい状況にある女性と少女への教育支援、自立支援を行っています。

### クレ・ド・ポー ボーテ 女子教育支援の取り組み

グローバルラグジュアリーブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、2019年10月に国際連合児童基金（ユニセフ）とグローバルパートナーシップ締結を発表しました。3年間におよぶこのパートナーシップを通じて、ユニセフのジェンダー平等を目指す取り組みにおいて、世界最大規模となる合計870万米ドルの寄付を行い、650万人の少女たちの権利を守り、教育やスキル向上の機会を提供するユニセフの活動を支援していきます※1。

さらに、この活動を広く共有するために、ユニセフ支援活動の一環として、2020年より店頭を中心に美容液「ル・セラム」を用いたキャンペーン※2も21の国と地域で展開しています。

このパートナーシップは、学校に通えていない多くの少女たちに、生活と雇用に必要な学習機会の提供を目的としています。具体的には、バングラデシュ、キルギス、ニジェールなどの国や地域において、これまで固定観念やジェンダー差別によって少女たちが遠ざけられてきたSTEM教育※3を促進するプログラムです。

また、メンターシップやライフスキル構築プログラムを通して少女たちの自己肯定感を高め、教育から実際の職場や社会に順応するための仕組みも設計されています。持続可能な開発目標（SDGs）の目標4「質の高い教育」、および目標5「ジェンダーの平等」に貢献し、少女たちの権利を守り、教育、雇用の機会を得られるようにする国際目標に取り組み、彼女たちが未来の可能性を解き放つための支援を行っています。



キルギス：少女たちのための21世紀型スキルの構築 @UNICEF/UN041263/Pirozzi

また、同ブランドでは2019年よりグローバルチャリティープログラム「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」を設立し、教育を通じて少女たちの社会的地位向上、女性のエンパワーメントを推進するため、毎年女子教育に貢献した女性を表彰しています。

新型コロナウイルス感染症により世界中で教育分断の危機が深刻化するなか、テクノロジーの重要性がますます高まり、次世代の少女たちが自立し成功するためには、STEM※3教育分野へのより大きな投資が求められています。2021年の実績として、第3回のアワードでは、カザフスタンの若い女性や少女たちに向けて質の高いSTEM教育の提唱と普及に貢献しているカザフスタンのアリョーナ・トカチェンコさんを選出しました（2021年3月発表）。



パワー・オブ・ラディアンス・アワードの2021年受賞者アリョーナ・トカチェンコさん

これらのチャリティープログラムに使われる支援金は、美容液「ル・セラム」のグローバル売上げから拠出されま  
す※4

また、アジア開発銀行主催の「アジア・太平洋ジェンダーフォーラム2021」、ユニセフ主催の「子どもと若者の  
ためのグローバルフォーラム（CY21）」といったイベントにて、ユニセフとのパートナーシップの意義、女子教  
育やエンパワーメント分野における成果、そして民間セクターとして携わることの重要性を伝えました。  
今後もクレ・ド・ポー ボーテは、社会にポジティブな影響をもたらす女性、そして外見だけでなく内面的な美しさ  
や強さを目指す女性たちを応援し、彼女たちの輝く力を世の中に還元していきます。

※1：ユニセフは特定の企業やブランド、商品、またはサービスを推奨するものではありません。

※2：「ル・セラム」を1本購入するごとに、その売上の一部をユニセフの活動へ寄付するCRM(Cause Related Marketing)キャンペーン。

※3：STEM = 科学(Science)、技術(Technology)、工学(Engineering)・数学(Math)の教育分野を総称した名称。自発性、創造性、判断力、問題解決力といったス  
キルを磨き、IT社会とグローバル社会に適応した国際競争力を持った人材を育てるための教育法。

※4：「パワー・オブ・ラディアンスアワード」の寄付金は、受賞者が選定する女性の教育推進のために活動する慈善団体へ寄付されます。

## トラベルリテール地域本社 恵まれない環境下にある女性の就労支援の取り組み

トラベルリテール地域本社では、2020年より「Friends-International」とパートナーシップを結び“Empower  
Her”プロジェクトの支援を開始しました。このプロジェクトでは、教育とエンパワーメントを通じて貧困の連鎖を  
断ち切ることを目的に、カンボジアの恵まれない環境にある女性を対象に美容訓練プログラムを提供し、美容業界  
への就労を支援しています。資生堂は、寄付金や製品提供のほか、美容訓練のカリキュラム構築に関与するなど積  
極的な支援を行っています。2020年は37名の女性がトレーニングを受け、8名が就労の機会を得ました。このプロ  
グラムを通じて、今後年間70名程度の女性のトレーニングを行い、就労を支援する予定です。



美容トレーニングの様子



就労トレーニングの様子

## 資生堂の女性活躍・ダイバーシティ&インクルージョンの促進

資生堂では社員の個の力を発揮し、イノベーションを生み続ける組織風土づくりのためにダイバーシティ&インクルージョンを重要な経営戦略の柱と位置づけ、なかでも日本における女性活躍を積極的に推進しています。

### 資生堂社内における女性活躍支援の取り組み

資生堂グループの83%が女性社員です。グループ社員のうち女性管理職はグローバルで57.5%を占めます※。また、取締役・監査役の女性比率は46.2%(2021年3月時点)、日本国内の女性管理職比率34.7%(2021年1月時点)となっています。女性のエンパワーメントが資生堂を活性化すると考え、日本国内の女性管理職比率を機会均等の象徴である50%にすることを目指しています。日本国内では、女性活躍支援の一環として2017年より女性リーダー育成塾“NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN”を開催し、管理職を志す女性社員に対し、一般的なマネジメント研修とは異なる女性特有の課題に焦点を当てた研修を行っています。2020年からは女性役員と女性社員によるメンタリングプログラム「Speak Jam」を開始しました。ライフイベントや自己成長とキャリア形成に悩む女性社員に対して、役員がこれまでの自身の経験をもとに対話を実施。女性社員はキャリアに対して前向きに考え、役員にとっては女性活躍推進のための課題をクリアにする重要なプログラムとなっています。



女性役員によるメンタリングプログラム  
「Speak Jam」

その他にも社員の健康や安心・安全、働きがいと、さらなる生産性の向上を通じた事業成長を目指し、「コアタイムのないフレックスタイム制度」への改定や「テレワーク制度の国内グループ全社への展開」、オフィスワークとリモートワークのシナジーを最大化できる「資生堂ハイブリッドワークスタイル」を新たに導入するなど、女性に限らずさまざまな属性の社員が働きやすい職場環境の整備を推進しています。

※ 日本は2021年1月1日時点、海外は2020年12月31日時点

### 社会からの評価

資生堂は2020年、内閣府による役員や管理職への女性登用に関する方針や取り組み、実績に顕著な功績があった企業を表彰する「女性が輝く先進企業表彰」において、「内閣総理大臣表彰」を受賞しました。さらに、経済産業省と東京証券取引所が共同で実施する令和2年度「なでしこ銘柄」※に選定されました。資生堂が推進してきたライフイベントに対するキャリア形成促進策や女性管理職育成研修のほか、日本企業の役員に占める女性比率の向上を目指す「30% Club Japan」の会長および一般社団法人「日本経済団体連合会」のダイバーシティ推進共同委員長を資生堂 代表取締役 社長 CEO 魚谷雅彦が務めるなど、日本社会全体のジェンダーギャップ解消を先導した活動が評価されました。

また、グローバルでは各国企業の取締役会で活躍する女性役員のネットワーク「WomenCorporateDirectors Foundation (WCD)」において、資生堂のトップマネジメントにおける多様性が評価され、日本企業として初めて2020 Visionary Awardsの「Leadership and Governance of a Public Company部門」を受賞しました。今後も、女性に限らず外国人やキャリア採用者など多様なバックグラウンドを持った社員の活躍を支援し、ダイバーシティ&インクルージョンをさらに加速させていきます。

※ なでしこ銘柄 女性活躍推進に優れた上場企業を「中長期の企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として紹介し、女性活躍の取り組みを加速することを目的としている



女性が輝く先進企業表彰



2020 WCD Visionary Awards

## 国際女性デー Shiseido Global Action

資生堂では、3月8日の国際女性デーを機に、グローバル全社員のジェンダー平等、ダイバーシティ&インクルージョンの知識を高めることを目的に毎年さまざまな取り組みを進めています2021年は「自信を高めて、前向きにキャリアを考えよう」を共通テーマとして、グローバル横断アクションとして、社内イントラネットに世界各国で活躍する女性エグゼクティブ6名の経歴や転機、メッセージを紹介するキャリアリレーを展開しました。また、日本ではeラーニングによる「ジェンダー平等研修」を2万4000人が受講し、資生堂ギャラリーでは女性アーティストによるジェンダー対談イベントを開催しました。

シンガポールに拠点を置くアジアパシフィック地域本社とトラベルリテール地域本社は、共同で国際女性デーの特集記事を社内に配信し「ジェンダー平等」の啓発を実施しました。また厳しい状況に置かれている母親アーティストの収入をサポートするため、オリジナルコースターのデザインを依頼し社員に配布するなど、各国でも社員とともにジェンダー課題について考える取り組みを推進しました。

中国地域本社では「中国婦女発展基金会」を通じて、新型コロナウイルス感染者の看護にあたる医療従事者に対し、化粧品6,000個を寄贈しました。また、リーダーによるキャリアをテーマにしたパネルディスカッションも行いました。

さらに、米州地域本社では女性リーダーによるパネルディスカッションを開催するなど、国際女性デーのテーマに沿って社員の一人ひとりの宣言とポートレートを社内イントラネットに掲載しました。DV被害者の支援団体とのワークショップでは気づきや共感をポストカードに描いて届けました。

欧州地域本社では、ダイバーシティ&インクルージョンや女性リーダーの重要性をテーマとした社員インタビュー動画を作成し、社内に配信しました。

資生堂では今後もジェンダーが障壁とならず、誰もが幸福や自由を感じることができ、多様で個性にあふれた世界の実現に取り組めます。



*International  
Women's Day*

資生堂 国際女性デーロゴ



オリジナルコースターを配布（シンガポール）



リーダーによるパネルディスカッション（中国）

## 美の力によるエンパワーメント

資生堂は、“自分らしくありたい”という願いを化粧の力で支援しています。

### 深い肌悩みにお応えする「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」

60年以上の実績を持つ「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」は、現在では5つの国と地域で「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター」を拠点に展開しています※1。

2020年は新型コロナウイルス感染症に対応するため、中国ではオンラインカウンセリングをスタートし、日本国内では自宅で体験できる専用ウェブサイト「お悩み別メイクナビ」を開設しました※2。

また、同年の国際色素細胞学会では、あざや傷あとなど深い肌の悩みに対応する専用商品「パーフェクトカバー ファンデーション」を用いた白斑に対する有用性について要旨を発表しました※3。

アジアパシフィック地域本社は、「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター」をはじめとするサステナビリティへの取組みにより『模範的な社会貢献活動を行い、関係者の協力を得ながら活動を広げている組織』として「Champions of Good 2020」※4を受賞しました。

※1：日本、中国、香港、台湾、シンガポール（2020年12月時点）

※2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年までに14の国と地域で展開する計画は見直しを検討

※3：要旨タイトル：色素異常の患者に対するメイクアップのQOL（クオリティー・オブ・ライフ＝生活の質）効果

※4：シンガポールで2017年に創設された「Company of Good」による表彰



資生堂 ライフクオリティー メイクアップ

### がんとの共生を目指したがんサバイバーへの支援

資生堂は2008年から、がん治療の副作用に関する外見ケアを手がけてきました。医療の進歩に伴い「がんとの共生」の重要性が高まるなか、2019年には「がん患者さんのためのBeauty Book」、2020年には「がん患者さんのための男の整容本」を発行し※1、日本国内385のがん拠点病院に提供しました。

同年より、認定NPO法人 キャンサーネットジャパン、公益財団法人 日本対がん協会と協働で、がん患者の方々が病院内で外見ケアが体験できるセミナーなどに取り組んでいます。

また、資生堂美容室では、同年より、頭のサイズや髪の状態に合わせてカスタマイズできるオリジナルの医療用ウィッグを発売しました。ケアアドバイザー※2がカウンセリングを行い、髪と頭皮のトータルケアを通じて、お客

さまが心地よく過ごせる毎日をサポートします。

さらに海外では、スペイン10都市でAsociación Española Contra el Cáncerと連携し、101名のがん患者の方々にオンラインメイク講座を実施するなど海外への展開も視野に入れています。

※1：資生堂ライフクオリティーメイクアップのウェブサイトにおいても公開

※2：ケアアドバイザー：資生堂美容室に所属する美容師から選出され、オリジナルの教育カリキュラムの習得と審査に合格した者に認定される社内資格



オンラインメイク講座の様子



がん患者さんのための男の整容本

### がんになっても笑顔でいられる社会を目指す「LAVENDER RING」への参画

2017年から、がんになっても笑顔でいられる社会を目指し、がんサバイバーを支援する「LAVENDER RING」に参画しています。この活動のなかで、資生堂は「MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」を主導し、ヘアメイクとポートレート撮影を通して社会復帰の一助となるように後押しをしています。

2020年は、小児がんチャリティーイベント「LIVE EMPOWER CHILDREN 2020」に当プログラムで撮影したポスターを展示しました。同年、「LAVENDER RING」は初のオンラインで開催し、社員ボランティア35名が、日本全国のがんサバイバー84名の方に、個別にメイクアップレッスンを実施しました。がん経験者である複数の著名人によるトークショーでは、がんサバイバーに向けたメッセージを発信しました。

台湾では海外初の「LAVENDER RING」を実施しました。これらの取り組みはメセナ協議会によるメセナ認定を受け、同年、第2回「日経SDGs 経営大賞 社会価値賞」の受賞に至りました。



LAVENDER RINGでのオンライン個別メイクアップレッスン

### 地域でのサポート体制づくりをめざしたりテールパートナーとの協働

日本では、厚生労働省の指針により地域で住民の健康増進に資する取り組みが強化され、がんサバイバーや高齢者の方を地域でサポートする体制づくりが進められています。資生堂は対象の方々に適した専用の美容コンテンツを提供しています。2020年11月に、スギ薬局伏見店において、パーフェクトカバーシリーズの導入に伴い専用プライベートルームを開設、がんサバイバー向け外見ケアサービスを地域で受けられる場を設けました。また、高齢

の方々のための資生堂化粧療法※1の研究知見を取り入れた「化粧健康法プログラム」を全粧協加盟※2の化粧品専門店459店が導入し※3、身近な場所で美容を通して健康を実現する機会づくりを始めています。

※1：資生堂化粧療法：化粧行為を通じて心身機能やQOLの維持向上など健康寿命の延伸をめざす療法

※2：全粧協：全国化粧品小売協同組合連合会

※3：2020年12月時点



専用プライベートルーム（スギ薬局伏見店）

## 高齢の方に対する取り組み

2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で、高齢の方々を対象とした

「いきいき美容教室」の開催を自粛するなか、資生堂ビューティーセラピストが、介護施設の高齢の方々に向けて、励ましの絵手紙や体操の動画を提供し※1、訪問以外の方法で元気と笑顔を届けています。

また、資生堂認定の化粧セラピストの資格を持つ医療従事者の方々が※2、各地域で化粧療法スキルを用いた健康教室を開催し、地域に根づいた活動をしています。

第84回日本心理学会の企画シンポジウム※3では、資生堂の研究員が化粧療法の取り組みを紹介し、医療・介護現場における化粧が心身機能の維持、QOL（クオリティー・オブ・ライフ＝生活の質）の向上に役立つことを発表しました。

2020年、台湾では3,053名の高齢の方々への美容講座において、スキンケアやメイクなどによって心身の機能を向上させ、前向きに社会と関わるための支援が、Global Views Monthlyによる第16回「企業の社会的責任」賞を受賞しました。



医療従事者による地域の健康教室（福岡県）

※1：日本国内の23施設へ提供

※2：資生堂化粧セラピスト資格保有者：日本の44の都道府県において取得（2020年12月時点）

※3：2020年9月オンライン開催

## 障がいのある方への取り組み

1980年代、資生堂は点字版美容テキスト、商品識別点字・墨字シール、使用量シールといった、視覚に障がいのある方をサポートするための美容教材の開発をスタートしました。日本では、さまざまな取り組みを推進してきました。

資生堂企業情報サイトの「資生堂リスナーズカフェ」では、音声読み上げソフトで確認できる化粧品の使い方の説明や、音声でも楽しめる季刊美容情報「おしゃれなひととき」を掲載しています。

2019年、視覚に障がいのある方がご自身で実践できる化粧法として「ガイドメイク」を開発しました。「ガイドメイク」とは、視覚に障がいのある方が自身の手指を顔に当てて「ガイドライン」にし、それに沿ってスキンケアからポイントメイクアップまでを行う化粧法です。視覚障がい者団体の方々のご協力で開発されました。



ガイドメイク

## 施設や里親のもとで暮らす子どもたちの自立・進学支援

公益財団法人 資生堂社会福祉事業財団は、社会的養護を必要とする子どもたちへの支援などさまざまな事業活動を行っています。

「自立支援事業」としては18歳で社会に出て一人立ちしなくてはならない高校3年生を対象に、資生堂ジャパン株式会社、株式会社AOKI、株式会社リクルートなどの企業・団体と協働して、身だしなみ講座をはじめとする社会人として必要なスキル習得のためのセミナーを2005年から開催しています。

また、高等教育への進学を支援する「奨学金事業」や、児童福祉施設職員向けの研修、情報誌発行なども行い、未来を担う子どもたちが誰ひとり取り残されることなく自立して活躍することができる社会の実現を目



身だしなみ講座

# 紫外線過敏の難病「色素性乾皮症（XP）患者への支援」

## 支援の概要

日光に当たることができない紫外線過敏の難病「色素性乾皮症（以下XP）」の患者の方々を支援するために、資生堂は日焼け止め製品の寄付や、資生堂研究員・ビューティーコンサルタント（美容職）による日焼け止め製品の使用方法のセミナーを行っています。社員有志の活動としては、給与積み立てによる募金（資生堂カメラファンド 花椿基金）を用いた患者交流会の開催支援や、患者会のサポートボランティアなどに取り組んでいます。XP患者の方々が紫外線から肌を守り、屋外活動も楽しむことができるようサポートを続けています。



## 活動の目的

資生堂はマテリアリティ（重要課題）として「社会」を掲げ、人々に元気を与え勇気づける活動を重視しています。その一つが「お客さまの生活の質（Quality of life）の向上」です。自社製品によって環境の変化から人の健康・美容を守ることも、本業を通じた重要な社会貢献であると考えています。資生堂は長年にわたり研究してきた紫外線から肌を守る日焼け止め製品の技術と、日焼け止めの効果的な使用方法に関する知見があり、多種多様な高品質の日焼け止め製品を販売しています。紫外線過敏の難病患者の方々への支援は、こうした当社の強みを活かして社会課題の解決に貢献できる活動です。

## 色素性乾皮症（XP）について

XPとは、紫外線を浴びた部分が真っ赤に腫れるなど激しい日焼け反応が生じ、一般の方と比べ高い確率で皮膚がんを発症する難病です。XPには複数のタイプがあり症状や程度はさまざまですが、重度のタイプでは神経の症状（歩行障がい・難聴・知的障がいなど）が進行する場合があります。現在、根本的な治療法は確立されておらず、対処法は厳重な遮光（紫外線を遮ること）しかありません。患者の方々が外出する時は、肌に日焼け止めを塗った上に紫外線防御服を着る必要があり、屋内でも窓ガラスや蛍光灯などに紫外線カットフィルムを貼って遮光しています。日本国内の患者数は推定500名といわれています。XP患者の方とご家族のより充実した日々の実現を目指して、全国色素性乾皮症（XP）連絡会※は活動しています。

※全国色素性乾皮症（XP）連絡会：日本に3つあるXP患者会（大阪のXPふれっくるの会、神戸のXPつくしんぼの会、東京のXPひまわりの会）による連絡会。

資生堂はこれからもお客さまの生活の質（Quality of life）の向上を支援していきます。

# 人事に関する基本方針

私たちは100年先も輝きつづけ、世界中の多様な人たちから信頼される企業になるべく、新・企業理念THE SHISEIDO PHILOSOPHY（OUR MISSION・OUR DNA・OUR PRINCIPLES）を定義しました。

世界中で価値を創出するためには、人材が最も重要な経営資源となります。当社は「PEOPLE FIRST」という考えのもと、人材育成の強化に取り組んでいます。「個の力を強くする」、「人の力を最大化する」ことで組織力を強化し、「強い会社」をつくりま

「個の力を強くする」ためのリーダーシップ開発や「人の力を最大化する」ためのパフォーマンスマネジメントについては、グローバル人事部が中心となり、THE SHISEIDO PHILOSOPHYをよりどころとしたタレントマネジメント・育成体系や評価制度の開発を行っています。

そして「Think Global, Act Local」の考え方のもと、こうした「強い個」「強い組織」を支える人事規定制定・改訂やエンゲージメント高くインクルーシブな組織風土の醸成といった活動を、地域本社のニーズに合わせて展開しています。

# ダイバーシティ&インクルージョン

資生堂企業理念を実現するため、私たちは「LOVE THE DIFFERENCES（違いを愛そう）」をスローガンに掲げ、性別や年齢、国籍といった属性や考え方の違いに関わらず、個々人の違いをお互いに認め尊重し合っています。職場でのダイバーシティ&インクルージョンを推進することで、新しい価値を創造します。

## 女性の活躍支援

ジェンダー平等は、社員の活力を高め資生堂の成果を上げ続けるための経営戦略です。重要なステークホルダーである社員が自社への信頼を高めるために、女性の活躍を支援しています。

日本国内では、15年以上前から全社員の意識と行動の変革を促し、女性社員の人材育成を強化してきました。まずは社員が仕事と育児を両立できるよう、事業所内保育所や保育料の補助を開始し、有給が認められる子どもの看護休暇制度などを整備しました。同時に、女性活躍の壁である長時間労働を是正する目的で、全社で社員のワーク・ライフ・バランスの実現へ向けた働き方の見直しを進めました。2020年からは新しい生活様式に合わせた多様な働き方「資生堂ハイブリッドワークスタイル」掲げ、業務の目的に合わせてリモートワークとオフィスワークを柔軟に組み合わせ、最大の効果を上げていく働き方を推奨しています。

日本国内の資生堂グループでは2020年に1,370名の社員が育児休業を取得し（うち男性67名）、職場復帰後の定着率は94.1%です。出産後に復職する社員に対して、育児と仕事の両立への不安を軽減するためのウェルカムバックセミナーを実施しました（26名参加）。2020年からは女性役員と女性社員が直接対話するメンタリングプログラム「Speak Jam」を開始しました（38名参加）。

事業所内保育所は現在、カンガルーム汐留（東京都港区）とカンガルーム掛川（静岡県掛川市）の2カ所あります。これらの保育所は資生堂社員だけでなく近隣企業や近隣住民の方へも定員枠の一部を開放しています。2017年には、資生堂グループに事業所内保育所の運営とそのコンサルティングを担う「KODOMOLOGY株式会社」を設立しました。自社の女性社員の活躍支援で培った実績をいかして、育児期の社員が活躍できる社会の実現に貢献していきます。

## 女性リーダー育成

日本国内では女性リーダーを育成するために、管理職候補となる社員に対し「一人一人材育成」として、高いレベルの業務課題を与えてスキルを高め、マネジメントの経験を積ませています。また、将来を担う優秀な女性社員を支援する女性リーダー育成塾「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN」を2017年から開催しています。この育成塾は、幹部候補の女性社員がマネジメントや経営のスキルを学びながら、自分らしいリーダーシップスタイルを見つけるプログラムです。



女性リーダー育成塾  
「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN」

リーダーシップを発揮する際に陥りやすい壁に対処する方法を学び、女性リーダーによる講演や社員同士のネットワーキング、コーチングなどを組み合わせています。こうした包括的なリーダーシップ育成により、受講者は経営にとって女性の活躍が欠かせないことを学び、自信を深め、さらなるリーダーシップを発揮する支援となっています。2020年はこのプログラムを管理職候補の女性社員24名が受講しました。

欧州地域では、2017年から女性社員をエンパワーメントするプログラム「SHEseido」を実施しています。2019年は欧州地域8事業所の才能ある女性社員20名が欧州地域本社（フランス）に集い、リーダーシップやキャリア育成について相互に意見交換するなど、各自のネットワーク強化に努めました。

女性リーダー育成により、日本国内の資生堂グループの女性管理職比率は34.7%（2021年1月時点）、取締役会での女性比率は46.2%（2021年3月時点）となりました。海外地域事業所（中国、アジアパシフィック、米州、欧州、トラベルリテール）での女性管理職比率は既に60%を超えています。今後は、日本国内を含む6つのリージョンすべてにおいて、女性管理職比率を機会均等の象徴である50%に高めていきます。

## 女性活躍の3ステップ



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います。

## LGBTに関する取り組み

性自認や性的指向による差別やハラスメントをなくし、社員がありのままの姿で職務にあたるよう環境の整備や啓発に取り組んでいます。

日本国内では、2017年から社員の同性パートナーを異性の配偶者と同じように福利厚生等の処遇を受けられるように就業規則で定めています。人事部による社員向けのLGBTの理解促進も行っています。同年には企業の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。2020年には婚姻の平等（同性婚の法制化）キャンペーン「Business for Marriage Equality」に資生堂も賛同しました。

日本最大のLGBT支援イベント「Tokyo Rainbow Pride」へ当社が出展した際は、社員有志がLGBT当事者へメイクアップのアドバイスやサンプリングを行いました。また、性別適合手術をされた方へのメイクアップアドバイスも継続して取り組んでいます。オンラインでも、自治体や他企業と連携し、多様性支援活動を推進しています。店頭立つ美容職8千名はLGBT対応研修を受講し、すべての人を受け入れ支える対応にいかしています。

## 障がいある社員の活躍

誰もがいきいきと働くことができる職場づくりとして、私たちは障がいのある方の雇用に積極的に取り組んでいます。日本国内の資生堂グループでは約350名の障がいのある社員が、さまざまな部門・職種で活躍しています。株式会社資生堂の障がい者雇用率は3.04%、日本国内の資生堂グループの障がい者雇用率は2.22%です（2020年6月時点）。特例子会社の花椿ファクトリー株式会社は東京・大阪・掛川の4カ所に拠点をもち、主に知的障がいのある約50名の社員が働いています。

私たちは障がいのある社員に対して、職場の貴重な人材として成長を期待しており、以下の3つを約束しています。

1. 「本気で期待する」：障がいの有無に関わらず、社員一人ひとりを貴重な人材として成長を支援していきます。
2. 「必要な配慮はするが特別扱いはしない」：本人の成長を促すための大切な考え方だと認識しています。
3. 「一生懸命働きたい情熱のある社員を積極的に応援する」：新入社員研修、各種eラーニング、OJT等を通じて人材育成を行っており、一人ひとりの成長を支援しています。

これら3つの約束を実現するために、採用の際は障がいを考慮した選考プロセスや障がいのある方専用のインターンシップを実施しています。営業やマーケティングといったさまざまな職務への配属も推進しています。障がいの状況に応じて、支援機器やオフィス設備の整備に取り組んでいます※。内定後には障がいへの必要な配慮のために人事部が配属先の部門と事前に打ち合わせ、入社後にはフォロー面談（本人と人事部、人事部と直属上司）を行っています。また、日ごろから障がいへの理解を促す研修を管理職に向けて実施し、今後も組織に多様性をもたらす人材の積極的な採用と活躍の推進に努めています。

※支援機器・設備の事例：聴覚障がいのある社員のための集音器や音声認識ソフトの活用。視覚障がいのある社員のための拡大読書器やオフィス内での点字ブロック整備。車いすユーザーのための多目的トイレなど。

## 外国籍の社員の活躍

資生堂は、海外地域事業所だけでなく、日本国内においても多様な国籍・文化的背景を持つ人材を積極的に採用しています。人材の多様化を価値創造につなげるため、2018年より日本国内においても英語公用語化を推進しており、さまざまなバックグラウンドを持つ方がさまざまな部門で活躍しています。なお、本社における外国籍の方を採用する際は、在留資格など入国管理制度を遵守し、入社後は就業規則を遵守し、適切に処遇しています。

## 女性、外国籍の社員、中途採用者等の中核人材の登用（コーポレートガバナンス・コード関連）

東京証券取引所は、「コーポレートガバナンス・コード」において、実効的なコーポレートガバナンスの実現に資する主要な原則を公表しており、その中で、上場会社は、中長期的な企業価値の向上に向けた人材戦略の重要性に鑑み、女性・外国人・中途採用者の管理職への登用等、中核人材の多様性の確保に向けた考え方と測定可能な目標およびその状況を開示すべきとしています。

資生堂は、女性・外国人・中途採用者も含めて、個々の属性や考え方の違いに関わらず、個々人の違いをお互いに尊重し合い、「個の力を強くする」、「人の力を最大化する」ことで組織力を強化し、「強い会社」をつくること推進しています。それによって、中核人材も多様性が確保されるものと考えています。

女性・外国人・中途採用者の状況は、「社会データ」をご覧ください。また、女性活躍支援に関する測定可能な目標については上記のとおりです。外国人や中途採用者の中核人材登用については、(株)資生堂での2021年1月時点の管理職のうち外国人は約5%、中途採用者は約26%となっており、その他のバックグラウンドを持つ社員との差があると考えておらず、特段の目標設定は行っていません。

## 定年後再雇用制度

資生堂のベテラン社員が意欲と能力のあるかぎり働き続けられるよう、2006年より60歳で定年を迎えた後の再雇用制度を導入しています。2021年には、担う役割と処遇体系を強化した「ELパートナーズAdvanced制度」として改訂しました。人生100年時代の到来を見据えて、定年後も引き続き自己成長と会社への貢献に高い意欲を持つ社員が、年齢に関わらず積極的に活躍できるよう制度を転換しました。

## 有期契約社員の雇用

日本国内の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。法令に則り、2018年からは、契約期間が通算5年を超える有期契約社員から申し込みがあった場合には無期契約への転換を進めています。

## 派遣社員の就労

国内資生堂グループでは、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

資生堂では社員一人ひとりがプロフェッショナルな専門性とリーダーシップを発揮することで働きがいのある職場を実現し、それが資生堂の成長を支えてきました。現在ではオフィスワークとリモートワークを組み合わせた多様な働き方に移行しています。こうした日々の新しい挑戦によって、社員の健康と自己成長を両立する“Work as a part of fulfilling life”を実現していきます。

### 多様な働き方

資生堂では、社員が働く場所や時間を自由に選択できるよう、フレックスタイム制度や在宅勤務（テレワーク）制度を従来から導入し、外部サテライトオフィスを活用してきました。自社オフィスでは、集中したい業務に適した個室や、ゆったりした雰囲気アイデアを生み出すためのソファエリアなど多彩な業務スペースを整備し、仕事内容に応じて最適な環境を選ぶ「Activity Based Working: ABW」を推進しています。決められたデスクで1日過ごすのではなく、業務効率を上げるために最適な環境を各自が主体的に選べるようになっていきます。

2020年は、新型コロナウイルス感染症の拡大に対応し、資生堂はいち早く世界各国でデジタルシフトを加速させ、在宅勤務やリモートワーク、オンライン会議、分散出社など勤務形態を迅速に整備し、コアタイムのないフレックスタイム制度など多様な働き方を充実させました。日本地域本社では在宅勤務における業務生産効率やメンタルヘルスの調査を行いました。トラベルリテール地域本社（シンガポール）では感染症関連情報から心身の健康アドバイス、在宅勤務の効率的メソッドなどを共有できるプラットフォームを開発しました。

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、これまで以上に在宅勤務とラッシュアワーを避けた通勤が求められています。社員の健康や安心・安全、働きがいと、さらなる生産性の向上を通じた事業成長を目指し、在宅勤務制度を国内グループ全社へ展開していきます。今後はオフィスワークとリモートワークのシナジーを最大化できるよう、多様な働き方にきめ細かく対応した資生堂ハイブリッドワークスタイルへ移行していきます。

### ワーク・ライフ・バランス

社員がワーク・ライフ・バランスを実現できると、新たに生み出される時間を使って社員が社会でも活躍できるようになります。資生堂は、それが社員の成長につながるだけでなく、会社の業績や企業価値を高めることにつながると考えています。社員のライフスタイルを尊重し、育児・介護といったライフイベントにかかわらずキャリアアップできるよう、法律で定められた以上の充実した制度を導入しています。日本国内においては、2017年から同性パートナーを異性の配偶者と同様に処遇しています。以下に紹介する子育て中や家族を介護する社員へのサポートについても、事実婚および同性パートナーが対象に含まれます。

日本国内の資生堂グループでは2020年に1,370名の社員が育児休業を取得し（うち男性67名）、職場復帰後の定着率は94.1%です。出産後に復職する社員に対して、育児と仕事の両立への不安を軽減するためのウェルカムバックセミナーを実施しました（26名参加）。

## 子育て中の社員へのサポート

資生堂の社員が子育てと仕事を両立するために、日本国内では以下のような充実した環境を整備しています。

**育児休業制度：**法定を超えて、資生堂では子どもが満3歳になるまで、通算5年まで育児休業を取得できます。特別の事情がある場合は、同一子につき3回まで取得可。育児休業中は無給ですが、雇用保険から育児休業給付金が支給されます。なお、資生堂では女性社員が妊娠中から出産後の職場復帰までのプロセスを上司と確認し合えるようなコミュニケーション体制「チャイルドケアプラン」を整備しています。このプランは、社員の妊娠・出産・育児に対する社員の不安を減らし、上司が交代した際の情報共有に用いることで、スムーズな職場復帰に活用されています。

**産前休暇・産後休暇：**産前6週間は有給の産前休暇、産後8週間は一部有給の産後休暇を取得できます。無給部分は、積立休暇や年次有給休暇を利用できます。無給の産休とする場合は、資生堂健康保険組合を通じて出産手当金の給付を請求できます。

**短期育児休業：**主に男性社員の育児休業※の取得を促すために、子どもが満3歳になるまで最大2週間までの育児休業を取得できます。資生堂では法定を超えた対応として、この休業期間を有給としています。

※ 社員のパートナー（配偶者など）が出産に際しては、別途5日以内の特別休暇（有給）が取得できます。

**育児時間制度：**日本の法令では子どもが満3歳になるまでの短時間勤務制度を導入するよう要請されていますが、資生堂では子どもが小学校3年生（9歳の3月末）まで、1日最大2時間の勤務時間を短縮できます。子どもが1歳に達するまでは、短縮した勤務時間のうち1時間分は有給となります。

**育児期の店頭販売スタッフへのサポート：**店頭でお客さま対応に従事するビューティーコンサルタントが育児時間制度を取得して勤務時間を短縮する際に、夕刻以降の店頭の販売業務を支援する代替要員「カンガールスタッフ」を派遣しています。2007年からカンガールスタッフを雇用することで、販売に携わる社員も仕事と育児を両立しやすくなりました。

**事業所内保育所：**資生堂社員の多い事業所には保育施設を設けており、カンガールーム汐留（東京都港区）とカンガールーム掛川（静岡県掛川市）の2カ所あります。月極めの常時保育と一時保育を運営しており、保護者のリフレッシュ目的で利用することもできます。社員は割引された保育料で利用でき、希望するタイミングでの職場復帰を支えています。これらの保育所は資生堂社員だけではなく他社に勤める方や地域住民にも開放しています。2017年には、資生堂グループに事業所内保育所の運営とそのコンサルティングを担う「KODOMOLOGY株式会社」を設立しました。

**育児期の社員への補助金：**日本国内の資生堂グループの子を扶養する従業員に対しては、子どもを保育園やベビーシッターに預ける際の保育料や子どもの教育費を補助するための手当を支給しています（カフェテリア制度※の育児・教育費用補助）。

※ 企業が社員にポイント制で提供する福利厚生制度のことで、社員は付与されたポイントの範囲で好きなサービスを選べます。

**看護休暇制度：**小学校入学前の子どもの病気・ケガの看護や、子どもの健康診断・予防接種のために、1時間単位で取得できる有給休暇。子どもが一人であれば年間5日（40時間）、二人以上であれば10日（80時間）まで、日本の法定を超えて有給で取得できます。

育児を目的とした配偶者同行制度：現在までのキャリアが途切れないよう、小学校3年生以下の子どもを持つ社員は、パートナーに国内転勤が発生した際にパートナーの転勤地への同行を希望できます。

育児期にある社員の転居を伴う異動に関する運用ガイドライン：日本の育児・介護休業法では、労働者の転勤に際して育児・介護の状況へ配慮するよう事業主へ求めています。資生堂は育児期にある社員の転居を伴う異動に関する運用ガイドラインを定め、育児時間や介護時間を取得中の社員は、本人の意向に応じて転居を伴う異動の対象外としています。

## 家族を介護する社員へのサポート

介護の対象者は社員自身の家族だけでなく、パートナーの家族も含まれます。

介護休業制度：要介護状態の家族一人について、回数制限なし（1回1年以内）で休業できます。通算3年以内。

介護時間制度：1日2時間まで、病院への付き添いといった用途で介護時間を取得できます。一人の家族につき、1回につき1年以内。通算3年以内。

介護をする社員への補助金：要介護認定を受けた家族への介護サービス・施設料を賄うための手当を支給しています（カフェテリア制度※の介護補助）。

※ 企業が社員にポイント制で提供する福利厚生制度のことで、社員は付与されたポイントの範囲で好きなサービスを選べます。

## 多様な働き方を支えるその他サポート

配偶者の海外転勤に伴う休業制度：社員のパートナーに海外転勤が発生した場合、パートナーの勤務地への同行を前提に、3年以内の休業を認めています。

ボランティアのための特別休暇制度：従業員が平日に社会貢献活動を行う際には「ソーシャルスタディーズデー制度」を有給で年間3日まで利用できます。従業員一人ひとりが社会問題解決の視点を持ち、みずから考え行動する風土をつくることにつながり、社会参画と視野の広がりを仕事に活用することで、資生堂の価値創造に発展させることができると考えています。

資生堂健康サポートダイヤル：健康やメンタルヘルスの相談を受け付ける社員向けの電話相談窓口では、保健師などの相談スタッフが育児・介護と仕事との両立への助言も行っています。

## 適切な労働時間の管理

日本国内の資生堂グループは労働基準法第36条に則り、残業（時間外労働）や休日労働に関する労使協定（36協定）を締結しています。臨時的に限度時間を超えて労働させる特別な場合でも、1カ月あたり最長80時間（45時間

超80時間までは年間6回以内)と制定しています。上司が命じた場合のみ残業するというルールのもと、各部門の責任者や管理職へ36協定を周知徹底し、長時間労働の削減に取り組んでいます。36協定を遵守するために、各事業所は(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に取り組んでいます。日本国内の主要会社では人事部が労働組合員の残業時間を毎月モニタリングし、残業の多い部門責任者への指導および長時間労働者の健康チェックを促しています。労働時間や有給休暇取得率の実績を労使で共有し、長時間労働を是正する取り組みに反映しています。

## 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」

一人ひとりの社員が働きがいを持ちながら就業できるように、資生堂では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、女性社員のさら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。株式会社資生堂では2007年と2013年に、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、女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画詳細は

# 人材育成と公正な評価

資生堂の人材育成とキャリア開発の支援策、公正な評価の取り組みを紹介します。

## 人材育成の全体像

資生堂は「PEOPLE FIRST」という考えのもと、人材が会社にとって最も大切な資産であり、「強い個が強い会社をつくる」ことを信じ、人材育成へ積極的に投資しています。「強い個」をつくるために力を入れているのが、ジョブ型人事制度に基づく、戦略的タレントマネジメント、パフォーマンスマネジメント、自律的キャリア開発支援です。グローバルな人材マネジメントをより効果的に実践するために、2020年に全社共通の人材像であるTRUST 8コンピテンシーを策定しました。TRUST8コンピテンシーをグローバル共通の選抜・評価や人材育成プログラムの基礎とし、さまざまな専門性を持った社員一人ひとりがそれぞれの強みをいかせる業務で成長していきます。資生堂は社員のみずから成長する姿勢を奨励し、一人ひとりの自律的なキャリア開発を支援しています。

## ジョブ型人事制度

社員の専門性を強化し「グローバルで勝てる組織」となるよう、2021年から日本国内の管理職・総合職（美容職・生産技術職を除く）を対象としたジョブ型人事制度を導入しました。以下4項目により、社員のレベルを図るものさしを個人の「能力」から「職務（ジョブ）」に移行することで、グローバルスタンダードに沿った客観的な格付けや処遇を可能にします。各部署における職務内容と必要な専門能力を明確化することで、社員一人ひとりのキャリアの自律性を高めることを狙っています。

1. 社員が目指すべき専門性の領域をジョブファミリー(JF)としてグローバルで明確化。
2. それぞれのジョブファミリーに必要な専門性とスキルを、ファンクショナル・コンピテンシー(FC)として明示。
3. 管理職だけでなく一般職も含めた全階層にジョブグレード(JG)を導入。
4. グレード判定の基準となるジョブ・ディスクリプション (JD) を明示（部署ごとにジョブ・ディスクリプションを作成することで日本の労働慣行に沿って組織変更やアサインメント変更に対しても対応できるよう考慮）。

## 戦略的タレントマネジメント

グローバルな資生堂グループ全体での適材適所な人材配置と、戦略的タレントを育成するためのマネジメントを行っています。毎年、グローバル／リージョナル／ファンクショナルレベルでそれぞれタレントレビューを実施し、キーポジションに対する後継者の指名・育成計画を作成しています。後継者の育成計画では、能力開発を主目的と

した難易度の高い業務へのアサイン（ストレッチアサインメント）やグローバルでの異動機会、リーダーシップ開発プログラムなど、それぞれの強みや開発課題に基づく一人別育成計画が策定され、CEOの承認・支援のもと、実行されます。

## パフォーマンスマネジメント

ビジネスと社員の持続的成長のために、パフォーマンスマネジメントを強化しています。2021年よりグローバルで共通のスキームを導入し、業績目標達成度とTRUST8コンピテンシーに即した行動発揮度の両方を評価するよう改訂しました。これにより中長期的な業績の向上と社員の成長を図っています。社員は期初や期末の面談だけではなく、日々の上司との対話やフィードバックを通じて、各自がストレッチした業務アサインメントに挑戦し専門性を高めていきます。またリーダーに向けては、部下や他部署からの多面的な評価・フィードバックを得る360度サーベイを実施し、互いに成長を促す風土を醸成しています。

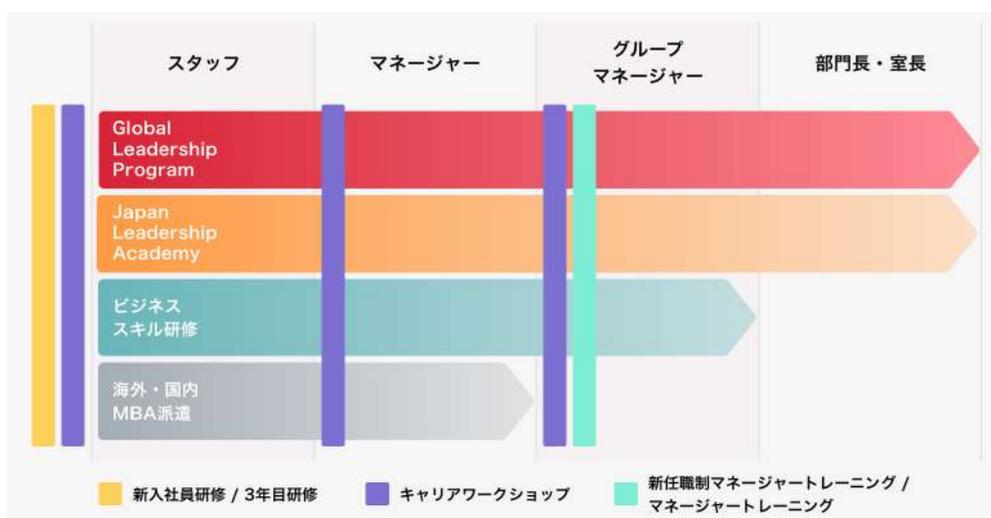
## 自律的キャリア開発支援

ジョブ型人事制度導入に際して、主体的なキャリア開発と専門性を強化するために、2020年から日本地域の全社員に対しキャリアワークショップを実施しています（2,164名受講）。また、社員自身が中長期的なキャリアゴールを描くキャリア・ディベロップメントプラン（CDP）を作成し、それはパフォーマンスマネジメントの一環として扱われます。毎年の初めに業績目標を策定する際に、中長期的なキャリアゴールを実現するための活動計画を上司と共有し、上司は効果的な業務アサインと人材育成につなげます。基礎的なビジネススキルやそれぞれのジョブファミリーで必要な専門性を高めるための研修プログラムを幅広く用意しており、社員は自発的なキャリア開発に利用しています。

## トレーニングプログラム

資生堂の人材育成は「70:20:10の法則」※を重視していますが、とりわけトレーニングプログラムは、集中して新しいことを学ぶ機会であり、優秀な他の社員と交流しさらに成長意欲を高める機会となります。目的と対象者に応じ、選抜型プログラム・選択型プログラム・必須プログラム、の3種類の研修プログラムを提供しています。

※人が成長する際には、業務経験から70%、他者との関わりから20%、トレーニングや自己学習から10%の割合で学ぶという法則。



## 選抜型プログラム

戦略的タレント育成を目的に、資生堂グループ各領域の幹部候補社員に対しては、グローバル共通の教育体系 Shiseido Leadership Academyで能力開発と国を超えたネットワークの構築を促しています。Shiseido Leadership Academyではタレントレビューで選抜された次世代リーダーにビジネススクールと提携したプログラムを提供し、リーダーシップや経営スキルを学びます。また女性リーダー育成にも力を入れており、優秀な女性タレントが自身や周囲のアンコンシャスバイアスから自由になるための「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN」を2017年から毎年実施しています。

## 選択型プログラム

社員が高いパフォーマンスを発揮しや自律的なキャリアを形成するよう、みずから手を挙げて受講することができるプログラムを実施しています。日本国内では、職種を問わない基礎的なビジネススキル研修や、高い向上心を持つ若手社員を対象としたMBA派遣のほか、それぞれの専門領域のジョブファミリーでさらに専門性を高めるためのセールスアカデミーやマーケティングアカデミーなどを実施しています。

## 必須プログラム

新入社員研修や3年目研修、新任職制マネージャー研修など、キャリア形成の節目となるタイミングで、必須プログラムを提供しています。リーダー（職制マネージャー）に対してはマネージャートレーニングやマネージャーワークショップでマネジメントスキルの研修を強化し、公正な評価と各部門での人材育成に努めています。

## 公正な評価

資生堂グループは強固な企業集団でありつづけるために資生堂グローバル人事ポリシーとして評価・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。

- 社内外における処遇の公正性を確保し、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。
- 目標管理（業績）およびTRUST8コンピテンシー（行動発揮）に則った評価を行う。
- 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回以上の評価面談のみならず、日々の対話を通じて支援・育成を行う。

日本国内の資生堂グループでは、業務の成果とプロセスを適切に評価し、公平で納得性が高い制度を構築しています。評価の公正さを保つために、リーダー（部下を持つ職制マネージャー）に向けてマネジメントスキルの研修を充実化しています。新任職制マネージャー研修や評価者研修、マネージャートレーニング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。1年に2回は日本国内資生堂グループ管理職向けに人事制度説明会を開催し、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

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ていきいきと働けるよう、資生堂グループ全社員を対象に「資生堂グループエンゲージメント調査」を2年に1回程度実施しています。資生堂の社員は経営改革に際して多くの課題に挑戦する必要があり、社員は常に、意識と行動の変革が求められます。ところが社員によって意識や取り組みの格差が生まれると改革のスピードが緩むおそれがあるため、この調査を通じて、経営トップ層みずか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。同調査の結果は、各職場の責任者を通じて社員にフィードバックし、部署ごとの課題を責任者が社員と共有し、改善に取り組んでいます。また社内外に相談・通報窓口を設置し、雇用形態を問わず労働環境や職場の人間関係に関する相談や、就業規則違反や法令違反といった内部通報に対応しています。

# 社員の安全と健康

## 健康経営への取り組み

私たちは、本業であるビューティービジネスそのもので社会課題の解決や人々が幸せになるサステナブルな社会を実現することが、資生堂の使命であると考えています。

この使命の実現には、社員が、外見も内面も、肉体的にも精神的にも美しく、常に意欲に満ちあふれていなければなりません。

そのためには、社員の健康とその社員を支える家族の健康が不可欠です。資生堂は、資生堂健康保険組合と協力し、社員が美しく生活できるようサポートしていくことを明確にするため、健康宣言を作成しました。

お客さまに美を提供する資生堂。100年先も輝きつづけ、世界中の多様な人たちから信頼される企業になるべく、健康経営に全力で取り組んでまいります。



代表取締役 社長 CEO

魚谷 雅彦

## 資生堂健康宣言

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）」を目指します。そのために、美と健康を活力の根源と捉え、社員やその家族がみずから美しく健やかに生活するための取り組みを推進します。

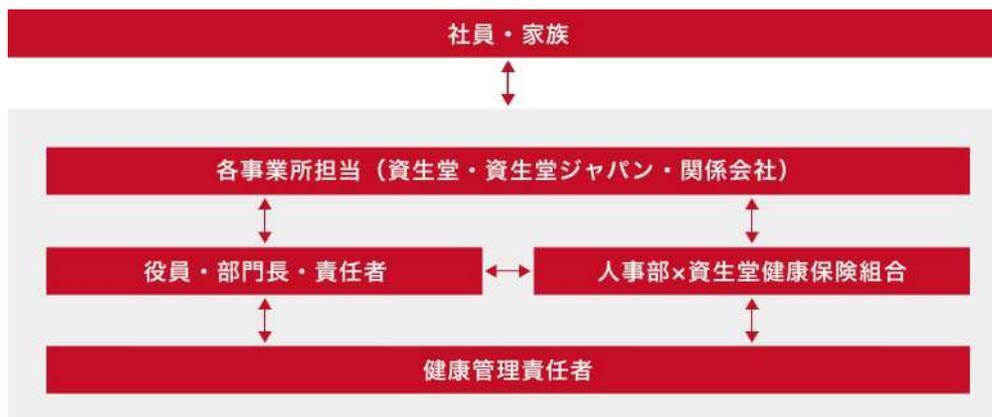
### <行動指針>

- 一人ひとりが美を提供する企業の一員として、心身ともに健やかに働くために自覚と知識を持ち、積極的に行動します。
- 美しい生活習慣や健康について、お互いに語りあい高めあえるよう努めます。
- 資生堂はより安全で快適な職場環境の形成に努めるとともに、資生堂健康保険組合と協働し、社員や家族の取り組みを積極的にサポートしていきます。

## 推進体制

推進にあたっては、人事担当役員が健康管理責任者となり、直属の人事部ウェルネスサポートグループと資生堂健康保険組合が協働して各事業所（国内資生堂グループ）をサポートし、社員の健康保持・増進活動を積極的に牽引

します。また、健康管理責任者より各役員・部門長・責任者へ働きかけ、社員の自主的な健康への取組みをサポートします。



## 健康管理責任者からのコメント

新型コロナウイルスの影響で私たち一人ひとりが「新しい生活様式」を日常に取り入れる必要があります。

その中で私たち資生堂グループの「Beautyをキーワードとして、様々な製品やサービスを通じて、お客さまにクオリティー・オブ・ライフ（QOL）の質を上げていただく」使命は一層重要になってきました。

お客さまにさらにご愛顧いただける製品やサービスをご提供するためには、まずは私たち社員やその家族がみずから美しく健やかに暮らし、質の高いQOLを実現することが不可欠であると考えています。人事部ウェルネスサポートグループと資生堂健康保健組合は、役員や部門長、そして事業所の責任者や人事担当者と連携しながら、社員やその家族の健康上の課題や生活習慣の改善に向けた取組みを積極的に推進していきます。特に、社員のダイバーシティ化、すなわち年齢・性別・国籍を問わず、人材の多様化が年々進んでいることから、今まで以上に一人ひとりに適したきめ細かいサポートを心がけていきます。

健康経営に真摯に取り組むことこそが、PEOPLE FIRSTの最も重要かつ有効な基盤になると考えており、今後も社員が充実感を感じられるような、働きやすく働きがいのある職場づくりに努めてまいります。



健康管理責任者  
資生堂健康保険組合理事長

芦田 恵美子

## 国内資生堂グループの健康課題と今後の取り組み内容

国内資生堂グループは下記を健康課題と捉え、その課題解決に取り組んでいます。

### ①健康施策を支える産業保健体制基盤の再構築

衛生委員会・安全衛生委員会・産業医職場巡視の強化、健康診断受診率100%の継続、健康診断事後措置 としての再・精密検査の受診勧奨による早期治療の実現、効果的・効率的な保健指導に向けた運用ルールの改善と内容の充実、健康データの多角的な分析、メンタルヘルス対策の充実・心の健康づくり計画の策定と運営

②健康施策の実施

美しい生活習慣の浸透、女性の健康度向上、メンタルヘルスケア、喫煙対策、がん対策について各事業所の健康課題を踏まえた施策を健康保険組合と協働して展開していきます。

施策	課題	取り組み	
		国内資生堂グループ	資生堂健康保険組合
美しい生活習慣	生活習慣の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>■運動セミナー開催 (RIZAP、TANITAヘルスリンク講師による)</li> <li>■健康ポイントアプリ・ウェアラブル端末を使用したセルフケア促進</li> <li>■保健指導実施の徹底</li> <li>■健康フェアの開催</li> <li>■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■特定健康診査の実施</li> <li>■ヘルスサポートプログラム（特定保健指導）の実施（上記2項の国が定めた実施対象は40歳以上だが、早期の生活習慣病対策を企図して資生堂では35歳以上を対象に実施）</li> <li>■歯科検診費用一部補助『歯科検診キャンペーン』（かかりつけ歯科医による予防歯科の定着を促進）</li> <li>■「KENPO×RIZAP」コラボによる生活習慣改善セミナーの実施（新型コロナウイルス感染症対策としてオンラインセミナーで展開）</li> <li>■糖尿病性腎症重症化予防プログラムの実施</li> <li>■健保HPへの『からだよろこぶ疲労回復レシピ』お料理紹介コンテンツによる情報提供</li> <li>■健康保険組合広報誌への『RIZAPコラム』（1分間エクササイズ動画）のQRコード掲載</li> </ul>
女性の健康	女性特有の健康課題への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>■月1回の健康情報の発信</li> <li>■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■子宮頸がん・乳がん検診の受診費用全額補助</li> <li>■女医対応健診機関の対象機関リストへの明示</li> <li>■上記の各婦人科系検診の受診啓発活動（健診案内とともに、受診の必要性およびメリット・デメリットを訴求するリーフレットを全対象者へ提供）</li> <li>■健康保険組合HPトップページに『女性の健康推進室ヘルスケアラボ』のバナー設置、および同サイトでの情報提供</li> </ul>
メンタルヘルス	ストレス耐性習得 繰り返し休務の削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>■セルフケア・ラインケア(管理監督者による職場環境などの改善や労働者に対する相談対応)実践に向けたセミナー開催(新入社員、新任マネージャー、ガイダンス研修、管理職研修)</li> <li>■メンタルヘルスセルフケアeラーニング実施</li> <li>■ストレスチェック集団分析を活用した部門長面談と職場環境改善活動</li> <li>■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■健保広報誌へ『タフネスに訊く』シリーズ掲載（2020春夏号より）</li> <li>※ 会社のトップ層にメンタルコントロール術をインタビューしてその秘訣やヒントを引き出す記事を掲載</li> <li>■健保HPのトップページに、厚労省『心の耳』サイトのバナー設置、および同サイトでの情報提供</li> </ul>
		健康サポートダイヤル24による電話相談（365日24時間）・メンタル面談対応（リモート対応開始）	
喫煙対策	禁煙の推進と維持	■職場での受動喫煙完全防止(ポスター掲	■禁煙外来受診費用補助(通年)

		出、リーフレット送付) ■衛生講話を通じた禁煙教育 ■保健指導での禁煙指導 ■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信 ■社内イントラ「WITH」での世界禁煙デーに併せた啓発記事掲載 ■過去喫煙者への禁煙のきっかけ等についてアンケート実施	■期間限定での禁煙治療費全額キャッシュバック施策 ■リモート禁煙外来プログラムの実施(2021年開始) ※ 終了者へのアンケート実施 ■ヘルスサポートプログラム(特定保健指導)で喫煙者への禁煙指導および禁煙外来施策の案内
がん対策	早期発見と治療・仕事の両立	■がんリテラシー向上・両立支援に向けたeラーニング実施 ■両立支援策導入 ■「がん対策推進企業アクション」への参画 ■がんサバイバー社員からの経験談募集 ■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信	■「がん対策推進企業アクション」への参画(2018年度より) ■健保広報誌への『教えて中川先生』(がん対策啓発動画)のQRコード掲載 ■がん検診の費用補助(一部本人負担) ■がん検診の有所見者(要医療・要精密検査)への二次受診勧奨および受診状況の回答受領、回答促進、アンケートの実施 ■健保HPのトップページに、国立がん研究センター『がん情報サービス』サイトの設置、および同サイトでの情報提供

## 主な取り組みの成果

①喫煙対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 喫煙率の低下および禁煙支援</li> <li>● 職場での受動喫煙完全防止</li> </ul>
②美しい生活習慣	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 保健指導、ヘルスサポートプログラム(特定保健指導)の終了率向上</li> <li>● 社員の生活習慣改善に向けたセミナーやアプリの活用</li> <li>● 健康診断結果の事後措置(再検査等)面談徹底</li> </ul>

### ①喫煙対策としての取り組みと成果

当社の喫煙率は、かねて全国平均よりやや高い状況にあったため、社内禁煙デーの実施や禁煙補助薬の提供などの禁煙支援を早い段階から始めていました。さらなる喫煙対策の強化を目指し、2010年には禁煙治療費補助施策をスタートし、翌年には建物内禁煙を実現しています。加えて、2012年には店頭社員の制服着用時禁煙、2019年5月からは労働時間内禁煙をスタートさせました。また、同年には禁煙推進企業コンソーシアムに参画し、最新の喫煙対策に関する情報を収集、意見交換を通じて喫煙対策の推進向上に努めています。その結果、喫煙率は、2019年は20.8%、2020年度は19.0%(2010年比▲14.6ポイント)と年々減少しています。今後もこの傾向を加速させるべく、事業主と健康保険組合が協働して、ハード、ソフトの両面から喫煙対策に取り組んでおり、保健指導での個別禁煙指導、ポスターやリーフレット、衛生委員会等を通じて職場での受動喫煙完全防止に向けた情報発信を継続しています。2021年度には新しい取り組みとして、5月31日の『世界禁煙デー』に合わせて、禁煙経験のある社員に対し任意のアンケートを実施し、アンケート結果をランチタイムの社内LIVE配信で案内するとともに、社内イントラ「WITH」に掲載するなど、情報発信方法も工夫をしています。健康保険組合では禁煙治療費用補助を通年で実施することに加えて、2019年より期間限定で禁煙治療費用を全額補助する「禁煙チャレンジプログラム」を開始。2021年度には「リモート禁煙外来プログラム」(健康保険組合の全額費用補助)も開始し、これまで以上に多くの方が禁煙に成功することを目指しています。

■禁煙コンソーシアムへの参加

2019年4月から、「禁煙推進企業コンソーシアム」に参画し、勉強会への参加等を通じて、禁煙推進の先進的な取り組みを進める企業との情報交換を積極的に実施しています。



<禁煙推進企業コンソーシアム>

■喫煙率の目標

- 2021年度全社平均 17.0%(2020年度実績 19.0%)
- 「リモート禁煙外来プログラム」による禁煙達成者50名以上

②生活習慣への取り組み

ヘルスサポートプログラム（特定保健指導）の2019年度実施率は51.4%と全国平均(27.4%)との比較において高水準となっており、参加者のBMI減少率にも一定の効果が出ています。

■ヘルスサポートプログラム実施率

国への報告年度 (当年分を翌年11月報告)	ヘルスサポートプログラム	実施率目標
	終了率(実施率) %	国(厚生労働省) %
2015年度	50.6	60
2016年度	52.0	
2017年度	49.1	
2018年度	55.4	55
2019年度	51.4	

■プログラム参加者のBMI減少率

BMI	男性		女性	
	指導実施者	指導非実施者	指導実施者	指導非実施者
保健指導後 (2016年)	25.66	26.23	27.59	27.78
保健指導後 (2017年)	25.50	26.26	27.47	27.75
数値改善	▲0.16	0.03	▲0.12	▲0.03

## ■健康フェア

毎年、各拠点の健康課題に合わせた健康フェアを実施しており、測定会や健康教育、カフェテリアとのコラボ企画を行っています。

※2020年度は、新型コロナウイルス感染症対策として集合型のフェアは開催せず、RIZAPウェルネスチャンネル（運動セミナー）を配信しました。



<久喜工場での健康フェアの様子>



<汐留オフィスでの健康フェアの様子>



<カフェテリアとコラボによる健康フェア特別メニュー>

### 【参加社員の声】

「健康を意識するイベントがあるのは良い。」

「基礎代謝はよく聞くけれど自分がどれくらいなのか初めて知りました。勉強になりました。」

## ■健康セミナー

2019年度より、各組織の健康課題に合わせて、運動・食事に関わるセミナーを実施しており、参加者から好評を得ています。参加者へのアンケート調査の結果、セミナー後に運動を継続している参加者の割合は、セミナー前後比+12%と1割以上の参加者の運動継続に寄与することができました。

今後も、運動習慣獲得のための動機づけとなるよう展開していきます。



<セミナー参加者の様子>

### 【参加社員の声】

「健康と美はつながることを再度認識しました！  
なりたい姿の大切さを実感しました」

「一人だとあきらめてしまうが、みんなで取り組むことで最後までチャレンジすることができました」

## ■今後の生活習慣改善目標

セミナー参加者で運動を継続している社員の割合：セミナー前後比+10%

## 国内資生堂グループ新型コロナウイルス禍の取り組み

国内資生堂グループでは社員の安全・健康を第一に考え、新型コロナウイルスへの感染予防・感染拡大予防を実現すると同時に、社員・組織のパフォーマンスや生産性を向上させる新たな働き方（資生堂ハイブリッドワークスタイル）を導入しました。

資生堂ハイブリッドワークスタイルにより、業務内容に応じて「オフィス」「リモート」勤務を柔軟に選択できるようになり、社員の働き方が多様化しています。国内資生堂グループでは、リモート勤務において生じる、これまでとは異なる健康課題に対して取り組みを始めています。

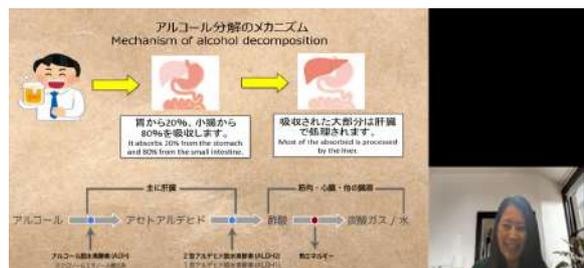
### ● 社員への情報発信

リモート勤務中の社員へアンケート調査を行い、現状やニーズを把握しました。アンケート結果を踏まえ、食事や運動に関するコラムや動画、産業医やカウンセラーのコラム、リモート勤務中の過ごし方のポイントについて情報を発信しています。

### ● ランチタイムセッション(LIVE配信)

社員のストレス軽減やコミュニケーションを目的として、社員の「ためになる」情報をLIVEで配信しています。

腰痛、在宅太り、新型コロナウイルス感染症対策、女性の健康、飲酒対策など様々な情報を発信しています。



<ランチタイムセッション(LIVE配信)>

### ● オンライン面談の実施

リモート勤務中の社員に対する面談や、感染予防策の一環で、ビデオ通話を用いた面談を本格的に実施し始めました。リモート勤務中でも産業保健スタッフとのコミュニケーションが取りやすくなり、迅速な対応が可能となりました。

### ● 健康管理室の感染対策

入社した社員が、健康管理室を来室した際の感染対策徹底のため、消毒用アルコール設置、面談スペースへのアクリル板・パーテーション設置などを行い、感染予防・感染拡大予防に努めています。

### ● コロナワクチン職域接種

2021年8月より、全国6拠点にて、社員および社員の家族等を対象に新型コロナウイルスワクチン職域接種を実施。約1万名の方々に2回接種を完了することができました。



<職域接種の様子 受付>



<職域接種の様子 薬剤充填>

## 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。

## 健康白書の作成

社員の健康の推移と各施策の評価を数値的に明らかにするため、健康白書を作成し、公表しています。

# 社員の雇用と労働

資生堂は、社員の雇用維持のために会社と社員の両者が最大限の努力を払っています。雇用の安定に向けて世界各国・地域の法令や慣行に対応しています。「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。

## 雇用

資生堂の採用は、新卒・既卒を問わない定期採用と、すでに社会人としてキャリアを積まれた方を対象としたキャリア採用を実施しています。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、雇用制度の整備に努めています。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・組合の両者が誠意を持って協議決定するよう労働協約で定めています。

## 賃金

資生堂の賃金制度は、年功的・属人的な要素を払拭し、役割・職責や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、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。

日本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100：女性96、総合職 男性100：女性100、美容職 男性100：女性118の比率となっています。（2021年1月1日時点）。

詳細は「社会データ」をご覧ください。

## 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関わられ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、「確定給付年金」、「確定拠出年金」または「退職金前払い」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。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。

## 労働組合

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。日本国内では、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」「新しい働き方」「長時間労働の防止を含む適切な労働時間管理」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。国内各事業所では、事業所ごとの労使の課題について協議を行っています。海外現地法人では各国の労働法規を尊重して事業を運営し、会社と労働組合、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。

# 人権についての考え方

資生堂は、グループ全体の倫理行動基準に記した企業としての基本的な考え方のもと、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいて「資生堂グループ人権方針」を定めています。モノづくりを含む資生堂グループのすべてのビジネスにおいて、人権尊重の様々な取り組みを推進することで、持続可能な社会の実現に貢献します。



各種の方針・基準等における人権に関する記述は以下の通りです。

## 資生堂グループ倫理行動基準

資生堂グループで働く一人一人がとるべき行動をまとめたもので、より高い倫理観をもって業務に取り組むための具体的な行動基準を定めたものです。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、すべてのステークホルダーに対して人権を尊重することや、人権侵害につながる児童労働や強制労働を行わないことなどを宣言しています。また、自らが人権侵害しないことだけでなく、人権尊重など社会的課題への取り組み状況によって取引先を選ぶことを明示しています。

## 資生堂グループ人権方針

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」と「資生堂グループ倫理行動基準」に基づき策定されたもので、グループ全体で人権尊重の取り組みを推進し、その責務を果たす指針となるものです。資生堂は、世界中の生活者・社会から信頼される企業になるために、そして今後もグローバル社会と共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。2017年6月に策定し、取締役会の承認を得て公表、2020年に改訂しています。本方針は資生堂グループおよびビジネスパートナーに適応されます。

## 資生堂グループ サプライヤー行動基準

資生堂の製品・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遵守を求めている方針です。国連のグローバル・コンパクトへの参加を契機として、2006年に「人権」「法令順守」「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ました。2018年4月、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、環境保全などを取引先に求めるために改訂しました。また、2019年6月には従業員の労働時間・休日・休暇の適切な管理についても追記しました。

## 資生堂グループ 調達方針

エシカルなサプライチェーンを実現するために、生活者・取引先・社会との共生のもとに、2018年に定めた方針です。購買理念として生活者起点であること、お取引先との共創による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うこと、関連するすべての法規を遵守すると共に人権尊重、地球環境への配慮をなにもものにも優先し、持続可能な調達を積極的に推進することなどを明記しています。

## 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や紙について、2018年に策定したガイドラインです。原産地の環境保全に配慮し、人権を尊重した持続可能な調達を推進します。

## 国際的な規範への賛同・支持

2010年	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ティブ）に署名し、UN WomenやさまざまなステークホルダーとともにWEPsの実施における取り組みを進めています。
2004年	当社は国連グローバル・コンパクトに署名し、4分野（人権、労働、環境、腐敗防止）10原則を全グループ会社とともに支持しています。

# 人権推進体制

人権課題は児童労働、強制労働、差別、ハラスメント、賃金、労働時間、労働安全衛生など多岐にわたり、対象範囲も自社だけでなく取引先を含めたすべての事業活動に及びます。日々の業務は、本社の担当部門（人事部、リスクマネジメント部、社会価値創造本部、購買部）が関連部門や国内外グループ各社と連携して人権推進に取り組んでいます。

## 資生堂グループ

資生堂グループの人権リスクアセスメントは株式会社資生堂（グローバル本社）の下記責任者が務めています。人権に関する方針や人権リスク軽減の取り組み実績を年1回取締役会で報告し、取締役会の承認・監督を受けています。

- Chief Social Value Creation Officer
- Chief Supply Network Officer
- Chief People Officer

## サプライチェーン

サプライヤーにおける人権尊重は、購買部・リスクマネジメント部・社会価値創造本部が対応しています。人権のリスクを収集し素早く対処する仕組み（苦情処理メカニズム）として、サプライヤーが人権にかかわる問題を当社へ通報・相談できる窓口「ビジネスパートナーホットライン」を設置しています。

## 国内資生堂グループ

国内資生堂グループでは、株式会社資生堂人事部長が議長を務める人権啓発部会において、人権に関するリスクとリスク軽減のための従業員向けの教育研修内容を検討します。人権啓発部会と連携し、人事部門内の人権事務局が社内での人権啓発を行い、ジェンダー平等については社会価値創造本部が取り組んでいます。国内資生堂グループ会社の各事業所には人権啓発推進委員を設置し、人権啓発推進委員が各事業所での人権研修を担います。人権のリスクを収集し素早く対処する仕組み（苦情処理メカニズム）として、従業員が人権にかかわる問題を通報・相談できる窓口※を設置しています。

※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。

# 主な取り組み

人権尊重と責任ある調達に関する主な取り組みを紹介します。

## ●人権デューデリジェンス

資生堂は、人権デューデ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っています。

潜在的な人権に対する負の影響を定期的に特定し、重大な被害を防ぐためにリスク軽減策を講じており、取締役会の監督を受けています。2021年からは、事業領域ごとに担当役員が責任をもってリスクのモニタリングと改善のためのルール整備や研修に取り組み、各役員が毎年の進捗をサステナビリティに関する経営会議「サステナビリティコミッティ」で目標とKPIの達成へ向けた進捗を報告審議することで、人権に対する負の影響を考慮し事業の意思決定にいかしています。日常的には社員の人権は人事部とリスクマネジメント部が対応し、サプライヤーや生産委託先の社員における人権はサプライネットワーク部門が対応にあたります。M&Aなど新たな事業関係については、投資判断を行うデューデリジェンスの一環として人権尊重（人事労務のコンプライアンス遵守、社員・顧客の安全など）についても確認しています。

## 人権デューデリジェンスプロセス



2020年度は、資生堂の活動が人権に及ぼす影響、あるいは及ぼす可能性のある影響を、防止または軽減するため、以下のステップにより影響の特定と評価を実施しました。

### Step1: 人権課題の抽出

人権に関する国際規範や、非財務情報開示に関する基準、企業人権ベンチマークのCHRB(Corporate Human Rights Benchmark：CHRB)の内容等を参照し、考慮すべき人権課題を抽出しました。考慮すべき人権課題の中には、現代奴隷に関する課題のみではなく、人権に関連する幅広い課題が含まれています。バリューチェーン全体を通して、当社が関連する対象先におけるリスクを抽出し、人権デューデリジェンスの領域と対象を整理しました。

- 影響を及ぼす対象：取引先、社員、消費者、社会。具体的には、サプライヤー従業員、直接雇用・間接雇用を問わず従業員、女性、児童、先住民族、地域住民、移民。

- 化粧品・パーソナルプロダクト業界の状況。

- 考慮する人権課題：人権の尊重と侵害への非加担、ハラスメントと虐待、児童労働（教育を受ける権利の尊重）、差別的行為・差別的表現、強制労働（人身売買の禁止を含む）、結社・団体交渉権の制限、ジェンダーを理由とした不利益（ジェンダー平等および同一労働同一賃金を含む）、などを含めた25項目をリスト化しました。

- 人権に関する国際規範や企業人権ベンチマーク：「国連グローバル・コンパクトの10原則」、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」、「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」、「ILO中核的労働基準」、「世界人権宣言」、「Global Reporting Initiative」、「Corporate Human Rights Benchmark」、「Dow Jones Sustainability Index」、「FTSE」。

## Step2: 人権課題の評価

抽出した人権課題に関連する当社の活動の状況を、国内外の社内関係者へのヒアリングや資料閲覧によって確認しました（潜在的な人権影響の発生可能性については社外資料も参考としました）。上記によって確認した国内外での潜在的・顕在的な人権影響の発生可能性、またそれらに対し当社が実施している予防・是正措置の状況から、各人権課題のリスクを評価しました。

- 第三者機関による評価：人権リスクアセスメントを専門とする第三者機関に委託し、当社の人権にかかわる各種資料・記録、国内外の資生堂グループ社員へのヒアリングで得られた情報をもとに、バリューチェーン全体における人権リスクの発生状況（潜在的リスク・顕在的リスク）の有無で点数化。予防・是正措置の状況確認も含めて、第三者機関が当社の人権リスクのマネジメントシステムが十分であるかを評価しました。

- 潜在的な人権影響の調査：国ごとの人権リスクについては、差別に関する国際労働機関（ILO）の調査、研修教育や消費者の権利に関する世界銀行の調査、ジェンダーの平等に関するWIN World Survey、児童労働に関するユニセフ調査等の資料より抽出しました。

- 予防・是正措置の状況：国際機関CHRB、DJSI、FTSE、GRIが取り組みや開示を求める項目から、人権に関する予防・是正措置のチェックリストを作成し、当社の予防・是正措置の有無の状況の評価しました。

## 結果と対応：

資生堂のバリューチェーンにおいて、「差別的行為・差別的表現」「コンプライアンスと公正な競争の阻害」「消費者の個人情報管理の不徹底・情報漏洩」「社員のプライバシーへの侵害」「サプライヤー管理の不徹底」「労働環境における事故・事件（労災の発生）」「休憩・休日の権利の侵害（労働時間の超過）」「ハラスメントと虐待」と特定しました。※一方で現代奴隷や人身取引と関連の深い「強制労働」「児童労働」については、他の分野と比較し人権リスクは低いと評価されました。

当社は各人権分野において、リスクの状況とすでに導入済みの予防・是正措置の状況を精査したうえで、自社の課題を分析しつつ対応策を講じ、リスクの優先度に応じて対応していきます。

※順不同

## ●生活賃金

資生堂は社員に対して、賃金が社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。国内資生堂グループの労働組合員においては毎年の労使交渉の際に日本の生活賃金および業界給与水準と比較し、非組合員においては採用募集時に同様の比較を行います。これらの比較評価が生活賃金への配慮として機能しています。また、国内資生堂グループにおいて子どもを扶養する社員に対しては、ベース給与に追加して、子どもの育児や教育を賄うための手当を毎月支給しています（カフェテリア制度の育児・教育費用補助）。

## ●サプライチェーン全体でのリスク把握

資生堂は、製品の原材料および間接材（販促物）を世界各国のさまざまなサプライヤーから調達しています。現在、約900社のサプライヤーと直接取引をしています。私たちは、持続可能なサプライチェーンの構築と責任ある調達の実現を目指し、「資生堂グループ サプライヤー行動基準」への同意が得られたサプライヤーとのみ購買契約を締結しています。その遵守状況を確認するために、サプライヤーに対して、Sedex（サプライヤーエシカル情報共有プラットフォーム）や、EcoVadisといった第三者機関の提供するツールや、2019年に改訂した資生堂独自の自己評価アンケート（SAQ）を用いて、サプライヤー評価を実施しています。

当社が人権について高リスクと判断した原材料（パーム油、マイカ）については、国際的なイニシアティブへ参画することで対応を強化しています。持続可能なパーム油の調達のために、当社は2010年からRSPO<sup>※1</sup>（持続可能なパーム油のための円卓会議）に加盟し、原産地の環境保全と人権に配慮したRSPO認証原料の調達によりリスク低減を図っています。また、持続可能な鉱物マイカの調達のために、当社は2017年から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RMI<sup>※2</sup>に加盟しました。今後はこれらの原材料についてサプライチェーンのトレーサビリティ・透明性向上を目指します。

※1：RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil

※2：RMI: Responsible Mica Initiative

## ●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。人権専門家との対話では、人権デューデリジェンスの進め方について助言を得て、当社の活動に反映しています。

## ●サプライヤー向けの通報・相談窓口

当社は2013年から、サプライヤー向けに書面、Eメールでの通報・相談窓口「ビジネスパートナーホットライン」を設置することで、お取引先からご意見やご相談を受け付けています。

## ●社員向けの通報・相談窓口

社員の人権や労働に関する諸問題について、相談・通報を受けるための相談窓口<sup>※</sup>を設置しています。

※ 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」、役員に関連した通報を受け付ける「監査役への通報メール」を設置。

## ●社員への人権教育研修

人権課題は多岐にわたるため、人事部・リスクマネジメント部・社会価値創造本部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。「資生堂グループ倫理行動基準」やそれに関連する方針やルールについて、階層別や職種別に定期的な研修教育を行い、社員の人権に対する理解を深め、人権リスク軽減に努めています。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、新入社員を対象とした研修会などを原則として毎年1回開催しています。

## 国内資生堂グループの社員

日本の事業所では各部に人権啓発推進委員会をおき、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ます。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差別や偏見の解消に向けた啓発を行っています。

# サステナブルで責任ある調達の推進

資生堂は、有限な自然資源を活用し事業活動を展開しています。そのため、環境保全や生物多様性の観点から資源の使用量削減や再利用など、サプライチェーンにおける持続可能な原材料調達に責任をもって取り組むことが重要と考えています。また、人権侵害などの問題の対応を強化する必要があり、この解決には、自社だけでなくサプライヤーとの協働が不可欠です。

2020年に、資生堂は森林保全や人権の観点から対応が求められている原材料(パーム油・紙)の中期目標を開示しました。サプライヤーアセスメントプログラムをグローバルに展開し、課題解決に向けてさまざまな取り組みを進めています。

## 持続可能な原材料の調達

製品の原材料の生産地では、乱開発による環境破壊や、そこで働く人たちの人権問題などが懸念事項になっています。特にパーム油や紙は生物多様性への影響が重大なため、企業の積極的な対応が求められています。2020年、資生堂はパーム油・紙について中期的な目標を開示し、持続可能な原材料への切替えを進めています。マイカに関しては、自社での調達方針を明確にし、他企業と協働した生産地でのサポート体制の構築などを通じて、生産地域の問題解決に向けた取り組みを強化しています。

## 生物多様性

私たちの生活や産業の基盤となっている「生態系サービス」は、食糧生産や水源涵養、観光資源として経済を支えているだけでなく、「生理活性物質の探索」や「バイオミミクリー」など新たなイノベーションへの活用としても期待されています。

資生堂の事業は、地球の恵みと豊かな生物多様性に支えられています。自然から得た原材料から化粧品をつくり、使用後の成分が無害な形で再び自然に還る「循環」を前提としたビジネスを理想と考えています。

それには、従来から大切にしてきた「品質」「安全性」「効果」という価値に加えて、世界各地に拡大するサプライチェーンにおいて課題を見渡す力と、未来へ向けて環境変化を予測する視野を合わせもつことが、「持続可能性：サステナビリティ」という新しい価値の確立に重要なことと認識しています。

生物多様性の宝庫である熱帯雨林が木材パルプやパーム油の生産によって破壊されることを止め、貴重な「生態系サービス」を後世に残すとともに、熱帯雨林に蓄積された炭素が大気中に放出されることを抑制し気候変動を緩和すること、それはサステナブルな未来と資生堂の持続的な成長にとっての必要条件であると信じています。

## パーム油

パーム油はその汎用性の高さから、食品から化粧品までさまざまな製品に使用されています。年々使用量が増え、特にアジアにおける熱帯雨林破壊の最大の要因のひとつとされています。パーム油は、森林保全や生物多様性という環境課題だけでなく開発に伴う人権問題も発生しており、持続可能な責任ある調達が求められています。

資生堂は、この取り組みの一環として2010年に国際的な非営利団体であるRSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) ※1に加盟しました。2018年からはパーム由来原料の100%に相当するRSPO クレジット購入を開始し※2、2020年には「2026年までに100%サステナブルなパーム油の調達を達成」という中長期的な目標を開示しました。物理的な認証パーム油への切替え（マスバランス方式以上）を行うため、資生堂グローバル本社と地域事業本社の主要部門が連携し、対象原料をリストアップし、2026年までのロードマップ、切替え・トラッキングするスキームを策定しました。



実際の切替えにあたっては、パーム油配合の原料ごとに、対象サプライヤーと協働し認証品への切替え可否の確認を行い、切替え可能時期を設定しました。さらに、パーム油配合率の高い原料から、RSPOの物理的なサプライチェーンモデルによる認証原料への切替えを実施しました。また、物理的なサプライチェーンモデルの認証原料を取り扱うため、全社工場でのRSPOサプライチェーン認証（SCCS）の取得を進めました。2019年12月より稼働した那須工場では2021年に認証を取得し、SCCS取得工場は合わせて11工場となりました。認証パーム油を取り扱うサプライヤーも同様の条件が必要なため、サプライヤーにおける認証取得への理解促進と依頼は完了しています。

他企業との課題解決に向けた協働・取り組み強化のため、食品・消費財メーカーや小売業者が加盟する国際的な業界団体CGF (The Consumer Goods Forum) の日本のパーム油ワーキンググループに参画し、2019年にはJaSPON (Japan Sustainable Palm Oil Network) ※3に加盟しています。これらの継続的な活動を通して、日本市場における持続可能なパーム油の調達と消費の促進に寄与し、パーム油に関わる環境問題や社会課題の解決に貢献していきます。

※1：RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）

※2：2020年パーム油調達量：8,334t（100%ブック&クレーム方式による認証油）

※3：JaSPON（持続可能なパーム油ネットワーク）

## 紙

資生堂は、資源の持続可能な利用と海洋プラスチックゴミ問題の解決を目的として、化粧品の容器包装へのシングルユースプラスチックの使用を可能な限り削減するため、2次包装の紙化を積極的に進めています。2020年に調達した化粧品カートンのうち、およそ90%を紙製にしました。

また、資生堂はカートンだけでなく能書や製品容器包装に使用される紙について、2023年までに100%サステナブルな紙を使用することを目指しています。2020年は、環境対応を図りながら高いデザイン性を追求した原紙を開発するなど、環境対応紙への切替えを推進し、64%（重量ベース）を持続可能な紙※に切り替えました。化粧品には、環境配慮だけではなく美しいデザインや重量に耐えうる強度などさまざまな特性が求められます。製紙メーカーとの協働により、こうした優れた特性や新しい機能の紙製容器包装のイノベーションにも取り組んでいます。販売台やハンディバッグ、リーフレットなどの紙器類の販促物、オフィスにおけるコピー用紙についても、持続可能な紙への切替えを推進しています。



FSC-認証のある「エリクシール」の外箱

## マイカ

マイカは、美しい光反射や耐熱性から、美容関連産業だけではなく幅広い産業で使用されています。資生堂は、2017年5月にRMI（Responsible Mica Initiative）に加盟しました。RMIは、数多くの参加企業およびNGOなどと協力し、2022年までにインド産マイカの採掘現場から児童労働や強制労働を撲滅し、持続可能なマイカ生産の確立を目標に掲げています。



2020年は、NGOやインド政府などと連携し、80の村の1,166世帯に対して農業・畜産などの代替的な生計手段を通じた収入源の改善や、学校に通えない子どもたちのうち44%以上の定期的通学の実現、栄養失調児のうち50%以上の子どもたちが適切な栄養を摂れるように支援しました。資生堂は、RMIのトレーサビリティとワークプレイススタンダードの2つの活動グループに参加し、インドにおけるマイカサプライチェーンのトレーサビリティ向上、児童労働を含めた労働環境の改善を目指した活動を支援しています。

## ステークホルダーとの対話

サステナブルで責任ある調達や、事業活動全体での人権尊重のために、資生堂はさまざまなステークホルダーと環境・社会の課題について対話し、情報共有や解決に努めています。

### ●NGO・NPOやパームヤシ小規模農家との協働

パーム油調達における人権問題を把握するために、2019年には経済人コー円卓会議日本委員会がインドネシアで主催した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や小規模パームヤシ農家との対話を通じて、パーム油生産に関わる人権リスクや人権侵害、労働問題について理解を深めました。人権尊重の責任を果たす企業として、さまざまなステークホルダーとの対話をもとにエシカルなサプライチェーンの構築に努めていきます。

### ●人権専門家との協働

2019年10月、ワールド・ベンチマーキング・アライアンス（WBA）／企業人権ベンチマーク（CHRB）、大手調査会社のVerisk Maplecroft、そしてビジネスと人権とサプライチェーンに関するインドの専門家（Rishi Sher Singh氏）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いただきました。こうした助言とSAQなどによる調査結果をサプライチェーンを通じた今後の取り組みに活かしていきます。

## 長崎県での植林活動

五島列島の耕作放棄地において、サステナブルで責任ある原料調達と社員の教育啓発を目的として、地域住民の協力のもと椿の保全・育成を行いました。9年間(2011 - 2019年)で352名の資生堂社員がこの活動に参加し、738本（0.194ヘクタール）のヤブツバキの苗を植樹しました。



## フランスの工場でのミツバチ保護活動

多くの作物が受粉をミツバチに頼っていますが、欧州ではミツバチの減少が懸念されています。そこで、フランスのバル・ド・ロワール工場およびジアン工場では、ミツバチの保護※と地域の生態系の保全をサステナビリティ計画に盛り込んでいます。ミツバチの巣箱を設置するとともに、工場敷地内での農薬の使用を禁止しました。設置したミツバチの巣箱からは、1年間で約125kgのハチミツが生産されました。



※ 参考

- ・一つの巣箱には冬に約15,000匹、夏に約50,000～80,000匹のミツバチが営巣している
- ・毎年600瓶のハチミツを社員に配布している

## 責任ある調達

### エシカルなサプライチェーンの方針・活動

企業が持続的に発展していくためには、経済価値だけでなく社会価値の観点からも社会に貢献していかなければならない、と資生堂は考えています。すべての事業におけるサステナブル持続可能な原材料調達を通じて、人権の尊重と環境の保全に取り組むことは私たちの務めです。

エシカルなサプライチェーンを実現するために、「資生堂グループ サプライヤー行動基準」、「資生堂グループ調達方針」、「資生堂グループ持続可能な原材料調達ガイドライン」を遵守し、また定期的にサプライヤー評価や監査によるモニタリングを行い、サステナブル持続可能な原材料調達を推進してきました。

さらに、ステークホルダーとの課題の共有・解決に努めるとともに、国際的な人権の専門家や原材料産地で働く方々との対話を図り、専門的な知見に基づいた責任ある調達の活動に取り組んでいます。

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サステナブルな世界の実現に取り組むことが強く求められています。そのため、資生堂では調達に関する基準と方針などを定めています。

#### 資生堂グループ サプライヤー行動基準

国連グローバル・コンパクトに参加したことを契機として、2006年に「資生堂グループ サプライヤー行動基準」を策定しました。この行動基準は、人権、法令遵守、労働慣行、知的財産の保護、機密の保持、環境保全、公正な取引に関する規範を明文化したもので、私たちと取引のあるすべてのサプライヤーに対して遵守を求めています。

サプライヤーと協同して持続可能な調達を実現するべく、定期的に調査・監査を通じたモニタリングを実施しています。サプライヤー行動基準に違反していることが判明した場合には、是正要請、是正指導、支援を実施していません。

#### 資生堂グループ 調達方針

私たちは、お客さまに満足いただける安全で優れた製品を提供するために、すべてのサプライヤーを尊重し、社会・環境面に配慮した持続可能な調達の実現を調達方針として掲げています。コストや品質といった経済価値に紐づく項目に加えて、公正な取引、法令順守、異なる文化や価値観の尊重、人権尊重、環境配慮といった社会価値の共創に向けた方針を宣言しています。

#### 資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン

原産国において環境・人権問題が深刻化している可能性が高いと判断した原材料については、問題への不関与を第三者認証された原材料への切り替えや、国際的なイニシアティブへの参加による問題解決を進めています。そのなかでも近年、森林破壊や労働問題が強く指摘されたパーム油由来原料と紙について問題解決に向けた目標と手段を明確化し、持続可能な調達を実現するためのガイドラインを策定しています。

## 当社取扱品目とサプライヤーの概況

### 当社取扱品目

取扱品目は当社製品（化粧品、パーソナルケア製品、医薬事業）に関するパッケージ・化粧用具（樹脂、ガラス、紙、金属などの素材および加工品）、原材料、香料などの生産用材、販売支援ツール（POP類、プレミアムなど）およびOEM調達品、生産委託です。

### サプライヤー概況

資生堂は「資生堂グループ 調達方針」にある「よきパートナーシップの構築」、「公正な購買取引」、「契約の履行」、「責任ある調達の推進」、「多様な価値観の尊重」という理念に基づき、世界各国・地域のサプライヤー900社以上※1、2と取引を行っています。

※1：同一グループ会社は1社とカウント（1次サプライヤーのみ）

※2：カテゴリ間で重複する場合は、1社とカウント

### 地域・カテゴリ別サプライヤー分布

#### サプライヤー製品カテゴリ別内訳

■ 材料/OEM ■ 原香料 ■ その他※3



※3：販売ツールサプライヤーおよび生産委託サプライヤーの合計。販売ツールについてはグローバル本社のサプライヤーのみが含まれる

#### サプライヤー所在地域別内訳

■ 日本 ■ 米国 ■ 欧州 ■ 中国 ■ アジア



## クリティカルサプライヤー

### クリティカルサプライヤーの特定

資生堂では、毎年1回下記の通りクリティカルサプライヤーを特定しています。

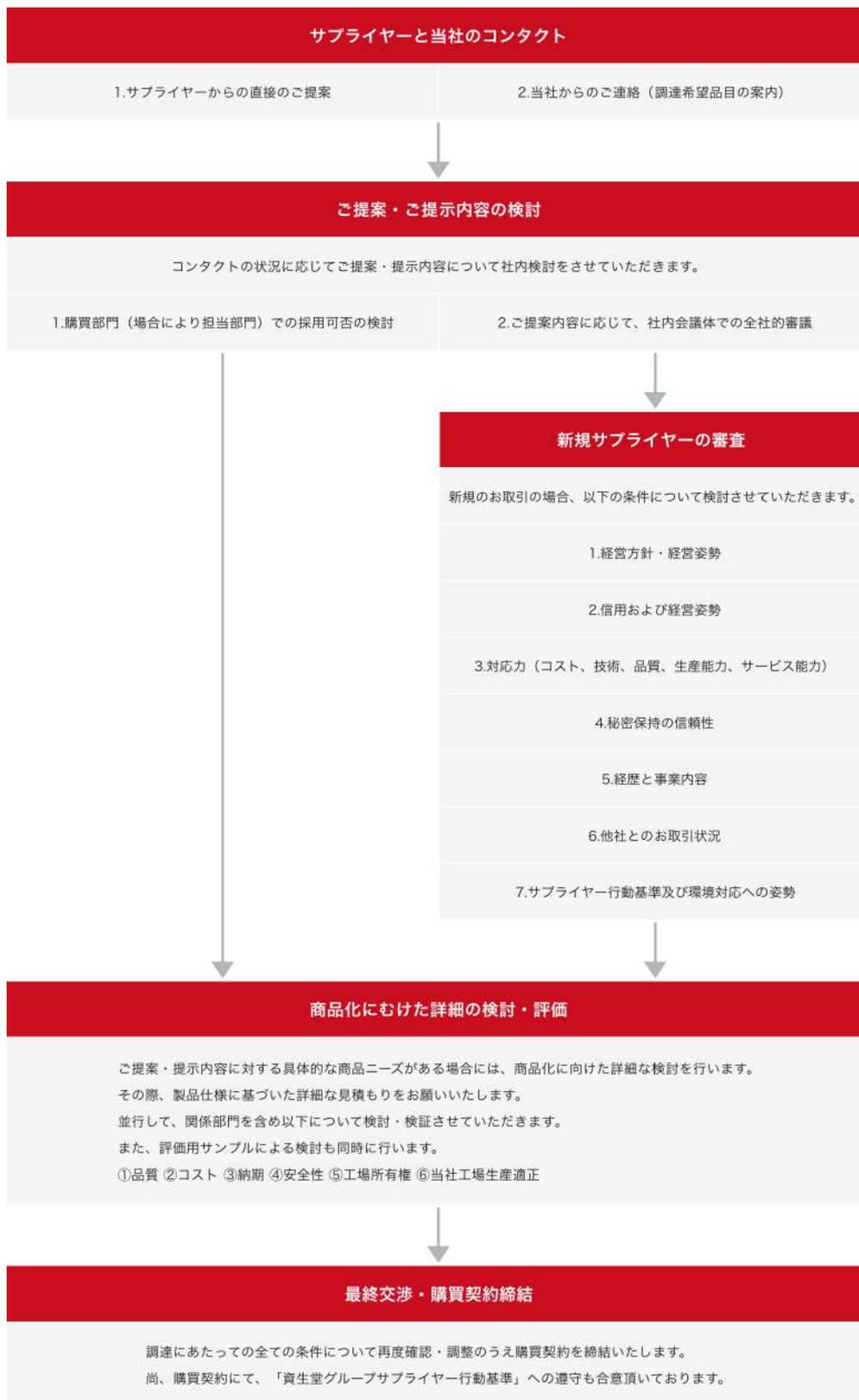


### クリティカルサプライヤー数

	サプライヤー数
1次※	250社
1次以外	31社
合計	281社

※ 全リージョン購買部と取引のあるサプライヤーと生産委託サプライヤーの合計

## お取引までの流れ



## サプライヤーアセスメント

資生堂は、持続可能なサプライチェーンの構築と責任ある調達の実現を目指し、サプライヤーアセスメントを毎年行っています。ハイリスクサプライヤーの排除を目標とし、特にクリティカルサプライヤーのアセスメントを優先して実施しています。

資生堂では、新規取引先の場合、まず信用度調査、経営方針・姿勢ならびに機密保持の信憑性などの確認を行い、「資生堂グループ サプライヤー行動基準」への同意が得られたサプライヤーとのみ購買契約を締結しています。

取引開始後は、Sedex※1/EcoVadis/資生堂SAQ※2のいずれかの評価法で※3で、年に1回評価を実施し、サプライヤーのサステナビリティに対する取り組み状況やリスクを把握しています。

これらの評価結果をふまえ、サプライヤーをリスクの程度に応じてローリスク、ミドルリスク、ハイリスク、評価不能の4つに分類し、ハイリスクに分類されたサプライヤーについては、フィードバックを通じた問題の是正要請を行っています。

また、アセスメントの結果やサプライヤーの重要性などをふまえ対象を選定し、第三者機関による監査や当社社員による訪問も実施しています。なお、回答不足や未回答により評価ができない場合、再回答の依頼や、回答の要請を行うなどの対応を実施しています。

※1：2017年8月加入

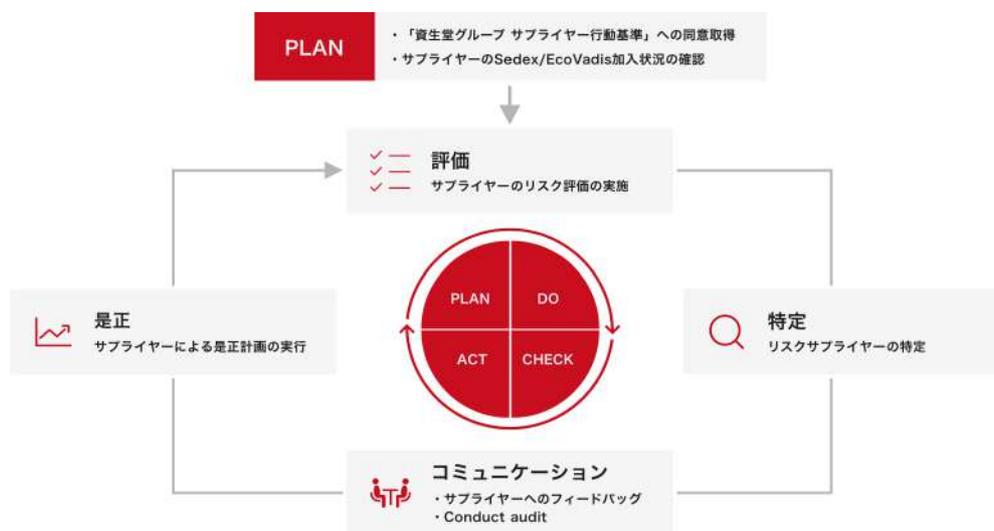
※2：Self-Assessment Questionnaire

※3：Sedex、EcoVadisのいずれにも加入していないサプライヤーについては、資生堂SAQを実施

## サプライヤー監査について

資生堂では、サプライヤーアセスメントの結果やサプライヤーの重要性、取引の状況などを考慮して監査の対象を選出し、第三者機関による監査を実施しています。まず、対象となったお取引先には監査の目的や対象を説明し、監査に必要な書類の準備を依頼しています。監査の当日は、現場視察に加え、労働者インタビュー、必要書類の検証が行われます。監査により発見された課題については、是正計画書の策定を依頼し、その後、計画書に沿って課題が是正されているか確認を行っています。

## 資生堂のサプライヤーアセスメントフロー



## サプライヤーアセスメント実績

2018年度までは、グローバル本社が取引を行う生産用材、販売ツール、OEM調達品サプライヤーに対し、評価を実施しました。2019年度には、地域を拡大し、欧州地域本社が取引を行うサプライヤーに対しても評価を開始しました。

2020年度はアセスメントの範囲をさらに拡大し、調達カテゴリでは、生産用材、販売ツール※1、OEM調達品、生産委託を扱うサプライヤーを評価、地域についてはグローバルスコープで評価を行いました。また、対象スコープの拡大に伴い、KPIや目標を再設定しました。

※1：販売ツールを取り扱うサプライヤーについては、グローバル本社、中国地域本社、欧州地域本社が取引を行うサプライヤーを評価しました。ただし、欧州地域本社については一部のサプライヤーのみが評価の対象となっています

1次サプライヤーについては、791社※2に対し評価を行い、アセスメント比率は94%でした。また、2次クリティカルサプライヤーについては15社を評価しました。

※2：同じグループの会社は1社としてカウント

(KPI1) サプライヤーアセスメント比率（一次サプライヤー、数ベース）

	2018	2019	2020	2021 (目標)	2023 (目標)
サプライヤーアセスメント 比率（アセスメント社数） ※	89% (229)	72% (356)	94% (791)	70%	80%

※ アセスメント対象に対する比率

(KPI2) クリティカルサプライヤーのアセスメント比率（一次サプライヤー、数ベース）

	2019	2020	2021 (目標)	2023 (目標)
クリティカルサプライヤーアセスメント 比率 (%)（アセスメント社数）	77% (131)	96% (239)	100%	100%

リスクの特定とリスク低減に向けた取り組みについて

2020年度、ハイリスクサプライヤーは132社となりました。特定された主なリスクは、避難訓練の未実施、労働安全衛生委員会による巡回の未実施、社内規定の欠如などで、すべてのハイリスクサプライヤーに対して訪問やオンライン※で課題を説明し、是正を要請しました。具体的な是正措置としては、職場の安全衛生巡回の定期的な実施、サステナビリティ部門の設置や社内規定の整備などがあり、アセスメントの結果を通じて課題が是正されていることを確認しました。

また、リスクが高いクリティカルサプライヤーを中心に22社は監査を実施しました。監査を通じて、機械の定期点検や化学物質の管理に関する課題などを確認し、サプライヤーに対しては、定められた期間内に課題を是正するよう依頼しました。

フィードバック、監査を通じて是正を要請した結果、12カ月以内に30社が是正を行い、ハイリスクからミドルリスク以下にリスクレベルが下がり、改善が確認できました。なお、2次クリティカルサプライヤーについては、15社をアセスメントしましたが、ハイリスクサプライヤーは存在しませんでした。

※ コロナウイルスの拡大に伴い、優先的にオンライン面談を実施しました

2020年度ハイリスクサプライヤーへの対応

ハイリスクサプライヤー	132社
フィードバックを実施したサプライヤー	132社
監査を実施したサプライヤー	6社
是正措置プランを実施したハイリスクサプライヤー	31社
監査・フィードバックにより評価が改善したハイリスクサプライヤー	30社

	ハイリスク	ミドル・ローリスク
クリティカルサプライヤー	2	15
非クリティカルサプライヤー	4	1
合計	6	16

## サプライヤーとのパートナーシップ

### 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じていくためにも、調達に対する考え方について、サプライヤー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。従って、購買方針について周知を図ることを目的に、グローバル本社、中国地域本社における調達部門において、毎年1回、サプライヤーとの「購買活動方針説明会」を開催しています。グローバル本社の調達活動部門では、原香料、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、サプライヤーからの質問事項、要望に応える場として活用しています。



グローバル本社では、2019年度は209社のサプライヤーにご参加いただきました。中国地域本社では89社のサプライヤーにご参加いただくことになり、志を同じくするすべてのサプライヤーを尊重し、お互いの持続可能な発展に努めています。

### 「Shiseido Suppliers' Award」の開催

資生堂は、購買方針に対し高いパフォーマンスを発揮していただいたサプライヤーを招待し、毎年「Shiseido Suppliers' Award」を開催しています。2019年度は、横浜・みなとみらいに4月にオープンしたばかりの「S/PARK（エスパーク）」にて開催し、43社にご参加いただきました。また、QCDEST視点で特に評価が高かったサプライヤーを表彰し、2019年度は5社を表彰しました。サプライヤーに感謝の意をお伝えし、資生堂の未来を共有すると同時に、パートナーシップ強化に努めています。



## グローバルでの購買連携とバイヤー向け教育

### グローバルでの購買連携

資生堂はグローバル各拠点の購買責任者が一堂に会する

「SIPM(Shiseido International Procurement Meeting)」を毎年開催しています。目先の課題共有だけでなく、中長期的な目標を共有し、グローバルでの購買戦略を討議しています。また、この場を通して、サステナビリティ活動のグローバルへの浸透も進めています。



### バイヤー向け教育

会社全体で責任ある調達を実行するため、資生堂では購買部門の社員を対象に、さまざまな研修を積極的に行っています。



サステナビリティと持続可能な調達に関する教育（2019年12月）

### 購買部門における教育実績

日時	教育テーマ	参加対象
2019年9月	責任ある調達とサプライヤーアセスメントプログラム (社内セミナー)	欧州地域本社 バイヤー
2019年10月	ビジネスとヒューマンライツに関する国際会議 (経済人コー円卓会議日本委員会)	グローバル本社 サステナビリティ担当者
2019年11月	サプライチェーン労働・人権監査研修 (外部コンサルタント及びNPO)	グローバル本社 カテゴリ責任者、 サステナビリティ担当者
2019年12月	RSPO及びパーム油に関するセミナー (外部講師)	グローバル本社 原香料購買のバイヤー
2019年12月	サステナビリティと持続可能な調達 (外部講師)	グローバル本社 サプライヤーマネジメントに関わるバイヤー
2020年5月、10月	サステナビリティにおける課題と機会に関する社内勉強会	欧州地域本社 購買部門
2020年11月	RSPOの概要・RSPO認証品の調達に向けた社内勉強会	グローバル本社 パーム油の調達に関わる バイヤー
2020年12月	責任ある調達に関連した動向、 サプライヤーアセスメントに関する意見交換会 (外部講師)	グローバル本社・中国 地域本社 サプライヤーアセスメントに関わるバイヤー

(KPI) 購買部門のESG教育受講率 (部門教育)

	2019	2020	2022 (目標)
購買部門社員ESG教育受講率	85%	86%	90%

## サプライヤー向けの通報・相談窓口

近年、人権問題やコンプライアンス違反などへの適切な対応が重要視されていますが、資生堂では、2013年よりサプライヤー向けに書面やeメールによる通報・相談窓口「ビジネスパートナーホットライン」を設置しています。2020年は、コンプライアンス違反に相当する案件はありませんでした。

## CDPサプライヤーエンゲージメント表彰

資生堂は、国際的な環境NGOのCDPから、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量の管理やリスク低減に向けた取り組みが高く評価され、2020年の「サプライヤーエンゲージメント評価」において、最高評価である「リーダーボード」に選出されました。今後も、サプライヤーとの協働を通じて環境負荷軽減活動を積極的に推進していきます。



## 英国現代奴隷法への対応

2015年3月に制定された英国現代奴隷法に基づき、「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。

# 2020 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 ＜日本語版＞

以下の声明は、2020 年 12 月 31 日の決算日に対応した 2020 年度の報告である。これは、前年度の声明に基づき、2020 年度の実施内容、2021 年度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、2015 年英国で施行された英国現代奴隷法（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、自らの事業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

1872 年に日本で創業した資生堂は、スキンケア、メイクアップ、フレグランスなどの「化粧品」を中心とした事業展開を行いながら、そのほか「レストラン事業」「教育・保育事業」など幅広く展開している。化粧品にとどまらず、世界中のお客さまの生活に新しい価値を創造し、資生堂にしかできない「ビューティーイノベーション」で社会に貢献したいと考えている。現在では、世界約 120 の国と地域で事業を展開、2020 年度は、連結売上 9,209 億円、従業員 約 48,000 名を有している。

事業概要: <https://corp.shiseido.com/jp/company/business/>

Key Figures: <https://corp.shiseido.com/jp/company/glance/>

資生堂は、英国に所在する子会社は、Shiseido UK Limited がある。

## 3. サプライチェーンの概要

資生堂は、グローバル本社と各地域が連携して、購買、生産(工場)、物流に取り組んでいる。資生堂は、「資生堂グループ 調達方針」にある「よきパートナーシップの構築」、「公正な購買取引」、「グローバルな調達に向けて」、「契約の履行」という理念に基づき、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。このうち直接取引を行っている 1 次サプライヤーは 900 社以上あり、1 次サプライヤーは「資生堂グループ サプライヤー行動基準」の遵守に合意しており、2 次以降のサプライヤーにも協力を要請している。

#### 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、自らの事業におけるサプライチェーンにおいて、いかなる奴隷労働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直接契約を締結して取引を行う 1 次サプライヤーをはじめ 2 次以降のサプライヤーに対しても協力を要請している。これらの方針は、グローバル本社である当社の人権を担当する部門が起案し、当社の取締役会で承認される。人権デューデリジェンスおよびリスクアセスメントを含めた人権方針の推進における責任は、当社の Chief Social Value Creation Officer、Chief Supply Network Officer と Chief People Officer が担う。

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」

資生堂は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、奴隷労働（児童労働、強制労働等）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ように、「資生堂グループ人権方針」を新たに整備し、2017 年度、取締役会の決議により決定した。本方針は資生堂およびサプライヤーをはじめとするビジネスパートナーに適用される。

<https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/human/pdf/policy01.pdf>

- 「資生堂グループ倫理行動基準」

資生堂グループ倫理行動基準は資生堂で働く一人ひとりがとるべき行動を定めたもの。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具体的な行動基準を定めている。人権侵害につながる児童労働、強制労働などは、With Society and the Earth にて、絶対に行わないことを明言している。

<https://corp.shiseido.com/jp/company/standards/>

- 「資生堂グループ サプライヤー行動基準」

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 2 次以降の協力事業者にも同基準の遵守を求めている。本内容には児童労働、強制労働、人身売買の禁止などを明記し、購買契約にも反映のうえ、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、連携を強めている。

<https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/pdf/partner.pdf>

- 「資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン」

主要原産国であるインドネシア、マレーシアにおける奴隷労働（強制労働、児童労働など）の問題が顕在化しているパーム油について、2026 年度までに認証制度を活用することで、100%持続可能な調達を推進している。

上記の方針に加えて、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。

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・コンパクトが共同で作成した女性のエンパワーメント原則(Women's Empowerment Principles)に署名している。

## 5. 人権デューデリジェンス

2020年度は、当社の活動が人権に及ぼす、また及ぼしうる影響を防止または軽減するため、以下のステップにより人権課題の抽出と評価を実施した。

### 1) 人権課題の抽出:

人権に関する国際規範や、非財務情報開示に関する基準、企業人権ベンチマークのCHRB(Corporate Human Rights Benchmark: CHRB)の内容等を参照し、考慮すべき人権課題を人権専門家のアドバイスを受けながらリスト化した。考慮すべき人権課題の中には、強制労働、児童労働など現代奴隷に関する課題に加えて、結社の自由、団体交渉権、差別など人権に関連する幅広い課題が含まれている。

### 2) 人権課題の評価:

抽出した人権課題を当社のステークホルダー(お客さま・取引先・社員・社会※)ごとに関連度合いを整理し、また、当社活動の状況を国内外の社内関係者へのヒアリングや資料閲覧によって確認した。また、潜在的な人権影響の発生可能性については社外資料も参考とした。上記によって確認した、国内外での潜在的・顕在的な人権影響の深刻度および発生可能性、またそれらに対し当社が実施している予防・是正措置の状況をもとに、各人権課題のリスクを評価した。

※女性、児童、先住民、移民労働者、派遣労働者なども含む

上記に加え、国内外の人権有識者やNGO・NPOとのダイアログ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る活動も継続している。

- 2017年度より継続し2020年度も、経済人コー円卓会議日本委員会が主催するステークホルダー・エンゲージメントプログラム(日本)(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、国内の人権有識者やNGO・NPOとの対話を通じて業界毎に重要な人権課題を特定した。化粧品業界を含めた消費財業界におけるサプライチェーン上に、児童労働、強制労働の可能性があることを確認した。この活動から、当社における奴隷労働(児童労働、強制労働等)その他の隷属状態の下での労働という人権リスクは、パーム油やマイカなどの原料原産地を含め、サプライチェーンの上流にあることを認識した。

## 6. リスクの評価と管理

資生堂は、以下の 3 つのアプローチによりサプライチェーン上の人権リスクを評価し、管理につなげていく。

### ■ アプローチ 1: 人権デューデリジェンスによるリスクの評価と管理

当社の活動が人権に及ぼす、また及ぼしうる影響を防止または軽減するため、「5. 人権デューデリジェンス」に記載したプロセスにより影響の特定と評価を実施した。その結果、当社のバリューチェーンにおいて人権リスクが比較的高いと想定される分野は「差別的行為・差別的表現」「コンプライアンスと公正な競争の阻害」「消費者の個人情報管理の不徹底・情報漏洩」「社員のプライバシーへの侵害」「サプライヤー管理の不徹底」「労働環境における事故・事件(労災の発生)」「休憩・休日の権利の侵害(労働時間の超過)」「ハラスメントと虐待」と特定された。※一方で、当社内では現代奴隷や人身取引と関連の深い「強制労働」「児童労働」については、他の分野と比較し人権リスクは低いと評価された。

当社は各人権分野において、リスクの状況とすでに導入済みの予防・是正措置の状況を精査した上で、自社の課題を分析しつつ対応策を講じ、リスクの優先度に応じて対応していく。

※順不同

### ■ アプローチ 2: サプライチェーンのリスク評価と管理

資生堂では、年に 1 回 Sedex/EcoVadis/ 自社 SAQ(Self-Assessment Questionnaire)を通じて、サプライヤーをサステナビリティ(人権、労働安全衛生、環境、ビジネス倫理)の観点から評価するとともに、「資生堂サプライヤー行動基準」の遵守状況を確認している。サプライヤーをリスクの程度に応じて「ローリスク、ミドルリスク、ハイリスク、回答不足による評価不能」の4種類に分類し、ハイリスクサプライヤーには、フィードバックを通じ是正要請、支援を行った。また、リスクの重大さやサプライヤーの重要性を踏まえ、当社社員による訪問や第三者監査も実施した。アセスメント・訪問・監査により発見されたリスクや課題は、是正計画書に基づき是正状況を確認し、ハイリスクサプライヤーの低減に努めている。

### ■ アプローチ 3: 人権リスクが高いと判断した原料への直接的アクション

上述の活動に加えて、現時点で資生堂は人権リスクが高いと判断した原料への直接的アクションとして、認証制度の適用や国際的なイニシアティブへの参加を進めた。

・原産国であるインドネシアとマレーシアにおいて、奴隷労働(児童労働、強制労働等)その他の隷属状態の下での労働の人権課題が発生しているパーム油に関しては、RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)に加盟し、原産地の環境保全と人権に配慮したRSPO 認証原料の調達によりリスク低減を図る。2017年2月に掛川工場でのRSPO サプライチェーン認証取得をはじめとし、日本の3工場(久喜工場、大阪工場、那須工場)、ベトナム工場、米国工

場、中国 2 工場、台湾工場、フランス 2 工場において認証取得を拡大し、RSPO マスバランス認証油の使用に向けた準備を進めた。加えて、2018 年よりブックアンドクレーム方式によりパーム油全量を認証油とした。

また、2020 年度は、特定されたパーム油配合原料毎に、対象サプライヤーとマスバランス認証品への切替可否の確認を行い、切替可能な場合は切替可能時期を設定した。まず、パーム油配合率の高い原料から、RSPO の物理的なサプライチェーンモデル(マスバランス以上)による認証原料へ 31 原料の切り替えを実施した。資生堂は 2026 年までに 100%マスバランス以上の認証油への切替を目標としている。

・インドにおける児童労働の課題が顕在化しているマイカに関しては、2017 年 5 月に責任ある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。RMI の活動の一つとして、80 の村の 1,166 世帯における収入を、農業、畜産などの代替的な生計手段を通じて改善した。また、学校に通っていない子供たちの 44%以上が定期的に通学出来るように、そして栄養失調児の 50%以上が適切な栄養を摂取できるよう改善した。資生堂は RMI のトレーサビリティとワークプレイススタンダードの 2 つの活動グループに参加し、インドにおけるマイカサプライチェーンのトレーサビリティ向上、児童労働を含めた奴隷労働の改善を目指した活動を支援した。

## 7. パフォーマンス測定

当社は、サプライチェーン上の奴隷労働(児童労働、強制労働等)その他の隷属状態の下での労働ならびに人身取引を排除することを目指し、1 次サプライヤーだけでなく 2 次以降も含めグローバルでトレーサビリティの確立を目指していく。2020 年度はアセスメントのスコープを拡大した。アセスメント結果を活用することにより、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リスクの状況と是正の要請を実施した。

### ■ サプライヤーアセスメント結果

2020 年度は、サプライヤーアセスメント対象地域をグローバルに拡大し、1 次サプライヤー計 791 社(2019 年 356 社)のリスクアセスメントを実施した。ハイリスクに分類されたサプライヤーは 132 社となり、特定された主なリスクは、避難訓練の未実施、労働安全委員会による巡回の未実施などだった。資生堂は、全てのハイリスクサプライヤーへ訪問またはオンラインで課題を説明し是正を要請した。また、リスクが高いクリティカルサプライヤーを中心に 22 社は監査を実施した。フィードバック、監査を通じて是正を要請した結果、12 か月以内に 30 社がハイリスクからミドルリスク以下にリスクレベルが下がり改善した。なお、2 次クリティカルサプライヤーについては 15 社をアセスメントし、ハイリスクに分類されたサプライヤーは該当なし

であった。

■ ビジネスパートナーホットラインの設置

人権問題やコンプライアンス違反などへの適切な対応が重要視されているが、資生堂では、2013 年よりサプライヤー向けに書面や E メールによる通報・相談窓口「ビジネスパートナーホットライン」を設置している。2020 年度はコンプライアンス違反に相当する案件はなかった。

## 8. 教育・研修

資生堂は、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。

■ 役員、部門長研修

株式会社資生堂および資生堂ジャパン株式会社のそれぞれの役員と部門長を対象として、2020 年度は 3 月に Executive integrity training を計画していたが、COVID-19 感染拡大のため中止した。

■ 日本国内グループ従業員

日本にある事業所においては、各部門に人権啓発推進委員を配置している。人事部がその委員を対象に研修を行い、各委員が所属部門で人権研修を行う仕組みとなっていたが、2020 年度は COVID-19 のリスク対応のため集合研修は行わず、「無意識・無自覚の差別」をしない、をテーマに e-ラーニングによる人権啓発研修を行った。受講者は 7,709 人であった。

■ サプライチェーン

2020 年 12 月、グローバル本社購買部門では外部講師を招いた部内教育を実施し、当該部門より 59 名が参加した。教育では持続可能な調達に関する社会動向や、人権・労働、安全衛生、環境、倫理において求められることなどサプライヤーアセスメントに関する意見交換を行った。なお、本研修には中国地域本社においてサプライヤーアセスメントに関わるバイヤーも参加した。次年度以降は、参加出来なかった部員に対してもフォローアップの研修を実施する予定である。

## 9. 今後の取り組み予定

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」の視点に基づき、自ら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ていく。

2021年度は、2020年度に実施した人権リスクアセスメント(影響の特定と評価)の結果から導き出された重点人権課題を中心に、予防・是正措置をさらに充実化するなど、顕在的・潜在的リスクの低減に向けて対応策を講じ、改善に向けた取り組みを進めていく。

また、人権リスクのあるパーム油については、トレーサビリティの向上も図れる RSPO マスバランス認証油の購入・使用を段階的に進めていく。

本声明は、当社の取締役会によって承認を得ており、代表取締役 社長 兼 CEO 魚谷雅彦が署名する。

2021年5月12日

株式会社資生堂

代表取締役 社長 兼 CEO

