

社会

美で勇気づけ、違いを認め合い、尊重し合う社会へ。



資生堂は企業使命「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美の力でよりよい世界を）」の実現に向けて、社員がジェンダーや年齢、国籍などに関係なく、個々人の違いを認め尊重し合い、それらのシナジーによりイノベーションを生み続ける組織カルチャーをつくるため、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（DE&I）を重要な経営戦略の柱と位置づけています。

これまで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」に設定し、2030年までにそれぞれ100万人の人々を支援していきます。社員だけでなく生活者をはじめとするステークホルダーとともに、私たちの企業活動において、誰もが自分らしくいられる、インクルーシブな（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※1の「ジェンダー・ギャップ指数2024」において、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。

日本の順位は主要先進国では最低の118位※2と、第1回発表の2006年から17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。ジェンダーギャップの解消にはあと134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。資生堂は日本においてはジェンダーギャップの解消が、まず喫緊の課題と捉えています。

資生堂は、これまでの取り組みを通じて蓄積した経験や知見をいかし、戦略アクションの1つである「ジェンダー平等」において、「日本におけるジェンダーギャップ解消による女性活躍支援」「グローバルにおける女子教育と経済的自立支援」を通じて2030年までに100万人の人々を支援していきます。

※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 2024」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118位

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を避けたり、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。

資生堂は美の力が、心身の満足だけでなく、社会的な満足※1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社会を目指します。

そのために、資生堂はこれまでの取り組みを通じて蓄積した経験や知見をいかし、戦略アクションの1つである「美の力によるエンパワーメント」において、「美の力による自己効力感の醸成」「無意識の思い込みや偏見への取り組み」を通じて2030年までに100万人の人々を支援していきます。

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。

人権尊重の取り組み

すべての事業活動の領域において、ステークホルダーにおける人権尊重の取り組みを推進

人権尊重

社員に対する取り組み

日本におけるジェンダーギャップ解消による女性活躍支援

資生堂は、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、ジェンダーにかかわらず、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。

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年に発足した「資生堂DE&Iラボ」では、多様な人材が持つ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プロセスを東京大学との共同研究で検証し、DE&Iと企業成長との関係を実証する取り組みを行っています。また、これらの研究で得られた知見を「資生堂DE&Iラボサイト」を通じて自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に貢献していきます。

美容職社員の働き方改革や女性管理職育成プログラムなど、これまでの知見や実績を「ACTIONS」、東京大学の山口慎太郎教授のチーム※と共同で進めている、多様な人材の活躍と企業成長の関係についての実証研究で得た結果を「RESEARCH」として「資生堂DE&Iラボサイト」で公表しています。

2024年には2つのテーマで実証結果を公表しました。1つ目のテーマ「女性活躍からジェンダー平等へ」の調査結果では、組織のリーダーのジェンダーバランスの偏りがアンコンシャスバイアスを強める可能性が示唆されました。この結果を受けてリーダーのジェンダーバランスの均衡を図り、全社的なアプローチを行うことの重要性を伝えました。2つ目のテーマ「ダイバーシティの先へ、インクルージョンの処方箋」では、“ヒーロープロダクト”を次々と世に送り出し成功しているマーケティングチームの事例を紹介しました。このチームは、外国籍や中途入社など多様なバックグラウンドを持つメンバーの意見を公平に受け入れるために、会議では事前資料「プレリード」を用意し、すべてのメンバーが自信を持って意見を共有できるインクルーシブな環境をつくりだしています。

「資生堂DE&Iラボ」は、真のジェンダー平等に向けて、これからも組織変革につながる実証研究を続けていきます。

※本研究機関は、山口氏が主幹となり、奥山陽子氏（ウプサラ大学経済学部助教授/東京大学 CREPE招聘研究員）が共同研究者として参画している

SHISEIDO DE&ILab

三

TOP > RESEARCH

SHISEIDO DE&ILab

RESEARCH

資生堂DE&Iラボによる
自社の取り組み検証



「資生堂DE&Iラボ」のサイトはこちら

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

日本企業の役員※1に占める女性比率の向上を目指す「30% Club Japan」は英国発祥のグローバルイニシアティブであり、日本では2030年をめどにTOPIX100企業で女性役員の比率30%※2を達成することを目標として2019年に発足し、2022年に第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※3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社長会トップ会議」は、2023年までに9回開催され※4、「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・対応力の高い組織カルチャーへの変革が必要であり、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ました。また、参加企業の実務責任者で構成されたプロジェクトマネジメントチーム（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」の特長でもある、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%に上昇し、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進化しています。

資生堂は、女性活躍推進による同質性からの脱却と、そこから生まれるイノベーションの創出に向け、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社長会トップ会議」の様子



地方自治体との協働による女性活躍支援

資生堂は、2024年に東京都が主催する「東京都くらし方会議」に株式会社資生堂執行役 チーフファイナンシャルオフィサー、チーフDE&Iオフィサー 廣藤綾子が委員として参加しました。この会議は、都民の働き方や生き方に関わるさまざまな社会の制度や会社組織の状況などについて、有識者との意見交換を通じて検討を進めることを目的に東京都が設置したものです。第3回目の会議では、当社のDE&Iの取り組みを共有し、女性活躍推進において、会社の過度な配慮は本人のキャリア形成の機会を奪いかねないので、本人のキャリア志向を尊重し、積極的な業務アサイン等を通じて、活躍・成長を支援することの重要性を伝えました。

このほか、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、2024年の講演参加者は延べ約6,000名（主催約60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、長崎県主催の「第9回ながさき女性活躍推進企業等表彰」や一般社団法人とちぎ圏央まちづくり協議会主催の「第5回SDGs交流会」に登壇しました。これからもジェンダー平等の実現に向けて蓄積した資生堂の知見や経験が、社会の変革に役立つよう取り組んでいきます。

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おいて出産を控えた社員およびパートナーのための育児トレーニング「KODOMOLOGYイクトレ」を開催しています。また、2023年4月より、産前期および乳幼児から小学生までの幅広い年齢層の子どもを持つ当社および提携企業の社員向け子育て支援サービス「KANGAROOM+」（カンガルームプラス）を展開しています。2023年11月には、「KANGAROOM+」において、生後3カ月未満の子どもを持つ社員を対象にした「産後サポートサービス」を開始し、産後ケア専門資格を有するスタッフ（保育士）が社員の自宅に訪問し、産後家族の家事育児をサポートする仕組みを整備しました。

※1：カンガルーム汐留は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

※2：2023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+での産後サポートに関するリリースはこちら](#)

[KODOMOLOGY株式会社のサイトはこちら](#)



事業所内保育施設「カンガルーム掛川」で遊ぶ子どもたちの様子



「KANGAROOM+」で開始した「産後サポート」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18.3%※1と諸外国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、17回目となる2024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169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。

2024年は「女性研究者ネットワークの深化」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※2を実施したところ、80%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、日本社会に根づ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さをはじめ、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、助成金を得られたこと以外で本グラントを受賞してよ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」などがあげられました。

資生堂は今後も、本グラント受賞者に専門分野や領域を超えた多様な人と知の交流機会を提供し、厳しい環境にある優秀な女性研究者の活躍をサポートしていきます。また、本グラント受賞者と中高生との交流などを通じて、未来に向けても日本の科学界の発展に貢献していきます。

※1：総務省2023年（令和5年）科学技術研究調査より

※2：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のサイトはこちら](#)



資生堂 女性研究者サイエンスグラント2024年授賞式

SCIENCE
GRANT
SHISEIDO FEMALE RESEARCHER

サプライヤーにおける女性のエンパワーメント

資生堂は、2024年にサプライヤー企業の経営者と、マネージャー32名に対してダイバーシティに関する講演を実施しました。女性リーダー育成や柔軟な働き方などのテーマを中心に、工場での障がい者雇用や従業員のウェルビーイングについても意見交換を行いました。当社は製造業における女性や障がい者のエンパワーメントは社会的な課題と捉え、今後もベストプラクティスの共有によってサプライチェーン全体のESGパフォーマンス向上を支援していきます。

グローバルにおける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、世界のジェンダーギャップ解消、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少女たちへの教育支援・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（国連児童基金）※1は、STEM教育※2や雇用、エンパワーメントプログラムを通じ、ジェンダーギャップ解消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。

このパートナーシップでは、2025年までにバングラデシュ、インドネシア、キルギス、中国、カザフスタン、ラオス、ペルー、ベトナムなどの国々で、570万人の少女たちを支援することを目指しています。パートナーシップの更新初年度である2023年には、300万人以上の少女たちへの支援を達成しました。

クレ・ド・ポー ボーテとユニセフの代表が、2024年3月にこのパートナーシップの主な支援地域の1つであるバングラデシュを訪れました。バングラデシュでは、ジェンダーに配慮したスキルベースのカリキュラムと教科書を導入した学校や、学校に通えない少女たちを支援するSkills4Girlsプログラムを通して技能訓練を提供する職場を視察してきました。

Skills4Girlsプログラム参加者からは「私は子どもの頃からコンピュータースキルを学びたいと思っていましたが、経済的な理由で教育を中断せざるをえませんでした。しかし、Skills4Girlsプログラムのコンピュータートレーニングコースのおかげで、多様なスキルを身につけることができ、今ではトレーナーとして働いています。私は女性が才能を発揮できないという思い込みを打ち砕きました。今やどんな制限にも縛られることはありません」との声が寄せられました。

クレ・ド・ポー ボーテはパートナーシップを発表した2019年以来、ユニセフのジェンダー平等プログラムに対し、民間企業として世界最大規模となる累計1,740万米ドルの寄付を表明しました。この寄付は同ブランドの「CRM（Cause Related Marketing）※3 キャンペーン」を通じて行われ、ブランドを代表する美容液「ル・セラム」を購入するごとに、3米ドルが世界各地のユニセフのパートナーシッププログラムを支援するために寄付されます。

※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」を購入することで、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。

2023年1月1日から12月31日まで実施

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

UNLOCK THE POWER of GIRLS

THE KEY TO A BETTER WORLD



同じく2019年にグローバルチャリティープログラム「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」を設立し、少女たちの社会的地位向上とエンパワーメントを推進するために女子教育に貢献した女性を毎年表彰しています。第6回目となる2024年のアワードでは、STEM教育におけるジェンダーギャップ解消を目指すレシュマ・サウジャニさん（米国・ニューヨーク在住）を選出しました。サウジャニさんは、テクノロジー分野におけるジェンダーギャップの是正に取り組む国際的なNPO（非営利団体）「Girls Who Code」の設立を通じ、コンピューター・サイエンスにおける女性の地位向上に尽力してきました。

「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」の寄付金※4はブランドを代表する美容液である「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ていきます。

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

[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](#)



POWER of RADIANCE

clé de peau
BEAUTÉ

「パワー・オブ・ラディアンス・アワード」2024年受賞者、レシュマ・サウジャニさん

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。2023年は108名の女性がトレーニングを受け、57名が就労の機会を得ました。また、2022年には「Un Village Sous Les Etoiles (UVSLE)」ともパートナーシップを結び、活動の範囲を広げています。UVSLEを通じて、4才から18才までのネパールの弱い立場にある少女たちに、安全な環境で住居、医療、教育、職業訓練を提供する「Opportunity Village」の建設や、マイクロビジネスの立ち上げなどのキャリア支援をしています。2023年までに、109名の女性がトレーニングを受け、10名がマイクロビジネスを立ち上げ、「Opportunity Village」の住居に33名が住む機会を得ました。



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※1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」、子どもたちを育む人の学ぶ機会を創る「子どもを育む職員への支援」、子どもたちをみんなで支える社会をつくる「広く一般の方々に向けての情報発信・共有」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※2のもとで暮らす中学・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。2023年度※3に開催した自立支援セミナーには、350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、2024年3月末時点で16名の奨学生在が在籍し、通算では88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・共有」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。



身だしなみ講座の様子



2022年法人名称変更を機に刷新した
ロゴマーク

※1：2022年、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る

※3：2023年度とは、2023年4月～2024年3月を指す

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の開発や美容技術の向上に取り組むなど、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心身および社会的な満足※を実現する活動を、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推進しています。

※「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

がんとの共生を目指したがんサバイバー※1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、資生堂は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推進しています。

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年には、性別を問わず、がん治療による肌状態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。～」を発刊しました。2023年はコロナ禍を経て、各国・地域※2でのがんサバイバーを対象とした外見ケアセミナーなどを活性化させ、グローバルで延べ6,045名の方と接点を持つことができました。



「外見ケアBOOK ～自分らしく、心地よく。～」

2023年6月、資生堂は「第8回日本がんサポーターズケア学会 学術集会（奈良県）」にて、聖路加国際病院との共同研究によるオンライン形式のがん外見ケアアドバイスが、がん患者の QOL（クオリティー・オブ・ライフ＝生活の質）向上のための心理社会的支援として有用であることを研究成果として発表し、優秀演題賞を受賞しました。

日本では、資生堂ジャパンに所属する高度な技術を持ち、地域で専任的に活動している7名のソーシャルエリアリーダーと38名のソーシャルエリアパートナー※3が中心となり、地域の特性とそれぞれの社会課題に対し、「化粧のちから」を通じた社会活動の企画、実行をリードしています。

2023年、資生堂ジャパンは地方自治体との取り組みとして、山形市と「健康の保持・増進に関する協定」を締結しました。本協定は両者が相互に連携し、山形市民のがん対策および健康づくりの推進に向けた取り組みを通じて、市民のより一層の健康的な生活の実現を目的として定めたものです。同年には栃木県とも「がん対策に係る連携協定」を締結し、がん外見ケアセミナーを開催しました。栃木県と資生堂ジャパンは相互に連携し、栃木県民のがん対策を推進し県民のより一層の心身の健康的な生活の実現を目指しています。

2024年3月、島根県松江市で開催された「第34回全国椿サミット松江大会」では、松江市との初の共同取り組みを実施しました。この大会では、松江市立病院、松江赤十字病院とともに、「がんを正しく知って正しく向き合う」をテーマに一般市民、医療従事者、がん患者の方約70名に対して「がん外見ケアセミナー」を講演し、「メイク体

験」には約40名の方が参加しました。

同月には、名古屋市の「AICHI AYA WEEK 2024」において、AYA世代※4のがん患者の方が、いつどんなときでも、自分らしく毎日を過ごせるように「がん外見ケア個別相談会」や、資生堂トップヘアメイクアップアーティストによる「ヘアウィッグを楽しむヘアメイクショー」などを開催、2日間で資生堂のビューティー体験には494名が来場しました。

また、福岡市で開催された「AYA WEEK 2024 大交流会」に参加し、資生堂癒しのタッチケア®※5、パーソナルBカラー診断®※6などを実施しました。

※1：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

※2：日本をはじめ、中国、シンガポール、台湾の各国・各地域（2023年12月時点）

※3：資生堂ジャパンにおいて、各エリアならではの社会活動を「化粧のちから」を通じて行う専門職のチームの構成メンバー

※4：AYA（アヤ）世代とは、Adolescent and Young Adult（思春期・若年成人）の略。15歳から39歳までの年齢層の人を指す

※5：心、体の緊張感を、背中をなで・さする行為でときほぐす、資生堂オリジナルのケア

※6：生まれながらの肌、髪、瞳の色 からのお客さまのパーソナルカラーを紹介する資生堂オリジナル診断方法

「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」のサイトはこちら



山形市と資生堂ジャパンによる連携協定の締結式



栃木県と資生堂ジャパンによる連携協定の締結式

「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」をグローバルで展開

資生堂は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、当社は「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に、社会への復帰の一助となるよう後押しをしています。この活動は、2021年には公益社団法人 企業メセナ協議会からメセナ優秀賞を受賞しました。

また、2021年世界がんデーに、LAVENDER RINGフォトブック「自分らしく、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、生きていく。-がんとともに生きる206人の笑顔と想い-」（ハースト婦人画報社出版）

2022年から「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」のグローバル展開を開始し、2023年も日本をはじめ、中国、シンガポール、台湾、タイの各国・各地域で実施しました。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。

2024年には新たにフィリピンとマレーシアにもエリアを拡大しています。1月のフィリピンでのイベントには65名、5月のマレーシアでのイベントには15名のがんサバイバーが参加しました。



台湾のイベントの様子



台湾のイベントでのメイクアップの様子

2023年、日本では「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」活動を拡大し、全国5エリア（東京、大阪、愛知、愛媛、福岡）で開催しました。これに加え、第31回日本医学会総会 2023東京 博覧会に「MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」写真展を特別出展し、多くの方にサバイバーの笑顔とメッセージを届けました。

LAVENDER RINGの活動を開始した2017年から2023年までに、日本をはじめ、中国、シンガポール、台湾、タイにおいて医療機関・患者団体と協働のもと、30回の「MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」を実施し、653組のがんサバイバーの方々が参加しました。2024年2月に第38回日本がん看護学会学術集会内で、「LAVENDER RING MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」ポスター展を開催しました。



第31回日本医学会総会 博覧会での展示

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。現在では日本をはじめ、中国、シンガポール、台湾の各国・各地域で専門施設である「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。日本の「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター」は従来の深い肌悩み対応においても、2023年は顔面神経麻痺など顔の左右差に悩みを持つ方に対する美容情報を発信し、医療機関と連携し外出が困難な方に対しては個別オンラインカウンセリングを展開しています。

2023年は、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の対応強化とともに、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合わせて2,516回開催し、58,058名が参加しました。

中国では、2023年3月に「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（中国ブランド名：PF-COVER）」のリニューアル時に、キーオピニオンリーダー（KOL）を起用したオンラインコミュニケーションや、ソーシャルメディアを活用したコミュニケーション、白斑の症状を持つ方が集うプラットフォーム「白白手拉手」と提携などにより、多くの方々に情報を共有することができました。現在「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター（中国）」の来場者の約80%は、白斑の症状を持つ方々となっています。

台湾では、2023年は医療機関との連携を強化し、講演会や患者会のイベントなどを通じて、年間221回の「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」のセミナーを実施しました。また、高度な専門的技術をマスターした6名の美容技術者が継続的に「パーフェクトカバー」取扱店での美容技術向上をサポートしながら、紹介活動を行ってきました。



オンラインによる外見ケアカウンセリングの様子



「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター（日本）」のカウンセリングルーム



「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター（中国）」でのコンサルテーションの様子



「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター（台湾）」でのメイクアップアドバイスの様子

「パーフェクトカバー」の進化

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、その後、白斑や傷跡などの凹凸の悩みなど、幅広く深い肌悩みに対応できる製品へ進化させてきました。

2022年、グローバルでの展開強化に向け、処方・パッケージを含めて全面リニューアルしました。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、自然な仕上がり感、化粧持ちを実現しました。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します。白斑のカバーに特化した「パーフェクトカバー ファンデーション V

C」は、白斑の周りの肌の色に合わせて自然にカバーすることができます。コロナ禍を経て、メイクアップニーズの高まりとともに、カバーすることで自分らしくいたいという方にお応えしています。



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



「パーフェクトカバー」製品

リテールパートナーをはじめ各種団体との高齢の方々に対する取り組み

現在、高齢化率※129.1%を記録し※2、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をはじめ、各種支援団体、医療機関、地方自治体などと連携を深め、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。2023年、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」にて高齢の方々を対象に、18カ所56回の美容講座を開催しました。



ウエルカフェ川口領家店での講座の様子

さらに、高齢の方々に対しての「資生堂化粧療法」※3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※4の化粧品専門店497店※5に導入しています。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実施しています。

医療の分野では、高齢者のオーラルフレイル※6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、化粧をする動作に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。この研究結果から、歯科医や歯科医院と連携し、地域住民を対象としたセミナーを開催しています。

※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

※2：2023年総務省発表

※3：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目指す療法

※4：全粧協：全国化粧品小売協同組合連合会

※5：2022年12月時点

※6：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

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、より多くの当事者にお届けするために、2022年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。

資生堂ジャパンでは、2019年に当事者ご自身で簡単にメイクができる当社独自の化粧法である「ガイドメイク」を開発し、「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセミナー」のメニューに追加しました。2021年には「視覚障がい者向けオンライン」メニューも拡充しました。コロナ禍に開催を見合わせていた「ガイドメイク」を2023年から再開し、さいたま、浜松、名古屋、京都、広島など全国各地の会場でリアルでもオンラインでも参加できるようにして開催しました。視覚に障がいのある方だけでなく、知的障がいや発達障がいなど、さまざまな障がいのある方にも「化粧のちから」通して、自分らしく過ごせる社会の実現を目指しています。

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



名古屋視覚障害者協会でのガイドメイクの様子



「資生堂リスナーズカフェ」ロゴマーク

アネッサ、子どもの心と身体の成長を支援する「ANESSA Sunshine Project」

2024年、資生堂の日焼け止めブランド「アネッサ」は、太陽のもとでの活動を通じて、子どもたちの心と身体の健全な成長を支援する「ANESSA Sunshine Project（アネッサ サンシャイン プロジェクト）」を開始しました。この取り組みは、「アネッサ」が初めてアジア12の国と地域※1で横断的に行う社会貢献活動です。

世界保健機関（WHO）が5～17歳の子どもおよび青少年に1日60分以上（週7時間以上）の運動を奨励※2している一方で、現代社会において子どもたちが外で遊ぶ時間が減少しているといわれており、「アネッサ」がアジア4カ国（中国、日本、タイ、ベトナムの都市部）で実施した独自のアンケート調査※3結果では、すべての国において週7時間以上の外遊びが確保できている子どもが50%に満たないことが明らかになりました。外で遊ぶことは、子どもの発育・発達における5つの側面（身体・情緒・社会・知的・精神）をバランスよく育み、特に自律神経機能向上により、意欲や自発性といった生きる力を形成する※4ことから、「アネッサ」はこの社会課題に取り組みます。

また、この社会課題を達成するための活動の一環として、公益財団法人日本サッカー協会のパートナーシップ制度「JFA PARTNERSHIP PROJECT for DREAM」において、化粧品ブランドとして初めてJFAソーシャルバリューパートナー契約を締結しました。アネッサはJFAソーシャルバリューパートナーとして、JFAと共同で子ども向けの体

験イベントを開催し、太陽光の恩恵を受けながら安全に太陽のもとで遊ぶための親子紫外線対策講座と、太陽のもとで心と身体を動かすアクティビティを実施します。

※1：以下の国と地域：中国、香港、インドネシア、日本、韓国、マカオ、マレーシア、フィリピン、シンガポール、台湾、タイ、ベトナム

※2：WHO身体活動および座位行動に関するガイドライン（WHO Guidelines on physical activity and sedentary behavior）

※3：「子どもの外あそびに関するアジア4カ国調査」対象：上海、東京、バンコク、ホーチミンに住む子どもをもつ保護者、各100名（オンライン調査）期間：2024年2月15日～3月1日、「アネッサ」調べ

※4：子どもの健康福祉学の専門家である早稲田大学 人間科学学術院 前橋 明教授（医学博士）による



ANESSA Sunshine Project



ANESSA Sunshine Project、JFAとの連携

「ANESSA Sunshine Project」に関するリリースはこちら

JFAソーシャルバリューパートナー契約に関するリリースはこちら

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「資生堂カメラファンド」を利用した支援にも取り組んでいます。2023年は、イントラネットによる社員向けオンラインセッション「Brown Bag」におい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共有し、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。



紫外線過敏の難病「色素性乾皮症（XP）」患者への支援

「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。また、社内外のLGBTQ+コミュニティとアライ※に寄り添う企業として、LGBTQ+コミュニティへの支援を展開しています。ジェンダー、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。

※理解者であり、支援者を指す

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」などの好評を得ました。



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、希望する教員への告知を始めました。本教材は「誰もが自分らしく美しくいられる世界へ」と題し、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。2023年は日本全国の生徒16,875名が受講しました。

2年目となる2024年は、4月から随時授業が開始され、全国1万人以上の生徒の受講を予定しています。

※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

LGBTQ+ コミュニティへの支援

国内では、資生堂ジャパンに所属する高度な技術を持ち、地域で専任的に活動しているソーシャルエリアリーダーとソーシャルエリアパートナーが中心となって、各地域におけるLGBTQ+コミュニティへの支援を推進しています。

2024年は、東京、群馬、名古屋、大阪、広島の各地で行われたレインボープライドのイベントに参加し、合計214名の社員ボランティアとともにパレードへの参加や、美容体験ブースなどを出展し、4,073名の方がブースに訪れました。

国内の団体と連携した活動では、プライドセンター大阪とセクシュアルマイノリティのためのメイクアドバイス講座、広島県セクシュアルマイノリティ協会とLGBTQ+とアライの方々を対象とした「自分らしさ発見！メイクで自己プロデュース」講座、またRainbow Tokyo北区とトランスジェンダー女性を対象としたメイクアップ講座を開催し、40名が参加しました。

海外リージョンにおいても、ニューヨーク、ドイツで行われたプライドイベントに参加し、自主的な社内の従業員リソースグループやブランドとともにパレードに参加しました。



「東京レインボープライド2024」のパレードの様子



「大阪レインボープライド！2024」の様子



「New York City Pride」のパレードの様子



ドイツ「ColognePride 2024」でのパレードの様子

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。

資生堂人權方針

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。

消費者の権利

詳細は「資生堂倫理行動基準」（第2章 お客さまとともに）をご覧ください。

資生堂グループ カスタマーハラスメントに対する基本方針

当社は2024年に資生堂グループ カスタマーハラスメントに対する基本方針を策定しました。

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DE&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「資生堂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。

2023年は潜在的な人権課題に関するリスクマップの定期的なレビューとして、人権リスクアセスメントを実施しました。また、人権NGOとともに国内自社工場2拠点における外国人労働者（派遣社員）へのヒアリングを含む労働環境調査も行いました。調査からは大きな人権侵害に発展するリスクは確認できませんでしたが、人権リスクとして指摘された事案については是正措置を講じました。引き続き潜在的なリスクの特定に資する調査と継続的な労働環境の改善に取り組みます。



人権リスクアセスメント

Step 1: 人権課題の抽出

人権に関する国際規範や、非財務情報開示に関する基準、企業人権ベンチマークのCHRB(Corporate Human Rights Benchmark)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」。

Step 2: 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。

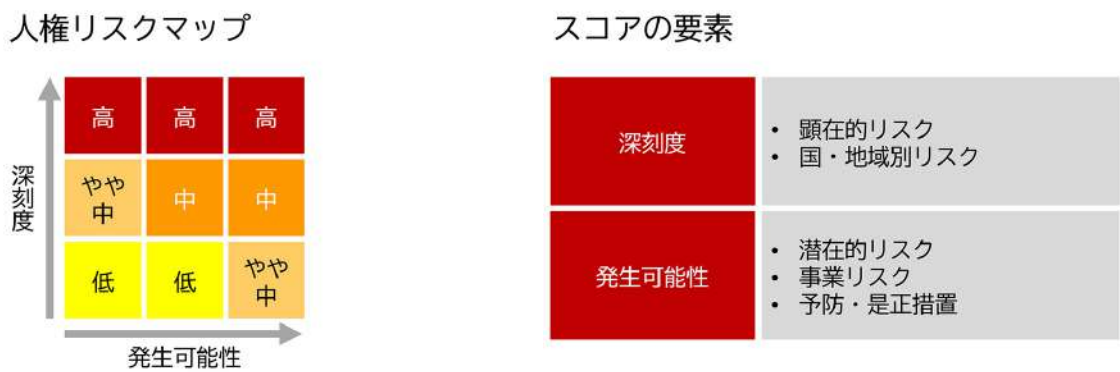
- 第三者機関による評価：人権リスクアセスメントを専門とする第三者機関に委託し、当社の人権にかかわる各種資料・記録、国内外の資生堂グループ社員へのヒアリングで得られた情報をもとに、バリューチェーン全体における人権リスクの発生状況（潜在的リスク・顕在的リスク）の有無を点数化しました。予防・是正措置の状況確認も含めて、第三者機関が当社の人権リスクのマネジメントシステムが十分であるかを評価しました。
- 人権リスクアセスメントでは情報収集の段階で複数の方法を組み合わせる必要があります。実際に影響を受け得るライツホルダー※との対話として、外国人労働者（派遣社員）へのヒアリングを行いました。

※人権の主体となる人、自らの事業活動において人権に関する影響を受ける人のこと。

- 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。

Step 3: 人権リスクマップの作成と定期的なレビュー

人権リスクアセスメントのスコアを深刻度と発生可能性の2軸でマッピングし、対応の優先順位を定めています。深刻度では、顕在的リスクと国・地域別のリスクを評価し、その深刻度を把握しています。発生可能性では、潜在的リスクや業界ごとのリスク、リスク軽減の効果的な予防・是正プロセスの有無でスコアを付けています。2020年に第1回、2023年に第2回の資生堂グループ全体の人権リスクアセスメントを実施し、人権リスクを確認しました。2023年のアセスメントでは、ビジネスと人権分野に知見を持つ団体として、デロイト トーマツ グループの有限責任監査法人 トーマツより、第三者の立場から助言をいただきました。リスクマップは2年に1度のアセスメントで定期的に見直しをはかり、リスクマップによって特に対応を優先すべき重要な人権リスクを特定し、経営層に報告しました。



定期的な人権リスクアセスメント

	人権リスクアセスメント2020	人権リスクアセスメント2023
対象※	3リージョン（日本、中国、米州）	全6リージョン（日本、中国、アジアパシフィック、米州、欧州、トラベルリテール）
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。	

※M&A、合併会社など新たな事業関係を含む。

リスクアセスメントによって特定され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※。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

資生堂は人権を担当するエグゼクティブオフィサーを領域ごとに定め、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。

倫理研修やハラスメント研修では、「資生堂倫理行動基準」や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。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・相談窓口に寄せられた通報・相談をきっかけに、差別・ハラスメントや贈収賄などの不正行為やそのおそれのある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など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と主な実績

人権影響評価

国内外の事業所8拠点（全リージョンの地域本社6拠点、および、国内工場2拠点）において人権影響評価を実施しました。

労働安全衛生

ISO 45001 認証取得工場数 8拠点

国内資生堂グループ22社で安全文化診断を行い、「教育・訓練」「報告義務」「パフォーマンス」「資源・環境」「組織・風土」といった項目ごとに各社の安全文化レベルの評価、分析を行いました。診断結果をフィードバックすることで各領域の労働災害撲滅に向けた活動に結び付けています。また、年4回開催する資生堂グループ全体の労働安全衛生マネジメントシステム委員会にて、各事業所の労災の傾向を分析し、再発防止を保证するために危険箇所や危険行為の改善・改良を指示しました。

ハラスメント

2022年、職場のハラスメント実態調査を国内資生堂グループ309部署で実施しました。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しました。これを受けて、各部署において、個別に是正対策を講じました。同調査でハラスメントリスクが高いと判定した部署を対象に、2023年にはその後の改善状況を把握するハラスメント実態調査を実施しました。調査対象となった部署の全責任者に対して、調査結果を個別にフィードバックするほか、改善状況が十分ではない部署に対しては、調査結果を踏まえた是正の取り組みを再度要請しました。

2023年は国内資生堂グループにてハラスメントに関わる懲戒処分を6件実施しました。いずれの事案についても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うと同時に、関連する部門と連携して、速やかに是正措置および再発防止策を講じました。

責任ある調達

2023年までに製品の容器包装に使用される紙を、100%※サステナブルな紙に切り替えるという目標を達成することができました。

また、パーム油由来原料については、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。

※製品における、認証紙または再生紙など、紙重量ベース

2023年サプライヤーアセスメント実績

1次サプライヤーアセスメント

2023年は、すべての1次サプライヤー（カテゴリー：生産用材・OEM調達品・生産委託品、販売支援ツール）860社を対象に、グローバルでサプライヤーアセスメントプログラムを実施しました。すべての1次サプライヤーを対象にするのは2020年以来となります。その結果、全860社※¹について、セルフアセスメントを完了しました。また、12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。
- ・ 第三者監査を全社に対して実施し、是正を行うことで、最終的にハイリスクサプライヤーは3社となりました。

今後も、引き続き3社のハイリスクサプライヤーの是正を進め、2024年末までの是正完了を目指します。また、サプライヤーアセスメントプログラムの対象カテゴリーを拡大し、間接材1次サプライヤー※2のアセスメントを2024年に開始する予定です。

※1：1社については、2024年2月に完了

※2：EcoVadisのスクリーニングツール IQPlusを用いて、国や業種、スPENDなどに基づくリスクスクリーニングを行い、優先度が高いと判断したサプライヤーを対象とする。

詳しくは「サステナブルで責任ある調達の推進」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従業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「資生堂グループ監査委員会通報窓口」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、「資生堂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。バリューチェーン全体での生活賃金に対するアプローチを策定するために、社内プロジェクトを設置しました。2023年にはFair Wage Networkと連携し、Fair Wage Networkのメソッドで資生堂グループ全体の従業員の生活賃金を評価しました。このメソッドを用いてサプライヤーの生活賃金評価も開始しています。

国内資生堂グループにおいて子どもを扶養する社員に対しては、ベース給与に追加して、子どもの育児や教育を賄うための手当を毎月支給しています（カフェテリア制度の育児・教育費用補助）。

株式会社資生堂・資生堂ジャパン株式会社の社員においては、日本労働組合総連合会が発行する2021 連合リビングウェッ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ことを考慮するよう定めています。

2023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、15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。なお、2024年以降は、Fair Wage Networkとともに当社戦略サプライヤーを対象とした生活賃金の評価を実施する予定です。

※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を行い、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。

2023年は人権専門家との対話を開催しました。同年に当社が行った人権リスクアセスメントの結果を報告し、それぞれの人権リスクへの対応の進捗、人権デュー・ディリジェンスの開示、サプライチェーン上の人権リスクへの対応について対話を行いました。

開催日	2023年10月16日
議題	グリーバンスメカニズムの構築、人権に関するサプライヤー管理
専門家	World Benchmarking AllianceおよびUnited Nations Development Programme（国連開発計画）Asia Pacificの人権専門家
主な意見	人権専門家からは、ライツホルダーとの信頼関係の構築が重要であることや、グリーバンスメカニズム構築のためにもサプライヤーとのエンゲージメントを進めるようにとの助言を受ける。

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。

ステークホルダーとの対話により指摘された人権課題への対応例

2023年に行った人権リスクアセスメントの一環として、人権NGOとともに国内自社工場2拠点における外国人労働者（派遣社員）へのヒアリングを含む労働環境調査を行いました。調査からは大きな人権侵害に発展するリスクは確認できませんでしたが、人権リスクとして指摘された事案については是正措置を講じました。引き続き潜在的なリスクの特定に資する調査と継続的な労働環境の改善に取り組みます。

開催日	2023年9月21～22日
会場	資生堂掛川工場、資生堂大阪茨木工場
議題	人権デュー・ディリジェンス 現地調査・エンゲージメント 外国人労働者（派遣社員）への直接インタビューを含む労働環境調査
調査協力	一般社団法人 ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステイナブル・サプライチェーン（ASSC）
調査内容	・労働条件・賃金・労働時間・安全衛生に関する外国人労働者20名へのインタビュー。 ・工場の管理部門へのマネジメントインタビュー、労働条件・賃金・労働時間・安全衛生・懲戒に関する記録の確認、実際の労働環境の確認。

● 事例1 自社工場で従業員の更衣時間についての指摘

国内自社工場での人権調査にて、出勤時・退勤時のユニフォームへの着替えの時間が労働時間として扱われていないことが人権リスクとして懸念されるとの指摘を受けました。調査時は着替えの時間に賃金を支払う方向で調整を進めている段階でしたが、2024年からはすべての国内自社工場で更衣時間を有給化しました。

● 事例2 自社工場で働く外国人労働者（派遣社員）の雇用契約書についての指摘

国内自社工場で働く外国人労働者（派遣社員）へヒアリングしたところ、工場の掲示物や書類においては英語表記が増えたことで従来よりも理解しやすくなったとの好意的な発言があがったものの、外国人労働者を雇用している派遣会社の雇用契約書などが日本語のみであるとの指摘を受けました。雇用契約書での多言語対応の必要性を理解し、直接雇用・間接雇用を問わず外国人労働者が理解できる言語で雇用契約書を準備することを派遣会社に要請しました。

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、自社だけでは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の科学者や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。

美しい海の実現に向けて、各国各地域の資生堂チーム、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。

6年目となる2024年の6月8日の世界海洋デーでは、5カ国9カ所でサンケアを通じたさまざまなサステナビリティ活動を実施しました。

「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※¹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%サステナブルなパーム油の調達を達成」という中長期的な目標を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※²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。※³

他企業との協働による課題解決の取り組み強化のため、資生堂はCGF※⁴の日本のパーム油ワーキンググループに参画し、2019年からはJaSPON※⁵に加盟しています。加えて、「資生堂カメラリアファンド」※⁶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※⁷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。

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

※²：RSPOの物理的なサプライチェーン方式により認証された原料

※³：2022年稼働の福岡久留米工場は2024年に認証取得予定

※⁴：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）

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

※⁶：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

※⁷：World Wildlife Fund for Nature



RSPO, Jonathan Perugia



私たちの進捗状況はwww.rspo.orgからご確認ください

紙

資生堂は、資源の持続可能な利用と海洋プラスチック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サステナブルな紙の使用が求められます。

資生堂は、2023年までに製品の容器包装に使用される紙※¹を、100%サステナブルな紙※²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。

※1：2023年使用量（推計含む）：5,300t

※2：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に実施しています。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。

資生堂取扱品目とサプライヤーの概況

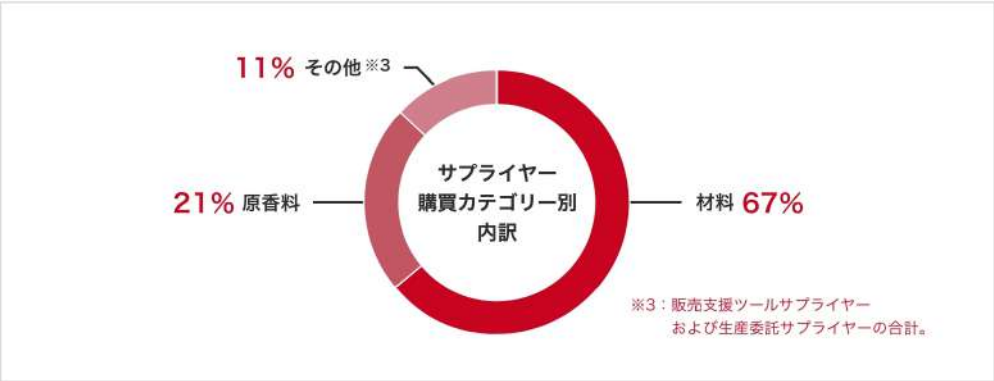
当社取扱品目

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860社※と取引を行っています。

※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）。カテゴリ間で重複する場合は、1社とカウント

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

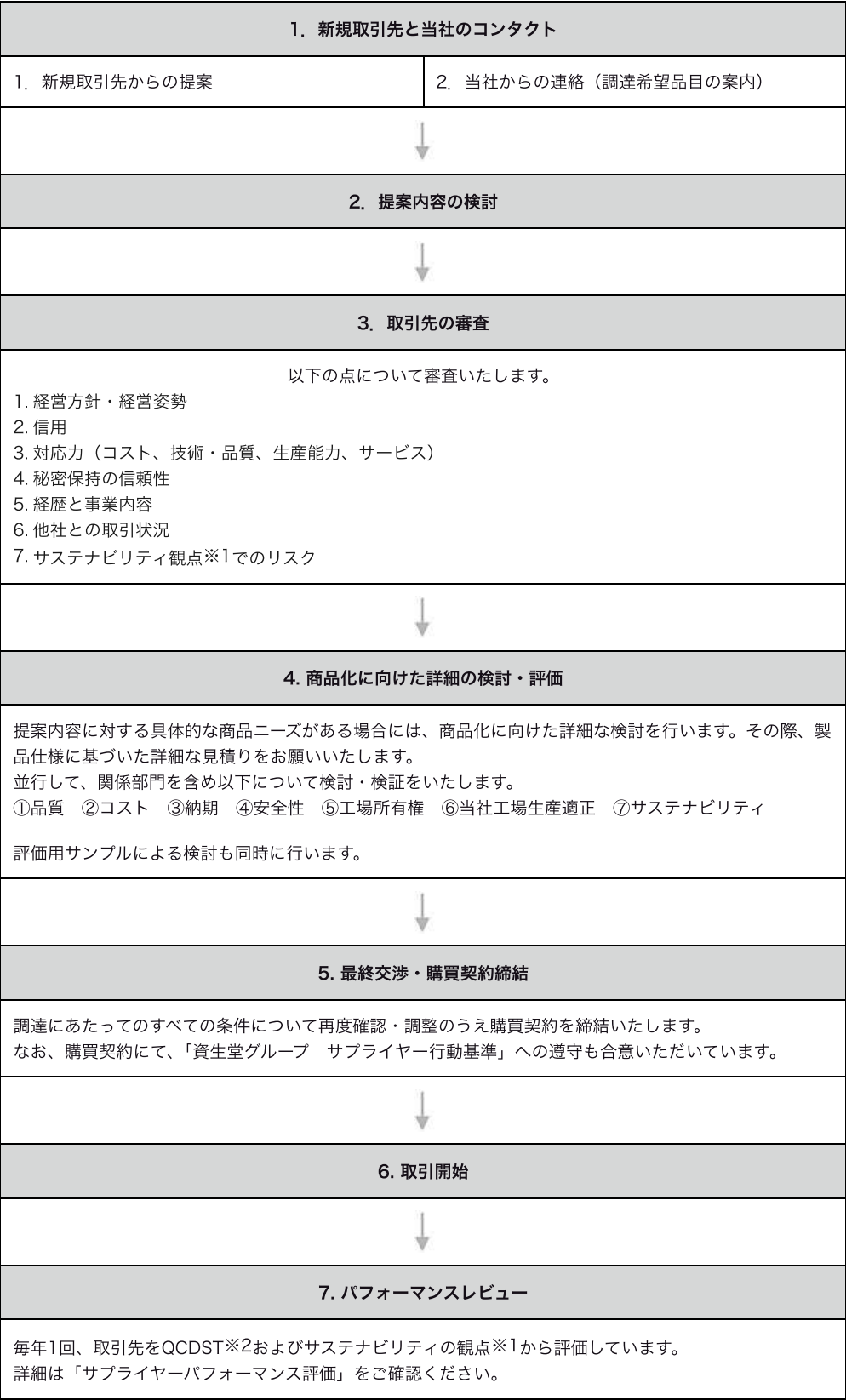
戦略サプライヤー特定のプロセス（年1回特定）



戦略サプライヤー数

	サプライヤー数
1次	24社
1次以外	5社
合計	29社

取引の流れ



※1：アセスメントの結果サステナビリティ面で「ハイリスクではないこと」を取引の最低条件としています。ハイリスクの場合、取引の候補からは外れますが、一定期間内に改善し、要件を満たした場合は、採用可否を再度検討いたします。ハイリスクの定義については「サプライヤーアセスメントプログラム」をご確認ください。

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

購買品目におけるカテゴリ戦略

当社では購買品目におけるカテゴリ戦略を立案し、それに基づいてソーシング活動を行っております。カテゴリ戦略は、QCDST※のビジネス面での要求事項、およびサステナビリティ観点での要求事項を踏まえて策定しております。定期的にカテゴリのパフォーマンスをレビューし、サプライヤー行動基準の遵守状況を踏まえて、戦略を見直しております。

このように、私たちの購買慣行を定期的にレビューし、サプライヤー行動基準との整合性を担保するとともに、サステナビリティ観点での要求事項との矛盾がないことを確認しています。

※Quality, Cost, Delivery, Service, Technologyの略

サプライヤーアセスメントプログラム

資生堂は、持続可能なサプライチェーンの構築とサプライチェーン全体におけるリスクを可能な限り排除することを目指し、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。

すべてのサプライヤーを対象に取引を始めるにあたり、まずEcoVadis／Sedex／資生堂SAQのいずれかの評価法※¹でサステナビリティ（人権・労働安全衛生・環境・ビジネス倫理）の基準に対してセルフアセスメント（自己評価）を実施しハイリスクでないことを確認したうえで、「資生堂グループ サプライヤー行動基準」に合意を得て取引を行います。

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※²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※³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※4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、下図をご参照ください

※2：2023年は38社が重要サプライヤーに該当(うち1次サプライヤーが33社で、グローバルの調達金額の35%に相当)し、アセスメントの結果、ハイリスクに該当するサプライヤーはありませんでした。

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

※4：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

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つの基準で評価を行う。

資生堂では、調達カテゴリー・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。

調達カテゴリーでは、生産用材・OEM調達品・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。また、間接材1次サプライヤー※のセルフアセスメントを2024年に開始する予定です。

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。

※EcoVadisのスクリーニングツール IQ Plusを用いて、国や業種、スPENDなどに基づくリスクスクリーニングを行い、優先度が高いと判断したサプライヤーを対象とする

2023年サプライヤーアセスメント実績

1次サプライヤーアセスメント

2023年は、すべての1次サプライヤー（カテゴリー：生産用材・OEM調達品・生産委託品、販売支援ツール）860社を対象に、グローバルでサプライヤーアセスメントプログラムを実施しました。すべての1次サプライヤーを対象にするのは2020年以来となります。その結果、全860社※について、セルフアセスメントを完了しました。

また、12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。
 - ・ 第三者監査を全社に対して実施し、是正を行うことで、最終的にハイリスクサプライヤーは3社となりました。
- 今後も、引き続き3社のハイリスクサプライヤーの是正を進め、2024年末までの是正完了を目指します。

1次サプライヤーアセスメント実績

実施年	アセスメント社数	セルフアセスメントにより特定したハイリスクサプライヤー数	2023年度末時点でのハイリスクサプライヤー数
2020	889	132	0
2021	279	17	0
2022	72	10	0
2023	860※	12	3

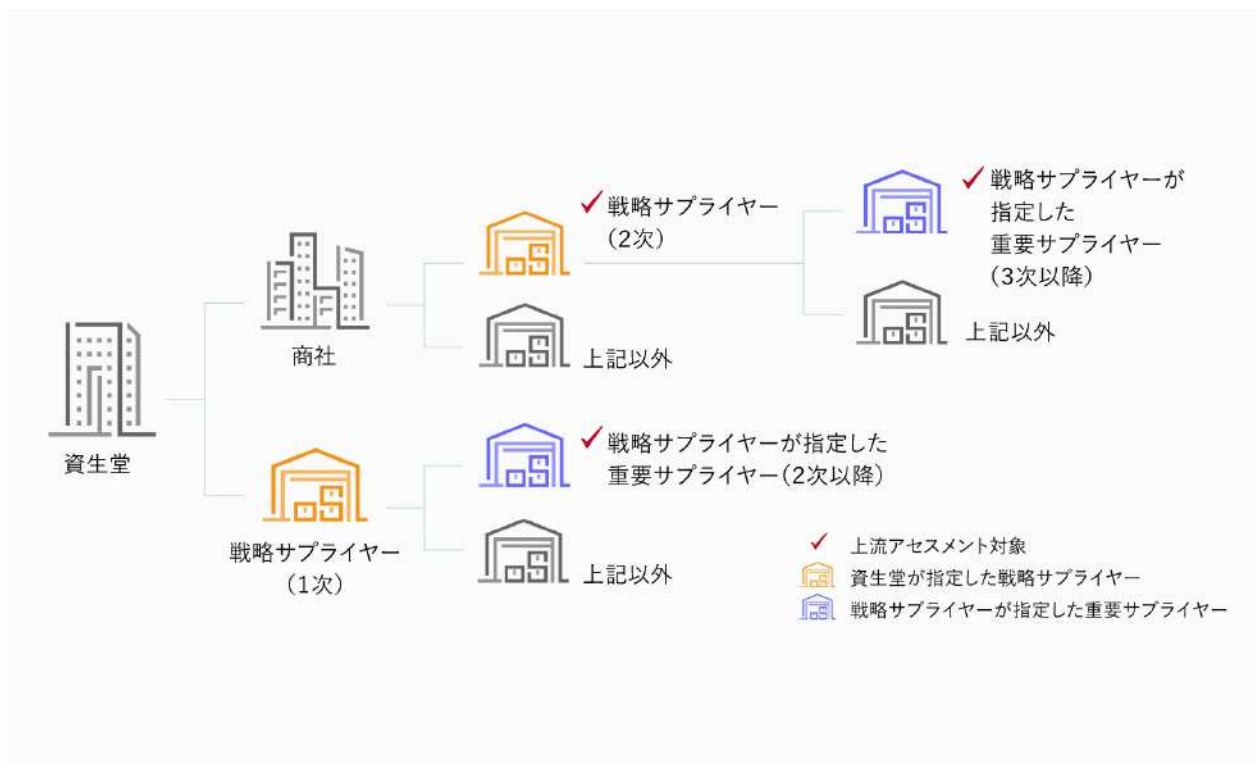
※1社については2024年2月に完了。

2次以降（上流）サプライヤーアセスメント

2023年は従来通り2次戦略サプライヤー5社をアセスメントし、ハイリスクは0社でした。また、スコープを拡大し2次戦略サプライヤーに加え、2次以降（上流）サプライヤーもアセスメントを開始しました。

まず、戦略サプライヤー(1次・2次)に対し、その先の重要な製造サプライヤーの特定を依頼し、次に該当するサプライヤーのリスクをEcoVadisやSedexなどを使って確認するよう要請しました。その結果、合計169社の上流サプライヤーに対して評価を完了し、1社がハイリスクに該当することがわかりました。今後も戦略サプライヤー(1次・2次)と協力し、アセスメント対象の特定を継続するとともに1社のハイリスクの是正を進めます。

2次以降（上流）サプライヤーアセスメント先



(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	実績	目標
比率 (アセスメント社数) ※1	94% (791)	97% (279)	100% (67)	100%	100% (860) ※2	100%
スコープ	全リージョン・全1次サプライヤー	グローバル本社 欧州地域本社・一部のサプライヤー	全リージョン・重要1次サプライヤー		全リージョン・全1次サプライヤー	

※1：アセスメント対象に対する比率

※2：1社については2024年2月に完了。

(KPI 2) 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) ※

年度	2020実績	2021実績	2022実績	2023年実績	2024年 (目標)
比率 (アセスメント社数)	96% (239)	100% (17) ※	100% (23)	100% (24)	100%

※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）
労働安全衛生	倉庫内に避難誘導表示が設置されていない。	避難誘導表示を設置した。
	倉庫エリアに非常用照明が設置されていない。	非常用照明を設置した。
	避難経路のドアが施錠され、ドアノブにカバーが設置されている。	稼働中に施錠をしない注意表示を設置し、カバーを撤去した。
	施設内の消火器の設置方法が不適切である。	消火器の設置方法を改善し、定期確認を実施した。
	コンセントや配線が安全な状態で設置されていない。	安全カバーを設置した。
	化学物質の漏洩を防ぐための措置が講じられていない。	漏出防止トレイを設置した。
人権	従業員の長時間労働が発生している。	新たに従業員を雇用し、十分な人員を確保した。

サプライヤーとのパートナーシップ

サプライヤーパフォーマンス評価

当社では年に1度、QCDST※およびサステナビリティの観点からサプライヤーのパフォーマンス評価を実施しています。評価結果は、ビジネスミーティングなどでサプライヤーにフィードバックし、改善を依頼するとともに、カテゴリー戦略に反映しています。なお、評価基準において、サステナビリティ関連は全体20%のウェイトを占めています。具体的には、セルフアセスメントの結果などを考慮しています。

※Quality, Cost, Delivery, Service, Technologyの略

Shiseido Suppliers' Dayの開催

資生堂は、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、およびサプライヤーへの期待事項を共有すべく、「Shiseido Suppliers' Day」を開催しています。

2021年に、グローバルで初めて、オンラインで開催しました。このなかで、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や人権・環境・社会の面でのサプライヤーへの期待事項も説明し、理解と協力を依頼しました。

購買方針・サステナビリティ方針説明会の開催

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、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。各カテゴリーにおける購買方針や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。

また、サプライヤーとより一体となって「責任ある調達」を推進していくため、2023年に新たに「日本国内サプライヤー向けサステナビリティ説明会」を実施しました。会場に集まった約200社に対し、中長期的な目標やサプライヤーアセスメントプログラムの推進などについて説明を行いました。加えて、モチベーションの向上と感謝の意を込めて、サプライヤーアセスメントプログラムで優れた成果を出したサプライヤーに対し、「感謝状贈呈式」を実施しました。今後も説明会の開催に加えて、このような取り組みを継続し、サプライヤーエンゲージメントを強化していきます。



グローバルでの購買連携とバイヤー向け教育

グローバルでの購買連携

資生堂では、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緊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SPS(Shiseido Procurement Summit)を開催しています。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年から2022年は新型コロナウイルス感染症の影響によりオンラインサイトでは開催していませんが、2023年は東京で、2024年は4月に上海で実施しています。



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

実施年	教育テーマ	参加対象
2021年	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
	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
	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
	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	「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
	EcoVadis社主催 バイヤー向けトレーニング※1	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
	EcoVadis プログラムキックオフ※2	全リージョン購買部門
2023年	DE&I 男性育児休業に関する意見交換会	グローバル本社購買部門
	DE&I 価値観や文化が異なる相手とのコミュニケーションに関する勉強会	グローバル本社購買部門
	サステナビリティに関連した課題と資生堂のサステナビリティ戦略に関するセミナー	欧州地域本社購買部門
	気候変動とカーボンニュートラルに関するセミナー	中国地域本社購買部門
	サプライヤーの人権課題とリスクマネジメントに関するワークショップ※3	グローバル本社購買部門

※1：EcoVadisおよびサプライヤーアセスメントプログラムについては、2022年以降、グローバル本社・各リージョンにて転入者・バイヤー向けトレーニングを定期的に実施しています

※2：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

※3：資生堂の調達方針を踏まえ、各人の役割・アクション・会社としてとるべき対応などについて実例を使ってディスカッションを行った

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	「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。 - 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。 - 既存の取引先については、2022年2月に方針改定をした際、すべての取引先に対し説明を実施しました。
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	- 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。 - フィードバックには、ベンチマークデータも含まれます。 - ハイリスクに該当した取引先については、具体的には正アクションを提案するなどの支援を行っています。
eラーニング (EcoVadisアカデミー)	戦略サプライヤー	EcoVadis加入済みサプライヤー向けeラーニング「EcoVadisアカデミー」の受講を推奨しています。

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	・ 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。
CDP説明会 (2023年5月)	日本の取引先	・ 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。
サステナビリティ 方針説明会 (2023年・2024年)	日本の取引先 (2023年11月) 中国の取引先 (2024年6月)	・ サステナビリティ活動における取引先とのエンゲージメント強化のため、中期目標やサプライヤーアセスメントプログラムの推進などについて説明会を実施しました。
EcoVadisスコアアップ セミナー (2024年6月)	新規受審の取引先および一定スコア未滿の取引先	・ EcoVadis加入済みの取引先を対象に、EcoVadisのスコアアップやESGのパフォーマンスを向上するために必要なスキル、取り組みについてセミナーを実施しています。

責任ある調達に関連したイニシアティブの参加

当社は2022年より、化粧品業界のサステナビリティに関連したイニシアティブであるRBI（Responsible Beauty Initiative）に参加しています。メンバー企業間でのベストプラクティスの共有や業界全体での課題に関するディスカッションを通じて、化粧品業界におけるサプライチェーン全体のサステナビリティ向上に努めています。

英国現代奴隷法への対応

2015年3月に制定された英国現代奴隷法に基づき、「奴隷労働および人身取引」に対する資生堂グループの声明を開示しています。

Shiseido Modern Slavery Statement (Year ended December 31, 2023)

The statement below is the report for FY2023 as of December 31, 2023. Based on the statement of the previous fiscal year, this statement describes the actions taken in FY2023 and the initiatives planned for FY2024 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 mission is to contribute to society through beauty innovations that enrich the lives of our stakeholders globally. Shiseido currently operates cosmetic businesses in more than 120 countries and areas with approximately 36,000 employees and a global turnover of 973 billion yen in FY2023. In the UK, the Company currently sells cosmetics through its subsidiaries Shiseido UK Limited and Gallinée Ltd.

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

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

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 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 strives to ensure that neither our business nor the supply chain related to it 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 DE&I Officer is responsible for promoting the human rights policy, including human rights due diligence and risk assessments, and reports to the Sustainability Committee at its meetings to discuss sustainability-related issues. Designation of an Executive Officer responsible for human rights issues identified through human rights risk assessments, 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, forced labour, etc.) 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 stipulates the mandatory behaviours expected of every individual working for Shiseido. The Company has established a specific code of conduct to operate 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 our 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 have created guidelines for palm-derived materials, paper and mica, 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 has taken 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 based on 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.

■ Assessment human rights risks

Shiseido has 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 (along with referring to external documents for the potential impact on human rights). Based on the results of this investigation, Shiseido has 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

Based on risk assessments of human rights issues, we 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 progress reports and disclosure.

■ Stakeholder Engagement

Through dialogue with domestic and global human rights experts, and various NGOs and NPOs, we have continuously deepened our understanding of human rights abuses and labour problems. Since 2017, Shiseido has consecutively participated in a stakeholder engagement program operated by the Caux Round Table Japan in Tokyo, Japan. As part of the 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). Thus, 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. In response to this, Shiseido continues to actively engage with human rights experts to take preventative and 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, or 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 them. 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.

Apart from the above initiatives, in 2023, Shiseido joined in a consortium of 15 cosmetics industry companies, TRaceability Alliance for Sustainable CosmEtics (TRASCE) to enhance traceability in key ingredient and packaging supply chains across the industry.

Together with the member companies, we are committed to working to map our supply chains across the entire value chain on a common digital platform, Transparency-One, an ISN Company.

*The 15 founding members of TRASCE: 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

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 the implementation of third-party audits, and a process to monitor the progress of high-risk suppliers and reduce the number of them.

In 2023, we conducted a human rights risk assessment as part of our periodic review of our risk map regarding potential human rights issues. Two of our factories were surveyed by a human rights NGO to assess the working environment, which included interviews with migrant workers. Although the survey did not find any significant human rights risks, we will continue to conduct investigations to identify potential human rights risks and continuously improve our working conditions.

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

■ Approach 2: Supplier assessment results

In 2023, we aimed to conduct self-assessments for all Tier 1 suppliers of raw material, packaging for our products, sales support tools, OEM products and manufacturing goods. Of 860 Tier 1 suppliers, we completed the self-assessment of 859 suppliers and 12 high-risk suppliers were identified. We conducted third-party audits for all of them to identify and correct their issues. By the end of 2023, the number of high-risk suppliers was reduced to 3. We will continue to remediate the remaining suppliers by the end of 2024.

Regarding the upstream assessment, we expanded the scope to include upstream manufacturing suppliers which our strategic suppliers have transactions with. We requested our strategic suppliers to identify their strategic manufacturing suppliers as well as to assess their risks.

In total, 169 upstream suppliers were assessed, and 1 high-risk suppliers was identified.

■ 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 2023, we replaced 51% of palm oil-derived raw materials (palm oil equivalent, weight basis) with RSPO's physical supply chain model.

With respect to mica, to date, working with local partners RMI programs have reached 180 villages covering nearly 19,500 households, representing some 95,000 of the most vulnerable members of the mica. The programs helped to improve living income and livelihood.

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 presidents, and chief representatives

With the revision of the Shiseido Code of Conduct and Ethics in 2022, the Executive Officers, vice presidents, 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

Shiseido Code of Conduct and Ethics training: With the revision of the Shiseido Code of Conduct and Ethics in 2023, a total of 18,750 employees including the vice presidents 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.

Harassment awareness programs: In the Shiseido Group in Japan, we conducted training on harassment prevention, and 132 newly appointed managers participated in the training. In addition, we provided training to all employees, with a total of 16,862 participants (83% participation rate).

Human rights awareness programs: We also conducted e-learning on "Unconscious Bias" as human rights awareness programs, with a total of 45,698 participants (81% participation rate).

Other programs: In EMEA, we launched a Sustainability Education Program to further understand sustainability issues and our strategies to address them.

■ 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 2023, we conducted a training for all buyers in the Procurement Department of GHQ to understand human rights issues in the supply chain and how to address them. Furthermore, in order to support building suppliers' capabilities, we have a wide ranging of initiatives.

- Explaining our Responsible Procurement Policy through online material
- Giving feedback on self-assessment results to suppliers
- Supporting high-risk suppliers by recommending corrective action plans
- Recommending EcoVadis Academy which is an online e-learning tool to strategic suppliers

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 FY2024, we will continue with the improvement activities implemented in FY2023 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. Furthermore, in 2024, we will start the assessment of Indirect Material suppliers. Our scope will be suppliers identified as potentially high-risk by a 3rd party risk-screening tool.

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

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'KF' followed by a long horizontal stroke.

Kentaro Fujiwara
Director
Representative Corporate Executive Officer,
President and COO
Shiseido Company, Limited
May 29, 2024

人事に関する基本方針

資生堂は、企業理念である「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD」の実現のため、「PEOPLE FIRST」の考えに基づき、人材を当社の価値創造の源泉と考えています。

私たちは価値創造の現場である職場と、そのカルチャーとして目指すべき姿を「Beauty Innovation Atelier（ビューティー・イノベーション・アトリエ）」と定義しています。人材への投資こそが企業価値を向上させると強く信じ、一人ひとりがパッションを高く保ち、世代やキャリア、組織間を越えて協働し、一流のクオリティーのアウトプットができる組織とカルチャーを目指します。個の強化と組織開発を通じてカルチャーをアップデートし、イノベーション創出とリーダーシップ能力の向上に重点的に注力します。

そして「Think Global, Act Local」の考え方のもと、「強い個」「強い組織」を支える人事規定の制定・改訂や社員のエンゲージメントを高めるインクルーシブな組織風土の醸成を、地域本社のニーズに合わせグローバルに展開していきます。

ダイバーシティ・エクイティ&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「PEOPLE FIRST」の考えに基づき、ジェンダー、年齢、国籍、性的指向・性自認、障がいなどの多様性を尊重し合い、新しい価値創造に向けて議論する風土醸成、人事制度や施策を進化させ続けています。職場でのダイバーシティ・エクイティ&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

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58.8%を占めます。また、取締役会における女性比率は45.5%（2024年4月時点）、日本国内の女性管理職比率は40.0%（2024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）※1」「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」※2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ています。

また、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「カンガールスタッフ制」を2008年に導入し、2023年は全国で1,411名の育児期の美容職社員の両立を479名のカンガールスタッフが支えています。このような取り組みの結果、国内資生堂グループにおける育児休業からの復職率は92.3%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、2023年は64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7年経ち、受講した241名の女性社員（退職者を除く）のうち47%（114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※3と女性社員によるメンタリングプログラム「Speak Jam」には、2020～2023年



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

シンガポールに拠点を置くアジアパシフィック地域本社とトラベルリテール地域本社では、資生堂の歴史とインクルージョンをテーマに、社内外のリーダーによるバーチャルパネルディスカッションを開催しました。また、ネパールの女子教育を支援する社会的企業「Books Beyond Boarder」とパートナーシップを組んで、ネパールの女性のしおり職人への支援の一環として、資生堂 International Women's Dayのロゴ入りのしおり作成を依頼し社員に配布、創設者からネパールの女性職人支援について学びました。そのほか、「Project Dignity（特別支援を必要とする成人のために活動している地元企業）」とパートナーシップを組み、社員同士のネットワーキングを開催しました。

資生堂マレーシアでは、職場と社会における女性の功績と貢献を称え、社内のDE&I促進を目的に約50人の社員が集まり、国際女性デーを記念したイベントを開催しました。

台湾資生堂では、女性の心の健康に焦点をあて、アートを通じて自分自身の内面を探索するイベントを実施しました。

米州地域本社では、自主的な社内の従業員リソースグループ「Women Empowering Women」の呼びかけで、リージョン横断キャンペーンを実施し、国際女性デーをテーマとした社員のポートレート写真をSNSで発信しました。また、「Women Empowering Women」のエグゼクティブスポンサー、グループリーダーから社員にビデオメッセージを配信。社内イベントや、女子へのメンターシッププログラムに取り組む非営利団体「Step Up」との活動を紹介し、国際女性デーを盛り上げました。

女性リーダーによる資生堂のDE&Iインタビューはこちら



資生堂 国際女性デー ロゴ



資生堂のDE&Iインタビューの様子



社員同士ネットワーキングするシンガポールオフィスの社員



国際女性デーをテーマにポーズをとるオハイオオフィスの社員

LGBTQ+に関する取り組み

資生堂は、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などの処遇を受けられるように就業規則で定めています。人事による社員向けのLGBTQ+の理解促進も行っています。店頭に立つ約8,000名の美容職社員はLGBTQ+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。



また、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。

2024年には、資生堂のチーフDE&Iオフィサー廣藤綾子とチーフピープルオフィサー和田真司が、企業経営者のアライネットワーク「Pride1000」に賛同し、参加しました。2024年のプライド月間（Pride Month）には、LGBTQ+コミュニティへの理解を深めるため、社内の当事者の声を聞くセッションや、社外の専門家から最新のLGBTQ+の情報を学ぶセッションを社内で行いました。

2024年には企業のLGBTQ+支援を評価する社団法人work with PRIDEにて最高のゴールド認定を受賞、さらに、「ゴールド」を受賞した企業の中から選出され、LGBTQ+が自分らしく働ける職場・社会づくりの実現に向けてセクターを超えた協働を推進する企業を評価する「レインボー認定」を獲得しました。



チーフDE&Iオフィサー廣藤綾子が「Pride1000」に賛同



チーフピープルオフィサー和田真司が「Pride1000」に賛同

DE&Iリテラシー向上の取り組み

資生堂では、社員のDE&Iリテラシー向上の取り組みを実施しています。2023年からは日本地域でマーケッター、クリエイターに向けたDE&Iトレーニングを推進しています。生活者と重要な接点を持つマーケティング、クリエイティブを担う社員が、DE&Iのアプローチからブランドや事業活動を通じて新たな価値を創造できるよう、マーケティング・広告における適切な表現、対応方法などを学び、行動変容につながるポジティブな反応を得ました。さらに、2024年には当社のブランド活動に本格的にDE&I視点を取り入れるインクルーシブ・マーケティングラーニングセッションを展開しました。社内外の障がいのある人やLGBTQ+当事者との対話セッションを踏まえて、ブランドとして提供できる価値についてディスカッションを行いました。

2024年には、日本地域のエグゼクティブオフィサー、部門長といったリーダー層に向けたDE&Iトレーニングを開始しています。

障がいのある社員の活躍

日本国内の資生堂グループでは約400名の障がいのある社員が職場や職種を限定することなく、それぞれの経験や強みをいかして働いています。障がいの内容や程度もさまざまですが、一人ひとりの状態に合わせた配慮や工夫を重ね、職場の貴重な人材として活躍しています。

株式会社資生堂の障がい者雇用率は4.52%、日本国内の資生堂グループの障がい者雇用率は2.82%です（2023年6月時点）。主に知的障がいのある社員で構成されている特例子会社の花椿ファクトリー株式会社は、東京をはじめ、栃木、神奈川、静岡、大阪、京都、福岡の地域に9カ所の拠点をもち、約60名を超える障がいのある社員が働いています（2023年6月時点）。

障がい者雇用ポリシー：

1. 「本気で期待する」
2. 「必要な配慮はするが特別扱いはいらない」
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」

上記の障がい者雇用ポリシーに基づき、障がいのない社員と同じ人事制度で多くの障がい者が正社員として勤務し、研修を含めた人材育成プログラムも障がいのない社員と同じ内容となっています。

採用活動においては、希望する障がいへの配慮を事前にヒアリングしたうえ、面接を実施し、障がいのある学生向けには仕事の理解促進を目的に、仕事体験ワークショップを実施しています。入社前においては、配属先の上司と人事が必要な配慮を確認し合うとともに、必要に応じて配属部門の社員を対象に障がいへの理解を深めるためのセミナーなども行っています。

入社後も、上司や障がいのある社員の定着を支援する専任の担当者、産業医や保健師と連携しながらフォローアップを継続しています。障がいに関わる検査や通院、リハビリの際は「障がい者通院休暇」を利用することができ、障がいの状況に応じた支援ツールや設備も、本人の要望に応じた柔軟な環境整備を進めています。さらに、2019年から始まった「SWING視覚障がい者の職域拡大プロジェクト」では、視覚に障がいのある社員がみずから提案し「通信営業」という新しい職域を生み出しました。視覚に障がいがあっても働けるシステムや体制を構築し、2021年から3年にわたって採用を継続し、2023年も1名、3年間で4名の視覚に障がいのある営業担当が業務に就いています。管理職向けにはトレーニングの中に障がい者雇用についてのコンテンツを取り入れ、人事担当者向けに情報交換の場を設けるなど、全社的に障がい者雇用への理解を深める取り組みを行っています。

障がいのある社員のための支援機器・設備

音声の文字化アプリ、電話リレーサービス※1、拡大読書器、音声読み上げソフト、点字誘導ブロック、昇降式デスク、アイコサポート※2など、さまざまなツールが利用できます。

※1：聴覚や発話に困難のある人と、きこえる人（聴覚障害等以外の人）との会話を通訳オペレータが「手話」または「文字」と「音声」で通訳し、電話で即時双方向につながるサービス

※2：見えない・見えにくい方に「声の視覚情報」を提供するサービス。スマホカメラで写した映像や位置情報を遠隔のコンタクトセンターが伝えるサポート

2021年には「インクルーシブ社会」の実現を目指す国際イニシアティブ「The Valuable 500」の考えや活動に賛同し、加盟しました。「The Valuable 500」は、障がい者がビジネス、社会、経済にもたらす潜在的な価値を発揮できるような改革を、ビジネスリーダーが起こすことを目的とした取り組みです。今後も、障がい者の雇用や障がいのあるお客さまへのサービス提供など、本業であるビューティービジネスを通じて障がい者インクルージョンへの取り組みをさらに進めていきます。



外国籍の社員の活躍

資生堂は、海外地域事業所だけでなく、日本国内においても多様な国籍・文化的背景を持つ人材を積極的に採用しています。人材の多様化を価値創造につなげるため、2018年より日本国内においても英語公用語化を推進しており、アンコンシャスバイアスに関するワークショップやeラーニングを通じてインクルーシブな組織風土を醸成することで、多様なバックグラウンドを持つ社員がさまざまな部門で活躍しています。なお、本社において外国籍の人材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て適切に処遇しています。また、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。

女性、外国籍の社員、中途採用者などの中核人材の登用（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かかわらず、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」をつくることを推進しています。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。

女性活躍支援に関する測定可能な目標については、上記の社会データのサイトに示されているとおりです。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2024年1月時点の管理職のうち外国人は約2%、中途採用者は約33%となっています。当社は、その他のバックグラウンドを持つ社員との差がないと捉え、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。

社会からの評価

資生堂のダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（DE&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・エクイティ&インクルージョン（DE&I）をさらに加速させていきます。

外部評価・受賞についてはこちら



令和5年度 なでしこ銘柄 選定※1

2024 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

MSCI日本株女性活躍指数2024※2



「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&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：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。

※2：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8年連続継続選定されています。

「PRIDE指標」で最高評価ゴールドを受賞、「レインボー認定」を初獲得

資生堂および資生堂ジャパンは、一般社団法人work with Prideが策定した、日本での職場におけるLGBTQ+など性的マイノリティに対する企業の取り組みを評価する「PRIDE指標」において、最高評価の「ゴールド」を受賞しま

した。さらに、「ゴールド」を受賞した企業の中から選出され、LGBTQ+が自分らしく働ける職場・社会づくりの実現に向けてセクターを超えた協働を推進する企業を評価する「レインボー認定」を獲得しました。

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、ジェンダーにかかわらず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・エクイティ&インクルージョン（DE&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うことで、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等に処遇しています。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2023年に642名の社員が育児休業を取得しています（うち男性167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92.3%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するなど、2023年末に国内資生堂グループ男性社員の育児休業取得率100%を達成しました。

子育て中の社員へのサポート

資生堂の社員が子育てと仕事を両立するために、日本国内では以下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が可能です。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4週間分を申請すれば、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）の出産に際しては、5日以内の特別休暇（有給）が取得できます。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「カンガールスタッフ」を派遣しています。2007年からカンガールスタッフを雇用することで、販売に携わる社員も仕事と育児を両立しやすくなりました。

保育サービス

資生堂は「子育て時期もキャリアアップにできる会社」を目指し、「誰もがくこどもも社員も真ん中の育児>とく新たな価値を生み出す仕事>を両立できる」ことをコンセプトにサポートしています。

その一つとして、企業主導型保育施設「カンガール掛川（静岡県掛川市）」があります。カンガール掛川は掛川工場に隣接し、常時保育と一時保育を運営しています。地域への貢献や連携を目的に、資生堂社員だけでなく、地域の住民の方々にも一部開放しています。

もう一つが、「多様な働き方に合わせた、柔軟な保育」の実現を目標に、2023年4月より開始した「KANGAROOM +（カンガルームプラス）」です。地元の保育施設では対応しきれないニーズに合わせ、首都圏を中心に展開しています。1対1のベビーシッター事業を中心に、社員の産前から子どもが小学校を卒業するまで一貫したサービスの提供で日々のニーズをサポートすることを目指しています。

両サービスとも「資生堂の100年先を社員が考える」というプロジェクトによって2017年に設立された「KODOMOLOGY株式会社」が、保育サービス全般の運営とコンサルティングを担っています。

※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※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。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（横浜）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ることができます。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う、小学校3年生以下の子どもの持つ社員は、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みます。

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※の介護補助）。

※企業が社員にポイント制で提供する福利厚生制度のこと。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

社外の専門相談員が、健康やメンタルヘルスの悩み、育児・介護と仕事との両立の助言など、年中無休で受け付けています。

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。日本国内の資生堂グループ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。当社は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。

外部からの評価

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」

資生堂では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、職場環境や制度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

一般社団法人 女性の健康とメノポーズ協会主催「女性の健康経営®アワード」

資生堂は、一般社団法人 女性の健康とメノポーズ協会が主催する「女性の健康経営®※1アワード」において、法人・団体を対象とする「推進賞」を2023年に初めて受賞しました。今回の受賞は、当社が2020年に「女性の健康プロジェクト」を立ち上げ、2023年から3カ年中期計画でテーマを決め、ヘルスリテラシー向上に向けた取り組みを実施していることが評価されたものです。



女性の健康とメノポーズ協会ロゴマーク

「女性の健康経営アワード」は、女性の健康とメノポーズ協会が主催する「女性の健康検定※2」に合格した「女性の健康推進員※3」および「女性の健康経営推進員※4」の個人、また、これらの方が在籍する法人・団体を対象に、女性の健康支援・健康教育・健康経営に結びつく積極的な取り組みを表彰する制度です。

※1：「女性の健康経営」は、一般社団法人女性の健康とメノポーズ協会の登録商標です。

※2：「女性の健康検定」は、女性の健康とメノポーズ協会が主催する、女性が生涯を通して健康で充実したライフキャリアを実現できる社会づくりと、公衆衛生の向上およびよりよい社会の形成の推進に寄与することを目的とした女性の健康教育事業です。「女性の健康検定」は、一般社団法人女性の健康とメノポーズ協会の登録商標です。

※3：「女性の健康検定」における、女性の健康とよりよい働き方について、基本的な知識を習得するための初級コースの合格者。

※4：「女性の健康検定」における、女性の健康とよりよいワークスタイルについて、基本的な知識を習得するための上級コースの合格者。

人材育成と公正な評価

資生堂の人材育成とキャリア開発の支援策、公正な評価の取り組みを紹介します。

人材育成の全体像

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

ジョブ型人事制度

社員の専門性を強化し「グローバルで勝てる組織」となるよう、2021年から日本国内の管理職・総合職（美容職・生産技術職を除く）を対象としたジョブ型人事制度を導入しました。以下の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ています。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

当社では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個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コンピテンシーに則っ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。

資生堂のすべての社員は年度初め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。年度末には、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。

公正な評価

資生堂グループは強固な企業集団であり続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。新任職制マネジャー研修や評価者研修、マネ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。

自律的キャリア開発支援

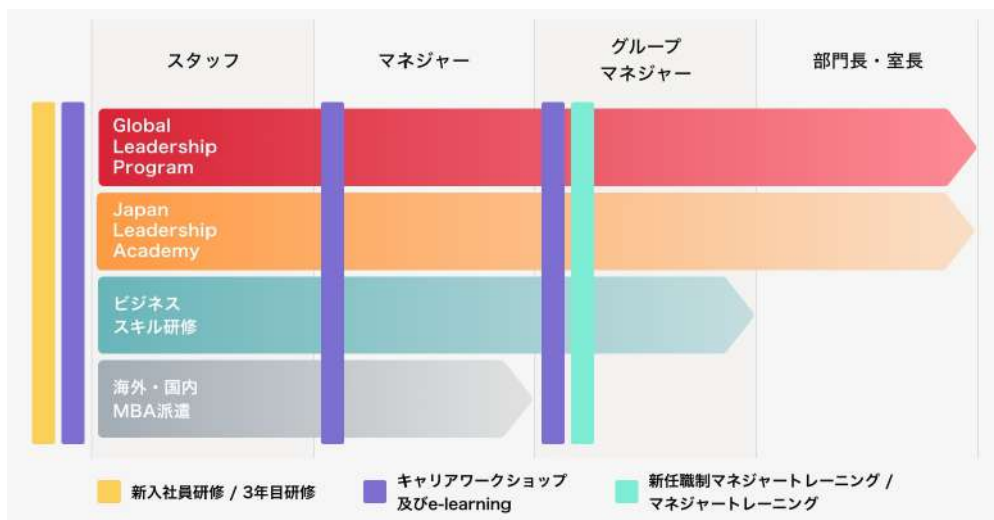
ジョブ型人事制度導入に際して、主体的なキャリア開発と専門性を強化するために、2020年から国内資生堂グループ全社員に対しキャリアワークショップやeラーニングを実施しています（2023年までに4,770名が受講）。また、社員自身が作成した中長期的なキャリアゴールを描くキャリア・ディベロップメントプラン（CDP）はパフォーマ

ンスマネジメントの一環として扱われます。年度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に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

資生堂の人材育成は「70:20:10の法則」※を重視していますが、とりわけトレーニングプログラムは、集中して新しい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。



2023年にはShiseido Future Universityをオープンし、選抜型研修を中心にリーダーシップ開発プログラムを実施し、社員に自己成長の機会を提供しています。

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。2023年は次期課長・部長候補者女性64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、これまでの受講者のうち47%が昇格し、女性リーダー比率向上に寄与しています。日本国内の女性管理職比率は2017年の29%から、2024年は40.0%に上昇しました。

資生堂は多様な人材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ジャーワークショップを定期的に開催しています。2023年には1,600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、54ポイントから59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、Shiseido Future University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 Future University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ラ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（職制マネジャー）に対してはマネジャートレーニングやマネジャーワークショップでマネジメントスキルの研修を強化し、公正な評価と各部門での人材育成に努めています。

社員向け教育研修の実績は「社会データ」ページをご覧ください。

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」を実施しています。「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、現状を把握しており、年1回の定期調査として組織の健全度を把握します。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、社員もまた、調査結果を見て、会社をよりよい場にするための具体的なアクションを考えます。資生堂は、経営者と社員とが双方向にコミュニケーションをすることで、真の変革を成し遂げられると考えています。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が持続していくことに貢献することを示した企業使命です。この理念の実現には、社員が健康で豊かでしあわせな生活を送り、その健やかな美を体現していなければなりません。そして、その社員を支える基盤として、安心・安全に働く環境が必要です。これをかなえるため、資生堂は資生堂健康保険組合と協力し、社員が健やかに美しく生活することへのサポートを明確にするために「資生堂健康宣言」を策定しています。そして、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 社長 CEO
藤原 憲太郎

藤原 憲太郎

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。

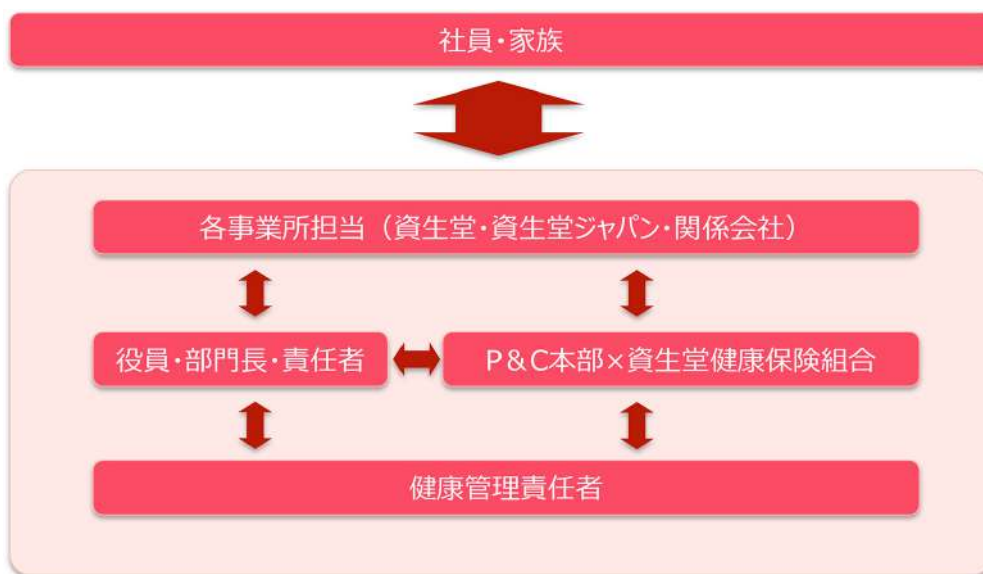


<行動指針>

- 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 社長 CEOが健康管理責任者となり、直属のピープル&カルチャー本部（P&C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：赤い椿の花びらから顔を出し、ハートを抱きしめるウェルちゃん



安全マスコット：黄色の椿の花びらからヘルメットをかぶり、安全チェックシートを持つセフィちゃん

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生活習慣の取り組み

目指すべき姿	一人ひとりがみずから美しく健やかに生活するための、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
生活習慣全体	■ 事業所提案型セミナー開催 ※RIZAP講師によるオンラインの食事・運動・睡眠セミナーを各事業所の課題に応じて開催 ■ 保健指導実施の徹底 ■ ウェルネスフェアの開催 ■ ヘルスリテラシー向上のためのeラーニング実施※昼休みの時間帯などを利用し、体組成、骨密度や歩行姿勢などの測定会や健康教育・相談会などを実施する集合型の健康イベント	「美しい生活習慣づくり」が一貫した事業テーマ ■ 特定健康診査（メタボ健診）の実施 マイナポータルでの特定健診結果データ閲覧機能を実装（毎月更新） ■ ヘルスサポートプログラム（特定保健指導）の実施 ※1 若年層生活習慣病予防対策 厚労省が定めた特定健診と特保指導の実施対象は40歳以上だが、資生堂健康保険組合では35歳以上を対象に実施 ※2 生活習慣病リスク保有者への受診勧奨 特定健康診査の結果数値（血圧、血糖、脂質）に要精密検査・要医療の項目がある対象者へは特定保健指導面談時に受診勧奨を実施 ■ 歯科検診費用一部補助『歯科検診キャンペーン』の実施（2017年～） ※かかりつけ歯科医による予防歯科の定着および歯周病・う蝕（虫歯）の早期発見早期治療が目的 ■ 「KENPO×RIZAP」コラボによる全世代型生活習慣改善対策の実施 ①2019年から20代からの超早期生活習慣病対策として「食事」「運動」の座学と「運動」の実践を学べるセミナーを希望事業所・部門の手上げ制で開始（費用全額健康保険組合負担） ※コロナ渦からWEBと対面のハイブリッド展開で対応 ②広報誌に『RIZAPコラム』（60秒エクササイズ動画）QRコード掲載 ■ 糖尿病性腎症重症化予防プログラムの実施 厚労省実施ガイドラインに基づき、実施対象者は産業医監修
睡眠	■ 保健師による睡眠セミナー動画を作成し、睡眠に課題がある事業所へ提供 ■ 睡眠時無呼吸症候群のスクリーニング実施 ■ 資生堂健康保険組合広報誌に快眠のための生活習慣についてのコラムを掲載	

食事	■ 汐留カフェテリアとのコラボメニューの提供 ■ 飲酒対策セミナー開催	■ 資生堂健康保険組合ホームページへのヘルシーメニューコンテンツ掲載 ①毎年異なるコンテンツを提供 ②2024年度は『減塩も意識した2/3日分の野菜レシピ』※つくり方動画付き（広報誌にQRコードを掲載し告知） ■ 被扶養者任継者健診において血圧・血糖・脂質などに要精密検査、要医療の判定があった方に二次受診勧奨を実施 簡易書留で自宅に案内を送付し、受診状況を返信ハガキまたはWEBで回答を要請 ■ 退職者（任意継続保険満了者）に対して生活習慣病予防を含めた健康啓発リーフレット「わんパスで出かけよう健康の森へ」を郵送提供
運動	■ 資生堂健康保険組合とのコラボ事業としてウォーキングイベント（アプリ）を実施 ■ 運動セミナーの開催	

②Tobacco Free（禁煙推進）の取り組み

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2007年ら喫煙対策を開始し、約20年にわたり事業主と資生堂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、社内セミナーやさまざまな媒体を用いての教育・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。 設立時より参画している禁煙推進企業コンソーシアムにて、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、社内アンケートなど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（禁煙推進）を推進できるような中長期計画を策定しています。	
■ 代表執行役 社長から「Tobacco Free Policy」の全社への発信 ■ 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 ■ タバコフリーチャレンジ（禁煙イベント）実施 ■ 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） ■ ウェルネスフェアでの禁煙相談イベント実施 ■ 禁煙マスコットキャラクターの社内公募	■ リモート禁煙外来プログラムの実施 ※年2回期間限定、および募集人数限定のうえ実施。費用は全額資生堂健康保険組合負担 ■ 「ゼロ円禁煙外来チャレンジ」の実施（不定期開催、2025年予定） ※参加事前チャレンジ制。禁煙外来で禁煙成功したら自己負担額の全額を還元（医療費・調剤費含む） ■ 禁煙外来受診費用補助(通年実施) ■ ヘルスサポートプログラム（特定保健指導）の初回面談時に、喫煙者に対しては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インタビューの掲載 ■ T-PEC「資生堂健康サポートダイヤル24」での禁煙相談の実施

③女性の健康対策の取り組み

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	資生堂健康保険組合の取り組み
＜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、2024年度は月経・PMS・妊娠・不妊・プレコンセプションケアにフォーカス ■ 月経・PMS・妊娠・不妊に関する社内アンケートを実施 ■ 生殖医療（不妊治療や卵子凍結）に関する」社内アンケートを実施 ■ 「私らしく、エイジング」更年期月経・PMS・妊娠・不妊・プレコンセプションケアキャンペーンイベント開催 第1回目（月経・PMS）：産業医、または保健師によるミニセミナー&役員とのトークセッション 第2回目（妊娠・不妊・プレコンセプションケア）：社外生殖医療専門医によるセミナー ※プレコンセプションケアとは、将来の妊娠を考えながら女性やカップルが自分たちの生活や健康に向き合うこと ■ 女性の健康経営®アワード推進賞の受賞 ■ 「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 ■ 管理職のリテラシー向上のため、新任管理職研修で保健師による女性の健康に関する講話を実施	■ 2023年より、子宮頸がん予防を目的に「HPVワクチン接種費用」（約10万円）の全額補助を開始 ※HPV＝子宮頸がんの原因となるヒトパピローマウイルス ※公費負担・キャッチアップ接種対象を除く27歳以上45歳以下を対象 ■ 日本予防医療普及協会から上記の取り組みに対して取材を受け「メディカルドック」WEBサイトを通じて「資生堂健康保険組合の子宮頸がん撲滅」の取り組みを発信 ■ 乳がん検診（乳腺エコーorマンモグラフィー）の受診費用全額補助 ■ 検診機関リストに女性医師が対応する機関の明示 ■ 上記の受診啓発活動として検診案内時に、告知リーフレットを女性全員に同送乳がん・子宮頸がん・大腸がんの受診の必要性和メリット・デメリットを解説 ■ 2022年より、配偶者以外の20歳以上の被扶養者に対して婦人科単独検診を開始（就職前の女性に子宮頸がん検診の習慣を推奨） ■ 乳がん、子宮頸がん検診の二次受診勧奨によるフォローを実施 要精密検査、要医療の判定があった方に簡易書留で案内送付、受診状況を返信ハガキまたはWEBで回答を要請 ■ 資生堂健康保険組合ホームページに『女性の健康推進室ヘルスケアラボ』のパナーを設置し、女性の健康課題に対する情報提供を実施

④メンタル対策の取り組み

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て取り組み、いきいきと働き続けることができる ・管理職を含む社員全体で、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の取り組み	資生堂健康保険組合の取り組み
社外相談窓口の設置：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）	
■ ストレスチェックの実施 ■ ストレスチェックの集団分析結果を活用した部門長面談と職場環境改善活動 ■ 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 ■ 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）	■ 2020年より資生堂健康保険組合広報誌で『メンタルタフネスに訊く』シリーズの展開 ※役員、部門長、事業所責任者といった経営トップ層に対して、自身のメンタルコントロール術などをインタビューし、加入者のヒントとなる記事を掲載 ■ 資生堂健康保険組合のホームページに、厚労省が運営するメンタルケアサイト『心の耳』のリンクバナーを設置し情報を提供 ■ RIZAPセミナー（メンタルケア編）の実施 ■ 「資生堂健康サポートダイヤル24」の告知バナーを資生堂健康保険組合ホームページに掲示し、当該相談ダイヤルの周知活動を実施

■ 社内相談窓口（ウェルネスステーション・健康管理室）の積極的周知	
-----------------------------------	--

⑤がん対策の取り組み

目指すべき姿	社員が、がん疾患や、その治療と就業の両立などについて理解し、早期発見や早期治療など、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	資生堂健康保険組合の取り組み
■ がん検診受診推奨の案内配布 ■ 衛生委員会などで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 ■ 「がん対策推進優良企業」受賞 ■ 治療しながら働くがん罹患者が、いきいきと働くことができる職場や社会を実現する民間プロジェクト「がんアライ部」への参画 ■ 役員登壇のがんトークセッション実施 ■ 保健師によるがんセミナー実施	■ がん検診の受診費用を全額補助 胃（胃部内視鏡orバリウム） 大腸（便潜血検査2日法） 乳房（乳腺エコーorマンモグラフィー） 子宮（子宮頸部細胞診） ■ 2018年度より、がん検診の検査結果に要精密検査、要医療の判定があった方に対して二次受診勧奨によるフォローを実施。簡易書留で二次受診勧奨の案内を自宅宛送付し、受診状況を返信ハガキまたはWEBで回答を要請 ■ 2018年度より、社員の家族（被扶養者）に対しても社員健診と同グレードでのがん検診を実施。家族の健康は社員のパフォーマンスに大きく関わること、加入者は社員も家族も平等であることから、それまでの健診内容の格差を廃止その結果、家族健診受診率は約80%に向上 ■ 「がん対策推進企業アクション」へ参画（2018年度より） ・企業アクションの冊子「がん検診のススメ」を全加入者の自宅へ送付・提供 ・企業アクションのがん対策啓発動画『教えて中川先生』のQRコードを資生堂健康保険組合広報誌に掲載し、加入者に対する啓発活動を実施 ・同団体から「がん対策優良企業」として表彰 ■ 資生堂健康保険組合ホームページに、国立がん研究センター『がん情報サービス』のパナーを掲出し、がんに関する幅広い情報を提供

重点取り組みの成果

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2022年度終了率は53.4%と全国平均(34.0%)との比較において高水準となっています。 ※下表参照
ウェルネスフェア	毎年、国内資生堂グループ各拠点の健康課題に合わせたウェルネスフェアを実施しています。ウェルネスフェアでは、骨密度や歩行姿勢の測定会など、実際に体感しながら健康教育を受ける機会や楽しんで参加できる要素を盛り込み、社員が気軽に参加しながら、健康への関心を高められるように工夫を凝らしています。 2023年は10事業所で開催し、満足度は全会場平均で97%でした。 2024年は全国約9事業所で開催し、一部事業所では、新しい試みとして交代勤務者に合わせた時間帯で開催。
生活習慣セミナー	2019年より各組織の健康課題に合わせ、睡眠・食事・運動関わるセミナーを実施し、参加者から好評を得ています。2023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を実施

	し、参加者の睡眠・食事・運動・飲酒習慣改善への取り組みを継続して実施し、2,000人以上が参加しました。今後も引き続き実施する予定です。
ウォーキングイベント	2022年から資生堂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づくりを目的にアプリによるウォーキングイベントを開催しています。個人・部門のランキング形式とし、これまで170部門、2,500人以上が参加しました。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、今後も引き続き実施する予定です。

ヘルスサポートプログラム実施率

	2019年	2020年	2021年	2022年
対象者（人）	1,382	1,574	1,416	1,458
終了者（人）	700	837	803	779
終了率（％）	51.4	53.2	56.7	53.4
終了率全国平均（％）	27.4	26.9	31.2	34.0

■ウェルネスフェアの様子



＜浜松町オフィスでのウェルネスフェアの様子＞



＜カフェテリアとコラボによるウェルネスフェア特別メニュー＞

■生活習慣セミナーの様子



Tobacco Free（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、2023年は16.7%まで低下しました。（2010年比▲16.9ポイント） 今後も喫煙率のさらなる低下を目指し、「2030年には5%以下」を指標としています。
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。2023年度からは、禁煙イベントとして「タバコフリーチャレンジ」を実施。エントリーした社員の2カ月間の禁煙を保健師がメールでサポートし、エントリー・禁煙達成の人数に応じた金額を日本対がん協会へ寄付しています。資生堂健康保険組合では、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年には「リモート禁煙外来プログラム」（資生堂健康保険組合の全額費用補助）を開始。2023年度は74.6%と高い禁煙成功率でした。今後も70%以上の禁煙成功率を継続することを目標にしています。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。 2024年には初めての試みとして、社内産業医と産業保健スタッフへの禁煙支援の勉強会を実施し、禁煙外来やニコチンガムについて学びました。
社内禁煙ルール・受動喫煙対策	2012年には建物内禁煙を実現させ、併せて制服着用時禁煙・社用車禁煙とし、2019年からは労働時間内禁煙もスタートさせました。2023年のTobacco Free Policyの発信後の後に、全社員を対象としたアンケート調査、喫煙環境の実態調査を行い、その結果や「Tobacco Free Policy」に基づき、各ビジネス領域でディスカッションを行い、望まない受動喫煙の完全防止のための2030年に向けたロードマップを策定中です。
情報発信	ポスター掲示やリーフレット、衛生委員会、社内イントラネットを通じて、情報発信を継続して行っています。さらに2022年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、サインージュや社内イントラネットなどで掲載しています。
Tobacco Free（禁煙推進）の風土づくり	禁煙マスコットキャラクターの社内投票の結果、喫煙者・非喫煙者に関わらず480名から投票があり、2つのキャラクターが誕生しました。応募を通して社員が自分事としてTobacco Free（禁煙推進）を考えるきっかけとなりました。  赤い椿の花びらから顔を出し、TOBACCO FREEの旗を持つマスコットキャラクター

メンタル・女性の健康・がんの取り組み成果

メンタルヘルス・セルフケア	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。2023年eラーニング理解度は99%（前年比同等）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。 2023年より精神科専門産業医の設置により、メンタルヘルス施策全体の見直しと強化を図っています。 社内・社外の相談窓口を設置し、社内産業医・看護職による健康相談、必要に応じ提携の公認心理師とのカウンセリングを実施しています。
メンタルヘルス・ラインケア	全管理職を対象に、eラーニングによるメンタルヘルス・ラインケアの教育を実施しています。また、新任管理職を対象に、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。
女性の健康セミナー	事業所の特徴やニーズに合わせて、女性のライフステージと健康（女性ホルモン、月経、更年期など）に関するセミナーを実施しています。 2023年は更年期、2024年は月経・PMS・妊娠・不妊・プレコンセプションケアにフォーカスしたセミナーを実施し、すべてのセミナーで満足度は90%以上と非常に好評です。
がん治療と就業の両立支援・eラーニング実施	2020年より、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。2023年のeラーニング理解度は99%(前年比+1%)、満足度は98%(前年比+1%)と効果的な内容となっています。がんセミナーでは、現地参加・オンライン含め105人が参加、理解度・満足度ともに100%でした。



健康経営優良法人2025（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2025大規模法人部門（ホワイト500）※1」に資生堂グループ国内関係会社20社とともに認定されました。



近年、ウェルネスやウェルビーイングが注目され健康経営※2を目指す企業が増えています。
今回、健康経営度調査の参加企業数が3,869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5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ム
	株式会社ザ・ギンザ
	株式会社資生堂パーラー
	花椿ファクトリー株式会社
	資生堂インタラクティブビューティー株式会社
	資生堂ジャパン株式会社
	学校法人資生堂学園 資生堂美容技術専門学校
	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
	資生堂労働組合
	資生堂クリエイティブ株式会社

資生堂ビジョン・ゼロ宣言（安全宣言）

方針

資生堂は、資生堂グループで働く人※¹が成果を出すことで社会ヘイノベーションを創出する、その大切な経営理念である「PEOPLE FIRST」を追求します。

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を伴う労働災害※²ゼロを実現することをビジョンとして掲げます。

※¹：資生堂グループで働く人：役員・社員（派遣社員・協力会社社員含む）
 ※²：休業を伴う労働災害：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（以下、労働災害と表記）

コミットメント

本コミットメントは、資生堂ビジョン・ゼロ宣言（安全宣言）を実現するための行動指針として制定し、国内外の資生堂グループに従事する役員・社員（派遣社員・協力会社社員を含む）へ適用します。

コミットメント	
予防対策	リスクアセスメントなど※ ³ 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、労働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、労働災害事例ならびにその改善策を、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および社員で共有・協議し、安全対策を積極的に実践します。

コミットメントは、従業員や労働組合の代表との協議により運用すること、労働安全衛生マネジメントシステム委員会での優先順位付けと定量目標のあるアクションプランの策定を行うことを定めています。

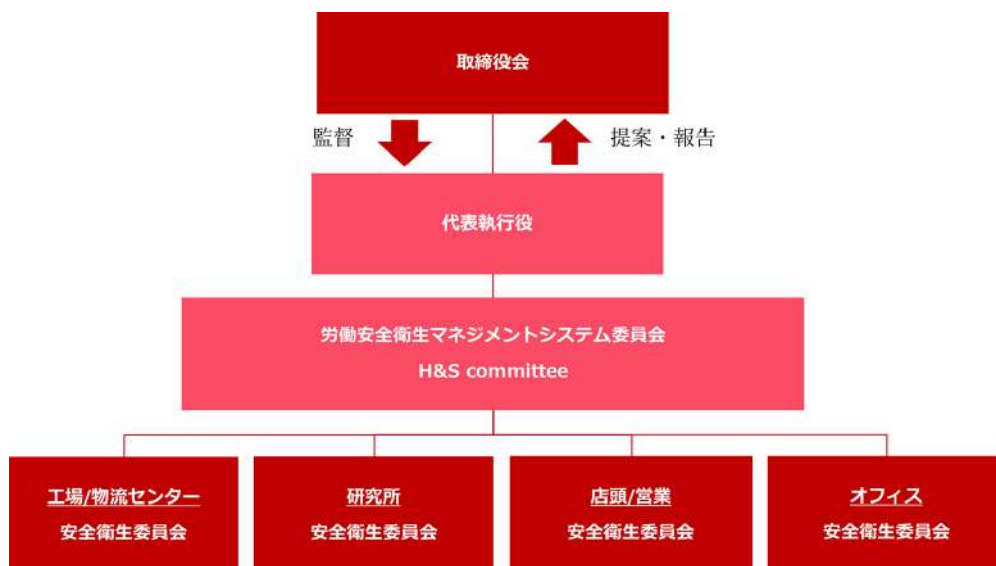
本コミットメントは、「米国国立労働安全衛生研究所（National Institute for Occupational Safety and Health）」の労働安全衛生のヒエラルキーコントロールを参照し作成しています。

※³：リスクアセスメント：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顕在化させる活動

マネジメントシステム

マネジメントシステム	
労働安全衛生マネジメントシステム委員会 「H&S committee」	「H&S committee」の推進にあたっては、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。 安全衛生管理責任者は、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。 労働安全衛生のコミットメントは、人事担当役員を議長とする「H&S Committee」で決定し、重要なコミットメントや労働災害対策などは取締役会へ報告されます。
安全衛生委員会	法令に従い衛生委員会および安全衛生委員会を設置し、従業員や労働組合の代表との協議および参加、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。 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・改良を行い、その活動においては危険源の特定をはじめ、評価・優先順位付けを行うリスクアセスメンや「ヒヤリハット」※4、「危険予知トレーニング」などによって労働災害の未然防止につなげています。
ISO45001	国内外の工場では、ISO45001の認証取得により、労働安全衛生マネジメントシステムを展開し、労働災害ゼロを目標と定め、重大事故の発生防止に努めています。 取得工場は、起こりえ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。

※4：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



労働安全衛生マネジメントシステム体制



掛川工場開催「H&S committee」
工場・研究所・店頭・オフィスの担当者と各領域の役員、労働組合の代表が参加



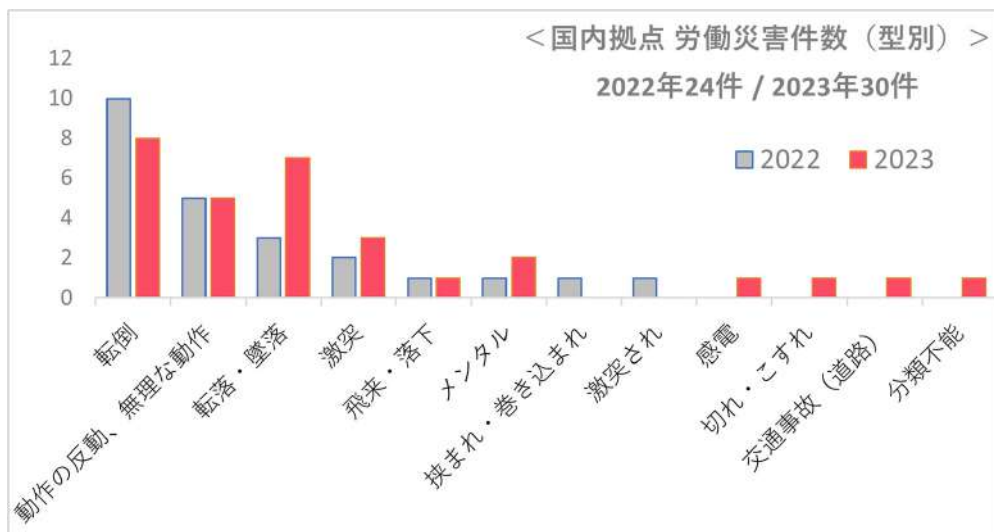
掛川工場開催「H&S committee」
転倒・転落による労働災害発生場所と、その対応策の共有および協議

全体目標

- 死亡・機能損失災害ゼロ／労働災害ゼロ
- 2030年までに休業度数率※5「0.1以下」

【実績および評価】

重点課題	対象領域	2021	2022	2023	2030
死亡・機能損失災害	国内外拠点	0	0	0	0
労働災害件数（国内）	国内拠点	29	24	30	-
労働災害件数（海外）	海外拠点	66	54	42	-
休業度数率（国内）	国内拠点	0.74	0.68	0.89	0.1
休業度数率（海外）	海外拠点	1.94	1.76	1.47	0.1
ISO45001 認証取得工場数	国内外拠点	3	3	8	11（2024）



※5：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

進捗・課題

2023年国内拠点の労働災害件数および休業度数率は前年より増加し、その主な要因は、転倒・転落によるものでした。

国内拠点では、全社共通の「安全衛生教育」に加え、「安全文化診断」を実施しました。その分析および2022年、2023年の労働災害実績より、「エイジフレンドリーな職場の改善」をターゲットにミドル層※6へのアプローチ強化を図り、働く人がいきいきと安心・安全に働くことができる環境を整備していきます。

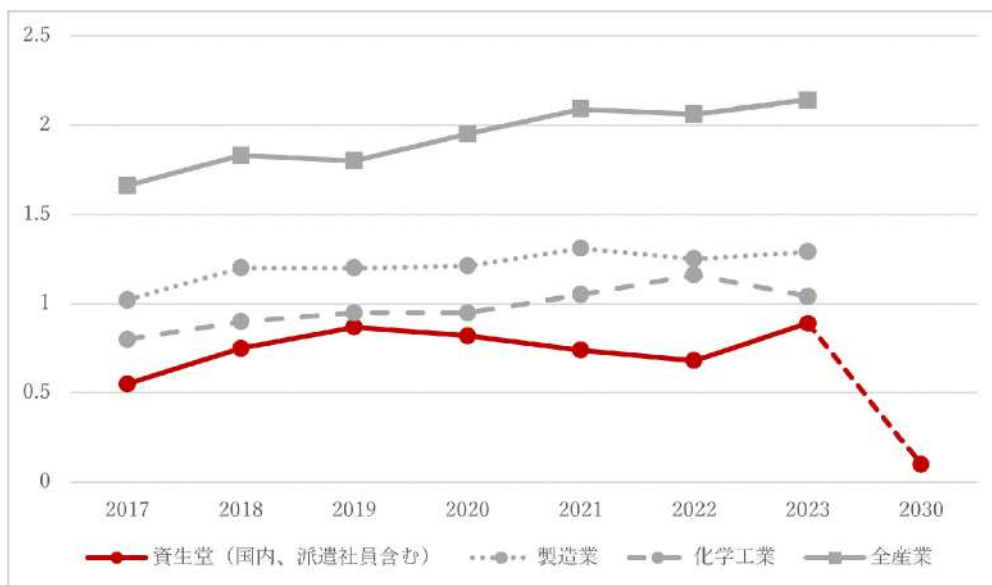
2030年までの安全衛生に関する目標を達成するには、各拠点のガバナンスに委ねるのではなく、全社共通の安全衛生教育の実施やビジネス領域を越えた情報共有を通し、未来の事故を予防する必要があります。特に労働災害の多い割合を占めている50～60代の転倒・転落への安全施策の強化や、今後より規制が強まる安全衛生法規制への対応が必須であり、加えて、重篤な労働災害に伴う操業停止のリスク、社会からの信頼を損なうリスクを低減する必要があります。

現在国内で運用を開始した、「H&S committee」を海外に展開し、「労働災害」「防災」「BCP※7」が三位一体となり、働く人の安全に配慮した仕組みづくり、環境づくりを目指します。

国内全産業、および化学工業・製造業と比較し、資生堂グループは働く人の安全を確保していますが、目標達成に向けさらなる安全衛生活動の充実と、さまざまな施策を実施していきます。

※6：ミドル層：40代～50代半ば

※7：BCP：事業継続計画（BCP：Business Continuity Plan）」



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

2023年 店頭・営業およびオフィス

店頭・営業およびオフィス	
目標	休業を伴う労働災害を2022年発生件数より50%削減
結果	啓発を目的とした全体施策や実態調査、各オフィス主体の改善活動などを計画的に実施し、社内の労働安全に関するマネジメント意識は確実に向上しています。
取り組み課題	店頭・営業およびオフィスでは、毎月の安全衛生委員会を中心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、その情報を国内各事業所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危険の予測に対して多角的な視点で対策を検討し、理解しやすい情報にまとめて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進めています。

2023年 R&D（研究所）

R&D（研究所）	
目標	化学物質のリスクアセスメント手順の標準化
結果	2022年公布の労働安全衛生法の改正により、リスクアセスメント対象となる化学物質が大幅に増加しましたが、手順の標準化と研究現場における使用条件の綿密な確認を実施し、対象物質のリスクアセスメントを完了しました。 今後も対象物質が追加されることから、引き続きリスクアセスメントを実施していきます。
取り組み課題	研究所では保有する多種多様な化学物質を独自の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法令を遵守しています。 また、安心・安全な職場環境の整備、規程による化学物質の適切な運用管理の推進、研究員の安全衛生意識の向上のための周知・教育の実施に力を入れています。作業記録の管理やリスクアセスメント結果を共有することで化学物質による健康被害を防ぎ、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。

2023年 サプライネットワーク領域（工場・物流センター）

サプライネットワーク領域（工場・物流センター）	
目標	国内工場ISO 45001の取得
結果	2023年認証取得工場：掛川工場、ジアン工場、バル・ド・ロワール工場、イーストウインザー工場、大阪工場

取り組み課題	国内外全拠点休業度数率は、目標値1.3以下に対し0.7と大幅に目標を達成しましたが、休業災害がまれに発生していることがわかりました。その労働災害発生状況の分析の結果、従業員の不安全行動を起因とする多くの事例が判明したことから、当該行動を抑制するBBS（Behavior Based Safety）プログラムを国内外全拠点に対して導入することを計画しています。 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（Global Safety Management System）の展開を継続的に進めています。ISO45001:2018と同レベルで日々の安全活動・要求事項を定義するGSMSの展開に合わせ、各拠点への本社管理部門主導のGSMSの適応状況を検証する監査も2024年から本格的に開始し、全拠点を通して安全レベルの向上に取り組んでいます。 これらの活動の一環として、過去の労働災害事例と改善策を検証した多様な教育訓練を実施しています。掛川工場では、安全に関するルールのビデオを制作し、全従業員と共有しています。 上記に加え、2023年より、国内外の全拠点に対し、外部専門機関の協力のもと安全衛生・環境に関する全該当法規制の遵守・適合状況の確認する外部監査の運用を開始し、安全衛生のシステムの充実と、より強いコンプライアンスの徹底を図る活動も実施しています。
---------------	--



掛川工場で作成された安全ルールビデオ



外部機関による監査の様子

2024年 各領域目標

各領域目標	
店頭・営業&オフィス	■ 国内各事業所主体の安全活動の平準化 ■ 再発防止活動の強化
R&D（研究所）	■ 化学物質管理体制の強化 ■ コンプライアンスの遵守（規程の策定・改定、管理者の設置、安全衛生教育の実施等）
サプライネットワーク領域 （工場・物流センター）	■ BBS（Behavior Based Safety）プログラムの導入 ■ エルゴノミクスプログラムの更新と全拠点への展開 ■ 法規制監視システム導入

監査・審査

監査・審査	
ISO45001：2018	■ サプライネットワーク領域で進めているISO45001の認証は、福岡久留米工場と那須工場が2024年3月、4月に取得し、国内外すべての工場の認証登録が完了。（福岡久留米工場認証機関：SGS United Kingdom Ltd／那須工場認証機関：中央労働災害防止協会） ■ 国内外の工場は、労働安全衛生マネジメントシステムのPDCA（組織の状況、リーダーシップおよび働く人の参加、計画、支援、運用、パフォーマンス評価、改善）を回すことによって、それぞれのプロセスに沿った労働安全衛生マネジメント活動を展開。 ■ 審査機関による維持審査、更新審査と工場の内部監査により、継続的改善を推進。 ■ 各国・各地域のISO45001認証取得工場：北京工場・上海工場・新竹工場・掛川工場・ジアン工場・バル・ド・ロワール工場・イーストウインザー工場・大阪工場・大阪茨木工場・福岡久留米工場・那須工場（2024年4月時点取得順）
第三者検証	■ 国内資生堂グループは、ビューローベリタスジャパン株式会社による第三者検証を受けており、国内労働災害データ収集手順書に基づき国内資生堂グループの労働災害関連（労働災害件数、直接・間接雇用のLTIFR、直接・間接雇用の死亡者数など）の検証を行っています。



ISO 45001を取得した大阪工場メンバーと
チーフサブライネットワークオフィサー
(2023年12月)



ISO 45001を取得した茨木工場メンバーと
チーフサブライネットワークオフィサー
(2024年2月)



ISO 45001を取得した久留米工場メンバー
とHealth & Safety システムオーナー
(2023年3月)



ISO 45001を取得した那須工場メンバーと
チーフサブライネットワークオフィサー
(2024年4月)

研修・教育訓練

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、各領域で実施している安全活動・教育・訓練などの情報を共有し、水平展開を行っています。その一つとして「ヒヤリハット」「危険予知トレーニング」を「H&S committee」で共有し、各領域の職場に展開しています。

全社共通の「安全衛生教育」は「H&S committee」での共通課題も取り込み、働く人が理解しやすく労働災害未然防止につながる内容に刷新しました。研修は社内教育システムのeラーニングおよびデータ資料を活用し、働く人全員が研修できる体制で行っています。

2023年度は、「安全衛生教育」に加え、「安全文化診断」を行い、「教育・訓練」「報告義務」「パフォーマンス」「資源・環境」「組織・風土」を項目ごとに数値化することにより、資生堂グループの安全文化レベルの評価・分析を行いました。（安全文化診断対象資生堂グループ：22社受検）

「安全文化診断」は継続的に実施することで働く人の安全に対する理解や認識を把握し、さらに層別分析・フィードバックによって各地域の労働災害の未然防止に向けた活動と連携しています。

社員の雇用と労働

資生堂は、社員の雇用維持のために会社と社員の両者が最大限の努力を払っています。雇用の安定に向けて世界各国・地域の法令や慣行に対応しています。「資生堂倫理行動基準」に則り、多様性を尊重し、働きがいのある職場づくりを進めています。

雇用

資生堂の採用は、新卒・既卒を問わない定期採用と、すでに社会人としてキャリアを積まれた方を対象としたキャリア採用を実施しています。多様な雇用機会を提供し、社員の勤務形態への配慮を行うことを目的に、雇用制度の整備に努めています。事業所の新設や移転に伴い、社員の生活に大きな影響を与える異動が発生する場合は、会社・組合の両者が誠意を持って協議決定するよう労働協約で定めています。

賃金

資生堂の賃金制度は、年功的・属人的な要素を払拭し、役割・職責や成果に応じたメリハリのある賃金体系としています。また、評価制度は、評価処遇におけるルールに基づいた、公正で透明性の高い、社員の納得度を高める制度です。

日本国内資生堂グループの職種別・男女別の月例基本給与平均の実態は、管理職 男性100：女性96、総合職 男性100：女性94、美容職 男性100：女性115の比率となっています。(2024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。