

# 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、人は本来、多様であるとの認識のもと、固定概念や偏見、同調圧力を払しょくし、一人ひとりが自分らしい人生を実現できる社会を目指し、ダイバーシティ&インクルージョン（D&I）を重要な経営戦略として位置付けています。

ビューティーカンパニーとしての使命である「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD」を実現するための取り組みを通じて蓄積した経験や知見をいかし、成し遂げるべき戦略アクションを「ジェンダー平等」と「美の力によるエンパワーメント」と設定し、2030年までにそれぞれ100万人の人々を支援していきます。包摂性豊かな社会づくりの基盤として、「すべてのステークホルダーの人権の尊重」にも引き続き最大限注力していきます。

# 1. ジェンダー平等

世界経済フォーラム<sup>※1</sup>の「ジェンダー・ギャップ指数2022」において、ジェンダーギャップの解消にはあと132年かかると指摘されているように、ジェンダー平等への歩みは停滞しています。世界では、児童婚、貧困、差別、ジェンダーによる偏見といった障壁により、初等教育・中等教育を受けることが困難な少女たちの環境が一層深刻さを増しています。国内においては、「ジェンダー・ギャップ指数2022」の日本の順位は主要先進国では最低の116位<sup>※2</sup>と、第1回発表の2006年から15年以上を経てもなお、そのランキングは低位で推移し、とりわけ政治分野と経済分野における女性参画の低さが指摘されています。

資生堂のこれまでの知見や経験を発展させ、国際機関、民間企業、地方自治体、関係団体などと連携し、女性が経済的に自立すること、また意思決定機関における女性の参画があたりまえの姿になることなど、性別にかかわらず、公正な機会を得ることで、一人ひとりが自分らしく生きられる社会の実現に貢献していきます。

※1：グローバルな経済問題に取り組むために、政治、経済、学術等の各分野における指導者層の交流を目的とした、スイスに本部を置く独立・非営利団体

※2：「The Global Gender Gap Report 2022」内での、各国・地域における男女格差を測る指数。日本は146カ国中116位

# 2. 美の力によるエンパワーメント

年齢、疾病、障がい、外見の変化などさまざまな悩みや困難な状況から人との関わり避けたり、日常にあふれている無意識の思い込みや偏見によって「自分らしい美しさ」の表現が抑えられ、社会とのつながりを保つことに難しさを感じる方々がいます。

資生堂は、これまでの知見や経験を発展させ、美の力が、心身の満足（Mental and Physical well-being）だけでなく、社会的な満足（Social well-being）<sup>※</sup>にも寄与することを発信していきます。それとともに、さまざまな活動を通じて、誰もが自分らしい一歩を踏み出せる社会を実現し、同時に多様な美を提供するビューティーカンパニーとして、「美しさ」に関する無意識の思い込みや偏見を払拭し、個々の美しさに共鳴しあえる世界を目指します。

※「社会的な満足」社会や人とのつながりが維持できている状態

# 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平等の実現を目指すリーディングカンパニーとして、自社での取り組みをさらに進化させ、女性活躍のための支援活動に注力しています。

## 資生堂DE&Iラボ

2023年、社内研究機関「資生堂DE&Iラボ」を発足しました。多様な人材が持てる力を発揮することで、異なる価値観や考え方が新たなイノベーションを生むまでのプロセスを検証し、多様性と企業成長の因果関係を実証すると同時に、施策効果の実証により、多様性の力をいかすためのノウハウの抽出を目指します。また、これらの研究で得られた知見は社内だけでなく社会にも共有することで、DE&Iの実現による日本経済の成長促進へ貢献していきます。



## 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<sup>※1</sup>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%<sup>※2</sup>を達成することを目標として2019年5月に発足し、2022年5月に第2期がスタートしました。当社代表執行役 会長 CEO 魚谷雅彦が第1期に続き、第2期の会長を務め、TOPIX 100、TOPIX Mid 400に含まれる企業34社<sup>※3</sup>の会長・社長からなるコミュニティ「TOPIX社長会」で活動しています。

「TOPIX社長会」は、これまで9回開催し<sup>※4</sup>、「30% Club Japan」のメンバーであるTOPIX100、TOPIX Mid 400の会長・社長、延べ172名が参加しました。イノベーションの創出には変化対応力の高い組織が必要であり、そのためには、とりわけ多くの部下を持ち、日常的な業務執行への影響が大きい執行責任者層（執行役員/ライン部長（組織長）層）のジェンダーバランスの実現が極めて重要であるとの考えに基づき、「執行役員・ライン部長（組織長）への女性登用」というテーマに加えて多様性をいかす組織カルチャー変革など、より幅広いテーマについて参加各社の事例を通じて活発な議論を展開しています。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（34社約80名）では、「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つのゲートに対応すべく、企業横断でのプロジェクト体制を組み、若手女性社員のキャリア意識醸成や育児との両立期社員に対するベストプラクティスの共有、女性幹部候補者と同会のトップとの交流会など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。

また、第2期からは「30% Club Japan」の特徴でもある企業を起点とするステークホルダーで社会へ働きかける「統合的アプローチ」が本格稼働し、機関投資家33社から構成されるインベスター・グループ、9大学からなる大学グループと「TOPIX社長会」との連携によるアクションが具体化しています。

5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国内上場企業の平均を12.5ポイント上回る23%まで上昇し、事業責任者や工場長などこれまで女性には不向きとされていたポストへの登用も進むなど、意思決定場面の女性参画が着実に成果を上げています。

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の創出に向け、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）

※3：2023年12月末時点

※4：2023年12月末時点

「30% Club Japan」のサイトはこちら

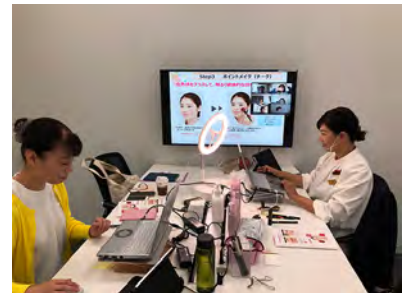


TOPIX社長会



## 地方自治体との協働による女性活躍支援

資生堂ジャパン株式会社と広島県は2021年に「女性活躍の推進に関する協定」を締結しました。以降、女性活躍支援活動として、美容セミナーを中心に広島県の女性の社会参画や子育て世代の女性の就労サポートを行っています。2022年は就職を希望する子育て世代の女性向け、「就活メイクセミナー」を実施しました。2月には、広島県商工労働局が主催するオンライン「女性活躍支援研修」において、資生堂ジャパンのソーシャルエリアリーダーが管理職を目指す女性たちに向けて自身の経験を交えて激励しました。8月には、就職を希望する女性の相談窓口「わーくわくママサポートコーナー」において、資生堂パーソナルビューティーパートナーによるメイクレッスンを受けることができるチケットを配布し、新たな就労サポートの取り組みをスタートしました。さらには本協定の枠組みを超え、広島市男女共同参画推進センター主催の「女性管理職交流会」に参加し、地元企業を中心とした12名の女性管理職の方々と交流を深め、女性管理職が抱える課題について意見交換を行いました。女性活躍支援のための普及啓発や情報発信、働く女性のネットワーク構築に向けた支援を通じ、広島県の発展に取り組んでいます。



広島県「就活メイクセミナー」のオンライン配信の様子

また、2022年は新たな日本の地方自治体との取り組みとして、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。同プロジェクトのもと、5月の「女性活躍推進トップセミナー」において株式会社資生堂 人財本部 副チーフピープルオフィサー 芦田恵美子が、6月の「トークイベント」では株式会社資生堂 取締役 常務鈴木ゆかりが登壇し、山形市で働く女性たちにエールを送りました。続く、山形市内の女性20名が参加した課題解決のための全5回のワークショップ（6月～12月）では、資生堂ジャパン山形オフィス社員も加わり、ディスカッションなどを行いました。また6月と9月には、ビューティーセッションを実施し、スキンケアやメイクアップのレクチャーを開催しました。11月には、「家庭とキャリアの両立について」をテーマに講演し、このプロジェクトには同仙台オフィスからも社員が参加し総勢20名で山形市の取り組みを支援しました。



「まち、わたし、きらめく Women's Campus山形」のワークショップの様子



「まち、わたし、きらめく Women's Campus山形」のビューティーセッションの様子

[広島県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](#)

このほか、株式会社資生堂では、企業、地方自治体、大学、省庁、各種団体から、ジェンダー平等や女性活躍推進についての外部講演を依頼され、2022年の講演参加者は延べ1,856人（主催約30社/団体）にのびりました。講演では、女性リーダー育成のためのトップのコミットメントの重要性をはじめ、資生堂の女性活躍推進の歴史や、意識改革のためのさまざまな人事施策など幅広い内容を取り上げています。代表的なものとしては、産学公の代表者で結成した「やまぐち女性活躍応援団」の取り組みのひとつ、市や地域の企業・大学との連携による「地域シンポジウム」の基調講演に登壇しました。山口県警の警察官を対象とした講演依頼では、男女双方の働き方を見直す契機となったと評価されました。これからもジェンダー平等の実現に向け培った当社の知見や経験が、社会の変革に役立つよう取り組んでいきます。



「やまぐち女性活躍応援団」主催のシンポジウムでの講演の様子



山口県警での女性活躍支援をテーマにした講演の様子

## 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）」※1「カンガルーム掛川（2017年）」の運営に加えて、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2施設、神奈川県内1施設※2）。2022年4月から、男性の育休取得についての新たな法制度の段階的施行を受け、カンガルーム汐留にて、男性社員のための育児トレーニング

「KODOMOLOGYイクトレ」を本格的にスタートしました。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をしながらキャリアを築くことをサポートしています。当社社員や家族を含め、延べ52人が受講※2し、「育児トレーニングを通じて前向きな気持ちになり、ファミリー単位で育児とキャリアを両立することについて考えるきっかけになった」という声が多く寄せられました。

※1：KODOMOLOGY株式会社は、カンガルーム汐留を2023年3月末で終了し、同年4月より資生堂および提携企業社員向け子育ての支援サービス「KANGAROOM+」の提供を開始しました

※2：2022年12月末時点

社員への仕事と育児・介護の両立支援についてはこちら

KANGAROOM+についてはこちら

KODOMOLOGY株式会社のコーポレートサイトはこちら



事業所内保育施設「カンガルーム掛川」



「KODOMOLOGYイクトレ」の様子

## 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17.8%と欧米と比べて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、16回目となる2023年は10名の女性研究者に対して研究助成金を贈呈しました。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、これまで延べ159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。

2023年は「サステナブルな社会の実現を目指した女性研究者同士のネットワーク構築」をテーマにした授賞式を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。女性研究者の現状について、過去の受賞者を対象にアンケート※を実施したところ、8割以上の研究者が「女性ゆえに困っていることがある」と回答し、「家庭と仕事の両立が困難」、「女性研究者が少なく立場が理解されにくい」、「周囲に相談・情報交換できる人がいない」という声が多く寄せられました。これらの回答から、日本社会に根付く性別役割分担意識を背景とした家庭と仕事の両立の困難をはじめ、孤立しやすく、キャリア形成に不安を抱えている女性研究者の実態が浮彫りになりました。一方、助成金が得られたこと以外で、本グラントを受賞して良かったことについては、「優秀な他の受賞者との交流が次の発想につながった」、「受賞そのものが心の支えになった」、「資生堂の研究員と交流がもてた」、「周囲から認められるようになった」などが挙げられました。

研究者が発想を膨らませ、研究成果を生み、社会に還元するうえで、研究者同士のネットワーク構築が不可欠です。本グラントの受賞により築いたネットワークが、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となることを期待しています。

※調査期間：2022年11月16日～30日、資生堂 女性研究者サイエンスグラント 受賞者のうち回答者数：74名（送付者数：119名）

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

## 資生堂 女性研究者サイエンスグラント 第16回授賞式 | 資生堂



第16回資生堂 女性研究者サイエンスグラント授賞式の様子

### スポーツを通じた取り組み

#### 「強く、速く、美しく。」をモットーに取り組む資生堂ランニングクラブ

「資生堂ランニングクラブ」は、日本初の国際女子マラソンレース「第1回東京国際女子マラソン」の開催年となる1979年に発足しました。「強く、速く、美しく。」をモットーに、松田千枝、谷川真理、弘山晴美といった日本の女子陸上界に名を残す選手を輩出しています。

現在は、高島由香（リオ五輪出場）や一山麻緒（東京五輪入賞）、五島莉乃（オレゴン世界選手権2022・ブダペスト世界選手権2023出場）をはじめ9名※の選手が在籍、世界での活躍を通じて、日本女子の競技力向上に貢献しています。2022年11月の「第42回全日本実業団対抗女子駅伝競走大会（クイーンズ駅伝）」では、国内資生堂グループ社員総勢約200人が現地に応援に駆けつけるなか、創業150年を迎えた記念の年に、大会新記録で16年ぶりとなる2回目の優勝に輝きました。

常に高みを目指し、挑戦し続ける資生堂女性ランナーたちの美しい走りは、多くの人々に勇気を与えるだけでなく、自社の選手たちの応援を通じて、資生堂グループで働く社員の一体感の醸成や互いに研鑽し合う風土を育んでいます。

※2023年12月末時点

資生堂ランニングクラブについてはこちら



資生堂ランニングクラブの選手



## アクティブビューティーの実現を目指す「資生堂 レディスオープン」の主催

資生堂は「女性アスリートの躍動する姿を通じ、一人ひとりの心身ともに生きいきとした美しさ『アクティブビューティー』の実現を後押しし、多くの笑顔あふれるよりよい世界を目指す」という大会フィロソフィーを掲げ、一般社団法人日本女子プロゴルフ協会（JLPGA）公認トーナメントの「資生堂 レディスオープン」※を主催しています。2023年の大会では4日間で合計約22,000人の来場がありました。

また、大会参加選手の協力を得て「チャリティーオークション」を実施しており、その売上金を、女性アスリート支援を行っている「一般社団法人 女性アスリート健康支援委員会」に寄付しています。寄付金は、本委員会が実施する女性の健康支援事業に活用されます。

※2019年の大会名称は「資生堂 アネッサ レディスオープン」

資生堂 レディスオープンについてはこちら

資生堂 Sports Japan公式インスタグラムはこちら



女性アスリートの躍動する姿を通じた「アクティブビューティー」を発信しています。



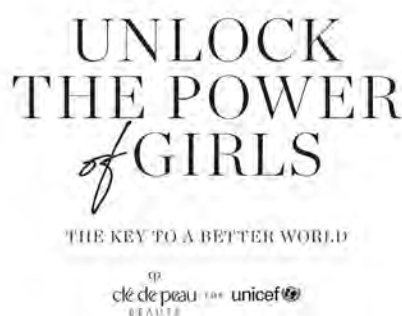
大会最終日の様子

# グローバルでの女子教育と経済的自立支援

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

2023年4月にグローバルラグジュアリーブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」とユニセフ※<sup>1</sup>は、STEM教育※<sup>2</sup>や雇用、エンパワーメントプログラムを通じて、ジェンダー格差に取り組むためのパートナーシップを3年間延長すると発表しました。両者は2019年からこの問題に取り組んでおり、3年間のパートナーシップを通じて、350万人以上の少女や若い女性たちを支援してきました。



この支援活動を広めるために、本パートナーシップの一環として、2022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※<sup>3</sup>を実施しました。同商品の全世界での売上の一部をユニセフの活動に寄付し、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、少女たちが教育とスキル開発の障壁を克服するための取り組みに活用されました。

2022年の支援活動及び実績の共有を目的に、クレ・ド・ポー ボーテのチームメンバーや資生堂の関係部署150名以上がバングラデシュへのオンライン視察に参加し、ユニセフとのパートナーシップによって実現した主要な取り組みについて学びました。代表的なものとして、ユニセフがバングラデシュ政府や市民団体とともに行った、教育におけるジェンダーに対応したスキルに基づくカリキュラム開発支援や、未就学の少女たちが教育と技能訓練を受けられることを目的とした地域社会での雇用機会につながる代替教育プログラム（ALP）※<sup>4</sup>などが紹介されました。このオンライン視察では、ALPを受講した生徒や少女たちの親、メンター、コーディネーターが参加し、クレ・ド・ポー ボーテの支援によって少女たちの人生がどのようにポジティブに変化しているかが共有されました。



バングラデシュへのオンライン視察の様子

また、資生堂は、2022年9月に、クレ・ド・ポー ボーテが日本ユニセフ協会への寄付を通じて、世界中の少女たちへの教育およびエンパワーメントの活動支援に対する功績が認められ、国より紺綬褒章に係る褒状を受章しました。



紺綬褒章に係る褒状授与の様子

左) クレ・ド・ポー ボーテ チーフブランド  
オフィサー

右) 公益財団法人 日本ユニセフ協会専務理  
事

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

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」※5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5回目となる2023年のアワードでは、ベトナムにおけるSTEM教育の過疎や貧困による機会格差や地域社会の男女差別をなくすために活動している生物学の教師でベトナム・ハノイ出身のダオ ティ ホン クエンさんを選出しました。クエンさんはジェネシス校の科学科の責任者として、科学プログラムの開発を担当。STEM教育における男女格差を解消し、ジェンダーに対する偏見に取り組むことで教育を普及させ、少女たちを支援しています。



POWER  
of  
RADIANCE  
clé de peau  
BEAUTÉ

「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」2023年受賞者ダオ  
ティ ホン クエンさん

これらのチャリティープログラムを支援するための寄付は、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本購入するごとに、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：代替教育プログラム (ALP) the Alternative Learning Program バングラデシュで、最も脆弱な立場にある未就学の青年期の少女たちを対象とした新しい進路のひとつで、教育と技能訓練を受けることにより、地域社会での雇用機会へとつなげるプログラムのこと

※5：「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

パワー・オブ・ラディアンス・アワードについてはこちら

クレ・ド・ポー ボーテについてはこちら

## 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行ってきました。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とした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。2022年は134名の女性がトレーニングを受け、45名が就労の機会を得ました。



美容トレーニングの様子

## 親と離れて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 資生堂子ども財団<sup>※1</sup>は、「すべての子どもが笑顔にあふれ、自分らしく輝く社会」の実現を目指し、社会に巣立つ子どもたちの未来を後押しする「子どもへの支援」、子どもを育む人に必要な情報を届ける「子どもを育む職員への支援」、子育てに関わる大人に役立つ情報を届ける「広く一般の方々に向けての情報発信」の活動に取り組んでいます。

なかでも、「子どもへの支援」として、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、社会的養護<sup>※2</sup>で暮らす中高校生を対象として自立生活に必要な社会的知識を専門家から学ぶ「自立支援セミナー」を開催しています。これまで行った自立支援セミナーには、300名以上の子どもたちが参加しました。また、大学・短大・専門学校への進学支援として2007年に開始した奨学金事業では、2022年までに81名の奨学生を支援してきました。

その他にも、「子どもを育む職員への支援」として児童福祉施設職員向けの研修の開催や、「広く一般の方々に向けての情報発信」として日本各地の児童虐待防止啓発イベントや子育て家庭向けセミナーへの助成なども行っています。



2022年法人名称変更を機に刷新した  
ロゴマーク



身だしなみ講座の様子

※1：2022年10月、設立50周年を機に、法人名称を資生堂社会福祉事業財団から資生堂子ども財団に変更

※2：「社会的養護」とはさまざまな理由で親と暮らせない子どもたちを、公的責任で保護し、社会的に養育するとともに、養育に困難を抱える家庭への支援を行うこと。日本では約4万2,000人の子どもたちが社会的に養護されています

公益財団法人 資生堂子ども財団の活動はこちら

# 資生堂の女性活躍・ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)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(D&I)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58.1%を占めます。また、取締役・監査役の女性比率は40.0%（2023年4月時点）、日本国内の女性管理職比率37.6%（2023年1月時点）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男女比率を機会均等の象徴である50：50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）※<sup>1</sup>」「カンガルーム掛川（2017年）」を開設し、いずれも近隣企業にも開放してきました。さらに「多様な働き方に合わせた柔軟な保育」を実現するため、2023年4月にシッターサービスを中心とした総合的な保育サービス「KANGAROOM+（カンガルームプラス）」を開始しました。集団保育ではなく1対1の保育サービスにすることで、時間と場所の自由度を上げるとともに、「小1の壁」※<sup>2</sup>に代表される社員の保育ニーズに合わせて、対象を未就学児から小学生までに広げます。

また、2008年には育児による短時間勤務を取得する美容職社員の代替要員体制として「カンガルームスタッフ制」を導入し、2022年は全国で1,510名の育児期の美容職社員の両立を721名のカンガルーム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94.9%に及び、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、2022年は63名の女性社員が参加しました。この育成塾は、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。同プログラムの開始から6年経ち、受講した185名の女性社員（退職者を除く）のうち49%（90名）が昇格を遂げました。女性管理職比率を50%に引き上げるために、次期課長・部長・経営幹部候補向けの3つのプログラムに拡大し、着実に次世代のリーダーを育成するリーダーシップパイプラインの強化につなげています。

また、エグゼクティブオフィサー※<sup>3</sup>と女性社員によるメンタリングプログラム「Speak Jam」には、2020～2022年にセールス、生産、R&Dなどさまざまな領域から累計117名の社員が参加しました。



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

※1：KANGAROOM+への事業転換に伴い事業所内保育所「カンガルーム汐留」は終了

※2：保育園は夕方まで預かり保育可能である一方、小学校は午後に学校が終わるため、小学校入学によって親の就業可能時間が短くなる問題

※3：2021年までは執行役員

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。

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（D&I）の取り組みは、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（D&I）をさらに加速させていきます。

外部からの評価・受賞等についてはこちら



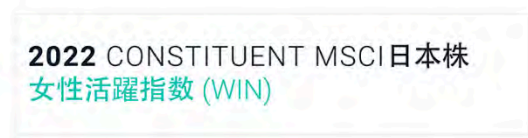
女性が輝く先進企業表彰2020「内閣総理大臣表彰」受賞※1



令和4年度 なでしこ銘柄 選定※2



2020 WCD Visionary Awards



MSCI日本株女性活躍指数2022※3

## 「The Global Parity Alliance Lighthouse Awards」に選定

世界経済フォーラムとマッキンゼー・アンド・カンパニーが「DE&I」（ダイバーシティ、エクイティ（公平性）、インクルージョン）を加速させることを目的として立ち上げた「The Global Parity Alliance」において、2022年度の「DEI Lighthouse」に唯一の日本企業として選定されました。

※1：女性が輝く先進企業表彰とは、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：なでしこ銘柄とは、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6年連続継続選定されています。

## 美の力による自己効力感の醸成

資生堂は、戦禍によるやけど跡で苦しむ方に向けた日本初のメイクアップ製品の発売（1956年）をきっかけに、あざや傷跡などの外見の変化に対応する化粧品開発や美容技術の進化に取り組むなど、科学的なアプローチで「美には心を豊かにし、生きる喜びや幸せをもたらす力がある」ことを解明してきました。美の力を通じ、さまざまな悩みや困難を抱える人のwell-beingを実現する活動の総称を「資生堂 ライフクオリティー ビューティー」とし、各種支援団体をはじめ、医療機関、地方自治体などをパートナーとして継続的な取り組みを進めています。

### がんと共生を目指したがんサバイバーへの支援

がんになっても自分らしく生きることのできる社会を目指して、治療に伴う外見の変化に対する悩みを解決する活動をグローバル共通の活動として強化していきます。

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。2015年に発刊したがん患者の方向けの小冊子は改訂を重ね、2022年2月には、性別を問わず、がん治療による肌質や外見変化に対応した美容情報やテクニックをわかりやすくまとめた「外見ケアBOOK ～自分らしく、心地よく。～」を発刊し、日本国内133の医療機関に提供しました。



「外見ケアBOOK ～自分らしく、心地よく。～」

※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

### がんになっても笑顔でいられる社会を目指す「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」をグローバルで展開

2017年から、がんになっても笑顔で過ごせる社会を目指す、をテーマに、がんサバイバーを支援する「LAVENDER RING」に参画しています。この活動において、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、がんになっても自分らしく生きていけるよう、社会への復帰の一助となるように後押しをしています。この活動は、2021年11月に公益社団法人 企業メセナ協議会からメセナ優秀賞を受賞しました。



メセナ優秀賞 受賞

また、2021年2月4日世界がんデーに、LAVENDER RINGフォトブック「自分らしく、を生きていく。」を出版し、書店をはじめ、病院内の売店などで販売しました。がんサバイバー206名の方々のポスターやエピソードは、がんサバイバーご本人やそのご家族、サポーターの方々はもちろん一般の読者からも、「勇気や気づきを与えてくれた」「がんは誰にでも起こり得る身近なものだと感じられた」など多くの反響が寄せられました。



「自分らしく、を生きていく。」(ハースト婦人画報社出版)

2022年には、「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」を世界各国地域で展開しました。8月の中国と台湾に続き、10月シンガポール、12月タイでも開催し、4つの国と地域の合計※1 107名のがんサバイバー※2と、120名の社員ボランティアが参加しました。協働した患者団体や医療機関からは「参加したがんサバイバーがポジティブな体験を通じ自信を高めました」「多くの人々に勇気を与えました。継続開催を期待しています」などの回答が寄せられました。

※1：4つの国と地域：中国、シンガポール、台湾、タイ

※2：「LAVENDER RING」活動では、がんと診断された方、治療中、経過観察中、寛解されたなど、がんに罹患したことのあるすべての方々を「がんサバイバー」と表記



シンガポールのメイクアップの様子



中国の撮影風景

2022年7月、「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」を愛知県がんセンターで実施。続く8月には、3年連続となるLAVENDER RINGのオンラインイベントを開催しました。

これに加え、国内4カ所（霞が関コモンゲート 東京、資生堂グローバルイノベーションセンター（S/PARK 横浜）、愛知県がんセンター、練馬区役所（東京））にて、MAKE UP&PHOTOS WITH SMILES写真展を開催し、多くの方にサバイバーの笑顔とメッセージをご覧いただきました。

LAVENDER RING は、2017年の開始から、グローバルで延べ329名のがんサバイバーの方に参加いただいています。





練馬区役所の様子



資生堂グローバルイノベーションセンター (S/PARK) の様子

2023年4月に、第31回日本医学会総会で「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES展」の特別出展を行いました。本学会は、1902年から4年に日本で一度開催される、歴史ある国内最大規模の医学系学術総会で、4日間の学術集会来場者数は4万人超を記録しました。医療・医学関係者の多くが往来する東京国際フォーラムの連絡通路の両サイドに、がんサバイバーの笑顔あふれる特大ポスターを掲出しました。別に設けた資生堂ブースでは、資生堂ジャパン 美容戦略部、首都圏営業本部ソーシャルエリアパートナー※らが中心となってLAVENDER RINGの活動をはじめ、「資生堂 ライフクオリティ ビューティー」の活動を紹介し、学会開催の4日間合計で326人の来場者に対応しました。

※日本では、資生堂ジャパンに所属する8名のソーシャルエリアリーダーと36名のソーシャルエリアパートナーが中心となり、地域の特性とそれぞれの社会課題を見極め、地域に根付いた社会活動の企画、実行をリードしています



連絡通路両サイドに貼られた特大ポスター52枚



多くの医療・医学関係者が訪れた資生堂のブース

## さまざまに広がるがんサバイバーの方々への支援

2022年3月、AYA世代※<sup>1</sup>への支援として、第4回AYAがんの医療と支援のあり方研究会学術集会の市民公開講座の開催に協力しました。がん治療の副作用による外見の変化に対して、就職面接などで活用できる美容情報をデモンストレーションを交えて紹介しました。

また、同月にオンラインがん相談サービスなどを提供する株式会社ZINE主催のイベントで、資生堂のヘアメイクアップアーティスト※<sup>2</sup>が、AYA世代に向けた外見の変化に対応する美容のテクニックを紹介。参加者からは予定時間を超えるほどの質問や感想が寄せられ、AYA世代においても外見ケアへのニーズが高まっていることが浮き彫りになりました。

※<sup>1</sup>：Adolescent and Young Adultの略。思春期・若年成人世代のこと。日本では15歳から39歳を示すことが多い

※<sup>2</sup>：数々の受賞歴があり、資生堂を代表する資生堂トップヘアメイクアップアーティスト 原田忠

2022年7月より、資生堂ジャパンは、「三井ガーデンホテル柏の葉パークサイド※3」にて、がん患者さん向けの「メイクアップアドバイスセミナー」の定期開催に協力しています。

このセミナーは、一般社団法人UDCKタウンマネジメント、三井不動産株式会社および国立研究開発法人国立がん研究センター東病院（以下、NCC東病院）と資生堂ジャパンの協働の取り組みです。がん患者の方の外見の悩みや不安が少しでも解消することで、治療を行いながらも日々の生活を元気に自分らしく過ごしていただくことを目指しています。

※3：「三井ガーデンホテル柏の葉パークサイド」は、公・民・学連携で街づくりを推進する千葉県柏市柏の葉スマートシティ内にある、NCC東病院の敷地内に位置するホテルで、がん患者の方と付き添いご家族の利便性の向上を図ることを目的としています



三井ガーデンホテル柏の葉パークサイドでのセミナーの様子

2022年、資生堂ジャパンは広島県に続く行政との取り組みとして、大阪府と「大阪府民の健康づくりに向けた連携協定」を締結しました。本協定は両者が相互に連携し、府民の健康づくりなどの推進に向けた取り組みを通じて、府民のより一層の健康的な生活の実現を図ることを目的として定めたものです。

これを契機に、がん拠点病院をはじめ、より多くの医療機関において外見ケアセミナーを実施するほか、小冊子「外見ケアBOOK ～自分らしく、心地よく。～」を提供します。

また、資生堂ジャパンでは、近畿エリアの化粧品専門店の一部、およびウェブサービスプラットフォーム「Omise+（オミセプラス）」の双方において、肌の深い悩みに対応する「パーフェクトカバー」シリーズを中心とした製品のアドバイスや美容情報の提供をさらに充実させていきます。



大阪府と資生堂ジャパンによる連携協定の締結式

2022年11月、資生堂は、特定非営利活動法人Japan Hair Donation & Charity（通称 JHD&C / ジャーダック）、株式会社アデランスと3社共同で、頭髮に悩みを持つ方に向けた医療用ウィッグを開発しました。同月より、JHD&C SATELLITE SALONのホームページにて販売し、順次生産を拡大します。本商品は、一人でも多くの方々にデザイン性と品質に優れたウィッグをリーズナブルな価格で提供するため、資生堂とアデランスがノウハウを無償提供しています。



医療用ウィッグ「wig+」

2022年スペインでは、がん患者支援団体「Spanish Association Against Cancer」と連携し、オンラインでの外見ケアコースを5回実施し、62名のがん患者の方々が参加しました。また、イタリアでも、がん患者支援団体「La Forza e il Sorriso」と連携し、メイクアップ講座を実施するなど、日本で得た知見を海外へと展開し貢献の輪を広げています。



「La Forza e il Sorriso」と連携したメイクアップ講座

## 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、戦禍によるやけど跡で苦しむ方への日本で初めてのメイクアップ製品をはじめ、生まれつきのあざ、やけど跡、がん治療の副作用による外見ケア研究、美容情報や専用製品の開発を行っています。現在では4つの国と地域で専用施設である「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。「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター（日本）」では、新型コロナウイルス感染防止の観点から、2021年7月より、オンラインによる外見ケアカウンセリングを開始しました。同センターは、2022年9月に東京都銀座から資生堂グローバル本社 汐留オフィス（東京都港区東新橋）内に移転し、これまでの深い肌悩み対応に加え、新たに高齢者や障がい者の方々に向けた美容情報を発信しています。

プライバシーが保たれた空間での個別コンサルテーション対応の強化とともに、オンラインを活用したセミナーやイベント実施など、リアルとオンラインの特性をいかした機能の拡充を図っています。

2021年10月に全日本病院出版会から医療従事者向けに上梓された医学書「目もとの上手なエイジングー眼瞼下垂から非手術的美容医療、エイジング世代のメイクアップまで」の1章で資生堂の美容技術者（ライフクオリティー メイクアップコンサルタント）が、術後の腫れや内出血を目立たなくするカバー方法を解説しました。

2022年1月に、レックリングハウゼン病※2の患者の方々のためのメイクアップワークショップを患者会の「To smile #endnf」と共にオンラインで開催し、患者さんとそのご家族を中心に57名が参加しました。第1部は、「お子さんにメイクでカバーする前の心がまえ」、第2部は、「大人の患者さんへのメイク」として、「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」の専用製品「パーフェクトカバー」を使ったカバー方法を紹介しました。

中国では、2021年10月に「中国非公立医療皮膚専門委員会第5回学術会」※3に参加し、この活動の理念を医療従事者に発表しました。また、医師向け講座を11回実施し、380名の医師が参加しました。

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り組みにより「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」※4を2020年に受賞しました。

※1：中国、日本、シンガポール、台湾の各国・地域（2022年12月時点）

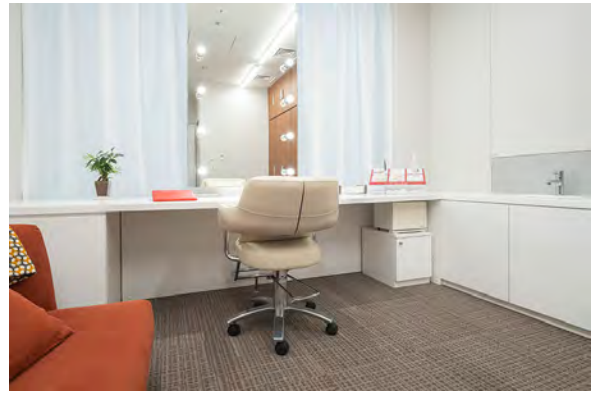
※2：レックリングハウゼン病：カフェオレ斑や、神経線維腫などが皮膚に発生する外見変化を伴う疾患で、小児慢性特定疾病にも指定されている

※3：2015年12月に設立。国家衛生健康委員会批准、国家民政部所属協会

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



オンラインによる外見ケアカウンセリング



資生堂グローバル本社 汐留オフィスへ移転した「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター」

## IAUD国際デザイン賞金賞を受賞

多くの方が快適で暮らしやすいユニバーサルデザイン社会の実現に取り組む団体・個人を表彰する「IAUD国際デザイン賞」（主催：一般財団法人 国際ユニバーサルデザイン協議会）のソーシャルインクルージョン部門で「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」が2022年※の金賞を受賞しました。

生まれつきのあざ、やけど跡や傷跡、病気や治療による外見の変化など、肌に深い悩みのある方々とともに開発した製品や、美容情報開発、無償のカウンセリングサービス提供などが、インクルーシブなデザインプロセスと思考による継続的な取り組みであると評価され、今回の受賞に至りました。

※2019年に、「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」が同賞のソーシャルデザイン部門 金賞を受賞しています

### 「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」の専用製品「パーフェクトカバー」

1995年、「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」の専用製品として、光の技術を応用し、青あざ（太田母斑）・赤あざ（血管腫）・濃いシミなどをカバーする「パーフェクトカバー」を発売しました。その後、傷跡などの凹凸、白斑など、幅広く深い肌悩みに対応できる製品に改良されました。

2022年3月、がん治療の副作用による外見上の変化（強いくすみや色素沈着など）へのカバー機能を強化しながら※1、リニューアルをしました※2。安全性に配慮するとともに、より使いやすく、自然な仕上がり感を実現しました。主力製品の「パーフェクトカバー ファンデーション MC」は、なめらかな感触で肌へフィットし、あらゆる色悩みや凹凸のカバーに対応。発売前のモニターテスト※3では、100%※4が「色のカバー力に優れている」「肌へのフィット感がある」、96%※4が「肌悩みをカバーしながら自然に仕上がる」「今後も継続して使用したい」と高い評価をいただきました。

※1：パーフェクトカバー ファンデーションMC

※2：新パーフェクトカバーシリーズ全品

※3：資生堂調べ。肌悩み（色・凹凸）を持つ方を対象とした2週間連用テスト N=24名（2021年2～3月）

※4：「そう思う」「ややそう思う」と回答した方の合計



深い肌悩みに対応する資生堂 ライフクオリティー メイクアップ



リニューアルしたパーフェクトカバー製品（2022年発売）

## リテールパートナーをはじめとした高齢の方に対する取り組み

現在、高齢化率<sup>※1</sup> 29.1%を記録し<sup>※2</sup>、世界で最も高齢化が進む日本では、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々を地域でサポートする体制づくりが進められています。

資生堂ジャパンは、高齢者の方々の心豊かな社会生活の支援を目指し、日本各地域でリテールパートナーと連携を深め、健康寿命の延伸につながる活動「高齢者向け美容講座」を展開しています。埼玉県では、地域包括支援センターとウエルシア薬局株式会社と協働し、同薬局が提供するコミュニティスペース「ウエルカフェ」にて高齢者の方々を対象に、12カ所24回の美容講座を開催しました。

※1：高齢化率とは、総人口に占める65歳以上人口の割合のこと

※2：2022年総務省発表

さらに、資生堂は、高齢者の方々のための「資生堂化粧療法」<sup>※1</sup>の研究知見を取り入れた「化粧健康法プログラム」を開発し、全粧協加盟<sup>※2</sup>の化粧品専門店481店<sup>※3</sup>に導入しました。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。

医療の分野では、新型コロナウイルス感染症の影響が継続し、高齢者のオーラルフレイル<sup>※4</sup>の問題が顕在化しています。「資生堂化粧療法」の研究によると、化粧をする動作は唾液腺に触れる動きが含まれ、口腔機能の向上にもつながることがわかっています。

このことに注目した神奈川県歯科医師会からの要請で、2022年6月には、資生堂の化粧療法リサーチャー<sup>※5</sup>による「化粧療法を用いたオーラルフレイル予防の新たなアプローチ」をテーマとしたオンライン講演会が開催され、同医師会の歯科医師と診療所スタッフ103名が受講しました。これに続いて、同年7月と9月に、「ADL<sup>※6</sup>向上のための整容講座」が開催され、計38名の歯科医師、歯科助手、歯科衛生士が受講しました。



ウエルカフェ川口領家店での講座の様子



ADL向上のための整容講座

- ※1：資生堂化粧療法：化粧行為を通じて心身機能やQOL（クオリティー・オブ・ライフ＝生活の質）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
- ※3：2022年12月時点
- ※4：かんだり、飲み込んだり、話したりするための口腔機能の衰え。早期の重要な老化のサインとされている
- ※5：資生堂 池山和幸（医学博士・介護福祉士）著作に、『「粧う」ことで健康寿命を伸ばす化粧療法—エビデンスに基づく超高齢社会への多職種連携アプローチ（クインテッセンス出版）』
- ※6：Activities of Daily Livingの略。日常生活を送るために最低限必要な日常的な動作

## 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始めました。2002年より、視覚障がい者の方々に向けた音声読み上げ美容情報サイト「資生堂リスナーズカフェ」を開設し、より多くの対象とする方に届けるために、2022年7月に全面的に改編しました。新しい動画のコンテンツを取り入れ、視覚に障がいのある社員が出演することで、実生活に役立つ美容情報を紹介しています。また、資生堂ジャパンのソーシャルエリアパートナーによる美容情報や、イベントの告知など、これまでと同様に音声読み上げソフトに対応しながら、日常生活の中で楽しく取り入れていただける内容を掲載しています。

2019年には当社独自の化粧法である「ガイドメイク」を開発し、全国各地の会場で講座を実施しています。また、資生堂ジャパンでは、この他にもさまざまな立場の方に向けた美容講座「資生堂 ライフクオリティービューティーセミナー」を開催していますが、そのなかのひとつ、視覚障がい者向けオンライン講座として、2021年に肌や顔の「リフトアップコース」、2022年には「頭皮ケアコース」を拡充しました。リアルでもオンラインでも、視覚に障がいがある方が美容法を通して前向きな気持ちで日々を過ごしていただくことを応援する活動に積極的に取り組んでいます。

また、資生堂は、聴覚障がい者や耳が不自由な方の視聴普及を目的に2018年よりテレビ番組における「字幕付きCMの放送を開始しました。段階的に拡大し、現在ではすべてのテレビCMで字幕対応が可能となっています。



ガイドメイクポスター



社会福祉法人福岡光明会 盲養護老人ホーム松月園で開催したガイドメイク講座の様子



「資生堂リスナーズカフェ」ロゴマーク

## 紫外線過敏の難病「色素性乾皮症（XP）」患者への支援

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。また、2005年から資生堂社員の給与積み立てによる募金「資生堂カメラリアファンド」を利用した支援にも取り組んでいます。2022年は、昼の休憩時間を活用した社員向けオンラインセッション「Brown Bag」にて全国色素性乾皮症（XP）連絡会より、同会の活動内容、および募金の活用方法などを講演いただき、社員へのXPに関する理解促進および意識啓発を行いました。



# 「自分らしい美しさ」を制限する無意識の思い込みや偏見への取り組み

資生堂は、多様な美を提供するビューティーカンパニーとして、無意識の思い込みや偏見によって「自分らしい美しさ」が制限されるUnconscious Beauty Bias（以下、UBB）を払拭する活動をグローバルで展開しています。性別、年齢、国籍などにとらわれず、誰もが自分らしく人生を楽しみ、個々の美しさに共鳴しあえる世界の実現に貢献していきます。

## 体験型ウェブサイトの開設、企業／団体向けSEE, SAY, DO.プログラム

資生堂が世界88の国と地域で展開しているブランド「SHISEIDO」は持続可能な開発目標（SDGs）に取り組むグローバルプロジェクト

「Sustainable Beauty Actions」の一環として、「SEE, SAY, DO.」プロジェクト※を2022年9月より開始しました。「ありたい自分」へ向かえる社会をつくることを目的としたこのプロジェクトのもと、「UBB」を体感できる特設ウェブサイトを公開しました。また、企業や団体向けにUBBを考える、「SEE, SAY, DO.」プログラムを構築し、提供を開始しました。プログラムの導入企業からは、「ふだんの何気ないコミュニケーションがUBBになり得るという気づきと学びのある体験ができた」、などの好評をいただいています。



2023年3月から、日本全国の先生が情報共有できる国内最大級のオンラインプラットフォーム「SENSEI ノート」を開発運営する ARROWS Inc.とともに、新たに無料教材を開発し、教員への告知を始めました。多様性の視点を学ぶ中学生に向けたこの教材は道徳の授業で「無意識の偏見や思い込み」が自分や誰かの自分らしさの実現を阻害していることを知り、いきいきと美しい「ありたい自分」でいることを主体的に考え、話し合うためのプログラムとなっています。授業は2023年4月から随時開始し、2024年3月までに全国1万人程度の生徒が受講することを予定しています。



板橋第三中学校での本教材を活用したプレ授業風景

※本プロジェクトに先立ち、世界10カ国（オーストラリア、ブラジル、中国、フランス、ドイツ、イタリア、日本、タイ、アラブ首長国連邦、米国）でオンライン定性調査を行い、5,000件の体験談を収集

「SEE, SAY, DO.」プロジェクトのサイトはこちら

「SEE, SAY, DO.」プロジェクトに関するリリースはこちら



# 人権についての考え方

資生堂は、グループ全体の基本的な考え方を記した資生堂倫理行動基準のもと、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。もの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、人権尊重のさまざま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

資生堂人権方針は、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、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。本方針にて、当社は労働者の権利を守ることをコミットメントしています。結社の自由・団体交渉権・公正な報酬などの労働者の権利尊重に努めるとともに、人身売買・強制労働・児童労働・差別などの人権侵害を防止します。資生堂グループおよびビジネスパートナーに適用される本方針は、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。

## 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

資生堂は、事業とその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発生し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ます。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ます。

人権デュー・ディリジェンスやリスク評価を含む人権方針の推進における責任は、当社のチーフD&I オフィサーが担います。特定された人権課題については、各課題を担当する部門およびエグゼクティブオフィサーを明確に定め、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ています。人権に関する業務は、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、関連部門や国内外の資生堂グループ各社と連携をとりながら人権推進に取り組んでいます。この活動は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」にて報告されます。「Sustainability Committee」ではグループ全体の戦略や方針、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。人権に関する重要な実績や懸念は毎年の取締役会へ提案・報告しています。

## 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と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すばやく対処する仕組み（グリーンバンスメカニズム）として、サプライヤーが人権に関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。

# 人権の取り組み

## 人権デュー・ディリジェンス

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」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年に人権デュー・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・各地域の規制にも遵守・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、さら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。

顕在化している人権リスクに加えて、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います。この活動は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」において報告されています。重要な実績や懸念は、取締役会へ毎年報告・提案しています。

資生堂の人権デュー・ディリジェンスにおけるリスク特定プロセスの範囲は、自社のオペレーションのみならず、サプライヤーにも拡大しています。M&Aなど新たな事業関係についても、投資判断を行うデュー・ディ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・お客さまの安全など）についても確認しています。人権リスクアセスメントでは、強制労働・児童労働などの課題に焦点を当て、サプライヤーの従業員などを脆弱なグループとして明確に考慮しています。潜在的・顕在的な人権影響のリスクマッピングは、定期的にレビューしています。



## 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)の内容などを参照し、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、サプライヤーの従業員、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。
- 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。
- 化粧品・パーソナルプロダクト業界の状況。
- 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」、「GRI：Global Reporting Initiative」、「CHRB：Corporate Human Rights Benchmark」、「DJSI：Dow Jones Sustainability Indices」、「FTSE：FTSE4Good Index Series」。

## 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、国内外の当社内の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）の有無を点数化。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・地域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国際調査「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。

## 人権の重要な分野

人権リスクアセスメントの結果、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<sup>※</sup>。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。資生堂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

## 人権リスクの軽減と是正措置

人権リスクアセスメントにより特定した8分野を、エグゼクティブオフィサーの担当領域ごとに6項目に整理・統合しました※。

- コンプライアンスと公正な競争の阻害
- ハラスメント・差別
- 休憩・休日の権利の侵害（労働時間の超過）
- プライバシー侵害と個人情報・機密情報の漏洩
- 労働環境における事故・事件（労災の発生）
- サプライヤー管理の不徹底

※順不同

資生堂は各人権分野を担当するエグゼクティブオフィサーを定め、人権に対する負の影響の停止、防止、軽減に向けた活動を行っています。社員の人権は人事部門と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っています。

管理職へのハラスメント研修や倫理研修などでは、「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。グローバル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開催しています。

グローバル本社および各地域の事業所に設置した通報・相談窓口寄せられた通報・相談をきっかけに、差別・ハラスメントや贈収賄等の不正行為が明らかになった場合には、関連する会社・事業所・部門と連携して、不正行為などを直ちに停止させるとともに、速やかに是正措置および再発防止策を講じます。また、不正行為などに関与した従業員に対し、就業規則や社内諸規程に従って処分を行います。通報者・相談者に対して不利益な取り扱いや嫌がらせ等が行われていることが判明した場合には、関連する会社・事業所・部門と連携して、速やかに適切な救済・回復の措置をとるとともに、不利益な取り扱いや嫌がらせ等を行った従業員に対して、懲戒処分を含む厳正な措置を行います。経営に影響を及ぼす懸念のある事案には各部門から経営層へ速やかに報告します。コンプライアンスに関する重大懸念事項はGlobal Risk Management & Compliance CommitteeやHQ・SJコンプライアンス委員会にて経営層へ報告し、関連する会社・事業所・部門と連携して、直ちに当該事案を停止させるとともに、速やかに是正措置および再発防止策を講じます。

資生堂グループ サプライヤー行動基準では以下のように規定しています。

サプライヤーは、本行動基準に違反したと認識した時点で、直ちに、資生堂グループに報告します。サプライヤーは、違反が認められた場合は、当該違反を解消するための計画をたて 是正措置を実施するとともに、資生堂グループに是正の状況をその都度報告します。なお、違反の内容によっては、資生堂グループとの契約が破棄されることがあります。サプライヤーは、従業員の苦情や通報を受け付け、従業員を被通報者やサプライヤーからの報復のお

それから保護するとともに、プライバシーに配慮しながら、こうした苦情等の改善に向けた適切な対応を採ります。

## 人権課題ごとのリスク軽減策

人権課題※	リスク軽減策（2021～2022年）
コンプライアンスと公正な競争	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ エンゲージメント調査を実施（コンプライアンスの項目を含む）</li> <li>・ 資生堂倫理行動基準を改定し、同基準の研修を実施</li> <li>・ コンプライアンスや公正な競争に反する事案を含む通報・相談窓口の運営</li> </ul>
ハラスメント・差別	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ エンゲージメント調査を実施（ハラスメントの項目を含む）</li> <li>・ 資生堂倫理行動基準の研修を実施（ハラスメントの対策を含む）</li> </ul> 国内資生堂グループ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 職場のハラスメント実態調査を実施。リスクが高いと判定した部門・事業所の責任者に調査結果を個別にフィードバックし、ハラスメントの課題解決に向けた取り組みを要請</li> <li>・ 全従業員へのハラスメント研修</li> <li>・ 新任管理職へのハラスメント研修</li> <li>・ ハラスメントに関する事案を含む通報・相談窓口の運営</li> </ul>
休憩・休日の権利の侵害 （労働時間の超過）	国内資生堂グループ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新就労管理システムTeamSpiritによる残業時間の自動予測システム導入</li> <li>・ 時間単位での離席（勤務の一時中断）など多様なワークスタイルへ対応</li> <li>・ 長時間残業者データの管轄役員への共有</li> </ul>
プライバシー侵害と個人情報・機密情報の漏洩	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 資生堂グローバル個人情報保護方針を公表</li> <li>・ 各国・地域の個人情報保護規程や社内の諸規定を更新</li> <li>・ 情報セキュリティ研修で上記の改訂を周知</li> </ul>
労働環境における事故・事件 （労災の発生）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 「資生堂ビジョン・ゼロ宣言（安全宣言）」および中長期目標を策定</li> </ul> 国内資生堂グループ全事業所 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 前年度の労災事案を事故の型によって21種類に分け要因分析および事故防止対策を実施</li> <li>・ 経営層が参画する労働安全衛生マネジメントシステム委員会で全社の労災対策の進捗を報告・審議</li> </ul>
サプライヤー管理の不徹底	「サステナブルで責任ある調達」の推進をご覧ください。

※順不同

実績は「社会データ」をご覧ください。

## グリーンバンスメカニズム※1

当社は、資生堂グループ内における法令・定款・諸規程に違反する行為を発見し、これを是正することなどを目的として、通報・相談窓口を設けています。守秘義務、不利益な取り扱い・報復の禁止、利益相反の排除、および通報・相談の対応プロセスなどを明記した社内規程に基づいて、通報・相談窓口を運営しています。これらの社内規程は、社内イントラネットにおいて、従業員がいつでも閲覧できるように公開しています。

グローバルでは、各地域の事業所に通報・相談窓口を設置し、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従業員からの通報・相談に対応する体制を整えています。なお、グローバル本社には資生堂グループの全社員を対象に通報を直接受け付ける窓口として、「資生堂グローバルホットライン」を設置しています。

日本国内では、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」、通報の受け付けに特化した「コンプライアンス委員会ホットライン」、国内外から取締役・エグゼクティブオフィサーおよ

び通報・相談窓口担当者に関係した通報を受け付ける「監査役通報窓口」を設置しています※2。なお、いずれの通報・相談窓口も、匿名での通報・相談を受け付けています。

また、日本国内の取引先に向けた窓口としては、「ビジネスパートナーホットライン」を設け、資生堂グループ各社や社員による人権やコンプライアンス違反にかかわる通報・相談を受け付けています。

※1：企業とそのステークホルダーに関わる苦情や紛争に取り組む一連の仕組み

※2：日本国内の通報・相談窓口では、日本国内の資生堂グループ各社に勤務するすべての者(取締役、監査役、エグゼクティブオフィサー、社員、契約社員、派遣社員、1年以内の退職者、その他公益通報者保護法上の保護対象者)からの通報・相談を受け付けています。

## 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。

また、サプライヤーについては、資生堂グループ サプライヤー行動基準にて、サプライヤーが従業員に対し支払う賃金について、従業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するよう、定めています

2022年は、一部のサプライヤーに対し、EcoVadis※を使って生活賃金の支払いに関するコミットメント・評価の実施有無について確認しました。その結果、5社がコミットメントまたは評価を実施していることが確認できました。

※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。

## 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。

2022年は以下のようなテーマで合わせて10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
- ・ プライバシー保護
- ・ 水リスクと人権
- ・ ジェンダーギャップ

ステークホルダーとの対話から得た重要な懸念事項や改善策は「Sustainability Committee」で報告されます。

## 人権に関する報告・開示



資生堂はサステナビリティレポートおよび企業情報サイト「サステナビリティ」にて、人権に関する進捗を報告しています。この報告には、最新の人権デュー・ディリジェンスおよびリスク評価活動、該当する場合には人権に関するインシデントや救済措置・計画が含まれます。また当社は、英国現代奴隷法への声明を企業情報サイトで開示しています。このようなコミュニケーションを経て、評価プロセスの見直しと改善を行っています。

# 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。

## 生物多様性の対応と原材料調達

資生堂の事業活動は地球の恵みと豊かな生物多様性に支えられています。

近年、生物多様性の急速な喪失が多く科学者やNGO団体などから警告されており、種の保存の観点だけでなく、持続可能な事業の観点からも、事業と自然環境との関連についての透明性ある情報開示と、生物多様性の保全が求められるようになってきました。一般的に、原材料の生産地では乱開発による生物多様性喪失だけでなく、そこで働く人たちの人権問題も懸念事項になっています。

中長期目標と実績はこちら

## 生物多様性に関するコーポレートの取り組み

資生堂は事業と陸域・水域・海洋の生物多様性との関係を分析し、原材料調達において陸域生態系への依存と影響が大きいことを特定しました。なかでもパーム油や紙は影響も重大なため、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り替えを進めています。当社は、パーム油、紙の調達に関してNDPE（No Deforestation, No Peat, No Exploitation:森林破壊ゼロ・泥炭地開発ゼロ・搾取ゼロ）を支持し、サプライヤーに対してもNDPEの遵守徹底を要求しており、それらを「資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドライン」にも反映しています。

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。

資生堂は、Taskforce on Nature-related Financial Disclosures（TNFD）の枠組みとLEAPアプローチを活用し、事業活動による自然への依存と影響の両面からリスク／機会の分析を進めています。事業所の管理者責任の観点から、TNFDメンバーを擁するMS&ADインターリスク総研株式会社に当社工場の敷地を含めた事業所周辺地域の希少生物生息地域や保護地区、水資源の状況などの詳細調査を依頼し、貴重さと重要性の観点から分析を行いました（センシティブロケーションとマテリアルロケーションの特定）。また、バリューチェーンを通じた間接的な影響を評価することを目的として、ライフサイクルアセスメントによる分析を実施しました。影響の大きい要因として特定された農産物由来の原料について、ミツバチなどの花粉媒介者による生態系サービスの価値を金額化し、調達における生物多様性への依存度を可視化しました。こうした分析の結果を、2023年には資生堂 気候/自然関連財務情報開示レポートにまとめて、開示しました。

今後は、実施した分析結果を踏まえ、生物多様性の回復・再生を導く活動の必要性を強く認識し、サプライヤーや外部有識者などのステークホルダーと協働しながら自然や生物多様性と調和した持続可能な事業活動を推進していきます。

資生堂グループ 持続可能な原材料調達ガイドラインはこちら [PDF：662KB]

資生堂 気候/自然関連財務情報開示レポートはこちら [PDF：2.51MB]

環境方針（生物多様性・森林）はこちら

## 生物多様性に関するブランドの取り組みと、その他の活動

資生堂は、さまざまなブランドや地域で生物多様性の保全に関する取り組みを行っています。

「SHISEIDO」は、2019年から“Respect for Ocean”をテーマに、グローバルで海を守る活動「SHISEIDO BLUE PROJECT」を実施しています。サーフィンの世界的団体「WSL (World Surf League)」のグローバルサステナビリティパートナーとして、より美しい海の実現に向けてローカルコミュニティやNGO団体と連携し、ビーチクリーンや植樹活動などを継続して行っています。5年目を迎える2023年には、WSLの公式サンケアパートナーとして環境保全活動を継続するとともに、フランス・タヒチ島で行われる「Tahiti Pro」にて冠協賛をしました。

「SHISEIDO BLUE PROJECT」の活動詳細はこちら

「樹木との共生」をテーマに掲げる「BAUM（バウム）」は2023年10月に岩手県盛岡市にある「BAUMオークの森」で、岩手県森林整備協同組合、住友林業株式会社とともに、第3回目となる植樹を行いました。BAUMは2020年の発売以来、「樹木の恵みを受け取るだけでなく、自然に還していく」というブランドの取り組みの1つとして、再びBAUMの木製パーツに使用する循環を目指した取り組みを行っています。

日本では、古くから多くの薬草が栽培されてきた伊吹山※の自然保護活動を2022年より開始しました。独自の薬草園を開園し植物の栽培に加え、山麓に豊かな恵みをもたらす伊吹山の自然保護のため、当地域で環境保全に取り組むNPO法人「霊峰伊吹山の会」とともに、植生回復活動に取り組んでいます。2023年には、未利用の伊吹山の薬草を余すところなく活用するため、松田医薬品株式会社とともに薬草湯[蘇湯SOYU]を開発し、伊吹山の自然保護活動のためのクラウドファンディングの返礼品として活用しました。

※滋賀県米原市、岐阜県揖斐郡揖斐川町・不破郡関ケ原町にまたがる伊吹山地の半独立峰。標高1,377m日本百名山

伊吹山の自然保護活動に関するリリースはこちら

農作物の受粉に重要な役割を担っているミツバチの減少が懸念されている欧州では、フランスのバル・ド・ロワール工場およびジアン工場が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、2023年は約179kgのハチミツが生産されました。

## 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※<sup>1</sup>に加盟し、2023年はパーム油由来原料の100%に相当するRSPOクレジットを購入しています。「2026年までに100%持続可能なパーム油の調達を達成」という中長期的な目標を2020年に開示しました。資生堂グローバル本社と地域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を推進しています。目標達成に向け、パーム油を取り扱う全サプライヤーにRSPO加入および物理的な認証パーム油※<sup>2</sup>への切り替えを要請し、サプライヤーと協働で持続可能なパーム油由来原料の調達やトレーサビリティ確保に取り組んでいます。

加えて、2023年には、日本国内サプライヤー向けの購買方針説明会を実施し、パーム油のトレーサビリティ推進に関する協力を要請しました。2023年は、パーム油由来原料の51%（パーム油換算、重量ベース）を物理的な認証パーム油に切り替えました。また、資生堂の全工場がRSPOサプライチェーン認証を取得しています。※<sup>3</sup>

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※<sup>4</sup>の日本のパーム油ワーキンググループに参画し、2019年からはJaSPON※<sup>5</sup>に加盟しています。加えて、「資生堂カメリアファンド」※<sup>6</sup>を通じて、インドネシアの小規模パーム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。WWF※<sup>7</sup>は環境に配慮した生産方法や労働安全のトレーニング、生産者組合の設立のサポートなどを通じて、RSPO認証の取得や農家の生計の向上に取り組んでいます。資生堂は、上記活動の支援対象でありRSPO認証を取得した小規模農家が販売するRSPO認証クレジットを購入し、環境・社会課題に対応した持続可能な調達に貢献しています。

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

※<sup>2</sup>：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

※<sup>3</sup>：2022年稼働の福岡久留米工場は2024年に認証取得予定

※<sup>4</sup>：食品・消費財メーカーや小売社が加盟する国際的な業界団体（The Consumer Goods Forum）

※<sup>5</sup>：持続可能なパーム油ネットワーク（Japan Sustainable Palm oil Network）

※<sup>6</sup>：資生堂社員および退職した社員の寄付金により、社会課題の解決に取り組むNPOやNGO団体を支援する社会貢献活動

※<sup>7</sup>：World Wildlife Fund for Nature



RSPO, Jonathan Perugia



私たちの進捗状況は[www.rspo.org](http://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ごみ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喪失、地域住民の権利侵害が問題となっており、環境や人権に対応した持続可能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%持続可能な紙※に切り替えるという目標を達成することができました。

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得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、販促物やその他のオフィスにおけるコピー用紙など消耗品についてもサステナブルな紙への切り替えを推進しています。特に、販促物については、2023年から社内において「POSMエコデザインガイド」に沿って取り組みを進めています。例えば、販売台やハンディバッグ、リーフレットなどの紙器類を、認証紙や再生紙に切り替えています。また、一部の化粧品サンプル台紙については統一化・標準化により、紙の使用量削減を進めています。

※森林保全の観点から認証紙や再生紙を使用

## 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。当社は、児童労働などの人権課題が懸念されるインド産マイカに関しては、RMI加盟企業からの調達や人権課題がないことの確認を進め、責任ある調達に努めています。

RMIは、2018年から2023年までの6年間で、NGO団体やインド政府、参加企業などと連携し、180の村のマイカ生産に従事することで生計をたてている約1万9,500の家庭、約9万5,000人にコミュニティエンパワーメントプログラムを実施し、彼らの収入と生計を改善する活動支援などを行いました。

資生堂は、今後もRMI加盟企業を中心に、社会的懸念のない生産者から供給されるマイカの使用に努めます。



Responsible Mica Initiative

## トレーサビリティ

資生堂は、2023年に化粧品業界15社※から構成されるコンソーシアム「Traceability Alliance for Sustainable Cosmetics (TRASCE)」に参加し、主要な原材料に関して業界全体でサプライチェーンのトレーサビリティを向上することを目指しています。メンバー企業とともにISN社が提供する共通のデジタルプラットフォーム「Transparency-One」を用いてバリューチェーン全体の情報をマッピングすることに取り組んでいます。

※TRASCEの創設メンバー企業15社：Albéa, Chanel, Clarins, Cosfibel group powered by GPA, Dior, The Estée Lauder Companies, Groupe Pochet, L'Occitane en Provence, L'Oréal, Merck, Neyret, Nuxe, Sensient, Shiseido and Sisley（アルファベット順）

## 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 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 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 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

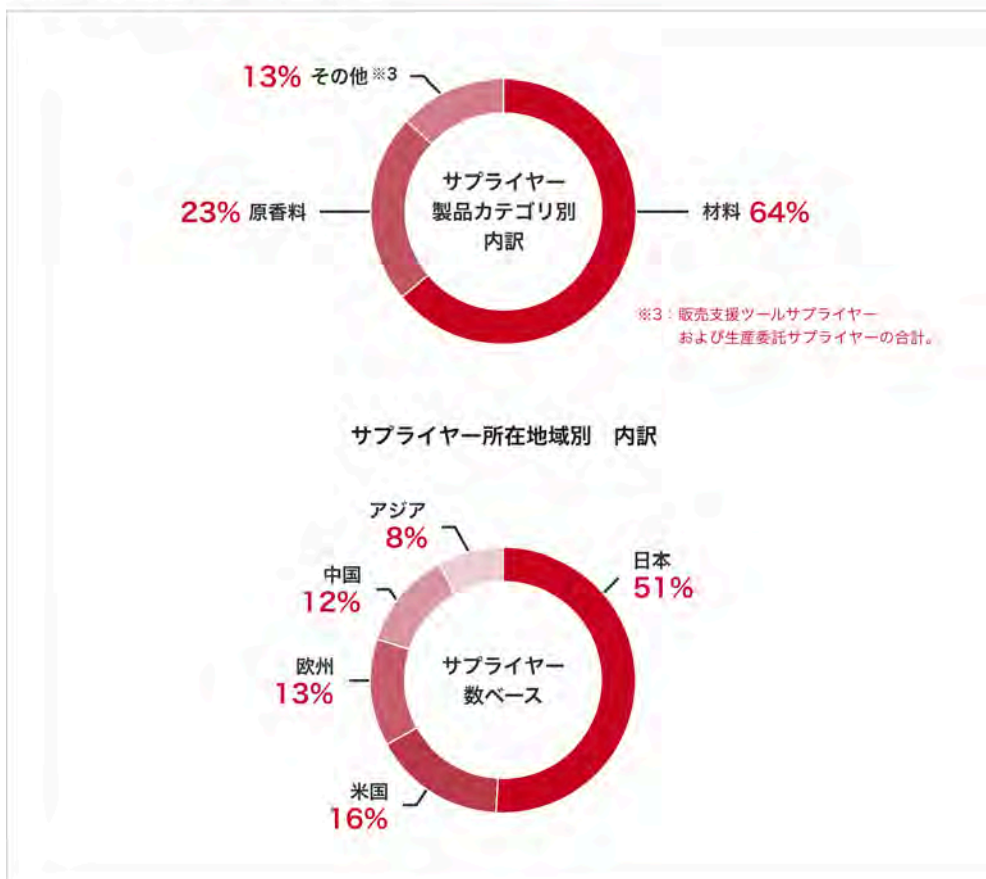
取扱品目は当社製品に関するパッケージ、原材料、香料などの生産用材、販売支援ツール、およびOEM調達品、生産委託品です。

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889社※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

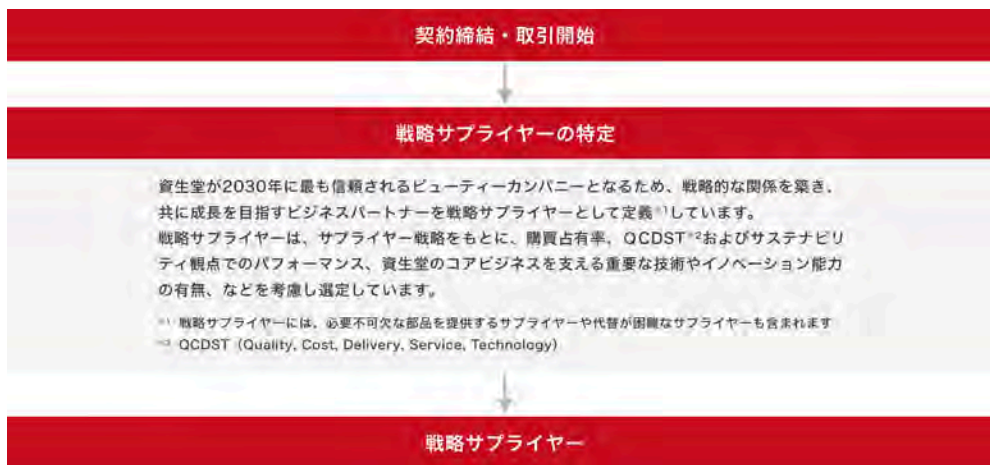
### 地域・カテゴリ別サプライヤー分布



## 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EcoVadis/Sedex/資生堂SAQのいずれかの評価法※<sup>1</sup>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」に合意いただいて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。

資生堂では、リスクの程度やビジネス上の重要性から、優先的にアセスメントすべき重要なサプライヤーをスクリーニングしています。スクリーニングにあたっては、サプライヤーのリスク（ESGリスク、国・産業・商材リスク）、スPEND、QCDST※<sup>2</sup>パフォーマンスなどを考慮しています。



セルフアセスメントの結果については、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※<sup>3</sup>を実施しています。

また、すべてのサプライヤーに対して対面またはオンラインでアセスメント結果のフィードバックを行うとともに、必要に応じ、従業員がサプライヤーの拠点を訪問し、改善に向けた議論も行っています。

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ています。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ています。

※1：セルフアセスメントツールの詳細については、以下をご参照ください

ツール	ツールの説明（主な評価項目など）
EcoVadis	方針、実施対策、結果を通して企業のESG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などの4つのテーマにおいて実施される。 質問票は、回答企業の業種、ロケーション、企業規模、規模などに応じてカスタマイズされる。また、回答の際、回答を裏付ける証明書類の提出が求められる。
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。 リスクレベルは、質問票への回答に加え、国やセクターなどに固有のリスクも考慮し算出される。
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。

※2：Quality, Cost, Delivery, Service, Technologyの略

※3：WCA監査（インターテック社によるサステナビリティ監査プログラム）、SMETA監査（Sedexが策定・管理する監査プログラム）など

資生堂では、調達カテゴリ・地域・ティア（サプライヤー階層）の観点で徐々にサプライヤーアセスメントプログラムのスコープを拡大しています。

調達カテゴリでは、生産用材・OEM・生産委託品、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次以降のサプライヤーも対象としています。

サプライヤーアセスメントプログラムの方針や結果は、「Sustainability Committee」にて審議された後、取締役会に提案、報告しています。

## 実績

### 2022年の活動

2022年は、リスクの程度やサプライヤーの重要性を鑑み、合計72社（戦略サプライヤー28社、2021年度末時点でのハイリスクサプライヤー44社）を対象にサプライヤーアセスメントプログラムをグローバルで実行しました。

このうち10社がセルフアセスメントにおいてハイリスクに該当しました。

- ・ 全社に対し、結果のフィードバックおよび是正に向けたアクションプランの助言を実施しました
- ・ 第三者監査を通じた是正、取引の見直しなどを行い、最終的にハイリスクサプライヤーは0となりました

### 2022年サプライヤーアセスメント実績

1次サプライヤー	67社※1
2次戦略サプライヤー	5社

※1：2022年調達金額の37%に相当

## ハイリスクサプライヤーの是正状況

アセスメント実施	ハイリスクサプライヤー数（年度末時点）
2020	132社
2021	44社
2022	0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	2020	2021	2022		2023
	実績	実績	実績	目標	目標
比率（アセスメント社数）※1	94%（791）	97%（279）	100%（67）	100%	100%
スコープ（地域）	全リージョン	グローバル本社 欧州地域本社	全リージョン		全リージョン

※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	2020実績	2021実績	2022実績	2023年（目標）
比率（アセスメント社数）	96%（239）	100%（17） ※2	100%（23）	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

分野	課題の詳細（例）	是正内容（例）
人権	ハラスメントに対する教育・訓練が実施されていない	全従業員を対象としたハラスメント教育を実施
労働安全衛生	化学物質が不適切な場所に保管されている	耐火性のある箱に化学物質を保管した
	救急箱の消毒液の有効期限が切れている	有効期限内の消毒液を救急箱に設置
	非常口の前に物が置かれている	障害物を除去
	機械の点検が定期的に行われていない	点検表を作成し、定期的な点検を開始
環境	公害防止管理者が不足している	追加で選任を実施
ビジネス倫理	該当なし	

## 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。

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、要望に応える場として活用しています。

## 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はじ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年度から2022年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、オンサイトでは開催していませんが、2023年度は2月に東京にて実施しています。

### 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・環境などの観点でさまざま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	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

	(外部講師)	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
2022年2月	「資生堂グループ 調達方針」に関する社内説明会	全リージョン 購買部門
2022年9月	EcoVadis社主催 バイヤー向けトレーニング	グローバル本社・中国地域本社 アジアパシフィック地域本社関連会社 米国地域本社 購買部門
2022年10月	EcoVadis プログラムキックオフ※	全リージョン 購買部門

※サプライヤーアセスメントの目的、KPI、各担当者の役割などについてグローバルで確認するための会議を実施した

### 取引先のESGパフォーマンス向上に向けた取り組み

資生堂では、取引先のESGパフォーマンス向上を目的とし、以下のような取り組みを定期的に行っています。

項目	対象	詳細
資生堂グループ 調達方針の説明	すべての取引先	<ul style="list-style-type: none"> <li>「資生堂グループ 調達方針」およびアセスメントプログラムについて、動画資料を配付するとともに、適宜バイヤーがオンライン・対面による説明を行っています。</li> <li>新規取引先については、セルフアセスメントによるリスク評価を実施する前に説明を行っています。</li> <li>既存の取引先については、2022年2月に方針改定をした際、すべてのお取引先に対し説明を実施しました。</li> </ul>
セルフアセスメント結果のフィードバック	すべての取引先	<ul style="list-style-type: none"> <li>セルフアセスメントの結果について、フィードバックを実施しています。</li> <li>フィードバックには、ベンチマークデータも含まれます。</li> <li>ハイリスクに該当したお取引先については、具体的なのは正アクションを提案するなどの支援を行っています。</li> </ul>
E-learning (EcoVadisアカデミー)	戦略サプライヤー	<ul style="list-style-type: none"> <li>EcoVadis加入済みサプライヤー向けのE-learning「EcoVadisアカデミー」の受講を推奨しています。</li> </ul>

また、近年は以下の説明会、セミナーを実施しました。今後もより多くのサプライヤーへ教育プログラムを提供できるよう検討を進めています。

項目	対象	詳細
EcoVadis説明会 (2021年～2022年)	すべての取引先	<ul style="list-style-type: none"> <li>EcoVadis を活用する背景、EcoVadis の評価方法・加入のメリット・回答のプロセス などについてEcoVadis社と合同で説明会を実施しました。</li> </ul>
CDP説明会 (2023年5月)	日本の取引先	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引先の環境パフォーマンス向上を目的とし、CDPと合同でCDPの回答方法に関する説明会を実施しました。</li> </ul>

## 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, 2022)

The statement below is the report for FY2022 as of December 31, 2022. Based on the statement of the previous fiscal year, this statement describes the actions taken in FY2022 and the initiatives planned for FY2023 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. Shiseido currently operate cosmetics businesses in more than 120 countries and areas with approximately 39,000 employees and a global turnover of 1,067.4 billion yen in FY2022. In the UK, the Company currently sells cosmetics through its subsidiaries Shiseido UK Limited, Gallinée Ltd., and Drunk Elephant UK Ltd.

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 Company’s Chief Strategy Officer is responsible for promoting the human rights policy, including human rights due diligence and risk assessment, and reports to the Sustainability Committee at its meetings to discuss 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. It declares the absolute prohibition of practices such as child labour, forced labour, human trafficking, and other activities that may lead to human rights abuses.

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

■ **Shiseido Group Procurement Policy**

Our procurement policy, which was updated in 2022, 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 has consecutively participated in a stakeholder engagement program operated by Caux Round Table Japan in Tokyo, Japan. In this program for 2022, we 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. Through this activity, we recognised that the human rights risks of slavery (including child and forced labour) and other forms of labour under conditions of servitude exist upstream in our supply chain, including in the countries of origin of raw materials such as palm oil and mica. Shiseido continues to actively engage with human rights experts to prevent and take corrective measures to reduce such risks.

## 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:
  - Harassment and discrimination
  - Violation of compliance/fair competition
  - Privacy invasion and personal/confidential information leakages
  - Occupational safety and health issues (work-related accidents)
  - Breach of working hours, breaks, and rest period (overtime-work)
  - 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 EcoVadis/Sedex/ our original Self-Assessment Questionnaire (SAQ) once a year. We classify suppliers into three categories according to the degree of risk: low risk, medium risk, and high risk. And for high-risk suppliers, we conduct third-party audits and request corrective action for non-conformances identified during the audits. In the event of critical non-conformance, we confirm correction status through third-party audits again, and if the non-conformance is not corrected within a set period, we also consider suspension of business 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 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

For 44 high-risk suppliers identified up until the previous year, we conducted self-assessment (EcoVadis/Sedex/Shiseido SAQ) and third-party audits in 2022 and reduced high risk suppliers to zero. We also conducted self-assessment for 28 strategic suppliers and there were no high-risk supplies identified. Furthermore, in 2022, we conducted self-assessment for upstream suppliers, Tier2 and beyond. This resulted in no high-risk suppliers being identified.

<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 2022, we replaced 36% of palm oil-derived raw materials (palm oil equivalent, weight basis) with RSPO's physical supply chain model.

•With respect to mica, the RMI to which we belong, in collaboration with non-governmental organisations and the Indian Government, implemented community empowerment programs for 16,500 households or mica-dependent 92,000 beneficiaries in 180 villages by 2022. The programs helped to improve living income and livelihood.

■ 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 2022, 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.

- Executive officers, vice president, and chief representatives

With the revision of the Shiseido Code of Conduct and Ethics in 2022, the Executive Officers, vice president, and office managers of both Shiseido Co., Ltd. and Shiseido Japan Co., Ltd. were briefed on the significance and key points of the revision.

- Employees

In the Shiseido Group in Japan, we conducted training on harassment prevention, and 158 newly appointed management positions participated in the training. In addition, we provided training to all employees, with a total of 15,482 participants (87% participation rate). We also conducted e-learning on "Unconscious Bias," "Diverse Sexualities," "Gender Equality," and "Disability Bias" as human rights awareness programs, with a total of 62,535 participants (78% participation rate). With the revision of the Shiseido Code of Conduct and Ethics in 2022, a total of 17,684 employees including the vice president and chief representatives of the Shiseido Group in Japan participated in training on the Code, and similar training was also conducted in all regions of Shiseido Group. We also made employees aware of the prohibition of discrimination, abuse, and harassment during this training.

- 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 FY2022, we conducted training for buyers provided by EcoVadis, and a total of 90 people participated. In the training, the participants specifically learned about assessment methods, how to use a platform, and supplier engagement techniques.

## 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 FY2023, we will

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

To minimize sustainability risks in the entire supply chain, we plan to continue upstream supplier assessment and also expand assessment scope to include Indirect Material suppliers.

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 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:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Uotani', written in a cursive style.

Masahiko Uotani  
Representative Director  
Chairman and CEO  
Shiseido Company, Limited  
June 28, 2023

# 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」をつくります。

「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

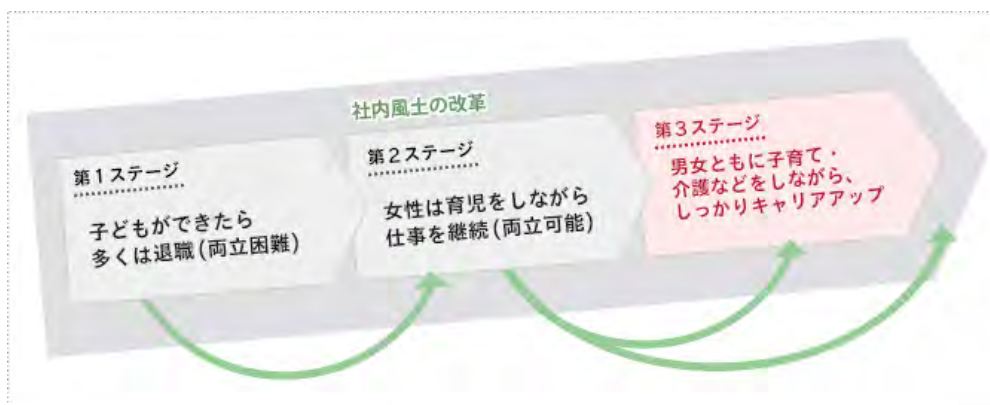


候補の女性社員がマネジメントや経営のスキルを学びながら、自分らしいリーダーシップスタイルを見つけるプログラムです。リーダーシップを発揮する際に陥りやすい壁に対処する方法を学び、女性リーダーによる講演や社員同士のネットワーキング、コーチングなどを組み合わせています。こうした包括的なリーダーシップ育成により、受講者は経営にとって女性の活躍が欠かせないことを学び、自信を深め、さらなるリーダーシップを発揮する支援となっています。2020年はこのプログラムを管理職候補の女性社員24名が受講しました。

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、経済にもたらず潜在的な価値を發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、当社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実現していきます。

## 多様な働き方

当社では、機会均等を推進するためにフレックスタイム制度や在宅勤務（テレワーク）制度、パートタイム勤務オプション、独自の保育サービスや保育費・教育費の補助、男女ともに対象とする有給での育児を目的とした特別休暇（育児休暇）などを導入しました。さまざまなダイバーシティ&インクルージョン（D&I）の取り組みにより、家族とキャリアの両立を支援しています。

## ワーク・ライフ・バランス

社員一人ひとりがワーク・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い社員が社会でも活躍できるようになります。資生堂は、そのこと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。子育て中や家族を介護する社員へのサポートについては、事実婚および同性パートナーが対象に含まれます。

国内の資生堂グループでは2022年に618名の社員が育児休業を取得しています（うち男性139名）。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」などを実施し、その結果、国内資生堂グループにおける育児休業からの復職率は94.9%に及び、高い水準を維持し続けています。また、男性社員の育児休業取得率100%を目標に掲げ、促進のために育児休業を取得した男性社員のインタビュー記事や育児に関する情報を社内に発信しています。

## 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、日本国内では以下に記したような充実した環境を整備しています。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としています。各種制度は社員が理解しやすいよう「仕事と育児・介護の両立支援ガイドブック」にまとめ、上司から対象者に案内することとしています。

## 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。

## 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。子どもが1歳未満の場合は、いかなる理由にかかわらず2回まで取得できますが、特別な事情がある場合は2回目以降の申請が可能です。育児休業中は無給となりますが、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。

## 出生時育児休業（産後パパ育休）

育児休業制度とは別に子どもの出生後8週間以内に4週間を上限に育児休業を取得できます。なお、初めにまとめて申請すれば、同一子につき分割して2回取得可能です。育児休業中は無給となりますが、雇用保険から育児休業給付金が支給されます。出生時育児休業中は労使協定を締結し、社員と会社（上司）が合意した範囲を事前調整したうえで就業することを認めています。

## 出産・育児のための特別休暇

社員のパートナー（配偶者など）が出産に際しては、5日以内の特別休暇（有給）を取得できます。また、子どもが3歳までの期間に、育児を目的とした有給の特別休暇（連続1週間以内（土・日含む）を2回）を取得できます。この休暇は育児休業の対象外となる勤続1年未満の社員も利用でき、一度に連続2週間の休暇を取得することも可能です。

## 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美容職の社員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

資生堂掛川工場には保育施設「カンガルーム掛川（静岡県掛川市）」があります。月極めの常時保育と一時保育を運営しており、保護者はリフレッシュ目的で利用することもできます。

この保育所は資生堂社員だけでなく他社に勤める方や地域の住民の方々にも開放しています。

保育新サービス：2023年4月には、資生堂および提携企業社員向け子育ての支援サービス「KANGAROOM+」の提供を開始しています。「多様な働き方に合わせた、柔軟な保育」というコンセプトのもと、地元の保育施設では対応しきれない現在の保育ニーズに合わせ、1対1のベビーシッター事業を中心としたサービス提供を行っています。

※2017年には、資生堂グループに事業所内保育サービス全般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。  
※2003年に開設した事業所内保育所「カンガルーム汐留」は2023年3月末でサービスを終了しました。

## 育児期の社員への補助金

国内の資生堂グループの子どもを扶養する社員に対しては、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<sup>※</sup>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さまざま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、資生堂グローバルイノベーションセンター（S/PARK）には、授乳や搾乳のためのスペースを設置しています。（一部の工場ではお客さまの見学コースに授乳室を整備しています。）国内の資生堂グループの子どもを扶養する社員に支給する「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です。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、社員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年以内となっています。

### 介護時間制度

1日2時間まで、病院への付き添いなどの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年以内となっています。



## 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<sup>※</sup>の介護補助）。

<sup>※</sup>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さまざま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

社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。社員一人ひとりが社会課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。

### 信仰の多様性

信仰の多様性への配慮として、汐留オフィスには祈祷室を設けています。

育児・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こちら

# 人財育成と公正な評価

資生堂の人財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。

## 人財育成の全体像

資生堂は「PEOPLE FIRST」という考えのもと、人財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、人財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。グローバルな人財マネジメントをより効果的に実践するために、2020年に全社共通の人財像である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・評価や人財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それぞれの強みをいかせる業務で成長しています。資生堂は社員のみならず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。以下の4項目により、社員のレベルを判定する基準を個人の「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評価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

グローバルにおける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、重要な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。

資生堂の全ての社員は期首に業績目標を策定する際に、上司との面談を通じて個人業績目標を設定します。目標設定の際は所属グループの目標を各個人にカスケードし、各個人の目標がグループ目標の達成につながる設計となっています。また、社員各自のキャリアゴールやその実現に必要な能力開発を明確化するためのキャリア・ディベロップメントプラン（CDP）を設定します。

1年に1回以上の評価面談のみならず、期中は、日々の上司とのアジャイルな対話やフィードバックを通じて、進捗状況を定期的に確認し、必要に応じ軌道修正します。期末には、上司との面談を通じて最終達成度を確認します。また、上司は他の社員にも自分の部下に対する評価を求めることができ、それらを含めてフィードバックすることで直属の上司の評価だけでなく、多面的に社員を評価することができます。

評価の揺れを回避するため評価基準を確認する評価カリブレーション会議が行われ、正式な評価が確定します。また、期首においても、期待される水準のパフォーマンスに照らした目標が設定されているかを確認（目標カリブレーション）することで、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。

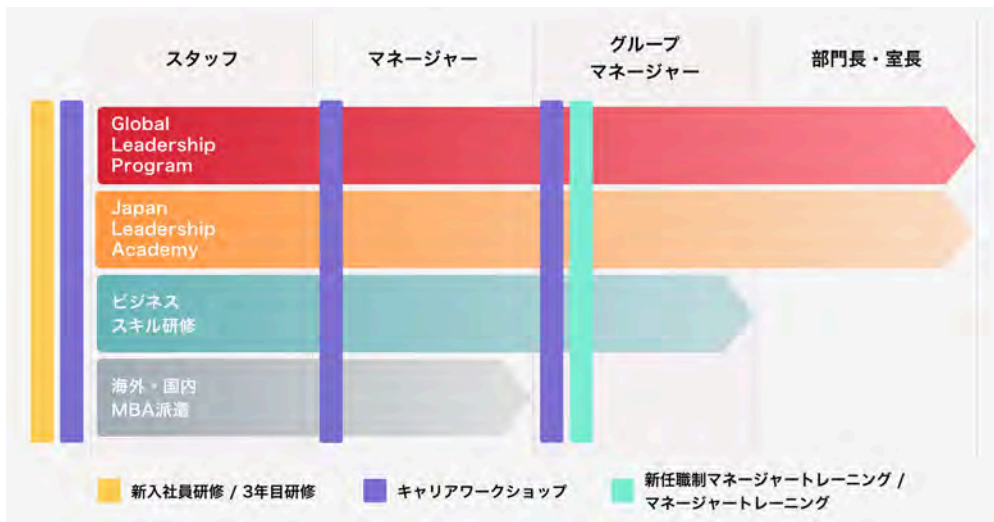
## 自律的キャリア開発支援

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年から国内資生堂グループ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、社員自身が作成した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）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、CDP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。社員はみずからのキャリア開発にいかす基礎的なビジネススキルや、所属するジョブファミリーで必要な専門性を高めるさまざまな研修プログラムを自発的に利用できます。

## トレーニングプログラム

資生堂の人財育成は「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、集中して新しい知見を学ぶ機会であり、優秀な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。



社員が専門性を高めるために、自律的な学習を推奨するラーニングプラットフォームとしてLinkedIn Learningを導入し、グローバルに働く社員が同じプラットフォームで受講できるよう展開しています。

女性リーダー育成の研修「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN」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。2022年は女性管理職候補者48名※を対象に、8~10か月間にわたり、アンコンシャスバイアス（無意識の思い込みや偏見）払拭のためのワークショップなど、自分のキャリア・プランを明確化し、リーダーシップを発揮するマインドセットや、マネジメントスキルを身に付ける機会を提供しています。同プログラムが女性社員へのエンパワメントとなり、参加者の49%が昇進しました。女性リーダー比率向上に寄与しています。女性管理職比率は2017年の29%から、2023年は37.6%に上昇しました。

※「NEXT LEADERSHIP SESSION for WOMEN basic」の受講人数。全体の受講人数は66名（2022年）

資生堂は多様な人財をいかにするためにリーダーシップ教育に重点を置いています。上司と社員の信頼関係を強化し、部下の成長を促すマネジメントスキルの強化を目的として、日本では上司向けのマネージャーワークショップを四半期ごとに開催しています。2022年には1,475名が参加し、ワークショップ前後では、マネジメントに関する参加者の自信は、26ポイントから50ポイントへ向上しました。

## 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において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では選抜された次世代リーダーに外部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、優秀な女性社員が自身や周囲のアンコンシャスバイアス（無意識の思い込みや偏見）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財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、社員の納得性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、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、風通しのよい職場で、自分の仕事に意義や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、「エンゲージメント」「インクルージョン」「ウェルビーイング」「心理的安全性」「戦略の浸透」「経営層や上司への信頼」「成長の機会」「権限・裁量」「企業倫理」などの設問を設け、現状を把握しています。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。社員によって意識や取り組みの格差が生じると改革のスピードに影響する可能性があるため、この調査を通じて、経営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。この調査の結果

は、各職場の責任者を通じて社員にフィードバックし、部署ごとの課題を社員と共有し、改善に取り組んでいます。また社内外に通報・相談窓口を設置し、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の持続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、2022年には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。



代表執行役 会長 CEO

魚谷雅彦

## 資生堂健康宣言

資生堂は、「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（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、代表執行役 会長 CEO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けん引します。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り組みを支援します。



健康管理体制

## 資生堂における健康経営の目的



### <資生堂グループ 健康と安全マスコットキャラクター>

社員が健やかで安心・安全に過ごせるような願いを込めて2023年に双子のマスコットキャラクターをつくりました。

それぞれ椿の花びらとハートをモチーフにしています。



健康マスコット：ウェルちゃん



安全マスコット：セフィちゃん

# 健康経営戦略マップ

## 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。

## 健康経営実現のための重点取り組み

### <5つの重点取り組み>

#### ①生活習慣



## ②Tobacco Free（禁煙推進）

目指すべき姿

資生堂らしい禁煙推進によるビューティーウェルネスの体現



国内資生堂グループの取り組み

資生堂健康保険組合の取り組み

＜これまでの取り組みと今後のTobacco Free(禁煙推進)の展開＞

資生堂では2000年代から喫煙対策を開始し、約20年にわたり事業主と健康保険組合が協働して取り組みを継続しています。

この間、社内セミナーや様々な媒体を用いた教育・啓発、社内禁煙デーや禁煙ルールの制定などの吸えない環境づくり、禁煙指導や禁煙治療補助施策などの禁煙支援の3本柱で取り組んできました。

2019年に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、これまでの取り組みの分析、喫煙関連のデータ、社内アンケート等を通じた社員の声もヒントに、資生堂らしい禁煙推進によるビューティーウェルネスの体現、社員が一丸となってTobacco Freeを推進できるような中長期計画を策定していきます。

- 職場での受動喫煙防止に向けた実態調査・アンケート調査の実施、社内禁煙ルールの周知
- 衛生委員会での禁煙教育
- 毎月禁煙の日に情報発信
- ヘルスリテラシー向上のためのeラーニング実施
- 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）
- 健康フェアでの禁煙イベント相談
- 禁煙マスコットキャラクターの社内公募

- 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  
※期間限定・募集人数限定実施
- 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
- 広報誌への禁煙成功者ヒーローインタビューの掲載
- T-PEC健康サポートダイヤル24での禁煙相談の実施

## ③女性の健康対策

## 目指すべき姿

社員一人ひとりが、ライフスタイルに応じた健康課題や、健康・医療に関する正しい情報を入手・選択・理解し、自律的に健康行動が取れる



### 国内資生堂グループの取り組み

＜ライフステージに応じた健康課題のヘルスリテラシー向上のための取り組み＞

※2023年度は更年期にフォーカス

- 「私らしく、エイジング」更年期キャンペーンイベント開催
  - ※産業医、または保健師によるミニセミナー
  - ※女性役員や管理職によるトークセッション&社員との交流会
- ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信
  - ※株式会社ファムメディコより、婦人科専門医による更年期障害に関するセミナーの実施について発信
- 「女性の健康」リーフレットの配布
- Femtec・(株)Cradleサービスの提供
  - ※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

### 資生堂健康保険組合の取り組み

- 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として検診案内とともに、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（乳がん・子宮頸がん・大腸がん）を全対象者へ同封郵送
- 2022年より、配偶者以外の20歳以上の被扶養者への婦人科単独検診の開始
- 乳がん検診、子宮頸がん検診での二次検査受診勧奨の実施（要医療、要精密検査の判定があった方を対象）
- 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
- 2023年4月より、子宮頸がん予防を目的としてHPVワクチン接種費用の全額補助を開始
  - ※公費負担・キャッチアップ接種対象者を除く
  - ※27歳以上45歳以下を対象

## ④メンタル対策

## 目指すべき姿

- ・社員が、ストレスへの気づきやセルフケアについて理解し、取り組み、いざいざと働き続けることができる
- ・管理職含む社員全体で、働きやすい職場環境が醸成されること



### 国内資生堂グループ

メンタルヘルス相談窓口（社内）の設置（対面・オンライン・電話等による相談対応）

※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）

- 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
- セルフケア・ラインケア実践に向けた短編動画配信
- メンタルヘルスを専門とする産業医の配置
- 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）

### 資生堂健康保険組合の取り組み

- 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
  - ※経営トップ層にメンタルコントロール術の秘訣やヒントをインタビューした記事を掲載
- 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
- RIZAPセミナー（メンタルケア編）の実施

## ⑤がん対策

### 目指すべき姿

社員が、がん疾患や、その治療と就業の両立等について理解し、早期発見や早期治療等、自律的に健康行動が取れる



#### 国内資生堂グループの取り組み

- がん検診受診推奨の案内配布
- 衛生委員会などにて産業医によるがんに関する衛生講話の実施
- がんの基礎知識・がんの早期発見/早期治療の重要性・がん治療と就業の両立支援に関するeラーニング実施
- がん治療と就業の両立支援制度の実施  
(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
- がんサバイバーシップの設立 (がんサバイバーの従業員同志の交流機会)
- ランチタイムセッション(LIVE配信)での情報発信

#### 資生堂健康保険組合の取り組み

- 「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)への二次検査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
- 厚生労働省健康局がん・疾病対策課より先進的な取り組み保険者としてヒアリング
- 国立がん研究センターが事務局となる厚生労働科学研究班の班会議に保険者代表として参加
- 予防医療普及協会から子宮頸がん予防を目的としたHPVワクチン費用補助について取材

## 主な取り組みの成果

### 生活習慣の取り組みの成果

ヘルスサポートプログラム 終了率	ヘルスサポートプログラム（特定保健指導）の2021年度終了率は56.7%と全国平均(31.2%)との比較において高水準となっています。 ※別表参照
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、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。 ※2022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。2023年度は予防対策を実施しながら全国約10事業所で集合型での健康フェア開催を予定しています。
生活習慣セミナー	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、参加者から好評を得ています。2022年度においては、各事業所の健康課題に応じたオンラインセミナー内容を提供し、参加者の運動習慣や睡眠、食習慣改善に向けた取り組みを継続して実施しています。
ウォーキングイベント	2022年度は健康保険組合とのコラボ事業として、運動不足解消、運動習慣へのきっかけ作りを目的としてアプリによるウォーキングイベントを開催しました。個人・部門のランキング形式とし、約170部門から1,500名以上が参加し、運動習慣の促進だけでなく、社員間のコミュニケーションの機会としても好評を得ており、2023年度も引き続き実施の予定です。

## ヘルスサポートプログラム実施率

	2019年	2020年	2021年
対象者	1,382人	1,574人	1,416人
終了者	700人	837人	803人
終了率	51.4%	53.2%	56.7%
終了率全国平均	27.4%	26.9%	31.2%

## ■健康フェアの様子

### 【参加社員の声】

「短時間で多くを教えていただきありがたい」

「思ったよりも悪いところがあり、色々と考えさせられました」



<汐留オフィスカフェテリアとコラボによる健康フェア特別メニュー>



<さいたまオフィスでの健康フェアの様子>

## ■健康セミナーの様子



### 【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」

## 禁煙推進の取り組みの成果

喫煙率	喫煙率を算出以降、喫煙率は毎年減少し、2022年度には17.3%まで低下しました(2010年度比▲16.3ポイント)。 今後も喫煙率のさらなる低下を目指し、「2030年度には5%未満」を1つの指標としています。
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）、社外相談窓口など、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年度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、2022年度は71.4%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としています。禁煙成功にこだわらず、禁煙にチャレンジする人を応援する風土づくりを目指しています。
社内禁煙ルール・受動喫煙対策	2012年度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。ハイブリッド勤務など働き方が多様化するなかで、これまでのルールの目的や解釈を再検討する必要もあり、今後も吸えない環境づくり、受動喫煙の防止のさらなる徹底を目指します。
情報発信	ポスター掲示やリーフレット、衛生委員会、社内イントラ、社内LIVE配信等を通じて、情報発信を継続して行っています。 さらに2022年度からは毎月の禁煙の日に、クイズや社員の声なども交えたタバコを吸わない人にも興味をもってもらえるオリジナルの資料を作成し、サイネージや社内イントラ等で掲載しています。

## 女性の健康・がん・メンタルの取り組みの成果



<p>女性の健康セミナー</p>	<p>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。 ※2023年度は更年期にフォーカスした研修を実施</p>
<p>がん治療と就業の両立支援・ eラーニング実施</p>	<p>2020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。2022年度eラーニング理解度は98%、満足度は97%と効果的な内容となっています。</p>
<p>メンタルヘルス・ セルフケア</p>	<p>eラーニングによるメンタルヘルス・セルフケアの教育を行っています。2022年度eラーニング理解度は99%（前年比同等）、復職支援プログラムなど会社のメンタルヘルス体制の認知度は72%(前年比10.0ポイント上昇)と効果的な内容となっています。 また、アサーションや認知行動療法など、5~10分の短編動画を作成し、セルフケアに役立つ情報を配信しています。</p>
<p>メンタルヘルス・ ラインケア</p>	<p>管理職対象に、安全配慮義務や、部下の変化への気づき、職場復帰への支援など、5~10分の短編動画を作成・配信し、ラインケア研修の拡充に向けて取り組んでいます。</p>



<第1回 汐留オフィスでの更年期イベントの様子>



<第2回 浜松町オフィスでの更年期イベントの様子>

## 健康経営優良法人2024（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2024大規模法人部門（ホワイト500）」<sup>※1</sup>に資生堂グループ国内関係会社21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<sup>※2</sup>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3,523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、ホワイト500の認定を受けることができました（今年で通算4回目）。

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 ファーブル 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ブ
	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 資生堂美容技術専門学校
	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
	資生堂労働組合
資生堂クリエイティブ株式会社	

## 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健康・安全を第一に考え、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。コロナ禍で得た新しいノウハウを発展させ、今後も社員の健康管理に取り入れていきます。

- 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。

- ランチャタイムセッション(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。



<ランチャタイムセッション(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、新型コロナウイルスへの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。

- 新型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など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<sup>※1</sup>が成果を出すことで社会へのイノベーションを発揮する、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<sup>※2</sup>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<sup>※3</sup>の徹底や、労働災害データの分析をもとに、それぞれのビジネス領域の課題を特定し、改善策を立案・実施することで、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、労働災害事例、並びにその改善策を、労働安全衛生マネジメントシステム委員会において、トップマネジメントおよび各ビジネス領域の安全衛生担当者、現場社員で共有・協議し、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。

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<sup>※4</sup>「0.1以下」達成を目標値として設定しました。安全衛生のリスクに対処するために、定量

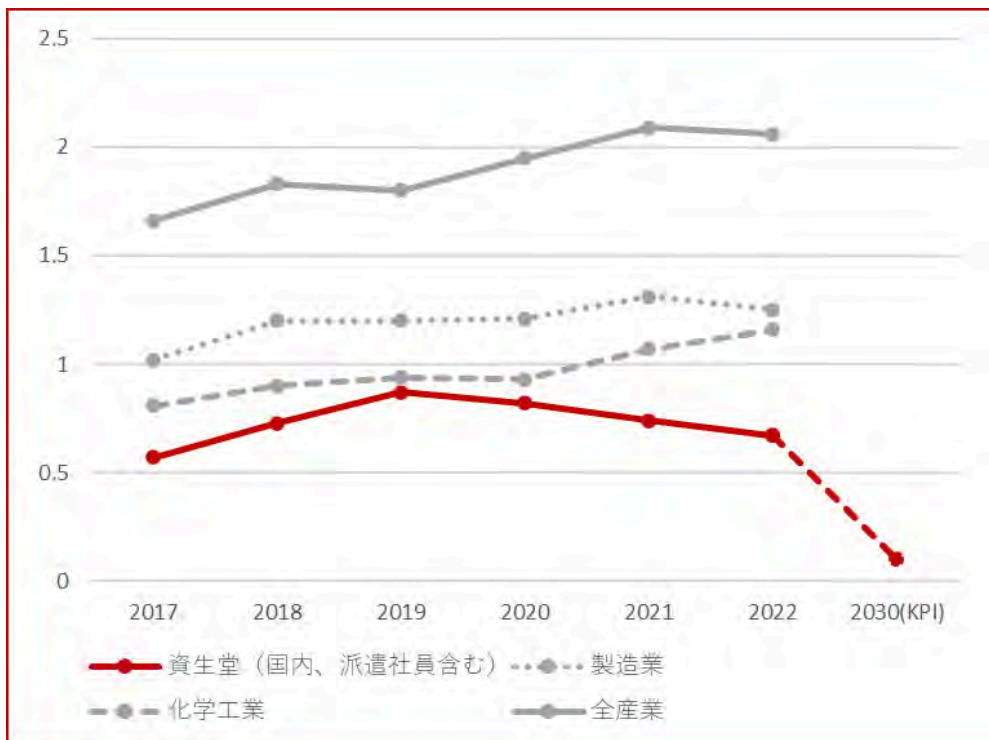
的な目標を伴うアクションプランと優先順位を組み入れています。安心・安全に働くことができる環境を整備し、すべての資生堂グループで働く人がいきいきと働くことは、事業リスクやコストの低減、収益拡大につながります。現在は、国内全産業および、化学工業・製造業と比較し、資生堂グループで働く人の安全を十分に確保できていますが、さらなる充実を図るため、さまざまな施策を実施していきます。

※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

#### <2023年目標>

- ・【店頭領域】休業を伴う業務災害を2022年発生件数より50%削減
- ・【R&D領域】化学物質のリスクアセスメント手順の標準化
- ・【サプライネットワーク領域】国内工場ISO 45001の取得

#### ▼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

資生堂グループは労働災害データの分析をもとに課題を特定し、定量的な目標を伴うアクションプランと優先順位を策定しています。

資生堂グループの2022年の国内社員・派遣社員の労働災害発生件数は111件でした。そのうち、休業を伴う災害は26件であり、派遣社員が被災したケースは2件でした。

全111件の労働災害のうち、転倒・転落の事故は42件発生し、そのうち階段での事故が18件と多く発生していることをふまえ、「階段昇降時は手すりを持つ」ことを全社の共通ルールとしています。さらに転倒・転落での災害発生件数のうち、76%がパーソナルビューティーパートナーや、美容室勤務などの店頭で勤務し、発生する事業場の特徴も明確であるため、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。まずは本社部門において効果的な取り組みを見極め、関係会社へも展開していく必要があります。

また、資生堂グループで働く人が日常的に安全に働く意識を高めていくことが、安全施策を効果的に導入するために必要な課題ととらえています。今後の適切な施策・行動を明確にするため、資生堂グループで働く人の安全認知度を図る指標として「安全文化診断」を安全衛生教育に取り入れていく予定です。

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し、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、今後より規制が強まる安全衛生法規制への対応が必須であり、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り組み内容

上記課題を考慮したうえで目標達成に向けて、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付け、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の要因、対策を分析し、四半期ごとに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。

7回目の開催となる2023年4月の委員会では、トップマネジメント・各ビジネス領域の安全衛生担当者が集い、掛川工場でキックオフイベントを開催しました。参加メンバーは、掛川工場で実際に労災が発生した場所を確認し、担当者から発生原因や事故後の対策について説明を受けることで、社内でも多く発生している「階段での事故について考える機会となりました。また、安全体感研修や同日に実施した労働安全衛生マネジメントシステム委員会では、労働組合も参加し、国内資生堂グループの健康と安全について意見交換しました。

今後も定期的に実際の現場を安全衛生担当者が直接確認する機会を設け、現場担当者の意見を聞き、資生堂グループで働く人が安心して働ける環境づくりを推進します。



工場・研究所・店頭・オフィスの担当者と各領域の役員が参加



労災発生場所と、その対応策の共有

さらに、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などを網羅した安全教育トレーニングの実施も継続的に行っています。今後は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・セーフティー・マネジメント・システム）の展開を進めています。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、ISO 45001の認証を取得することを計画しています。（2023年4月時点で取得済みの自社工場:上海工場・北京工場・新竹工場・掛川工場・ジアン工場・バル・ド・ロワール工場）ISO 45001取得工場では、起こり得る緊急事態への準備およ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、定期的な内部監査と評価を行っています。



2023年にISO 45001を取得した掛川工場のメンバーとチーフサプライネットワークオフィサー

- 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、将来にわた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、毎月の安全衛生委員会を基軸とした労災事故の予防活動を推進しています。事故の発生状況や原因を分析し、その情報をエリア間で共有しています。ヒヤリハットの情報も継続的に収集して危険の予測に努め、多角的な視点で対策の検討を行い、わかりやすい表現で現場へフィードバックすることに努めています。近年はとくに、店頭などでの転倒事故の再発防止に力を入れ、安心・安全な職場環境づくりを一步一步進めています。

# 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。