

# ステークホルダーエンゲージメント

当社はステークホルダーの皆さまと下記のような機会で積極的にエンゲージメントし、期待やご意見を反映させています。

| ステークホルダー<br>エンゲージメント | 主なエンゲージメントの機会                                                                                                                         | 対応事例                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| お客さま・顧客              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お客さま窓口</li> <li>● ソーシャルメディア</li> </ul>                                                       | 窓口には約10万件、店頭には約13万件の問い合わせや意見が寄せられた。さまざまなお客さまとの接点を拡大。若年層を中心としたお客さまへ「X（旧Twitter）」「Yahoo!知恵袋」「LINEチャット」などのSNS対応サポートを強化。                                                                                                                                               |
| サプライヤー               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● サプライヤー向け相談・通報窓口</li> <li>● 購買活動方針説明会</li> <li>● 事業発展に貢献したお取引先さまの表彰</li> </ul>                | 日本国内では「ビジネスパートナーホットライン」を開設し、サプライヤーからご意見やご相談を受ける体制を整備。日本と中国では購買方針について周知を図ることを目的に、毎年1回、購買活動方針説明会を実施。品質、コスト低減、技術開発の3つの側面から選考し、事業発展に貢献したお取引先さまを表彰。                                                                                                                     |
| お取引先                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 化粧品専門店経営者との対話</li> </ul>                                                                     | 資生堂の化粧品を販売する専門店の経営者や従業員向けに会社の方針やブランド戦略を経営トップから直接発信する「プラチナショップコンベンション」を開催。                                                                                                                                                                                          |
| 従業員                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員エンゲージメント調査</li> <li>● 社員の通報・相談窓口</li> <li>● 経営協議会、労使検討会</li> <li>● 全社員・階層別研修</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 資生堂グループ全社員を対象に従業員エンゲージメント調査を隔年実施。</li> <li>● 幅広い職場の相談や通報を受け付ける「資生堂相談ルーム」、「資生堂社外ホットライン」、通報案件に特化した「コンプライアンス委員会ホットライン」を設置。</li> <li>● 社員の処遇や福利厚生、働き方改革などについて労使協議を実施。</li> <li>● 日本国内資生堂グループ全事業所で人権啓発や企業倫理研修を毎年実施。</li> </ul> |
| 地域コミュニティ             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各法人や各事業所による環境教育など社会貢献活動</li> </ul>                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 掛川工場では静岡県掛川市と協働で毎年地域の小学生向けの環境学習会を開催。</li> </ul>                                                                                                                                                                           |
| NPO/NGOなど            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ステークホルダーとの対話</li> <li>● 花椿基金</li> </ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 人権問題や環境問題の専門家と対話し、人権デューデリジェンスの進め方について助言を得た。</li> <li>● 資生堂 花椿基金（資生堂グループ社員の寄付金）によりNPO/NGO10団体を支援した。</li> </ul>                                                                                                             |
| 株主・投資家               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 株主総会</li> <li>● 決算発表会</li> <li>● 個人投資家説明会</li> <li>● 統合レポート</li> <li>● 株主さまミーティング</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 株主総会を実施し、企業情報サイトで開示。</li> <li>● 決算発表会を実施し、企業情報サイトでの開示。</li> <li>● 個人投資家向けに説明会の実施、動画配信。</li> <li>● 年に1回統合レポートを発行。</li> <li>● 株主さまを対象に施設見学イベントを開催。</li> </ul>                                                               |