

社会

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。

長引く新型コロナウイルス感染症の世界的なまん延は、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、社会やライフスタイルのみならず、働き方においても大きな変革を迫られました。

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」と称した現在のパーソナルビューティーパートナーの前身となる専門職を確立しました。1990年代から女性のライフイベントへの支援を実践し続けた結果、2000年頃にはほぼ100%の女性社員が育児休業から復職するに至るなど国内において先進的な取り組みを推進してきました。これまで女性の自己実現に尽力してきた経験や知見を発展させ、国際機関、民間企業、地方自治体、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きます。

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、化粧には人の心をいやし、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「資生堂 ライフクオリティ メイクアップ」に取り組んでいます。

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「資生堂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とした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。企業の人権への取り組みに対する関心が世界的に高まるなか、資生堂は社員を含む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。

人権尊重

社員に対する取り組み

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」は英国発祥のグローバルイニシアティブであり、日本では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として2019年5月に活動を開始しました。当社代表取締役 会長 CEO 魚谷雅彦が初代会長となり、また同年、TOPIX 100、TOPIX Mid 400に含まれる企業33社の会長・社長からなるコミュニティ「TOPIX社長会」を設立しました。

「TOPIX社長会」を通じて浮き彫りになった女性のキャリア成長を阻む3つの課題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の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。

「TOPIX社長会」は、これまでに5回開催しました。2021年は「執行役員・ライン部長（組織長）への女性登用」をテーマに、参加各社の事例を通じて活発な議論を展開しました。また、参加企業の実務責任者で構成されたプロジェクトマネジメントチーム（33社75名）では、企業横断でのプロジェクト体制を組み、特に若手女性社員のキャリア意識醸成とマミートラックの解消などライフイベント時における全社共通の課題解決に向けた具体的施策を推進しています。

3年間の取り組みにより、「TOPIX社長会」参加企業の役員に占める女性比率は日本平均を14.1ポイント上回り、事業責任者や工場長などこれまで女性が少なかったポストへの登用も進むなどジェンダーギャップの解消に向けて着実に前進しています。

資生堂は、女性活躍推進による同質性からの脱却と、そこから生まれるイノベーション創出に向け、日本企業の変革をリードしていきます。

※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）

「30% Club Japan」のサイトはこちら



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の推進に関する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として、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います。その他にも、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を通じて、地域社会に貢献しています。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名に向け、基本のメイクアップレクチャーの他、オンライン面接でのメイクアップポイントをアドバイスし、再出発に向かう女性をサポートしました。また、広島県が主催する子育て世代の再就職支援「職場体験プログラム」およびオンライン合同企業説明会においても、就職活動時のスキンケアやメイクアップなどの美容講座を開催。さらに女性活躍支援研修に参加、資生堂ジャパン株式会社広島オフィスの女性管理職が登壇し管理職へのステップアップに不安を抱く働く女性へエールを送りました。

2022年3月には、資生堂ジャパン株式会社は、山形市および社会問題に関する教育・研修事業などを展開する株式会社Ridilover（リディラバ）が包括連携協定を締結し推進する同市の女性活躍に向けた公民連携プロジェクト「まち、わたし、きらめく Women's Campus山形」に参画しました。

広島県庁との協定締結に関するリリースはこちら

山形市との合同記者会見に関するリリースはこちら



広島県副知事と資生堂ジャパン中四国支社支社長、中四国営業本部本部長との連携締結式



広島県との連携締結記念オンライン美容講座



山形市長、株式会社Ridilover代表取締役、資生堂ジャパン株式会社代表取締役社長CEOとの合同記者会見

子育て支援の取り組み

資生堂では、「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事業の中核とした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(2003年)」「カンガルーム掛川(2017年)」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）。さらに2021年には男性社員のための育休トレーニング「イクトレ」をスタートしました。カンガルーム汐留の保育スタッフによる体験型トレーニングを通して、参加者が育児に対して当事者意識を持ち、家族全員がチームとなって子育てしながらキャリアを築くことをサポートします。

社員への仕事と育児・介護の両立支援についてはこちら



事業所内保育施設「カンガールーム掛川」



カンガールーム汐留での「イクトレ」の様子

KODOMOLOGY株式会社のコーポレートサイトはこちら

自然科学分野の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は欧米と比べて約17.5%という低い水準にとどまっています。この現状を改善させるため、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、15回目となる2022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おり、これまで述べ149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。

2022年は第15回受賞者の授賞式、及び14回研究報告会を3年ぶりに資生堂グローバルイノベーションセンター（横浜）で開催しました。研究報告会では、マテリアルサイエンスや分子生物学などさまざまな研究の第一線で活躍する女性研究者9名が、前年の受賞研究の進展を報告し、異分野の研究者同士での意見交換を行いました。また、授賞式の前に感染予防対策を徹底しながら開催された懇親会では、研究内容やライフイベント時の悩みなどを共有し親睦を深めました。本グラントの受賞により築いたネットワークによって、次世代の自然科学をリードする女性研究者の活躍の支援につながることを期待しています。

資生堂女性研究者サイエンスグラントについてはこちら



資生堂女性研究者サイエンスグラント 授賞式

SCIENCE
GRANT
SHISEIDO FEMALE RESEARCHER



第15回資生堂女性研究者サイエンスグラント授賞式の様子

働く女性の「サードプレイス 企業対抗レディスゴルフトーナメント」への協賛

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」をコンセプトに開催しています。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8月に全国4カ所で予選会、12月に決勝大会を開催しました。2021年は90社232名。3年間通算で149社延べ716名の参加者が予防対策を図りながらネットワークを深め、明日への活力を得ています。

資生堂 企業対抗レディスゴルフトーナメントのサイトはこちら



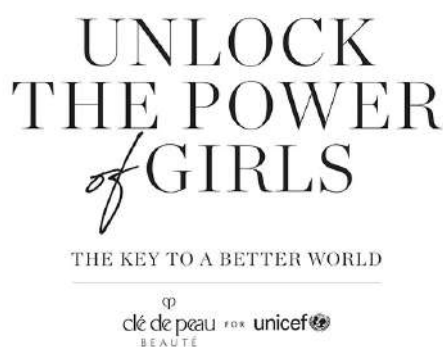
資生堂 企業対抗レディスゴルフトーナメント

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月にユニセフ(国連児童基金)とグローバルパートナーシップ締結を発表しました。3年間におよぶ本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、790万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きました※1。



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状況において、テクノロジーの重要性がますます高まり、STEM※2教育分野へのより大きな投資が求められています。世界中で新たな学習システムが再考されるなか、クレ・ド・ポー ボーテはユニセフとのパートナーシップを通じて少女たちのSTEM教育や将来に役立つスキルの習得を支援しています。具体的には、キルギス、バングラデシュ、ニジェールなどの国や地域における少女たちの教育とエンパワーメントを促進するユニセフのプログラムに寄付しています。

2021年9月には、支援先の1つであるキルギスのSTEMプロジェクトに参加する生徒、保護者、先生とブランドチームが「バーチャルツアー（オンライン視察）」を行いました。プロジェクト参加によって、STEM分野に進む女子生徒が増えただけでなく、周囲の女子生徒のSTEM教育に対する固定概念の解消にもつながっています。



キルギスとのバーチャルツアー
(オンライン視察)の様子

加えて、同年11月には、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」、12月には、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おいて、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。

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、2021年においても、店頭を中心に美容液「ル・セラム」を用いたキャンペーン※3をグローバルで展開しました。

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」※4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。第4回目のアワードでは、インドネシア、ジャカルタにおいてSTEM教育を通じた少女たちのエンパワーメントに取り組んでいるアマング・シマンジャンタックさんを選出しました（2022年3月発表）。アマング・シマンジャンタックさんは、非営利団体MARKODING※5のCEOであり共同創設者でもあります。団体は、イノベーションとテクノロジーを軸に、インドネシアの若者の就業と自立をエンパワーする目的で設立されました。

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」のグローバル売上から拠出されます。

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 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。

※3 「ル・セラム」を1本購入することにより、その売上の一部を少女たちの教育とエンパワーメントを促進するユニセフの活動へ寄付するCRM(Cause Related Marketing)キャンペーン。

※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。

※5 2022年「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」受賞者のアマング・シマンジャンタックがCEO/共同創設者を務めるMARKODINGは、イノベーションとテクノロジー（コーディング、UI/UXデザイン、商品開発など）を通してインドネシアの脆弱な立場に置かれている若者をエンパワーすることを目的に設立された非営利団体です。同団体は、2019年からユニセフ・インドネシア事務所とパートナーシップを組み、「Digital Innovation Challenge」プログラムを実施。青年期の若者を対象に、直面する課題を自ら解決できる人材を育成する目的で、21世紀型スキル、デジタルスキル、起業スキルなどを教えています。

[パワー・オブ・ラディアンス・アワードについてはこちら](#)

[ユニセフとのグローバルパートナーシップについてはこちら](#)

トラベルリテール地域本社 経済的に厳しい環境にいるカンボジアの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、カンボジアの経済的に厳しい環境にい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きました。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。2021年は78名の女性がトレーニングを受け、41名が就労の機会を得ました。

POWER of RADIANCE

clé de peau
BEAUTÉ



「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」
の2022年受賞者アマング・シマンジャンタックさん



美容トレーニングの様子



ビューティーサロンでの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。

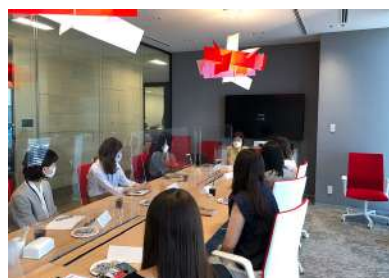
資生堂社内における女性活躍支援の取り組み

資生堂グループの80%以上が女性社員です。グループ社員のうち女性管理職はグローバルで58.3%を占めます※。また、取締役・監査役の女性比率は46.2%(2022年4月時点)、日本国内の女性管理職比率37.3%※となっています。女性のエンパワーメントがイノベーションを創出し、資生堂のさらなる成長と社員の自己実現につながると考え、2030年までに日本国内のあらゆる階層における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、1990年代初めから育児・介護休業法に先駆け、育児休業制度、育児による短時間勤務制度を導入するなど、長きにわたり、女性のライフイベントを支援するさまざまな制度や支援策を推進してきました。具体的には、事業所内保育所「カンガルーム汐留(2003年)」「カンガルーム掛川(2017年)」を開設し、いずれも近隣企業や近隣住民にも開放しています。また、2008年には育児による短時間勤務制度を利用する美容職社員の代替要員体制として「カンガールスタッフ制」を導入し、2021年は全国で1,606名の育児期の美容職社員の両立を1,090名のカンガールスタッフが支えています。このような取り組みの結果、国内資生堂グループにおける育児休業からの復職率は99.3%であり、高い水準を維持し続けています。

資生堂は女性リーダー育成塾「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN」を開催しており、2021年は48名の女性社員が参加しました。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。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。同プログラムの開始から5年経ち、受講した133名の女性社員のうち44%(59人)が昇格を遂げました。2021年からは同プログラムに女性役員と女性社員のメンタリングを組み込みました。女性役員との対話が、女性社員にとって自分らしいキャリア形成を考えるきっかけとなっています。あらゆる階層における女性リーダー比率を50%に引き上げるためには、女性シニアリーダーを強化しなければなりません。そこで部門・事業所の責任者を務める女性社員をメインターゲットとした新しいコース「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN advanced」を新設し、15名が受講しました。参加者は社長になったつもりで自社のビジョンを設定し、CEOと討議します。10日間かけてさまざまな場面における経営者の意思決定を自分事として考えることで、自身の判断基準を明確化し、重大な意思決定へのプレッシャーに対処するスキルにつながっています。

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」では、2020~2021年にセールス、生産、R&Dなどさまざまな領域の30代女性を中心に67名の社員が参加しました。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しました。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」、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る「資生堂ハイブリッドワークスタイル」を導入するなど、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。

また、2021年からはワークプレイスコンセプト「想像力の交差点」を掲げ、海外、国内を含めた事業拠点となるオフィスのリノベーションを行いました。オフィスでのワークスタイルについて、所属組織の枠を超え、新たなコミュニケーションによるイノベーションの可能性を引き出し、最大限の成果を出す働き方を目指すハード面からのアプローチです。



イノベーションの可能性を引き出す汐留オフィス11F新価値創造フロア

また、2022年5月には、これらの社内における女性活躍推進の取り組みが評価され、『日経WOMAN』（日経BP社）と日本経済新聞社グループの「日経ウーマノミクス・プロジェクト」が実施した「企業の女性活用度調査」において2022年度「女性が活躍する会社BEST100」の「総合ランキング1位」に選ばれました。当社の「総合ランキング1位」は、2016年以来4回目となります。2017年に女性リーダー育成塾「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN」を立ち上げ、育成強化を推進。女性管理職比率が37.3%まで向上するなど、女性活躍先進企業として高く評価されました。



日経WOMAN「女性が活躍する会社BEST100」2022表彰式に登壇する日経WOMAN発行人、資生堂代表取締役 常務、日経WOMAN編集長

※ 2022年1月1日時点

資生堂のダイバーシティ&インクルージョン(D&I)の取り組みはこちら

社会からの評価

資生堂のダイバーシティ&インクルージョンに取り組みは、さまざまな団体から表彰を受けました。

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。

女性が輝く
先進企業 2020

女性が輝く先進企業表彰2020受賞※1

NADE
SHI
KO
BRAND
2022

令和3年度 なでしこ銘柄 選定※2



2020 WCD Visionary Awards

2021 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

MSCI日本株女性活躍指数2021※3

- ※1 女性が輝く先進企業表彰 女性が活躍できる職場環境の整備を推進するため、役員・管理職への女性の登用に関する方針、取り組み及び実績並びにそれらの情報開示において顕著な功績があった企業を表彰するものです
- ※2 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ます
- ※3 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。当社は2017年新設当初から5年連続継続選定されています

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&インクルージョンへの理解を高め、自分事として自発的に改善をすす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。2022年は「文化を通じてジェンダー問題に気づこう」をグローバル横断アクションの共通テーマとして、社内イントラネットに各国・各地域で話題になっている女性の生き方やジェンダーをテーマとした内容の映画、本、アートなどの文化を紹介するジェンダーカルチャーリレーを展開しました。

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では、「ジェンダー平等」の啓発を目的に、国際女性デーをテーマに社員一人ひとりの取り組みを社内で宣言するキャンペーンを実施しました。ポートレートや動画の撮影なども呼びかけ、社員の一体化に努めました。また、資生堂のジェンダー平等推進の歴史などをニュースレターにして社員に共有しました。

トラベルリテール地域本社でも、国際女性デーにちなんでブランドのジェンダー平等への取り組みなどをニュースレターにして社内に配信。合わせて、グローバル横断アクションのジェンダーカルチャーリレーへの社員参加をコンテンツ形式で募集し、施策を盛り上げました。

米州地域本社では、国際女性デーをテーマにした社員一人ひとりのポートレート写真を社内イントラネットに掲載。社内の自主活動グループ「Women Empowering Women」主導で、社内の女性リーダーとのパネルディスカッションを行いました。

さらに、欧州地域本社では、日本の女性の生き方を描いた映画の社内上映会を実施。映画を通して、異なる地域の多様な女性の生き方を学びました。

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みます。



*International
Women's Day*

資生堂 国際女性デーロゴ



社内上映会の様子（フランス）

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

資生堂は、2000年から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）」の患者の方々への支援策として、日焼け止め製品の寄付や、研究員・パーソナルビューティーパートナーによるセミナーなどを行っています。

セミナーでは、XP患者の方々も屋外活動を楽しむことができるように、日焼け止めを使って効果的に肌を保護する方法を伝えています。2021年は、XPのお子さまを持つ保護者に対して日焼け止めブランド「アネッサ」より、紫外線や日焼け止めの基礎知識および正しい日焼け止めの使い方についての勉強会をオンラインで開催しました。また、2005年から資生堂社員の給与積み立てによる募金（資生堂カメラファンド）を用いたXP患者交流会の開催支援などにも取り組んでいます。



支援実績は「社会データ」をご覧ください。

活動の目的

資生堂は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位置づけています。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を礎に、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た社会課題の解決に貢献できると考え、継続的に取り組んでいます。

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患者の方々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QOL(クオリティー・オブ・ライフ=生活の質)向上を目指していきます。

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。



資生堂倫理行動基準

詳細は「資生堂倫理行動基準」をご覧ください。

資生堂人権方針

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、2022年6月に改訂しています。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用されません。

資生堂グループ サプライヤー行動基準

詳細は「サステナブルで責任ある調達の推進」をご覧ください。

資生堂グループ 調達方針

詳細は「サステナブルで責任ある調達の推進」をご覧ください。

資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン

詳細は「サステナブルで責任ある調達の推進」をご覧ください。

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「」（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（人事部門、リスクマネジメント部門、サステナビリティ部門、購買部門）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

人権を含めた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」を開催しています。

グループ全体のサステナビリティに関する戦略や方針、人権への対応など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についてモニタリングを行っています。出席者は代表取締役 社長 CEOを含む 経営戦略・R&D・サプライネットワーク・広報・サステナビリティ・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、それぞれの専門領域の視点から活発に議論しています。

サプライチェーン

サプライヤーにおける人権尊重は、購買部門を中心にリスクマネジメント部門・サステナビリティ部門が対応しています。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門の責任者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社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に取り組んでいます。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、社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」、取締役・エグゼクティブオフィサーに関する通報を受け付ける「監査役への通報メール」を設置。グローバル本社には海外事業所の社員からの通報を直接受け付ける「資生堂グループグローバルホットライン」の窓口を開設

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・ディリジェンス

ビジネスと人権に関する指導原則（UNGP：United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights）に基づき、EUを中心に各国で国別活動計画(NAP：National Action Plan)が策定されており、多くのNAPにおいて「人権デュー・ディリジェンス」に関する記載が含まれています。資生堂は、2020年人権デュー・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のための改善アクションを行っています。そして、実施や結果の開示を求める各国の規制にも遵守・対応しています。

人権デュー・ディリジェンスプロセスでは、まず人権リスクアセスメントを行い、すべてのステークホルダーに関わる人権リスクを評価、特定します。次に特定した人権リスクに対する負の影響の停止、防止、軽減に向けた改善活動を推進します。この活動の推進状況をチェックし、更なる人権リスク軽減に向けた活動を継続するとともに、進捗報告・開示を行います。



人権リスクアセスメント

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)の内容等を参照し、考慮すべき人権課題を抽出しました。この人権課題の中には、強制労働や児童労働などの現代奴隷に関する課題のみではなく、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・ディ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、サプライヤー社員、直接雇用・間接雇用を問わず社員、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を評価しました。

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

人権リスクの軽減活動

人権リスクアセスメントにより特定した8分野を課題や対応策に応じて6項目に整理・統合し、担当するエグゼクティブオフィサーを定め、2021年より人権に対する負の影響の停止、防止、軽減に向けた改善活動を実施しました。社員の人権は人事部門、リスクマネジメント部門が対応し、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、サプライヤーアセスメントプログラムの継続実施や調達方針の見直しを行いました。

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800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サプライチェーン全体におけるリスクを可能な限り排除することを目指し、資生堂はサプライヤーアセスメントプログラムの実施を進めています。2022年以降は改定した調達方針に基づき、サステナビリティ観点の評価の高い取引先とのビジネス機会を増やしていきます。また、直接取引のある取引先だけでなく、2次取引以降のお取引先のリスクも確認を行います。

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※¹（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※²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。詳細は「サステナブルで責任ある調達の推進」をご覧ください。

※1：RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil

※2：RMI: Responsible Mica Initiative

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）。

株式会社資生堂・資生堂ジャパン株式会社の社員においては、日本労働組合総連合会が発行する2021 連合リビングウェイジ報告書と比較して基本的な給与が生活賃金を上回る設計となっていることを2022年にセルフアセスメントにて確認しています。

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、資生堂はさまざま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・ディ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。

2021年は以下のようなテーマで14の人権団体・有識者との対話を行いました。

- ・ サプライチェーン上の強制労働・人身売買
- ・ 広告・マーケティングにおける子どもの人権
- ・ LGBTの人権
- ・ 生活賃金

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、通報・相談を受けるための窓口を設置しています。

グローバルでは、その国や地域の法律、社内諸規程、「資生堂倫理行動基準」や倫理に反する言動、または反する懸念のある言動について社員からの通報・相談に対応する窓口を各地域の事業所に設置しています。また、グローバル本社には海外事業所の社員からの通報を直接受け付ける「資生堂グループグローバルホットライン」の窓口を開設しています。特に、取締役・エグゼクティブオフィサーに関する通報に関しては、「監査役への通報メール」を設置し、国内外から該当する通報を受け付けています。

日本国内では、社員の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」、および、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」を設置しています。

上記の各窓口については、公正な調査解決ルート、通報者・相談者の不利益扱いの禁止や通報・相談内容の秘密保持を明示した規程を整備し、相談受付方法などとあわせて、相談窓口のデジタルリーフレットの配布や掲示、イントラネット等で社員に周知しています。

社員への人権教育研修

人権課題は多岐にわたるため、人事部門・リスクマネジメント部門・サステナビリティ部門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。本社エグゼクティブオフィサー・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、さらにサーキュラーエコノミーに対応した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サステナブル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、人権侵害などの課題に対しても、自社だけでなくサプライヤーとの協働が不可欠です。

サステナブルな原材料の調達

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も重大なため、企業の積極的な対応が求められています。2020年に資生堂はパーム油と紙について中長期的な目標を開示し、サステナブル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。

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る一方、開発に伴う熱帯雨林での環境破壊や人権問題も発生しており、サステナブルで責任ある調達が求められています。

資生堂は、2010年にRSPO※¹に加盟し、2018年からはパーム油由来原料の100%に相当するRSPO クレジット購入を開始しています。2020年には「2026年までに100%サステナブルなパーム油※²の調達を達成」という中長期的な目標を開示しました。資生堂グローバル本社と地域事業本社の主要部門は緊密に連携し、目標達成に向けた取り組み※³を推進しています。また、資生堂の全工場におけるRSPOサプライチェーン認証の取得を進めています。

他企業との協働による課題解決の取り組み強化のため、資生堂はCGF※⁴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※⁵に加盟しています。

また、パーム油調達における人権問題を把握するために、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（2019年）に参加し、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。

加えて、「資生堂カメラリアファンド」では、環境を守る持続可能なインドネシアの「認証パーム油」生産農家の育成などを行っているWWFジャパンの活動を支援しています。

※1：RSPO：持続可能なパーム油のための円卓会議（Roundtable on Sustainable Palm Oil）

※2：RSPOの物理的なサプライチェーン方式により認証された原料

※3：2021年調達量（パーム油換算ベース）：10,300t（MB：27%、クレジット73%）

※4：CGF：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（The Consumer Goods Forum）

※5：JaSPON：持続可能なパーム油ネットワーク（Japan Sustainable Palm Oil Network）



RSPO, Jonathan Perugia



私たちの進捗状況はwww.rspo.orgからご確認ください

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、化粧品の外箱などの2次包装の紙化を積極的に進めています。一方で、紙の原料である木質チップを生産する植林地では、森林破壊や生物多様性の損失、地域住民の権利侵害が問題となっており、環境や人権に配慮したサステナブルな紙の使用が求められます。

資生堂は、2023年までに、製品の容器包装に使用される紙を、100%サステナブルな紙※1に切替えるという目標を開示しています※2。化粧品の容器包装には、環境配慮に加えて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。

さらに、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、認証紙や再生紙などのサステナブルな紙への切替を推進しています。

※1：製品における、認証紙または再生紙など

※2：2021年は、72%（重量ベース）。認証紙と再生紙の合計の割合は56%



認証紙を使用した
「エリクシル」のパッケージ
FSC®N002397

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年にRMI（Responsible Mica Initiative）に加盟しました。RMIは、マイカ生産国の採掘現場から児童労働や強制労働を撲滅し、サステナブルで責任あるマイカ生産の確立を目標に掲げています。RMIはNGOやインド政府、参加企業などと連携し、マイカ採掘労働者の雇用安定化や安全衛生面の改善、児童労働の撤廃を図るとともに、マイカ生産を支える周辺地域の経済振興や子どもたちの教育・医療・栄養面での支援を行っています。



Responsible Mica Initiative

生物多様性

資生堂は、環境破壊によって急速に生物多様性が失われていることを、私たちのバリューチェーン全体を通じた課題として認識し、森林破壊ゼロを支持するとともに、生物多様性の保全や回復に努めています。

資生堂は木材パルプやパームの生産による原産地の森林破壊を防ぎ、貴重な「生態系サービス」を後世に残すとともに、森林や土壌に蓄積された炭素の大気中への放出を抑制し気候変動を緩和することが、サステナブルな未来と資生堂の持続的な成長にとって必要条件であると考えています。私たちは、ブランドや地域事業を通して生物多様性の保全や回復への活動も積極的に行っています。

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樁の保全・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。



サプライヤーアセスメントプログラム

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くことが重要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で責任ある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。

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社会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。

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、サステナブルで責任ある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をはじめとするさまざまな関係者との対話を図り、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。

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。

サプライヤーと協働して持続可能な調達を実現するべく、サプライヤーアセスメントとその後の是正活動を含むサプライヤーアセスメントプログラムを定期的を実施しています。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す。

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、サプライヤーに対し方針の内容を共有しています。

2022年2月に、サプライヤーと更にサステナブルで責任ある調達を積極的に推進していくため、本方針を改定し公表しました。環境や人権面でサプライヤーに遵守を求める内容を方針に規定するとともに、第三者監査実施等による厳格で客観的なリスク特定と是正プロセスの導入や、サステナビリティ観点でサプライヤーを評価することを明記しています。

資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン

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由来原料、紙、そしてマイカ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

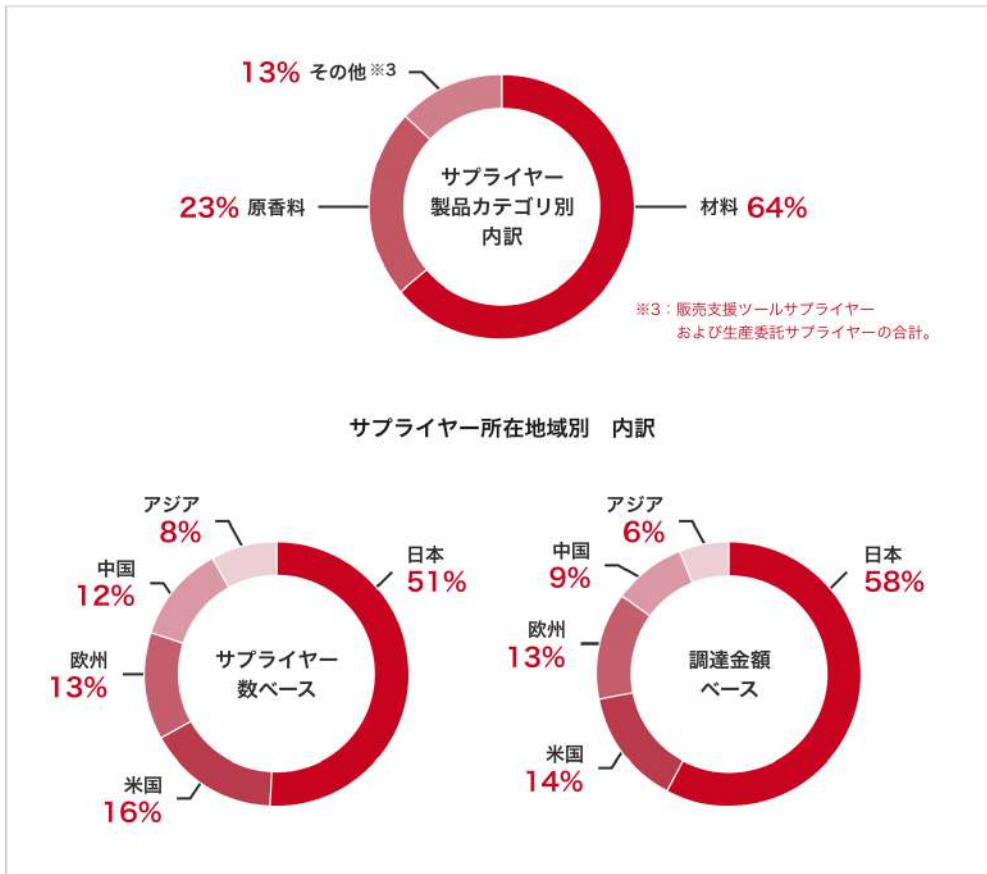
取扱品目は当社製品に関するパッケージ、原材料、香料などの生産用材、販売支援ツールおよびOEM調達品、生産委託品です。

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」という方針に基づき、世界各国・各地域のサプライヤー800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



戦略サプライヤー

戦略サプライヤーの特定

戦略サプライヤー特定のプロセス（年1回特定）



戦略サプライヤー数

	サプライヤー数
1次	23社
1次以外	5社

合計	28社
----	-----

お取引までの流れ



サプライヤーアセスメントプログラム

持続可能なサプライチェーンの構築とサプライチェーン全体におけるリスクを可能な限り排除することを目指し、資生堂はサプライヤーアセスメントプログラムの実施を進めています。

資生堂では、2022年に改定した「資生堂グループ 調達方針」に基づきプログラムを実行しており、サプライヤーアセスメントによりリスクが高いことが判明し、監査で発見された課題が是正されていないサプライヤーとは取引を行いません。

新規のサプライヤーに対しては、まずSedex/EcoVadis/資生堂SAQのいずれかの評価法※1でサステナビリティ（人権・労働安全衛生・環境・ビジネス倫理）の基準に対してセルフアセスメント（自己評価）を実施しハイリスクでないことを確認したうえで、「資生堂グループ サプライヤー行動基準」に合意いただいでから取引を行います。

既存のサプライヤーに対しても、前述の評価法を用いてサプライヤーを評価することで「資生堂グループ サプライヤー行動基準」の遵守状況を継続的に確認しています。リスクの程度に応じてローリスク・ミドルリスク・ハイリスクの3種類にサプライヤーを分類し、ハイリスクに該当する場合は第三者監査を実施します。



第三者監査では、現場視察に加え、労働者インタビュー、必要書類の検証などが行われます。監査により発見された課題については、課題の是正を要請します。重大な課題が見つかった場合は、再度第三者監査により是正状況を確認し、一定期間内に是正されていない場合は、取引の停止を検討します。

※1：セルフアセスメントツールについて

ツール	ツールの説明（主な評価項目など）
Sedex	労働基準、安全衛生、企業倫理と環境に基づく設問によりサプライヤーを評価する。設問の量はサプライヤーの業種によって異なる。
EcoVadis	方針、実施対策、結果を通して企業のCSRマネジメントシステムの質を評価する。評価は、環境、労働慣行と人権、倫理、持続可能な資材調達4つのテーマにおいて実施される。
資生堂SAQ (Self-Assessment Questionnaire)	「資生堂グループ サプライヤー行動基準」に基づく設問表で、人権・労働、安全衛生、環境、ビジネス倫理の4つの観点で評価を行う。

資生堂では、2018年からサプライヤーアセスメントプログラムを強化し、調達カテゴリ・地域・ティア（サプライヤー階層）の観点で徐々にスコープを拡大してきました。調達カテゴリでは、生産用材・OEM・生産委託品、一部の販売支援ツールを対象としており、グローバルスコープで実施しています。ティアの観点では、直接取引のあるサプライヤーに加え、2次の戦略的なサプライヤーまでを対象としています。

実績

2021年の活動

2021年は、2020年に特定したハイリスクサプライヤーの是正をグローバルの最優先課題とし、該当したサプライヤー132社の是正活動をグローバルで実施しました。

具体的な活動としては、全サプライヤーに対し結果をフィードバックし、是正を要請するとともに、一部のサプライヤーに対しては当社社員によるオンラインでの是正結果の確認、セルフアセスメントによる再評価、第三者監査（対象：2社）などを実施しました。これらの是正活動により、ハイリスクサプライヤーは、132社から40社まで減少しました。

また、2021年は、リスクの内容やサプライヤーの重要性を鑑み、日本と欧州においてサプライヤーアセスメントを行いました。（1次サプライヤー279社、2次戦略サプライヤー5社）。その結果、ハイリスクサプライヤーは1次サプライヤーで17社が該当し、2次戦略サプライヤーは0社でした。

ハイリスクサプライヤー(17社)に対し、結果のフィードバックとセルフアセスメントツールによる再評価、第三者監査（対象：3社）などを実施した結果、8社がミドルまたはローリスクに改善しました。

2022年以降、是正継続中の残りのハイリスクサプライヤー44社^{※1}に対し、新しい調達方針に基づきアセスメントを行い、是正を推進していきます。

※1：2020年と2021年のアセスメント結果の重複を除く

ハイリスクサプライヤーの是正状況

アセスメント実施年	ハイリスクサプライヤー	是正活動結果 ^{※2}	
		ミドルまたはローリスクに改善	継続中
2020	132社	92社	40社 ^{※3}
2021	17社	8社	9社 ^{※3}

※2：2021年12月末時点

※3：重複を除くと44社

2021年サプライヤーアセスメント実績

1次サプライヤー	279社
2次戦略サプライヤー	5社

(KPI1) サプライヤーセルフアセスメント比率（1次サプライヤー、数ベース）

年度	2019	2020	2021	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） ^{※1}	72% (356)	94% (791)	97% (279)	70%	100%
スコープ（地域）	グローバル本社・欧州地域本社	全リージョン	グローバル本社・欧州地域本社		

※1：アセスメント対象に対する比率

(KPI2) 戦略サプライヤーのセルフアセスメント比率（1次サプライヤー、数ベース）^{※1}

年度	2019	2020	2021	2021 (目標)	2023 (目標)
戦略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% (17) ^{※2}	100%	100%

※1：スコープ（地域）はKPI1と同様

※2：2021年に戦略サプライヤーの定義を見直しました。資生堂では、ビジネス環境や事業戦略などを踏まえ、定期的に戦略サプライヤーの定義を見直しています。

第三者監査により発見されたハイリスクサプライヤーの課題

第三者監査については、新型コロナウイルス感染症の蔓延により実施が困難であったことから、2021年は5社に対して実施しました。合計で18件の課題を発見し、是正を要請するとともに、再度第三者監査を行うことで12件の課題について是正を確認することができました。是正未完了の課題については、今後もモニタリングを継続していきます。

(監査で発見された課題と是正内容)

分野	件数	課題の詳細 (例)	是正内容 (例)
人権	7	36協定違反	勤務時間の管理体制の再構築及び増員
		労働者の代表が適切に選出されていない	代表選出方法の見直しを実施
労働安全衛生	9	非常口の表示がない	非常口の表示を設置
		産業医の職場巡回が半年に1回しか実施されていない	法令に定められた回数の職場巡回を実施
		機械の利用に必要な講習を従業員が受けていない	講習の実施
環境	1	温室効果ガスの未測定	今後測定することを計画書に記載
ビジネス倫理	1	従業員教育の未実施	実施計画の策定

また、2021年は第三者監査に加え、サプライヤーの訪問実施や当社社員によるオンラインでの是正証拠書類の確認も実施し、サプライヤーの課題や是正状況の把握に努めました。

ハイリスクサプライヤーの是正状況については、「2021年の活動」をご確認ください。

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こたえていくためにも、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。

したがって、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購買部門において、定期的にサプライヤーとの「購買活動方針説明会」を開催しています。

グローバル本社の購買部門では、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、要望にこたえる場として活用しています。

「Shiseido Suppliers' Awards」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、定期的に「Shiseido Suppliers' Awards」を開催しています。2019年は、横浜・みなとみらいの「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^{※1}視点で特に評価が高かったサプライヤーを表彰し、2019

年は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。

※1：Quality, Cost, Delivery, Environment, Service, Technology

Shiseido Suppliers' Dayの開催

2021年は、グローバルで初めてのオンラインイベント「Shiseido Suppliers' Day」を開催しました。生産用材、OEMサプライヤーのうち高いパフォーマンスを発揮したサプライヤーのトップマネジメントを招待し、資生堂の中期経営戦略、調達活動の方針及びサプライヤーへの期待事項を共有しました。

この中で、資生堂におけるサステナビリティの中期目標やアクション、人権・環境・社会の面でのサプライヤーへの期待事項も説明し、ご理解とご協力をお願いしました。

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

資生堂では、グローバル各拠点の購買責任者と定期的に会議を開催しています。会議では、サステナビリティを始めとする重要なテーマの方針や戦略を討議し、グローバルレベルでの密な連携を図っています。

また、年に一度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)開催しています。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。なお、2020年度、2021年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、開催しておりません。

バイヤー向け教育

サステナブルで責任ある調達を会社全体で実行するため、資生堂では購買部門の社員を対象に、人権・労働安全衛生・環境などの観点で様々な教育を行っています。

購買部門における教育実績

日時	教育テーマ	参加対象
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	サステナブルで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プログラム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
2021年9月	持続可能なサプライチェーン管理に関するオンラインセミナー	グローバル本社 サステナビリティ担当
2021年11月	Sedexに関連したオンラインセミナー	グローバル本社 サステナビリティ担当
2021年11月	サステナビリティ評価に関する社内勉強会	グローバル本社 購買部門
2021年12月	サステナビリティに関するe-ラーニング	グローバル本社 購買部門

(KPI) 購買部門のESG教育受講率（部門教育）

	2019	2020	2021	2022（目標）
購買部門社員ESG教育受講率	85%	86%	82%	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。2021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評価

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軽減に向けた取り組みが高く評価され、2021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「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」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。

Shiseido Modern Slavery Statement (Year ended December 31, 2021)

The statement below is the report for FY2021 as of December 31, 2021. Based on the statement of the previous fiscal year, this statement describes the actions taken in FY2021 and the initiatives planned for FY2022 and beyond.

1 About This Statement

Shiseido Company, Limited, (hereafter the “Company”) makes the following declaration based on Section 54 (1) of the UK Modern Slavery Act 2015 (hereafter the “Slavery Act”) and discloses the measures implemented by the Company and its subsidiaries (collectively referred to as the Shiseido Group, hereafter “Shiseido”) to ensure that neither Shiseido’s business operations nor its supply chains involve practices amounting to slavery and/or labour under conditions of slavery and human trafficking. The Company hereby declares that Shiseido entirely opposes slavery and human trafficking in its business and supply chain operations. With this statement, Shiseido follows the definitions and concepts of slavery and human trafficking stipulated in the Slavery Act.

2 Business Operations and Organization

The Company is a cosmetics manufacturer established in 1872 in Japan. While the core of Shiseido’s business operations revolves around cosmetics, such as skincare, makeup, and fragrance, the scope of our business activities extends into a wide range of areas, including restaurants and education/childcare. Our desire and purpose is to contribute to society by beauty innovations that enriches the lives of our stakeholders globally. It operates cosmetics businesses in more than 120 countries and areas with about 46,000 employees and a global turnover of 1035.2 billion yen in 2021. In the UK, Shiseido currently sells cosmetics through its subsidiary Shiseido UK Limited.

Business Overview: <https://corp.shiseido.com/en/company/business/>

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

The Shiseido Group management structure



3 Supply Chain

Shiseido is engaged in purchasing, factory production, and logistics in cooperation with the global headquarters and each region. Our relationship with our suppliers is based on the following philosophies stated in the Shiseido Group Procurement Policy: “Building a Good Partnership,” “Fair Purchasing Transactions,” “Toward Global Procurement,” “Performance of Contract.” “Promoting sustainable procurement”, and “Respecting diverse values”. Of these, we purchase production materials from over 800 Tier 1 suppliers around the world. Our Tier 1 suppliers are all required to follow the Shiseido Group Supplier Code of Conduct, and they are responsible for adapting it to their Tier 2 and upstream suppliers.

4 Policies in Relation to Slavery and Human Trafficking

Shiseido is striving to ensure that neither our business nor the supply chain related to the business involves the practices of enslavement or human trafficking. This is done by establishing corporate policies applicable to Shiseido and thoroughly communicating them to employees and suppliers, including Tier 1 and upstream suppliers. These policies were drafted by the person responsible for human rights at the GHQ and were approved by the Company’s Board of Directors. The progress of the human rights policy, including human rights due diligence and risk assessment, is reported at the Sustainability Committee meeting, which is dedicated to discussing sustainability-related issues. Designating an

Executive Officer to be responsible for human rights issues identified through the human rights risk assessment, and improvement activities are being implemented to stop, prevent, and mitigate negative impacts on human rights.

Shiseido's policies include the following:

■ Shiseido Policy on Human Rights

Adopted in 2017, the Shiseido Policy on Human Rights is based on the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights to prevent slave labour (e.g. child labour and forced labour) and other work under slavery and human trafficking. This Policy applies to Shiseido and its business partners.

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

■ Shiseido Code of Conduct and Ethics

The Shiseido Code of Conduct and Ethics stipulate the mandatory behaviours expected of every individual working for Shiseido. The Company has established a specific code of conduct to address its business with high ethical standards, as well as to comply with the laws and regulations of the country, local government, and company rules.

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

■ Shiseido Group Procurement Policy

Our procurement policy is based on a consumer-oriented perspective, including the following principles:

- we carry out procurement activities to create better products, through co-creation with business partners
- we comply with all relevant laws and regulations, prioritizing respect for human rights and protection of the global environment

<https://corp.shiseido.com/en/sustainability/ethical/procurement/pdf/1.pdf>

■ Shiseido Group Supplier Code of Conduct

Updated in 2019, this code of conduct clearly states that the use of child labour, forced labour, and human trafficking is prohibited. Shiseido takes any abuses of the code seriously and does not hesitate to terminate such relationships where necessary. Shiseido applies this code as a prerequisite for selecting Tier 1 suppliers, and Shiseido recommends that these suppliers request Tier 2 and upstream suppliers to also comply with the code. This code applies to purchasing contracts in order to strengthen solidarity and fulfil social responsibilities together with suppliers.

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

- Shiseido Group Sustainable Raw Material Procurement Guidelines

We created guidelines for palm-derived materials and paper, which exacerbate environmental and human rights problems in the countries of origin.

<https://corp.shiseido.com/en/sustainability/ethical/procurement/pdf/2.pdf>

In addition to the above policies, in 2004 the Company signed the United Nations Global Compact and endorsed the principles of the Global Compact for Shiseido. Furthermore, in September 2010, the Company signed the Women's Empowerment Principles developed by UN Women and the United Nations Global Compact as a set of practical guidelines for private business and non-governmental organizations working for women's empowerment.

5 Human Rights Due Diligence

Shiseido took the following steps to identify and assess the apparent and potential impact of our activities relating to human rights in order to prevent or mitigate such activities.

- Listing of human rights issues:

By referring to international codes on human rights, standards on non-financial disclosures, and the Corporate Human Rights Benchmark (CHRB), Shiseido has developed a list of human rights issues to be considered with the advice of human rights experts. This list includes not only issues related to modern slavery, such as forced labour and child labour, but also a wide range of issues related to human rights, such as freedom of association, the right to collective bargaining, and discrimination.

- Assessed human rights risks:

Shiseido assessed the status of our activities for our listed human rights issues by interviewing stakeholders (consumers, business partners, employees, and society*) in Japan and other countries and by investigating internal documents such as but not limited to questionnaires, surveys and certain report materials (we also referred to external documents for potential impact on human rights). Based on the results of this investigation Shiseido assessed the severity and likelihood of both potential and apparent risks regarding impacts on human rights in Japan and abroad, as well as the status of preventive and corrective measures Shiseido has taken to address these impacts.

*Including women, children, indigenous people, migrant workers, and temporary workers, etc.

■ **Human Rights Risk Reduction Activities:**

As a result of risk assessment of human rights issues, we will identify areas in our value chain where human rights risks are assumed to be relatively high, and plan and promote improvement activities to stop, prevent, and mitigate negative impacts. The status of the promotion of these activities has been confirmed, and activities to further reduce human rights risks are ongoing, as well as the progress reports and disclosures.

Through dialogues with domestic and global human rights experts, and various NGOs and NPOs, we have deepened our understanding of human rights abuses and labour problems, continuously.

- Since 2017, Shiseido participated in a stakeholder engagement program — operated by Caux Round Table Japan in Tokyo, Japan — and identified important human rights issues for each industry through discussions with experts, NGOs, and NPOs with reference to the human rights guidance tool produced by the United Nations Environmental Programme / Finance Initiative (UNEP FI). It was confirmed that there is a possibility of child labour and forced labour in the cosmetics industry supply chain in FY2021. Shiseido continues to be an active stakeholder in this program.

6 Risk Assessment and Management

Shiseido continues to assess and manage human rights risks in our supply chain using the following three approaches:

■ **Approach 1: Assess and manage risks through human rights due diligence**

In order to prevent or mitigate the impact that our activities have or could have on human rights, we have identified and assessed that impact through the process described in “5. Human Rights Due Diligence”. As a result, the areas in our supply chain where human rights risks were reported to be more likely are:

- Discriminatory actions/expressions
- Violation of compliance/fair competition
- Employees’ personal data & privacy
- Occupational safety and health issues (work-related accidents)
- Breach of working hours, breaks, and rest period (overtime-work)

- Harassment and abuse
- Personal/confidential information leakages
- Incomplete supplier management (in no particular order).

On the other hand, we found that “forced labour” and “child labour”, which are closely related to modern slavery and human trafficking, had lower human rights risks compared to other areas. For each human rights area, Shiseido will closely examine the risk level and the status of preventive and corrective measures that have already been introduced, and then assess the issues and take action according to the risk priority levels.

■ Approach 2: Risk identification in the supply chain as a whole

Shiseido assesses suppliers from the perspective of sustainability (human rights, occupational health and safety, the environment, and business ethics) and confirms compliance with the Shiseido Group Supplier Code of Conduct through Sedex/EcoVadis/its own SAQ (Self-Assessment Questionnaire). We classify suppliers into three categories according to the degree of risk: low risk, middle risk, and high risk. We request corrective action and provide support to high-risk suppliers through feedback. In addition, based on the magnitude of the risk and the importance of the supplier, online verification of corrective actions by our employees and third-party audits are also conducted. Risks and issues discovered through assessments, visits, and audits are checked for corrective status based on a corrective action plan, and efforts are made to reduce the number of high-risk suppliers.

■ Approach 3: Direct approach in terms of raw materials

In addition to the activities described above, as a direct action for raw materials that Shiseido has determined to have a high human rights risk, we have continued to promote the application of the certification system and participation in international initiatives.

- Shiseido has devised ways to reduce the risks associated with palm oil, which is widely known to carry human rights risks including child labour and forced labour in the country of origin, by joining the Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). The goal is to procure raw materials certified by the RSPO in consideration of environmental protection and human rights in the place of origin. We are targeting a switch to 100% mass balance or better certified oil by 2026.

- With respect to mica (which is a raw material for cosmetics), where the issue of child labour in India is becoming more apparent, Shiseido joined the Responsible Mica Initiative (RMI), which strives to achieve a responsible mica

supply chain, in May 2017. Shiseido participated in RMI's two activity groups, Traceability and Workplace Standards, and supported activities aimed at improving the traceability of the mica supply chain in India and responses to slave labour, including child labour.

7 Performance Assessment

Shiseido strives to prevent slavery (e.g. child labour and forced labour), other forms of labour under conditions of servitude, and human trafficking in its supply chain. We aim to establish traceability not only with Tier 1 suppliers but also Tier 2 and upstream suppliers on a global basis. The assessment results were used to determine the status of risks in the supply chain related to labour rights, health and safety, the environment, business ethics, and to request corrective actions.

■ Approach 1: Human rights due diligence

For the six human rights issues identified by the 2020 activities, Executive Officers were designated to be in charge, and improvement activities were implemented in 2021 to stop, prevent, and mitigate negative impacts on human rights. One of the issues identified was "incomplete supplier management," and we promoted the introduction of a rigorous and objective risk identification and remediation process, including through the implementation of third-party audits, and process to monitor the progress of high-risk suppliers and reduce the number of them.

<https://corp.shiseido.com/en/sustainability/rights/activity.html>

Approach 2: Supplier Assessment Results

In 2021, we set the correction of high-risk suppliers identified in 2020 as our top global priority, and implemented corrective actions globally for the applicable 132 suppliers.

Specifically, we provided feedback to all suppliers and requested corrective actions. For certain suppliers, we also conducted online verification of corrective status, reassessment by self-assessment, and third-party audits (2 suppliers). As a result of these corrective actions, the number of high-risk suppliers decreased from 132 to 40.

In 2021, we assessed suppliers in Japan and Europe, considering the magnitude of risk and the importance of the supplier. In total, we assessed 279 Tier 1 suppliers and 5 Tier 2 strategic suppliers. As a result, 17 Tier 1 suppliers were categorized as high-risk, while no Tier 2 strategic suppliers were categorized as high-risk. In 2022, we will conduct an assessment program based on the new procurement policy for the remaining 44 high-risk suppliers* currently engaged in corrective actions.

* Assessment results for 2020 and 2021 (excluding duplicates).

<https://corp.shiseido.com/en/sustainability/rights/procurement.html#08>

- **Approach 3: Direct action on raw materials identified as high human rights risk**
 - In regards to palm oil, the relevant teams in our global and regional headquarters have been working together to promote initiatives aimed at achieving this target, and in 2021, we replaced 27% of palm oil-derived raw materials (palm oil equivalent, weight basis) with RSPO's physical supply chain model. Shiseido have been using the book-and-claim to certify all palm oil since 2018.
 - Regarding mica, in collaboration with non-governmental organizations and the Indian Government, RMI implemented a community empowerment program for 10,927 mica-dependent families, improving the incomes and livelihoods of 62%, while securing improved access to safe drinking water and medical facilities.
- **Business Partner Hotline**

Shiseido established the Business Partner Hotline in 2013 to promote fair transactions that deepen understanding and mutual respect with suppliers. As posted on the corporate website, the Business Partner Hotline accepts comments and inquiries from suppliers in writing or via e-mail. In 2021, we did not receive any inquiries or feedback that indicated non-compliance.

8 Education and Training

The Company provides training on the Shiseido Code of Conduct and Ethics and/or related policies and rules through various internal programs, such as position-specific training, in order to promote the increase of knowledge and understanding of all Shiseido employees.

- **Officer and vice president training**

The Company and Shiseido Japan Co., Ltd. had planned to hold executive integrity training in 2021, but it was cancelled due to the spread of COVID-19.
- **Japan Domestic Employees**

We conducted online human rights training for 1,566 management level employees in Japan, the theme for which was harassment. We also provided online human rights awareness training to employees in Japan. 14,295 employees participated in a training which focused on basic human rights, and 14,577 employees participated in one that was focused on harassment.

■ Supply Chain

In order to implement responsible procurement, Shiseido provides various training programs for employees in the procurement department in terms of human rights, occupational health and safety, and the environment.

In FY2021, e-learning on sustainability was conducted, with 48 employees participating. Training on sustainability assessment was also conducted and attended by all employees in the Procurement Department.

9 For the Future

Shiseido continues to take the perspective of the UN Guiding Principles on Business and Human Rights and strives to prevent the initiation of its involvement in human rights abuses for its own business and throughout its supply chain.

In FY2022, we will continue with the improvement activities implemented in FY2021 to stop, prevent, and mitigate negative impacts on human rights risks.

Especially, in the supply chain, a supplier assessment programme will be implemented based on the Shiseido Group Procurement Policy, which was revised in February 2022.

The policy stipulates what suppliers are expected to observe in terms of human rights and the environment, and also specifies the introduction of a rigorous and objective risk identification and correction process through the implementation of third-party audits, etc., and the assessment of suppliers from a sustainability perspective. In addition, in order to maximise the elimination of risks throughout the supply chain, the risks of not only direct suppliers but also Tier 2 and subsequent suppliers are to be checked.

In addition to continuing to conduct supplier assessments, and for palm oil, which poses human rights risks, Shiseido will purchase and use RSPO mass-balance-certified oil in accordance with our new target on palm oil, which will also improve traceability.

This statement was approved by the Board of Directors of the Company and signed on behalf of the board by the following person:



Masahiko Uotani

Representative Director

President and CEO

Shiseido Company, Limited

June 7, 2022

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」を掲げ、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は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「一人別人材育成」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

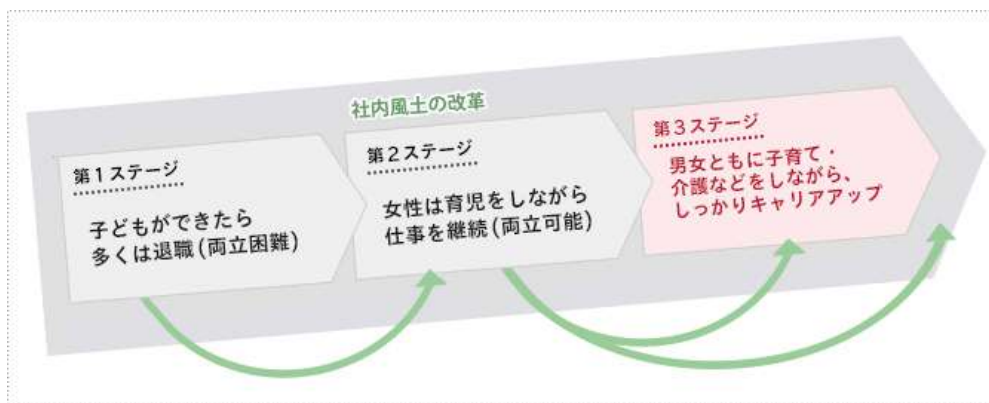


候補の女性社員がマネジメントや経営のスキルを学びながら、自分らしいリーダーシップスタイルを見つけるプログラムです。リーダーシップを発揮する際に陥りやすい壁に対処する方法を学び、女性リーダーによる講演や社員同士のネットワーキング、コーチングなどを組み合わせています。こうした包括的なリーダーシップ育成により、受講者は経営にとって女性の活躍が欠かせないことを学び、自信を深め、さらなるリーダーシップを発揮する支援となっています。2020年はこのプログラムを管理職候補の女性社員24名が受講しました。

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。店頭に立つ美容職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3.3%、日本国内の資生堂グループの障がい者雇用率は2.4%です（2021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。詳細は「障がい者採用」をご覧ください。

※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。

また、2021年に「インクルーシブ社会」の実現を目指す国際イニシアティブ「The Valuable 500」の考えや活動に賛同し、加盟しました。

「The Valuable 500」は、障がい者がビジネス、社会、経済にもたらす潜在的な価値を発揮できるような改革を、ビジネスリーダーが起こすことを目的とした取り組みです。今後も、障がい者の雇用や障がいのある



お客さまへのサービス提供など、本業であるビューティービジネスを通じて、障がい者インクルージョンへの取り組みをさらに進めていきます。

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。

コーポレートガバナンス・コードの各原則と資生堂の対応はこちら

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年からは、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設しました。

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2021年に1,321名の社員が育児休業を取得し（うち男性61名）、職場復帰後の定着率は91.2%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。

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。下記はいずれも法律上の親子関係がある実子・養子だけでなく、特別養子縁組のために試験養育期間にある子どもや、養子縁組里親に委託されている子どもも対象です。

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：店頭でお客さま応対に従事する美容職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「カンガルースタッフ」を派遣しています。2007年からカンガルー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。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「」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ども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。

授乳のための福利厚生：当社の汐留オフィスと浜松町オフィスには、授乳や搾乳のためのスペースを設置しています。日本国内の資生堂グループの子どもを扶養する従業員に支給する「育児・教育費用補助」を、搾乳機の購入に充てることも可能です。1歳未満の子どもを育てる女性従業員が請求すれば、雇用形態に関わらず通常の休憩時間

とは別に1日2回各30分以上（労働時間が4時間以内の場合は1日1回30分）の育児時間を付与しており、授乳や搾乳の時間に充てられます。日本の法令では育児時間中の賃金の取り扱いに関する定めはありませんが、資生堂では育児時間制度を利用すれば、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。

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。

子育てや介護の支援制度利用実績は「社会データ」をご覧ください。

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。

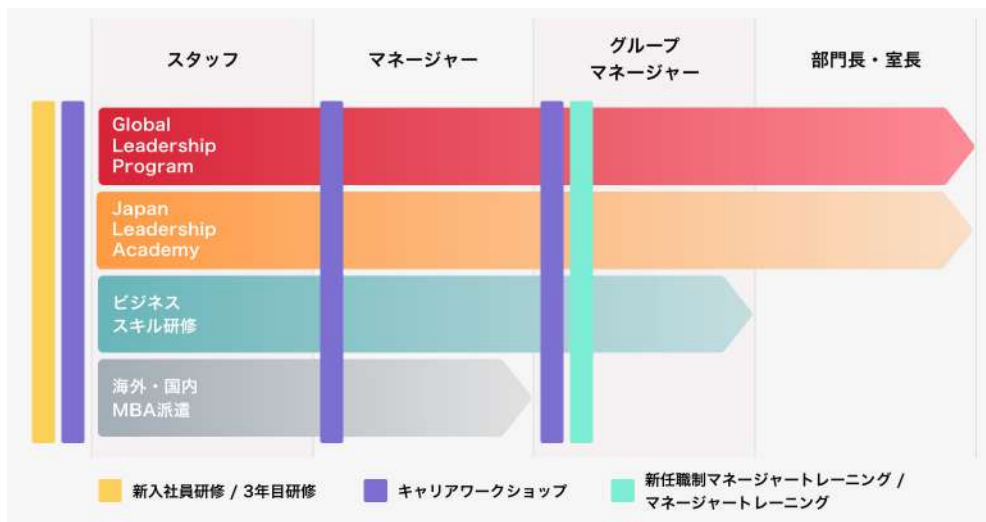
自律的キャリア開発支援

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。

社員向け教育研修の実績は「社会データ」ページをご覧ください。

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。

資生堂グループの健康と安全

健康経営と安全衛生施策への取り組み

「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD」。これは資生堂の存在意義であり、「美」によって人の心を豊かにし、生きる喜びやしあわせをもたらすことを通じて、美しく健やかな社会と地球が持続していくことに貢献することを示した企業使命です。この理念の実現には、社員が健康で豊かでしあわせな生活を送り、その健やかな美を体現していなければなりません。そして、その社員を支える基盤として、安心・安全に働く環境が必要です。これをかなえるため、資生堂は資生堂健康保険組合と協力し、社員が健やかに美しく生活することへのサポートを明確にするために「資生堂健康宣言」を策定しています。そして、このたび資生堂グループで働く人にとって安心・安全な職場環境を実現する「労働安全衛生マネジメントシステム体制」を構築しました。さらにすべての職場において休業災害ゼロを目指す「資生堂ビジョン・ゼロ宣言（安全宣言）」を策定しました。私たちは、今後もこれらの宣言に基づく活動を進化させ、労働安全リスクを最小限とすることはもちろん、健康投資を行うことで、社員がより健やかになり、結果として社会へ還元する、このような好循環を目指します。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、健康経営および安全衛生施策に全力で取り組んでまいります。



代表取締役 会長 CEO

魚谷雅彦

資生堂健康宣言

資生堂は、「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美の力でよりよい世界を）」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>

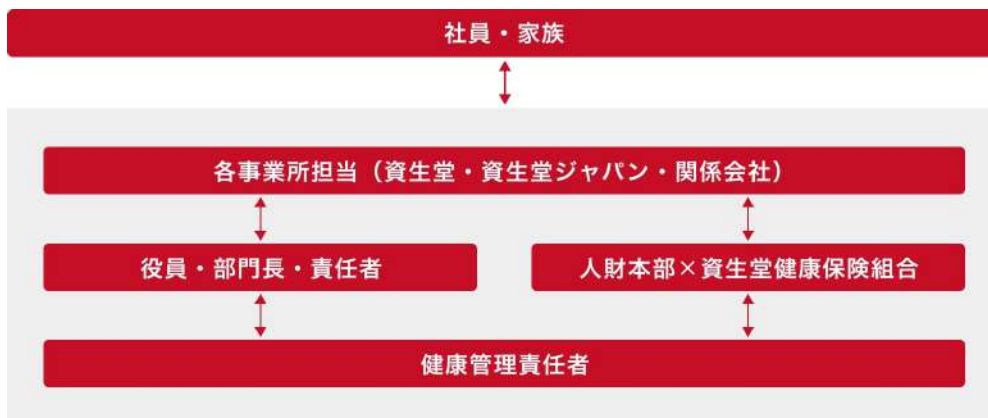
一人ひとりが美を提供する企業の一員として、心身ともに健やかに働くために自覚と知識を持ち、積極的に行動します。

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、直属の人財本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支援します。



健康管理体制

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の基盤強化

衛生委員会・安全衛生委員会・産業医職場巡視の強化、ストレスチェック受検率の向上、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、メンタルヘルスクア対策、感染症対応、長時間残業削減について課題の明確化・基盤の強化、などさまざまな活動に取り組んでいます。

②健康施策の実施

美しい生活習慣の浸透、喫煙対策、女性の健康度向上、メンタルヘルスクア対策、がん治療と仕事の両立支援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共同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"> ■運動セミナー開催 (RIZAP講師によるオンライン運動セミナー・動画視聴) ■保健指導実施の徹底 ■健康フェアの開催 ■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ■特定健康診査の実施 ■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）特定健康診査の検査結果数値に要精密検査・要医療の項目がある対象者へは面談時に受診勧奨実施

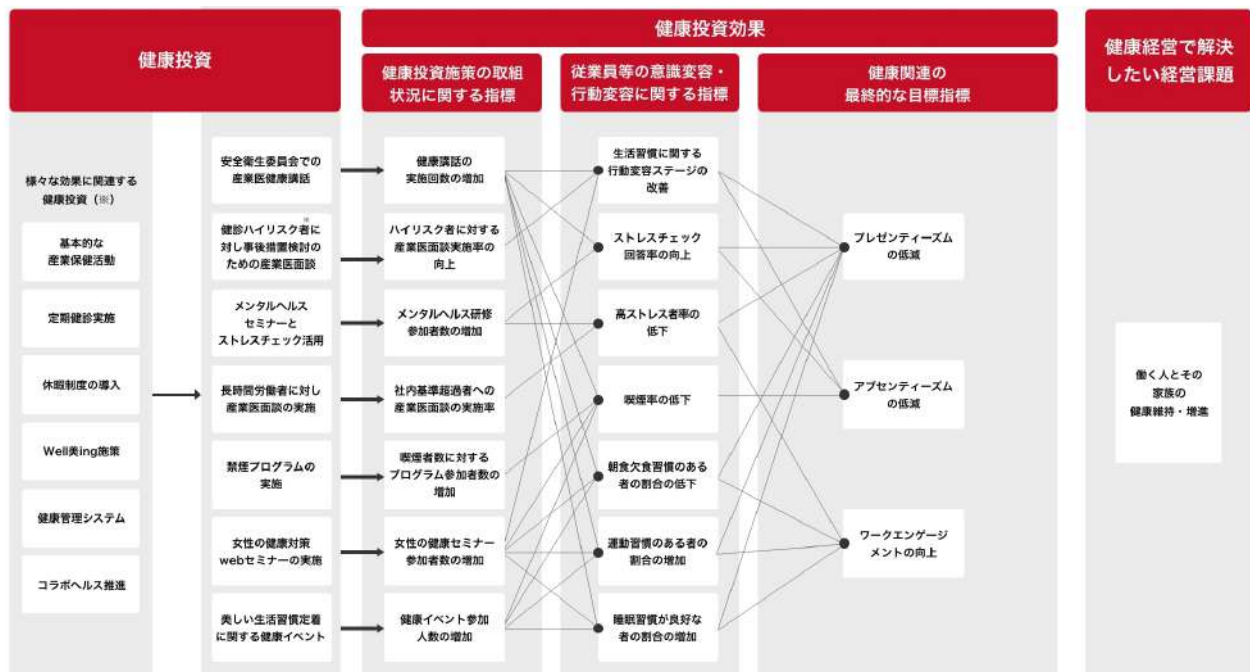
		<ul style="list-style-type: none"> ■社内イントラネットを活用した運動動画やコラム発信 ■食事セミナー開催 (株式会社askenの栄養士による食事・飲酒・間食等に関するセミナー・あすけん食事アプリの利用) ■社員へのMy Sleep (睡眠診断) 提供 (アンケートへの回答により、睡眠状態・改善分析レポートが届く) ■健康と食生活に関するアンケート実施 (カフェテリア利用者を対象にLINEを使ったアンケートに回答すると、ヴィーガンドーナツなどのプレゼントを提供) 	<ul style="list-style-type: none"> ■歯科検診費用一部補助『歯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) ■「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) ■糖尿病性腎症重症化予防プログラムの実施 ■健康保険組合HPへの『かんたん!おいしい! 太りにくい夜遅ごはん』お料理紹介コンテンツによる情報提供 ■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
喫煙対策	禁煙の推進と維持	<ul style="list-style-type: none"> ■職場での受動喫煙完全防止、社内禁煙ルールの周知(ポスター掲出、リーフレット提供) ■衛生講話を通じた禁煙教育 ■保健指導での禁煙指導 ■社内禁煙相談窓口トライアル実施(一部事業所) ■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信 ■社内イントラネット「WITH」での世界禁煙デーに併せた啓発記事掲載・禁煙情報の認知度や受動喫煙に関するアンケート実施 ■禁煙経験者への禁煙のきっかけなどについてアンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■禁煙外来受診費用補助(通年) ■リモート禁煙外来プログラムの実施(2021年開始) ■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
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"> ■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信 (①株式会社ファミメディコより、女性のライフステージと婦人科検診の必要性について②本社産業医より、30年後も元気に過ごすための女性の健康を脅かす病気・骨粗鬆症について) ■女性のライフステージセミナー (大塚製薬株式会社講師より、女性ホルモン・月経・更年期などに関するオンラインセミナー) ■Cradleサービス導入 (社員・家族を対象にした女性の健康課題やライフプランに関するオンラインセミナー・アーカイブ視聴、婦人科受診クーポン配布) 	<ul style="list-style-type: none"> ■子宮頸がん・乳がん検診の受診費用全額補助 ■女医対応健診機関のリストの明示 ■上記の各婦人科系検診の受診啓発活動(検診案内とともに、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) ■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』のリンクバナー設置、および同サイトでの情報提供
メンタルヘルス対策	ストレス耐性習得 繰り返し休務の削減	<ul style="list-style-type: none"> ■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、メンタルヘルスに課題がある事業所) ■メンタルヘルスセルフケアeラーニング実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■健康保険組合広報誌へ『タフネスに訊く』シリーズ掲載(2020春夏号より) ※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 ■健康保険組合HPのトップページに、厚労省『心の耳』サイトのリンクバナー設置、および同サイトでの情報提供

		<ul style="list-style-type: none"> ■セルフケア・ラインケア実践に向けた短編動画作成 ■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 ■ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信 ■復職支援（職場復帰支援プログラムの整理・更新、ハンドブック作成など） 	
		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（2021年よりリモート対応開始）	
がん治療と仕事の両立支援	早期発見と治療・仕事の両立	<ul style="list-style-type: none"> ■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 ■両立支援制度導入 （がん治療中の社員に対して5日間(時間単位取得可)の特別休暇付与） ■「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とのディスカッション ■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 ■衛生講話を通じたがん教育 	<ul style="list-style-type: none"> ■「がん対策推進企業アクション」への参画（2018年度より） ■健康保険組合広報誌への『教えて中川先生』（がん対策啓発動画）のQRコード掲載 ■がん検診の受診費用全額補助（2020年度より全額補助へ変更） ■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 ■社員の家族（被扶養者健診）に対しても社員健診と同グレードでのがん検診を実施 ■健康保険組合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

健康経営戦略マップ・健康経営への投資額

健康経営で解決したい経営課題に対し、健康投資・取り組みから期待される効果とのつながりを健康経営戦略マップにまとめ、取り組み状況、意識・行動変容における管理指標および健康関連の最終的な目標指標を定めています。

2022年度は、特に戦略マップにおける喫煙率の低下、運動習慣のある者の割合増加、睡眠習慣が良好な者の増加、朝食欠食習慣のある者の割合低下を目指して喫煙対策、健康イベントやセミナーなどの取り組みを重点的に行っていきます。



※ 健診ハイリスク者：血糖、血圧、貧血について自社基準に該当する者

投資額としては、禁煙率の低下に向けた禁煙施策について計490万円、運動習慣のある社員割合増加に向けた健康イベントや施策について計240万円、メンタルヘルス不調の発生予防・早期発見に向けたメンタルヘルス施策について計3,858万円を投資し、取り組みを推進しています。（2021年度実績）

健康経営の数値目標

社員の健康に対する取り組み状況を、KPIを設定して評価しています。分析した社員の健康データは、国内資生堂グループの健康施策実施に役立てています。

項目	分析対象年齢	2019年	2020年	2021年	目標 (2025年)
定期健康診断受診率	全年齢	100%	100%	100%	100%
ハイリスク者への施策の参加状況 (医療職面談実施率) *血糖値、血圧、Hb(2021年度~)	全年齢	50%	60.6%	86.5%	100%
血圧リスク 1万人当たり人数 180mmHg, 110mmHg	全年齢	11.9	16.9	16.0	10
	35歳以上	14.8	23.7	20.9	15
血糖値リスク 1万人当たり人数 HbA1c9.0%以上	全年齢	23.4	27.5	16.1	15
	35歳以上	30.0	37.6	21.6	20
貧血リスク 1万人当たり人数 Hb8.5未満	全年齢	29.1	39.2	31.5	30
	35歳以上	35.1	50.0	41.2	35
運動習慣がある者の割合 *1日30分以上週2回以上	全年齢	14.9%	17.3%	17.8%	20%
	35歳以上	15.4%	17.6%	18.3%	22%
睡眠習慣が良好な者の割合 *睡眠で休養が十分に取れている	全年齢	59.4%	69.2%	66.4%	70%

	35歳以上	56.8%	66.1%	63.6%	65%
朝食の欠食率	全年齢	25.5%	25.2%	26.0%	20%
	35歳以上	22.8%	21.5%	22.7%	18%
喫煙率	全年齢	20.8%	18.8%	17.8%	5% (2030年)
	35歳以上	23.2%	21.4%	20.1%	—
項目	分析対象年齢	2019年	2020年	2021年	目標 (2025年)
禁煙プログラム参加者の禁煙成功率 (参加申込者における禁煙成功者の割合)	全年齢	50.9%	70.0%	76.8%	70%以上を継続
行動変容ステージが実行期以上の割合	全年齢	18.7%	21.9%	21.4%	23%
	35歳以上	20.7%	23.4%	23.4%	25%
健康に関心がある社員の割合※1	全年齢	95.4%	95.3%	94.8%	97%
	35歳以上	95.7%	95.3%	95.1%	97%
メタボリックシンドローム 基準該当者率	40～74歳	6.2%	7.1%	—	—
ストレスチェック受検率	全年齢	78.0%	73.4%	80.7%	90%
ストレスチェックの集計結果 (高ストレス者割合)	全年齢	13.2%	10.3%	12.4%	10.0%
メンタルヘルス研修の参加人数 (e-learning)	全年齢	7,003人	11,040人	9,779人	13,000人
がんならびに女性の健康に関する研修の参加人数	全年齢	—	11,746人	8,898人	13,000人
健康イベント参加人数 (健康フェア、セミナー視聴含) (20-21年度は健康フェア未実施)	全年齢	1,446人	617人	1,399人	2,000人
プレゼンティーズムによる 生産性損失割合※2	全年齢	—	35.8%	35.8%	34%
アブセンティーズム※3	全年齢	—	—	100 (基準年)	95
ワークエンゲージメント※4	全年齢	76点 (従業員満足度)	—	—	社員エンゲージメント※5 前年比+ (2023年)

※1 「健康に関心がありますか。」の質問に対し、「ある」または、「まあまあある」と回答した割合

※2 WHO-HPQの短縮版プレゼンティーズム調査

※3 勤怠データから有給休暇を含む欠勤数を算出し、一人当たりの日数を算出

※4 WTWのエンプロイヤーエンゲージメントサーベイ（～2019年度）Qualtrics社サーベイ(2022年度～)

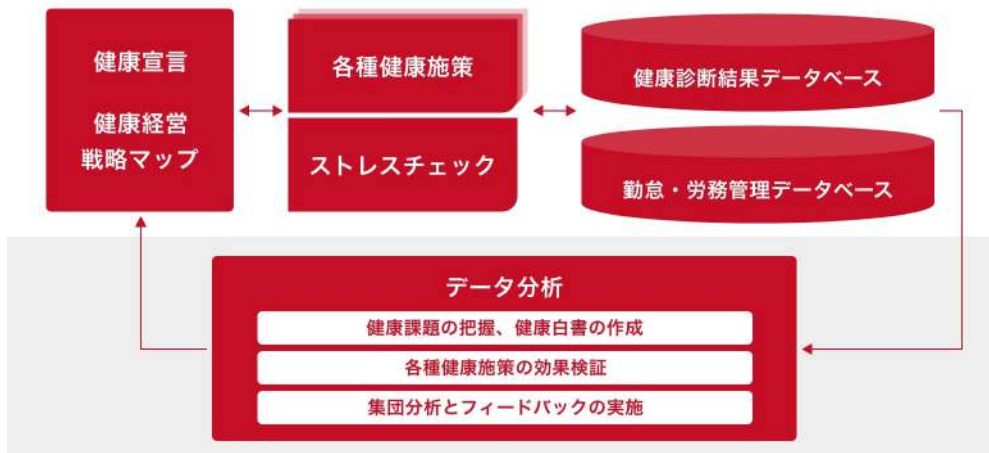
※5 2022年度より調査設計が変更となるため2023年までの短期目標を設定しています

データ分析による施策効果検証と白書の作成・活用

健康経営戦略マップの立案により中長期的な評価指標を定め、健康施策の実行の結果について定量的に効果検証を実施しています。健康診断や生活習慣問診等に加え、時間外労働、ストレスチェック結果および生産性（労働生産

性損失割合)等のデータを集計し、健康白書として年度ごとに作成しています※。また、2019年度より、グループ内120組織それぞれに対し集団の健康度をスコア化し、組織の責任者に専門職からフィードバックする仕組みを構築しています。

※ 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、2022年度より健康白書の内容の一部を当HPで公表しています。



主な取り組みの成果

①喫煙対策	喫煙率の低下および禁煙支援 職場での受動喫煙完全防止
②美しい生活習慣	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 社員の生活習慣改善に向けたセミナー実施 健康診断事後措置面談・保健指導徹底
③女性の健康	国内資生堂グループ全体で8割を超える女性社員への健康サポート 女性の健康課題に対するリテラシー向上 女性のライフステージや健康課題に関する理解と働きやすい環境作り

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、2010年には社内禁煙デーや禁煙治療費補助施策をスタートし、その後も事業主と健康保険組合が協働し、取り組みを継続しています。2019年には禁煙推進企業コンソーシアムに参画し、他社の先進的な事例の情報収集や意見交換を行うとともに、社内アンケート等を通して社員の声もヒントに禁煙推進に努めています。

喫煙率

2021年度には17.8%まで低下し(2010年比▲15.7ポイント)年々減少傾向です。今後はさらなる低下を目指し、2030年には5%未満を目標とします。

禁煙支援

保健指導での個別禁煙指導加え、禁煙相談窓口のトライアル実施（一部事業所）により、禁煙に関する幅広い相談に応じる体制づくりを目指しています。健康保険組合では、通年での禁煙治療費用一部補助に加えて、2019年からは期間限定での禁煙治療費全額補助、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）を開始し、2021年度は87.1%と高い禁煙成功率でした。今後も70%以上の禁

煙成功率を継続することを目標にしていますが、禁煙成功率を上げるだけでなく、禁煙にトライしやすい施策を展開していきます。

社内禁煙ルール・受動喫煙対策

2012年には建物内禁煙を実現させ、併せて制服着用時禁煙・社用車禁煙とし、2019年5月からは労働時間内禁煙もスタートさせました。新入社員にリーフレットを配布、衛生委員会等を通じて定期的に周知することで禁煙ルールの徹底、受動喫煙の防止を目指します。

情報発信

ポスターやリーフレット、衛生委員会、社内イントラ、社内LIVE配信等を通じて、定期的に情報発信を行っています。喫煙の害や禁煙に関する情報だけでなく、トップメッセージやアンケート結果も紹介し、全社員が禁煙推進に関心を持てるように工夫をしています。

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2020年度終了率は53.2%と全国平均(26.9%)との比較において高水準となっています。

■ヘルスサポートプログラム終了率

	2018年	2019年	2020年
対象者 (うち、40歳以上)	1,456人 (1,314人)	1,541人 (1,382人)	1,752人 (1,574人)
終了者 (うち、40歳以上)	805人 (728人)	773人 (700人)	928人 (837人)
終了率 (うち、40歳以上)	55.3% (55.4%)	50.2% (51.4%)	53.0% (53.2%)
終了率全国平均	25.2%	27.4%	26.9%

■健康フェア

毎年、国内資生堂グループ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、健康に関する測定会や健康教育、カフェテリアとのコラボ企画を行っています。

※2021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しませんでした。今後は、予防対策を実施しながら集合型での健康フェア開催も検討していきます。



<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・睡眠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。21年度はオンラインでのヨガやストレッチセミナー、睡眠セミナーを実施し、セミナー後の睡眠満足度は2割増加するなど、睡眠改善への行動変容への取り組みへと繋がっています。

今後も、運動や睡眠、食習慣等生活習慣改善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(2025年度目標)

運動習慣が良好な者の割合（30分以上週2回以上）：20% 【2021年：17.8%】

睡眠状態が良好な者の割合（睡眠で休養が十分に取れている）：70% 【2021年：66.4%】

朝食の欠食習慣がある者の割合（朝食を抜くことが週3回以上ある）：20% 【2021年：26.0%】

③女性の健康に関する取り組み

社員が性別や年齢、国籍に関係なく、個々人の違いを認め尊重し合い、それぞれが力を発揮しイノベーションを生み続ける組織風土をつくるため、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ています。社員が女性の健康課題(月経・妊娠・出産・不妊治療・更年期など)についての理解を高め、誰もが働きやすい環境づくりができるよう、日々取り組みを進めています。

女性の健康セミナー

事業所の特徴やニーズに合わせて、女性のライフステージと健康（女性ホルモン、月経、更年期など）に関する研修を実施しています。

がん(婦人科系がんの内容を含む)eラーニング実施

2019年度より、eラーニングによるがん教育を行っています。がんに関する基礎知識、がん治療と仕事の両立支援制度や相談窓口、がん治療経験社員の経験談をテーマとし、社員のがんリテラシーの向上に取り組んでいます。2021年度eラーニング理解度は98.6% 満足度は96.4%と効果的な内容となっています。

株式会社Cradleサービス導入

株式会社Cradleが提供する、医師や専門家によるオンラインセミナーを通じた社員啓発や婦人科受診に使えるクーポン配布を通して、女性活躍および健康推進に一層取り組みます。

今後の女性の健康に関する目標

女性の健康に関する研修への参加人数：13,000人（2025年） 【2021年：8,898人】

健康経営優良法人2023（大規模法人部門（ホワイト500））に認定



資生堂は、経済産業省と日本健康会議が推進する「健康経営優良法人2023大規模法人部門（ホワイト500）※1」に資生堂グループ国内関係会社20社とともに認定されました。

近年、ウェルネスやウェルビーイングが注目され健康経営※2を目指す企業が増えています。

今回、健康経営度調査の参加企業数が3,169社と過去最多（昨年比10%増）のなか、資生堂グループは大規模法人部門で上位約10%に入り、過去最高の成績でホワイト500の認定を受けることができました。

今後もさらなる高みを目指して、社員の健康と安全を保持・改善するための取り組みを行っていきます。

※1：2017年より経済産業省と日本健康会議が共同で、特に優良な健康経営を実践している企業や法人上位500位以内を「健康経営優良法人」として認定

※2：健康経営は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

認定法人名	左記法人とともに認定された法人名
株式会社資生堂	株式会社ジャパンリテールイノベーション
	KODOMOLOGY株式会社

株式会社ピエールファールジャパン
資生堂アステック株式会社
株式会社イブサ
株式会社エテュセ
株式会社エトバス
株式会社エフェクティム
株式会社ザ・ギンザ
株式会社資生堂パーラー
花椿ファクトリー株式会社
資生堂インタラクティブビューティー株式会社
資生堂ジャパン株式会社
学校法人資生堂学園
資生堂企業年金基金
資生堂健康保険組合
公益財団法人 資生堂子ども財団
資生堂美容室株式会社
資生堂薬品株式会社
労働組合

国内資生堂グループ、コロナ禍の取り組み

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。

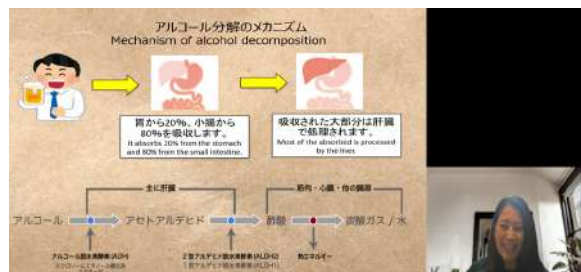
資生堂ハイブリッドワークスタイルにより、業務内容に応じて「オフィス」「リモート」勤務を柔軟に選択できるようになり、社員の働き方が多様化しています。国内資生堂グループでは、リモート勤務において生じる、これまでとは異なる健康課題に対して取り組みを行っています。

社員への情報発信

リモート勤務を選択している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、腰痛、女性の健康、飲酒対策など様々な情報をLIVE配信しています。



<ランチタイムセッション(LIVE配信)>

オンライン面談の実施

リモート勤務を選択している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実施しています。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新型コロナウイルス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、国内資生堂グループの各拠点にて、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。また、2022年は4月より、3回目接種を実施しました。



<職域接種の様子 受付>



<職域接種の様子 薬剤充填>

資生堂ビジョン・ゼロ宣言（安全宣言）

資生堂は、資生堂グループで働く人^{※1}が成果を出すことで社会への貢献を発揮する、その大切な経営理念であるPEOPLE FIRSTを追求します。そのために、資生堂グループで働く人が安心・安全に働くことのできる環境を整備し、すべての職場における休業災害^{※2}ゼロを実現することをビジョンとして掲げます。

※1：役員・社員（派遣社員・協力会社社員含む）

※2：休業災害（国内では業務上・通勤中のケガおよび疾病のうち、休業1日以上を指す）

行動指針

この指針は、国内外の資生堂グループに従事する役員・社員（派遣社員・協力会社社員含む）へ適用します。

<予防対策>

リスクアセスメント等^{※3}の徹底により、働く環境の安全衛生を脅かす要因を指摘・排除し、誰もが健康で安全に働ける職場づくりを実践します。

<継続的教育・ルール順守>

自身の安全と周囲の人々の安全に責任を持ち、安全衛生に関する教育を定期的に受け、それを実践するとともに、決められたルールに従い行動します。

<改善活動>

資生堂グループ内で発生した、不安全行動（事故や災害を起こしそうな労働者の行動）や不安全状態（事故や災害を起こしそうな労働環境）、労働災害事例、その改善策を定期的に職場で話し合い、安全対策を積極的に実践します。

※3：事故の未然防止に向けた標準化された安全性評価や危険の原因となりうるものを洗い出す活動

この行動指針は、「米国国立労働安全衛生研究所（National Institute for Occupational Safety and Health）」の労働衛生のヒエラルキーコントロールを参照し作成しています

安全衛生推進体制

推進にあたっては、人事担当役員が安全衛生管理責任者となり、国内外のビジネス領域を管轄し、資生堂グループで働く人の健康・安全保持および増進を積極的にけん引します。また、労働安全衛生における重要なコミットメントについては、取締役会の管理監督を受けています。・安全衛生管理責任者より各役員・部門長・責任者へ働きかけ、資生堂グループで働く人の自主的な健康・安全への取り組みをサポートします。

また、資生堂グループの国内拠点では、法令に従い衛生委員会および安全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。研究所・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・改良を行っており、国内工場では、休業災害ゼロを目標とし、重大事故の発生防止に努めています。



労働安全衛生マネジメントシステム体制

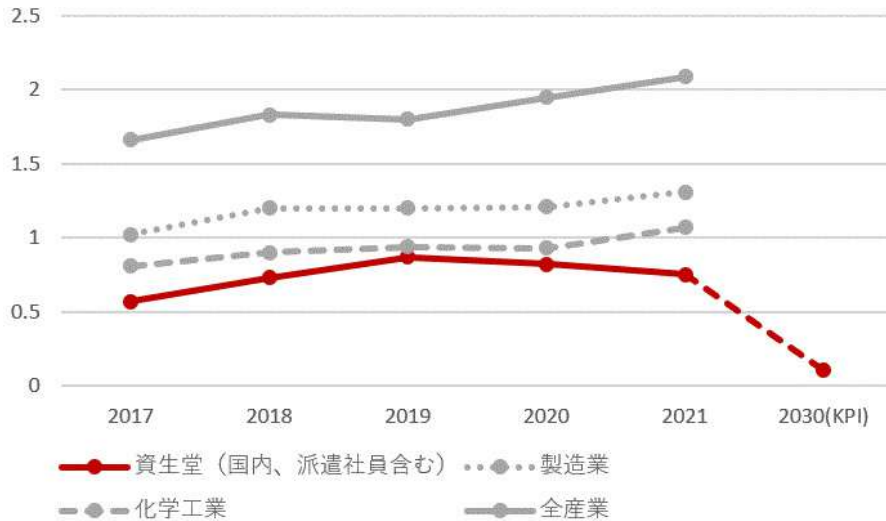
中長期目標

資生堂グループはグローバルでトップレベルの安全を推進する企業になることを目指します。そのKPIとして2030年までに休業度数率^{※4}「0.1以下」達成を目標値として設定しました。安心・安全に働くことができる環境を整備し、すべての資生堂グループで働く人がいきいきと働くことは、事業リスクやコストの低減、収益拡大につながり

ます。現在は、国内全産業および、化学工業・製造業と比較し、資生堂グループで働く人の安全を十分に確保できていますが、さらなる充実を図るため、さまざまな施策を実施していきます。

※4：休業度数率（LTIFR: Lost Time Injuries Frequency Rate）：休業を伴う労働災害件数/延労働時間×1,000,000

▼国内資生堂グループと国内全産業・化学工業・製造業界の休業度数率の比較



労働安全衛生上の課題

資生堂グループの2021年の国内の社員・派遣社員の労働災害発生件数は110件でした。そのうち、休業災害は29件であり、派遣社員が被災したケースは1件でした。

労働災害の型は、転倒、転落、無理な動作が全体の46%を占め、日常でも起こりうるような「重いものを無理な姿勢で持ち上げた」「雨で濡れていた廊下で滑って転んだ」等の事故が多く発生しています。労働災害の要因を分析すると、安全のための作業環境の整備が不十分であった場合や作業の方法を不適切に省略していた場合に、多くの労働災害が発生していました。また、化粧品販売の店頭では転倒事故が50%であり、よりよい職場環境のためにはテナント側との日々の連携が重要です。国内資生堂グループの関係会社では、50～60代の転倒事故が90%を占めます。そのため、50代の後半から体力や運動機能低下の自覚を促し、運動やストレッチの励行や動きやすい靴の着用など日常的に安全に働く意識を高める必要があります。

また、2030年までの安全衛生に関する目標を達成するには、各拠点のガバナンスに委ねるのではなく、全社共通の安全教育の実施や、ビジネス領域を超えた情報共有を通じ、未来の事故を予防する必要があります。さらに、特に労働災害の多い50～60代への安全教育の強化、今後さらに規制が強まる安全衛生法規制への対応が必須であり、それに加えて、重篤な労働災害に伴う操業停止のリスクや、社会からの信頼を損なうリスクを低減する必要があります。

現在および今後の取組内容

上記課題を踏まえたうえでの目標達成に向けて、2022年度より「労働安全衛生マネジメントシステム体制」を構築し、経営層が関与すべき取り組みとして位置づけ、安心・安全に働く環境を守る活動を実践しています。

国内資生堂グループの取り組みとしては、毎月の労働災害の発生状況や発生要因、対策を分析し、年に6回開催する労働安全衛生マネジメントシステム委員会において、安全衛生管理責任者に報告、共有しています。また、安全衛生活動を通じた企業内における「安全文化」の醸成、過去3年間に発生した労働災害結果および人間の行動特性を分析し、未来の事故を予防するための自衛策や、発生しやすい場所や条件等を網羅した安全教育トレーニングの実施を予定しています。業務災害のみならず、資生堂グループで働く人を守るため、通勤災害の削減も推進しま

す。

各ビジネス領域における今後の取り組み内容は以下の通りです。

工場・物流センター

工場・物流センターでは、国内外共通の労働安全衛生基準を定めるGSMS（グローバル・セイフティー・マネジメント・システム）の制定を進めています。工場・物流センターでは、過去の労働災害の検証を含め、さまざまな教育訓練を実施していますが、掛川工場では、生産エリアの従事者全員（間接雇用や障がいのある社員を含む）を対象に、安全体感研修として、「危険を危険と感じる」訓練を行いました。2023年度からGSMSの運用を開始し、併せて2024年度末までに世界各国・各地域の生産拠点において、ISO45001の認証を取得することを計画しています。（2021年12月時点で取得済みの自社工場:上海工場・北京工場・ベトナム工場）ISO45001取得工場では、起こり得る緊急事態への準備及び対応のために必要なプロセスを確立し、実施しています。また、そのプロセスの維持管理、継続的改善のため計画的な教育訓練、定期的な内部監査及び評価を行っています。

▼安全体感研修



研究所

研究所では、国内外の拠点ごとに安全衛生についての管理責任者を設定し、国内外で発生した労働災害やヒヤリハット（危ないことが起こったが、幸い災害には至らなかった事象のこと）についての情報共有を行っています。また国内の研究所では保有する化学物質を独自のITシステムで管理しており、増加する化学物質に対するリスクアセスメントを厳格かつ効率的に実施することで遵法対応を実現し、将来に渡って研究員の健康と安全を守ることを目指します。

店頭・営業&オフィス

店頭・営業およびオフィスでは、安全衛生委員会を基軸とした安全衛生活動を引き続き進めていきます。国内各地域の衛生委員会において、他エリアへの事故情報と対応策の共有等のPDCAの機能の強化や事故を未然に防ぐためのヒヤリハット案件を継続的に収集し、その結果を未来に発生する可能性がある労働災害として、事業場内のサイネージなどを活用して社員へ周知していくことを計画しています。

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が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。