

戦略アクションと中期目標

資生堂では、策定したマテリアリティに基づき環境・社会それぞれの領域で、それぞれ3つの戦略アクションを定めています。これらの重点とする取り組みに向け、各部門で経営資源を重点的に配分するとともに、
 全社横断で進めています。戦略アクションに対する取り組みの詳細については、「[「サステナビリティレポート」](#)」もご参照ください。

	マテリアリティ	戦略アクション	目標	達成年	2023年実績	対応するSDGs		
環境	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対策 環境負荷を軽減する処方開発 サステナブルなパッケージ開発 森林の保全 責任ある調達 廃棄物削減 水資源の効率的な使用 	01. 地球環境の負荷軽減	カーボンニュートラル※1	2026	60%			
			CO ₂ 排出量削減 (SBTi, Scope 1・2)	46.2%※2	2030		2025年中に開示予定※9	
			CO ₂ 排出量削減 (SBTi, Scope 3)	55%※3	2030			
			水消費量削減	40%※4	2026		46% (2023年に達成)	
		02. サステナブルな製品の開発	サステナブルな容器への切り替え	100%※5	2025	69%		
			03. サステナブルで責任ある調達の推進	サステナブルなパーム油への切り替え	100%※6	2026		51%
サステナブルな紙への切り替え	100%※7	2023		100% (2023年に達成)				
社会	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン お客さまの生活の質 (QOL) 向上 人財育成 従業員の労働安全衛生と健康 人権尊重 	01. ジェンダー平等	あらゆる階層における女性リーダー比率 (国内)	50%	2030	取締役 45.5%※10 エグゼクティブオフィサー 40.0%※10 日本国内の管理職 40.0%※11		
			国内における女性活躍 グローバルでの女子教育支援と経済的自立支援	100万人※8	2030	達成率		62%
		02. 美の力によるエンパワーメント	美の力による自己効力感の醸成 「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	100万人※8	2030	達成率	13%	
			03. 人権尊重の推進					
ガバナンス・文化	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンスの強化と説明責任 公正な取引 安心・安全な製品 責任あるマーケティング・宣伝広告 情報セキュリティ・プライバシー アート&ヘリテージ 	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンスの実践・強化により経営の透明性・公正性・迅速性の維持・向上を図り、すべてのステークホルダー（社員、お客さま、取引先、株主、社会・地球）との対話を通じて、中期的な企業価値および株主価値の最大化に努めることとしており、あわせて、社会の公器としての責任を果たし、各ステークホルダーへの価値の分配の最適化を目指しています。※12 アート&ヘリテージについては、社会価値を創る企業文化の継承と日本の美意識を発信する観点から活動を進めています。 						

※1 資生堂全事業所 (対2019年、オフセット含む)

※2 資生堂全事業所 (対2019年)

※3 資生堂全事業所を除くバリューチェーン全体、経済原単位 (対2019年)

※4 資生堂全事業所、売上高原単位 (対2014年)

※5 プラスチック製容器について

※6 RSPOの物理的なサプライチェーンモデルによる認証 (アイデンティティ・ブリザーブド、セグリゲーションまたはマスバランスに基づくもの)、パーム油換算重量ベース

※7 製品における、認証紙または再生紙など、紙重量ベース

※8 ダイレクトリーチ

※9 事業譲渡に伴う目標修正をSBTiに申請中

※10 2024年4月1日時点

※11 2024年1月1日時点

※12 ガバナンスに関するマテリアリティについて戦略アクションは開示していません