

2010

SUSTAINABILITY REPORT

社会・環境報告書



雪肌精 Save the Blue プロジェクトが、沖縄のサンゴ礁を守る

# あなたが美しくなると、 地球も美しくなる

地球の温暖化が世界的に大きな問題となっています。これまでコーセーは、地球環境を守るため、ゼロエミッションや、容器の樹脂量削減といった、さまざまな努力を続けてきました。今回、私たちは環境問題への取り組みを、さらにもう一歩すすめるため、「Save the Blue プロジェクト」を開始しました。このプロジェクトは、雪肌精の売り上げの一部で、サンゴの移植を支援し、沖縄の海に「サンゴの森」を広げていくというものです。

「雪肌精」は、和漢植物エキスの自然な恵みで透明感のある肌に導くスキンケアブランドで、1985年に登場しました。25年間のご愛顧に感謝するため、瑠璃色のボトルから連想される、青い海のサンゴを守るプロジェクトを実施しました。

サンゴ礁は海の面積のわずか0.2%しかありませんが、複雑な構造が生物に棲みかを提供し、さらにその生物を餌にする魚が集まることから、多様な海洋生物の命を支えています。サンゴ礁は、動物であるサンゴの営みによって作り上げられます。サンゴは石のような無機物に見えますが、成長の過程で海中の二酸化炭素で石灰質の骨格をつくるだけでなく、共生している藻類の光合成によって二酸化炭素を吸収し、酸素を排出します。そのため、サンゴ礁は「海の熱帯雨林」と呼ばれます。しかしサンゴは透明度が高く、綺麗な海でしか育ちません。地球温暖化や海洋汚染といった環境の変化によって、世界中のサンゴは深刻な危機にさらされています。

沖縄のサンゴ礁は、サンゴの種類が多さに加え、そこに棲む魚や貝、エビやカニの種類も多く、世界的にも有数の種の多様性を誇っていますが、世界のサンゴ礁と同じように急速に失われつつあり、10年前の10分の1程度にまで減少したと言われています。

こういった背景から、コーセーでは、森を広げるには植樹をするように大切なサンゴを移植し、沖縄の海にサンゴ礁を広げる活動に着目しました。サンゴの養殖や海中での植え付けには、さまざまな設備や技術が必要です。プロジェクトを確実に進めるため、世界で初めて養殖サンゴの産卵に成功した、金城浩二氏が代表を務める「海の種」の皆さんにパートナーとなっていただきました。このプロジェクトは、対象期間中、雪肌精1本ご購入につき1ボトルの底面積分のサンゴの森を広げるというものです。2009年の植え付け面積は25mプールに換算すると、およそ1面分となりました。2010年には対象商品を増やしたことから、さらに面積が拡大し1.3面分を植え付けする予定です。

このプロジェクトは「あなたが美しくなると、地球も美しくなる」というコンセプトのもとに活動してきました。雪肌精を手にとって下さった皆様の、美しい地球を想う気持ちが集まることで、このプロジェクトは実現しています。コーセーは、これからも女性の美を支えながら、地球の美しさのことも考える企業であり続けます。

Save the Blue



## 海の熱帯雨林といわれる サンゴ礁が危機に瀕している

サンゴ礁は、サンゴの中でも石灰質の大きな構造物をつくる造礁サンゴの営みによってもたらされています。しかし、いま世界に生息する704種の造礁サンゴのうち、実に3分の1に当たる231種が絶滅の危機に瀕しています。これには、地球温暖化による海水温上昇や、水質汚染、海水の酸性化が影響していると言われています。

サンゴ礁は海の全面積のわずか0.2%しかありませんが、その中に海の生き物の4分の1が生息しています。サンゴは海に溶け込んだ二酸化炭素を吸収し、硬い石灰質の骨格を作って成長します。複雑な構造物のサンゴ礁は生物の絶好の棲みかとなり、その生物を求めてさらに多くの生物が集まるのです。また、サンゴは共生している褐虫藻という藻類が光合成をするため多量の酸素を発生します。このような働きから、サンゴ礁は「海の熱帯雨林」と呼ばれています。

## サンゴの植え付けは 一本一本ていねいに手作業で

現在の地球環境に危機感をもち、青い海のサンゴ礁の絶滅をくい止めようという動きが広がりつつあります。コーセーでは、この活動に賛同し、サンゴを養殖し、それを沖縄本島の海に移植する人たちの支援を始めました。別の地域のサンゴでは遺伝子をかく乱する恐れがあることから、移植放流用のサンゴはすべて沖縄本島産を種親としています。コーセーのパートナーである「海の種」は、外敵のない陸上の施設でサンゴを5cmほどに育て、生育環境の良い場所を選定し、一本一本手作業で海中へ植え付けていきます。この植え付けは、潮の流れが速いところで身体を揺られながらの難しい作業なので、技術を持ったダイバーが行ないます。移植後数ヵ月の間はオニヒトデやブダイ、貝類に食べられないようにカゴで保護します。サンゴたちが厳しい自然環境の中で100%育つとは限りませんが、植え付けから2度目の春を迎えると自ら放卵し、次の世代を残してくれるのです。



潮の流れが速い中での植え付け



植え付け一株一株ていねいに



保護のための金属製ケージ

雪肌精 Save the Blue プロジェクトが、沖縄のサンゴ礁を守る

# Save the Blue

## OKINAWAN STREET SUMMITでも サンゴ礁保護の大切さをアピール

「Save the Blue」プロジェクトは、数多くのご販売店にもご協力いただきました。店頭ディスプレイで、サンゴを守る呼びかけを行い、日本全国で「Save the Blue」を広くアピールしました。当社の美容スタッフからも、お客様とサンゴの保護や環境のことについてお話する機会が増えたとの報告がたくさん届いています。

また、「OKINAWAN STREET SUMMIT」は音楽ライブやスポーツを通してサンゴ礁への理解を深めるイベントですが、コーサーも2009年から協賛しています。イベント会場では養殖サンゴ施設を展示して、サンゴ礁の大切さを楽しく学べるスペースを設け、多くの方々の興味を引きました。コーサーはブースを設置し、雪肌精などのサンプルとともに、サンゴ育成への協力を呼びかけるパンフレットを配布しました。「Save the Blue」プロジェクトの詳細はウェブサイト (<http://www.sekkisei.com/jp/>) でご覧いただけます。



茨城県の販売店のディスプレイ



OKINAWAN STREET SUMMIT



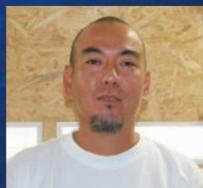
OKINAWAN STREET SUMMIT

## プール2.3面分の面積の サンゴの森が沖縄の海に広がる

「Save the Blue」プロジェクトは、2009年と2010年の7～8月に実施されました。2009年は9月にサンゴの植え付け作業が行われ、25mプール1面分に相当する約516m<sup>2</sup>のサンゴの森を広げることができました。その後の状態も良く、今年の7月には大きいもので16cm、両手のひらほどにまで育ちました。2010年は対象商品を広げたため、およそ1.3面分の面積のサンゴの森が拡大する予定です。

## 養殖・植え付けをする金城浩二氏のメッセージ

「貴重なサンゴ礁を守り育てることは、沖縄という限られた地域だけの問題ではなく、海全体の環境を守ることにつながっていきます。できるだけ多くの皆さんに、この活動の意義や海への想いが伝わって欲しい」 \*有限会社 海の種 Webサイト (<http://www.seaseed.com/>) もご覧ください。



雪肌精1個分の底面積  
(約20cm<sup>2</sup>)



# この地球で、必要とされる企業で

株式会社コーセー 代表取締役社長 小林一俊

## 美を創造する企業として

コーセーには「美しい知恵 人へ、地球へ。」という企業メッセージがあります。この言葉は、1991年にCI（コーポレート・アイデンティティ）を発表した際、美を創造し、人を美しく幸せにするという私たちの使命を表すために決めました。当時、環境への取り組みは今ほどその必要性が叫ばれておらず、CSRやサステナビリティといった言葉も一般的には知られていませんでした。しかし私たちは、商品を製造販売し、実績をあげることに同じく、「人へ、地球へ」という言葉が表すように、社会や環境との共生も大切な目標と考えてきたのです。

## 社会と人との共生が、企業活動の課題

その一例が、生産現場におけるゼロエミッションや、石油や電力の消費削減といった取り組みでした。廃棄物を出さないことや、燃料の消費を抑制することは、環境への負荷を抑制し、環境との調和を進めるためにとっても大切です。また、社会との調和・共生という意味では、1992年に特例子会社の株式会社アドバンスを設立するなど、身体障がいのある方々の雇用を促進してきました。社会に必要とされる企業であるため、社会から何を望まれているのか、それに対してどうすれば良いのかを考えています。また、こうした活動を継続していくためには、経営と切り離された慈善活動としてではなく、コーセーが企業価値を高め、持続的に発展していくための経営課題のひとつと捉えることが不可欠です。

また昨年からは、環境に対する新しい試みも始めました。熱帯雨林と同じように酸素を供給する働きを持つ海洋中のサンゴが絶滅の危機に瀕していることから、サンゴを移植する活動を支援しています。カーボンオフセットという観点から、植林活動にも協力しました。また盲導犬の普及支援など、社会や環境に対して、さまざまな試みも進めています。お客様にお届けする商品でも、点字やカラーバリアフリーを積極的に取り入れるなど、より多くの方に受け入れていただけるための工夫を重ねています。

今後もお客様や地域社会との共生関係を、より発展させていきたいと考えています。どうぞご支援、ご協力を賜りますよう、よろしくお願いいたします。



## CONTENTS

### 01-04

#### 雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクト

### 05-06

#### トップメッセージ

### 07-08

#### コーセーの環境マネジメントシステム

### 09

#### 環境活動推進の組織体制

### 10

#### 環境指標

### 11-12

#### 環境に配慮した製品の開発

### 13

#### 産業廃棄物の削減

### 14

#### 省エネルギー

### 15

#### 環境汚染の防止

### 16

#### 環境負荷データ

### 17-18

#### その他の取り組み

### 19-20

#### 群馬工場の取り組み

### 21

#### コーポレートガバナンス ・コンプライアンスについて

### 22

#### ステークホルダーともに

### 23-24

#### コーセーについて

### 25-26

#### 2009環境会計

# コーセーの 環境マネジメント システム

コーセーは環境マネジメントに関する国際規格「ISO14001」の基本的な考え方をもとに、1997年度より独自の環境マネジメントシステムを導入し、その推進に力を注いでいます。

---

## 「環境基本方針」

---

### 1. 環境保全に配慮し、

省資源、リサイクル、省エネルギー、廃棄物の削減等に努めます。

コーセーは企業として材料・資源の減量化の推進やリサイクル材料の積極的活用、廃棄の容易な材料を活用した商品化、工場やオフィスなど全ての事業所での廃棄物の減量化と分別収集の徹底などを目指した企業活動を展開していきます。

### 2. 常に環境負荷低減型の原材料の使用、

および商品の研究開発に努めます。

環境汚染を防ぐために、特定材料や原料の削減、使用禁止等についてはガイドラインを作成して徹底させています。また、環境にやさしい原料や材料の研究開発も積極的に進め、商品化に生かしたり、包装材料の簡素化や軽量化に役立てています。

### 3. 環境関連の法律や規則を遵守し、

環境保全に関する社会活動に積極的に参加します。

容器包装リサイクル法等を遵守するだけでなく、工場排出物等に関しては社内規制を強化して環境汚染の防止に努めるとともに、各事業所周辺の環境向上運動や地球環境保全事業への積極的支援なども行っています。

### 4. 環境保全活動を推進するための組織を整備し、

継続的な活動を展開します。

1997年に地球環境委員会を設置し、活動の推進と関係各部門への働きかけを組織的に行うとともに、ISO14001に基づく環境マネジメントシステムを積極的に導入し、実施しています。

### 5. 環境保全に関する教育、広報活動等を通して

社員の環境に関する意識の向上をはかります。

活動の原点はまず社員からということで、社員向けの小冊子『ECO BOOK』を発行したり、職場におけるエコ改善事例や提案等の募集、社内報を活用した情報提供などを行って意識向上に努めています。

---

## 「環境行動指針」

---

### 1. 環境汚染の防止をはかるために

- 私たちを取り巻く地球環境を汚染したり破壊する可能性のある特定材料、原料の使用禁止や削減に取り組みます。
- 工場排出物に関する社内基準を設け、規制強化を行います。

### 2. 省資源、省エネルギーを推進するために

- 可能な限り資源、材料の減量化に努めます。
- それぞれの職場において節電、節水など省エネルギーに努めます。

### 3. むだのない廃棄物処理、リサイクルをはかるために

- リサイクル資源の積極的利用に努めます。
- 廃棄しやすく、また廃棄されても環境汚染につながらない材料での商品化に努めます。
- 工場をはじめ各事業所における廃棄物の減量化、および分別収集に努めます。

### 4. 環境に配慮した原料、材料を開発し、商品化に応用していくために

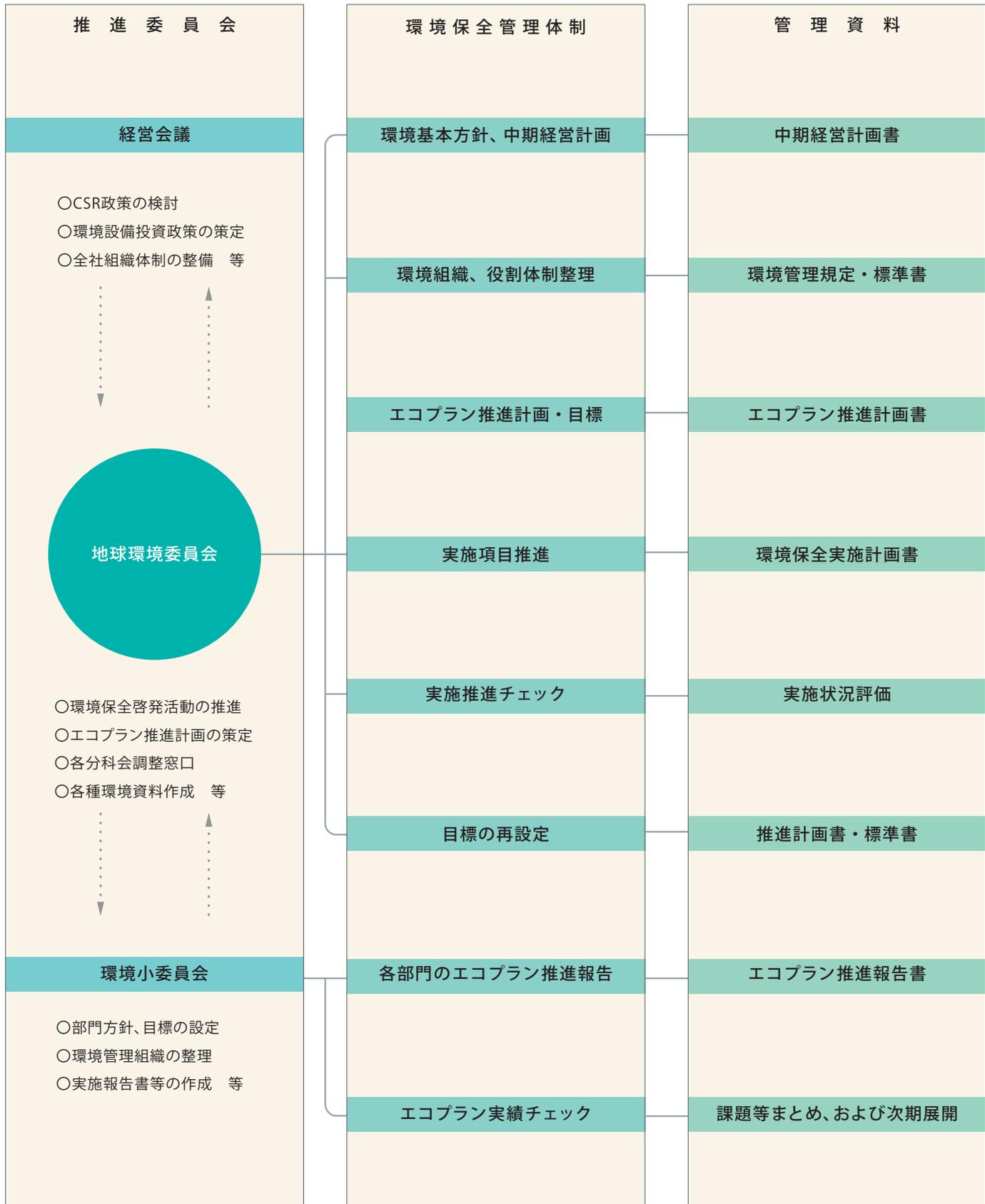
- 環境にやさしい原料や材料の開発に積極的に取り組みます。
- 商品材料の簡素化、共通化をはかり、省資源の実現に努めます。

### 5. 環境保全活動に積極的に参加するために

- 社会的な地球環境事業への支援を行います。
- 事業所および周辺環境向上のために緑化事業等を推進します。

## 「環境マネジメント」

コーセーの環境活動の推進母体は地球環境委員会ですが、活動の実施運用にあたっては各部門がコーセーエコプラン推進計画を作成しています。



# 環境活動推進の組織体制

コーセーの環境マネジメントシステムを推進する組織体制では、環境保全活動を含めCSR活動に関するトップマネジメント決議は『経営会議』で行っています。中期CSR政策や方針などについて討議決定が行われます。実行機関としては『地球環境委員会』が中心になり、各部門にかかわる専門的環境テーマについては各分科会を設置し、改善をはかっています。



# 環境指標

## 1. 環境汚染物質の管理・自主的削減

### 環境指標

法規制等に対応するだけでなく自主的にその内容を公表し、管理していく

### 2009年度の実績

●環境を汚染する可能性のある物質は使用量の削減に努めるとともに、その使用量を迅速に把握できるシステムによって許容範囲内であることを厳守している

### 2010~2012年度の目標

●環境を汚染する可能性のある物質の管理徹底、および自主的削減の継続

## 2. 環境に配慮した製品開発の促進

### 環境指標

1998年発行の『ECO BOOK 商品企画・設計編』で設定した「容器包装形態エコ基準」に準じた新製品開発を促進する

### 2009年度の実績

●製品材料のエコ購買の拡大  
●再生樹脂等リサイクル原料の使用拡大  
●エアゾール製品に残ガス排出機構を導入  
●点字表示つき製品の拡大

### 2010~2012年度の目標

●環境に配慮した製品開発をさらに積極的に推進する

## 3. 産業廃棄物の削減

### 環境指標

単なる廃棄処分を避け、可能な限りリサイクルを実施して廃棄物量の削減をはかる

### 2009年度の実績

●2009年度の目標254.4kg/1000ダース(0.5%)の削減計画に対して、232.0kg/1000ダース(達成率109.6%)となり、3ヵ年計画の最終年の目標値を大幅にクリアした

### 2010~2012年度の目標

●2012年までに最終処分量を2009年の98.5%(単年度0.5%ずつ)にする  
●リサイクルの推進に力を入れ、リサイクル率(99.5%)以上の維持管理に努める

## 4. 省エネルギー

### 環境指標

無駄なエネルギー消費をなくし、地球温暖化防止に企業として取り組む

### 2009年度の実績

●CO<sub>2</sub>排出量に換算して735kg/1000ダース(0.5%)の削減計画に対して、645kg/1000ダース削減(目標達成率113.9%)を達成。3ヵ年計画の最終年の目標値を大幅にクリアした

### 2010~2012年度の目標

●2009年度実績をベースに、2012年までに98.5%(単年度0.5%ずつの削減)にする

## 5. 環境マネジメントシステムの推進

### 環境指標

生産部門、物流部門を中心に国際規格『ISO14001』に則った環境マネジメントシステムの推進、徹底をはかる

### 2009年度の実績

●生産部門、物流部門、および関係会社との連携をはかりながら、『ISO14001』の維持強化に努めた

### 2010~2012年度の目標

●生産部を中心にさらなる環境マネジメントシステムの推進と維持強化

## 6. 環境保全への啓発活動の推進

### 環境指標

全社員ひとりひとりの環境意識を高める活動の推進をはかる

### 2009年度の実績

●全社員対象のエコ活動事例やエコ川柳の募集と表彰  
●社内報における環境関連の情報及び活動を紹介  
●新入社員に対して環境保全教育を実施

### 2010~2012年度の目標

環境保全への啓発活動継続

コーセーの地球環境委員会は、環境保全活動を推進するにあたって、6項目の目標を環境指標として策定しています。指標は前年度の実績や社会のニーズに合わせて毎年見直しを実施しています。

# 環境に配慮した 製品の開発

コーセーでは「人はもちろん、地球の環境にもやさしい化粧品づくり」に力を注いでいます。原料や材料の選択に厳しい基準を設けるだけでなく、使い終わったあとの分別しやすさ、廃棄のしやすさ、廃棄量を少なくすることなども考慮して研究開発を行っています。

## ●生分解性原料を積極的使用▶

洗顔料やシャンプー等の製品では、万一河川に排出されても自然界の微生物によって分解されやすい生分解性のアミノ酸系原料を使用しています。「コスメデコルテ」、「グランデヌ」、「ソフティモ」、「サロンスタイル」などほとんどのブランドで採用していますが、2009年度は49品が追加されました。



## 廃棄で環境を汚さないために

製品の開発にあたっては、企画設計エコ指針で「使用中の商品、宣伝物、販売促進物等、およびその廃棄物が人体や環境を汚染しないこと」を掲げ、原料等の選択から環境への保護を配慮したり、廃棄量そのものを減らす工夫をしています。



## ●添付能書の削減▼

製品の1個箱(外箱)の一部に化粧品の使い方など能書にあたる説明文を直接印刷し、紙による能書の添付をしない製品を増やす努力をしています。現在、多くのブランド及び製品で採用していますし、製品によっては箱の内側に記載するなどの工夫もしています。2009年度に発売された117品目の化粧品でこの方法を採用しました。

## ●包装を簡素化した詰め替え容器▲

原料使用量や使用後の廃棄量低減のために、スタンディングパウチや詰め替えボックス、詰め替えボトル等の製品を積極的に発売していますが、2009年度からはハイプレステージブランドやこれまでにない剤型の製品にも拡大しています。「グランデヌ ルクサーージュ」や「インフィニティ」の化粧水、乳液ではポンプを再利用できる付け替えボトルを、「コーセーコスメポート こっこママ」では、日焼け止めですべて詰め替え容器を採用しました。



### ●オーガニック原料の使用 ▼

農業の分野で環境に配慮した栽培方法によるオーガニックが注目を集めていますが、コーセーではオーガニック原料の化粧品への活用にも力を入れています。「ネイチャー アンド コー」や「サロンスマイル」等では有機栽培されたオーガニックハーブのエキスを配合しています。また、「アウエイク ピュアオーガニックコットン」はJOCA(日本オーガニック・コットン協会)の認証を取得した綿花を使用しました。



### ●非木材紙の利用 ◀

パガス(サトウキビの絞りかすを原料とした紙)やケナフ紙(1年草のケナフを原料とする紙)など、木材のパルプを使わない紙の活用は森林保護にも役立つため、化粧品のパッケージにも積極的に使用しています。「ジル スチュアート」シリーズや「コスメデコルテ AQ」、「コンビニック セレクティ」など、2009年度も35品目にケナフ紙を使った1個箱が採用されました。



### ●特殊加工で再生樹脂の使用を可能に ▶

製品の性格上、新しい材料を使いたいファンデーションのレフィルの包装容器では、再生PET樹脂の両側をバージンPET樹脂ではさむ3層構造技術を開発。ほとんどのレフィル容器で採用し、大幅な新規材料の低減につなげています。



### ●リサイクル原料を積極的に活用 ▼

化粧品の容器として再生樹脂原料の活用にも取り組んでいます。特にPET(ポリエチレンテレフタレート)樹脂、PP(ポリプロピレン)樹脂、PE(ポリエチレン)樹脂、色見本サンプルや口紅成型カプセルに使用されるSAN(アクリルニトリルスチレン)樹脂、キャップ等に使用されるABS(アクリルニトリルブタジエンスチレン)樹脂、そして口紅の製造に使用するPS(ポリスチレン)樹脂などがリサイクル原料を使用しています。PET樹脂を例にとると、2009年度は17品の製品で再生原料を使っています。

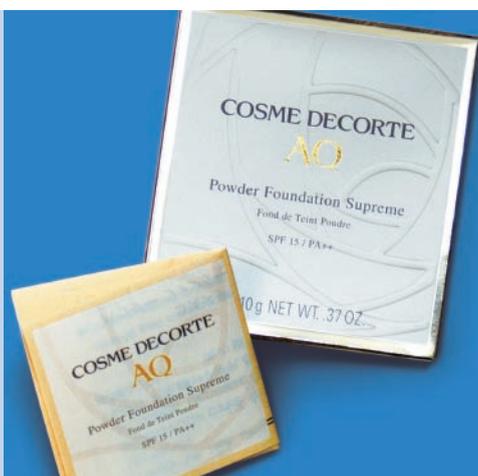
## 限りある資源を守るために

企画設計エコ指針では、「包装材料のリサイクル、リユースしやすい仕様にする」と定めていますが、化粧品の容器包装を貴重な資源として再利用するために材質の選定に配慮したり、再生紙やリサイクル素材、非木材紙等も積極的に採用しています。



### ●再生紙の活用 ▶

製品の1個箱や能書、パンフレット、ダンボール箱など全てのもので再生紙の使用率を高める努力をしています。現在では「コスメデコルテ」や「アウエイク」、「ポーテド コーセー」、「雪肌精」などほぼ全てのブランドで再生紙を使用しています。2009年度に再生紙をパッケージに採用した新製品は464品目に上ります。



# 産業廃棄物の削減

コーセーは2009年度も生産部門、物流部門を中心に廃棄物量削減の努力を続けてきました。可能な限りリサイクルを実施し、できるだけ単純廃棄処分を避けることを基本方針として取り組んでいます。

## 目標(環境指標)

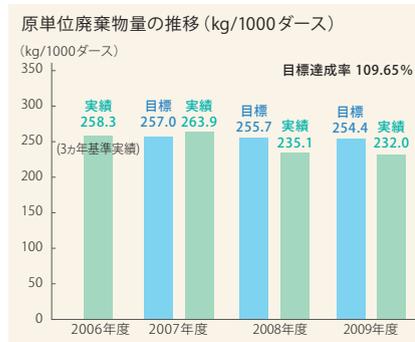
生産段階における産業廃棄物発生量の削減は、3ヵ年計画(2009年度までに2006年度レベルの98.5%にする)によって、毎年0.5%ずつ減らすことを目標として取り組んできました。今後は2009年度の実績をベースとして、2012年までに98.5%(単年度の削減目標は0.5%)にすることを目標とします。また、リサイクル率99.5%以上の維持管理も継続していきます。

## 2009年度の実績

2008年度目標254.4kg/1000ダース(0.5%)の削減計画に対して、結果は232.0kg/1000ダース(達成率109.6%)となり、3ヵ年計画最終年度の目標数値を大幅にクリアしました。今後は新たな3ヵ年計画の削減目標の実現に向けてさらなる減量化に取り組んでいきます。

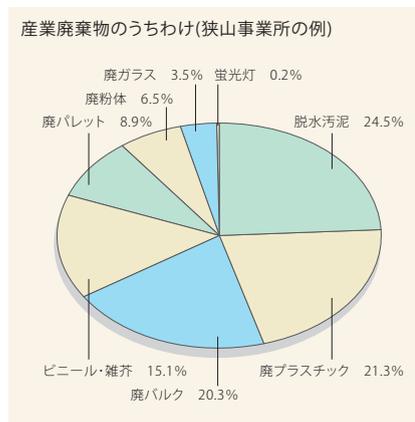
リサイクル率も99.5%以上の実績を達成しているため、引き続き廃棄物発生量の削減、リサイクル活動の推進に力を注いでいきます。

## 産業廃棄物量の現状と今後の目標



## 産業廃棄物のうちわけ

狭山工場や群馬工場を中心として、コーセーグループの各生産拠点ではリサイクルの推進に積極的に取り組んでいます。そのため、2000年度から単純廃棄される産業廃棄物の量が大幅に減少し、現在では99.5%以上の産業廃棄物がリサイクル化されています。また、2004年から全社的な生産・販売・在庫の新管理システムが導入されたため、準備段階で一時的に廃棄量が増えましたが、本格稼働とともに減量効果が出始め、2009年度の好結果につながりました。



## リサイクルの推進

コーセーグループの生産部門では、発生した廃棄物を単に“捨てる”のではなく、再び資源として社会に還元することを目標としたリサイクル活動に力を入れています。基本的な考え方はマテリアルリサイクルを最重点にケミカルリサイクル、サーマルリサイクルも併用し、焼却処理や単純廃棄を極力なくすことにしています。この方針にそって、各職場において分別・回収を徹底し、リサイクル率の向上、廃棄物量の減少に努めています。

2009年度は、生産・在庫・販売の連携体制が進み、廃棄物の発生量そのものが減少しました。また、必要に応じてリサイクル業者の見直しを行い、適正な処理の実施を常に監視しています。

(注)

マテリアルリサイクル: 材料をそのまま利用するリサイクル (例えばプラスチックからプラスチックへ、紙から紙へリサイクル)

ケミカルリサイクル: 何らかの化学的なプロセスによるリサイクル (リサイクル原材料を別のかたちにして利用)

サーマルリサイクル: リサイクル原材料を利用して熱として回収するリサイクル

主な廃棄物	リサイクル手段
脱水汚泥	堆肥化
バルク	燃料
廃粉体	堆肥化
ブラごみ・雑芥	固形燃料
プラスチック	再生プラスチック
ガラス	路盤材
その他	熱回収・路盤材

\*掲載データは主力生産拠点(狭山事業所・群馬事業所)の環境データですが、関係会社の生産拠点も含めた全体の96%をカバーしています。

# 省エネルギー

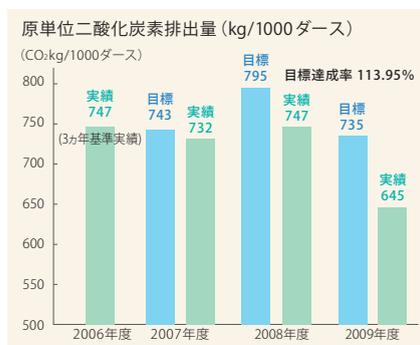
## 目標(環境指標)

生産段階における二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)の排出量を、3ヵ年計画によって2009年度までに2006年度レベルの98.5%にすることを目標として取り組んできました。今後は2009年度の実績をベースとして、2012年までに98.5%(単年度の削減目標は0.5%)にすることを目標とします。

## 2009年度の実績

2009年度は目標としたCO<sub>2</sub>排出量735kgCO<sub>2</sub>/1000ダース(0.5%減)の計画に対し、実績645kgCO<sub>2</sub>/1000ダース(達成率113.95%)という結果で、最終年度の目標値を大幅にクリアしました。引き続き新たな3ヵ年計画の実現に向けて省エネ活動を展開していきます。

## 二酸化炭素換算した場合のエネルギー使用量の現状と今後の目標



## エネルギー使用量の現状と今後の活動

生産部門におけるエネルギー使用量は、省エネルギー活動の展開によって減少を続けてきましたが、工場の稼働に必要な光熱費は固定的で、生産量の増減によって原単位あたりのエネルギー使用量が影響をうけ、ここ数年は若干増加傾向にありました。この問題を改善するために、2008年度に群馬事業所ではボイラー燃料を灯油から天然ガスに切り替え、狭山事業所ではインバータコンプレッサーを導入しました。この結果、2009年度実績では大幅な固定費の削減と省エネ効果をあげることができました。今後はさらに光熱費等の固定費用の削減、ムダ取り改善を行っていきます。

## 2007~2009年度の省エネ活動の取り組み

生産部門における環境負荷低減活動として2008年度には群馬事業所のボイラー設備を灯油から天然ガスへと燃料転換する大規模な設備投資を実施しましたが、2009年度の実績から大幅な燃料削減、CO<sub>2</sub>の削減が実現できました。狭山事業所では、主力エア供給設備を省エネタイプのものにかえて使用電力量を低減させました。また、生産部門で働く作業員に対して省エネ意識、環境負荷への意識を高める活動を継続して展開したり、職場パトロールを定期的に実施して空調や生産設備、厚生施設などの無駄な部分の改善に努めています。

## 省エネルギー運動を組織的に展開

コーセーでは企業の社会的責任の一環として、環境への影響を配慮し、2000年度に群馬工場、2002年度に狭山工場、2003年度に関係会社の工場と狭山事業所の物流部門でISO14001の認証を取得しました。省エネルギー活動に組織的に取り組み、単に監視やチェック活動だけでなく、建屋や構造設備などのハード面と運用するソフトの両面から省エネルギー技術を導入しています。また、新たな設備の導入、既存の構造設備の点検・改造に関しても、一定の基準を設けて可能な限り環境への配慮を実施しています。

コーセーは2009年度も、引き続き無駄なエネルギー消費をなくし、地球の温暖化防止に企業として取り組むことを基本方針とした活動を行ってきました。



省エネ型空調装置



省エネ照明

\*掲載データは主力生産拠点(狭山事業所・群馬事業所)の環境データですが、関係会社の生産拠点も含めた全体の96%をカバーしています。

# 環境汚染の防止

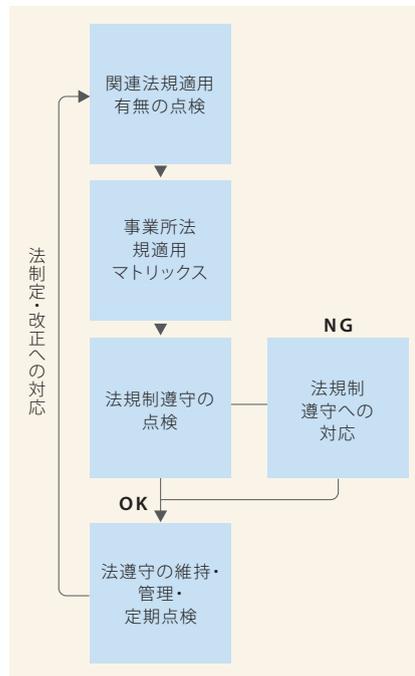
コーセーは2009年度も、環境関連法規の遵守はもちろん、グループ全体で環境負荷要因を極力減らす努力を続け、環境への汚染等の防止に努めてきました。



\*高架水槽塗装工事

## 法規制の遵守

環境基本法をはじめとする環境関連の各種法規制、条例や地域協定の遵守を徹底するために、ISO14001に適合した法規制への対応を実践しています。特に生産・物流部門では独自に設定した統一の『環境マニュアル』に従って事業所ごとに、また関係会社の工場ごとに対応しています。また、将来の法制化にもすみやかに対応できるように法規制の動向も常に監視しています。



## 化学物質への対応

化粧品は身体に直接使用するものなので、製造段階でも有害な化学物質を使用することはありませんが、まれにPRTR法(特定化学物質排出量の把握・管理促進法)等、化学物質の管理に関する法や条例の適用を受ける物質を使用する場合があります。

コーセーでは対象となる化学物質をどれだけ環境の中に排出したかを監視・測定するシステムを構築しています。この監視・測定システムの運用によって法律に厳密に対応するとともに、これらの化学物質の使用や排出の削減に努めています。

なお、2009年度実績では届け出対象となる化学物質の使用は2種だけでした。

## 洗浄汚水のクリーン化

生産プラントは製造作業終了後に水等で洗浄する必要があります。しかし、コーセーでは関係会社の生産施設を含め、生産プラントに付着したバルクを洗い流す前に回収作業を行うことによって、洗浄汚水量の削減に努めています。また、場合によっては初期洗浄水も回収して、洗浄汚水が廃水処理場へ流れ込むことを避ける工夫をしています。

## 環境関連投資

環境負荷をできるだけ低減させていくために、毎年環境に関わる投資も積極的に実施しています。2009年度に実施した環境投資の例をご紹介します。

### 狭山事業所における環境関連投資

件名	環境的側面
老朽化空調設備を省エネ型空調機に交換(仕上げ場、検査室、パブリック部分等)	省エネルギー
屋外の蒸気配管更新工事	エネルギーロスの改善
工場内の建屋改修工事(仕上げ場、製造場、菌検査室等)	省エネルギー
井戸オーバーホール工事、および高架水槽ポンプの更新、塗装工事*	地盤沈下・水質汚濁防止
排水処理施設の定期整備工事	水質汚濁防止
ダンボールの緩衝材への再利用	社内リサイクル
事業所内分煙化の促進(工場内と事務棟が完了)	受動喫煙防止対策
バッテリー駆動フォークリフトの更新(随時)	大気汚染防止
粉体製造室空調装置の煤塵フィルター交換工事	大気汚染防止

# 狭山事業所、 群馬事業所の 環境負荷データ

	今年度	前年との増減量
電気エネルギー	12,144 (単位/1000kw)	△235
重油・灯油	350 (単位/1000L)	△159
天然ガス	491 (単位/1000Nm <sup>3</sup> )	115
水	263 (単位/1000m <sup>3</sup> )	10
原料	9,565 (ton)	622
容器・包装材料	6,775 (ton)	147

INPUT



狭山事業所

コーセー主力工場  
(2拠点)



群馬事業所

コーセーの事業範囲は関係会社を含めてそのほとんどが化粧品です。生産も主要拠点である狭山事業所と群馬事業所への集中度が高いことから、2009年度の環境負荷データもこの2工場に絞ってまとめました。なお、2009年度の環境会計につきましては、25-26ページをご覧ください。

		今年度	前年との増減量			今年度	前年との増減量
大気への排出	CO <sub>2</sub>	:6,431.74 (ton)	△952.26	化学物質の排出 (PRTR対象)	大気	:0 (ton)	±0
	NO <sub>x</sub>	:2.32 (ton)	△0.67		産業廃棄	:0 (ton)	±0
	SO <sub>x</sub>	:0.38 (ton)	△0.10		産業廃棄物の搬出	総排出量	:2,317.5 (ton)
工場排水の排出	排水量	:165(単位/1000m <sup>3</sup> )	1	再資源化		:2,311.9 (ton)	△8.6
	BOD	:18.91 (ton)	0.78	マテリアルリサイクル		:1,847.4 (ton)	
	SS	:8.79 (ton)	3.1	ケミカルリサイクル		:191.9 (ton)	
	n-Hex	:0.24 (ton)	△0.26	サーマルリサイクル	:272.6 (ton)		
				単純焼却	:5.6 (ton)	2.1	
				埋立処分	:0 (ton)	±0	

OUTPUT

## その他の 取り組み

コーセーグループでは生産部門以外でも環境保全活動に積極的に取り組んでいます。環境とかかわりの深い物流部門はもちろん、事務部門や営業部門でもそれぞれの実情に合わせた活動を展開しています。また、社員への啓発活動の一環としてエコ活動事例表彰も恒例事業として社内に定着しています。



LED照明を使用した什器



サンプルは輸送箱を止め、簡易包装に

### 物流の合理化を推進

現在、コーセーの物流は全国6カ所の流通センターによって実施していますが、2009年10月、日立物流コラボネクスト株式会社と新たな業務委託契約を結び、2010年下期より同社のシステムを利用した配送を行うことになりました。これにより、コーセーの化粧品は他企業の商材との共同物流となり、車両集約によるCO<sub>2</sub>排出削減が可能になります。

### 環境団体への参加・協賛

コーセーでは様々な環境団体の活動にも参加しています。グリーン購入を積極的に推進するためにグリーン購入ネットワーク(Green Purchasing Network)への参加、国民参加運動の「チーム・マイナス6%」への登録と社員への参加呼びかけ、廃棄物のリサイクル促進を財団法人日本容器包装リサイクル協会に委託していることなどはその一例です。

### 販売什器にLED照明を採用

ドラッグストアや量販店などの化粧品販売コーナーでは、お客様が自分にふさわしい商品を正しく選択できるように、使用見本と商品と一緒に陳列した販売什器を活用しています。これらのディスプレイ照明として、従来は蛍光灯を使用していましたが、メイクアップブランドの「ヴィセ」の販売什器から、LED照明を採用し始めました。LEDは寿命が長いだけでなく、消費電力が蛍光灯に比べても格段に低く、省エネルギーにつながるため、今後は積極的に採用していく予定です。

### サンプルの輸送箱を廃止

コーセーではお客様に化粧品が肌に合うかどうか、期待する効果や使用感を持ったものであるかどうかをお試しいただくために、様々なサンプルを作っています。従来、このサンプルは20個あるいは50個を一組として、サンプル本体と商品説明用の台紙を紙製の箱に入れて店頭にお届けしていました。これは輸送用が主目的のため、2009年度からビニール袋を利用する簡易包装に切り替えました。この方法で、廃棄ごみの量を約1/5、物流量を約2/3に減量することが可能になりました。

### エコカーの導入

現在、コーセー化粧品販売株式会社では営業担当が使用する車を含め、約600台の社用車がありますが、順次ハイブリッド車への切り替えを始めています。まずは75台の切り替えを予定していますが、CO<sub>2</sub>の削減効果を試算すると、5年間で約440tです。これは、東京ドーム約3.2個分の面積の杉林が吸収するCO<sub>2</sub>とほぼ同じになります。

### オフィスの省エネ活動

全事業所におけるオフィスで省エネルギー活動を実践するため、空調温度の調節やCool Biz・Warm Bizの実施、会議室や給湯室など無人時の消灯、就業前や昼休み時間帯の一部消灯、外出時や退社時のパソコン電源のシャットダウンなどを全社レベルで推進しています。

## エコ活動事例・エコ川柳の募集

コーセーでは社員の環境保全に対する関心を高め、環境活動への啓発をはかる活動の一環として、毎年12月をエコ推進月間と位置付けています。全社員、全事業所を対象として社内キャンペーンを展開するほか、全社員、全部門を対象として活動事例や標語・川柳の募集を行っています。この活動は1999年にスタートしましたので、2009年度で11回目を迎えました。



## オフィスゴミ スリム化宣言で 3R運動を実施

コーセーのコーポレートメッセージは「美しい知恵 人へ 地球へ」です。この考えを実践するために、全社員に『オフィスゴミスリム化』のための活動に参加を呼びかけています。具体的には、各自の職場でできるエコ活動として、ゴミをできるだけ出さないReduce(リデュース)、両面コピーや封筒の使いまわしなどできるだけ再使用に心がけるReuse(リユース)、ゴミを分別して廃棄するRecycle(リサイクル)という3R運動を提唱しています。この運動は創業60周年の2006年にスタートさせましたが、現在ではそれぞれの事業所、それぞれの職場の事情に合わせた活動が展開されています。

## コピーは両面印刷が基本

コーセーでは3R運動推進のために、コピー用紙やプリンター用紙の使用にあたっては両面印刷や使用済み用紙の裏面活用など、全社員に対して環境配慮に対する意識付けを積極的に行っています。オンラインで使用する複合機などは両面モノクロ印刷を基本設定とし、できるだけ日常業務のなかでムダを減らす努力をしています。また、再生紙の使用や連絡用に使用する事務封筒の繰り返し活用、ボールペンやサインペンなど事務用品のグリーン購入も、それぞれの事業所やオフィスの事情に合わせて取り入れるよう呼びかけています。もちろん、社内ネットワークを活用したペーパーレス化にも取り組んでいます。

### エコ活動事例表彰

#### 最優秀賞

- 美容液や化粧水等に利用されているラミネートサンプルの簡易包装実施による資材の減量化 [購買部 ほか]

#### 優秀賞

- 製造装置の洗浄方法改善によるCOD物質排出の30%削減 (CODは水質の指標の一つ) [中国 製造チーム]
- オフィスにおけるCO<sub>2</sub>排出削減 & コスト削減のための20項目 [八王子支店]

#### 生産・物流部門賞

- 口紅製造に集光ヒーター導入による消費電力の削減 [生産技術センター]
- ステップフローミキサーに自作攪拌機を加えて洗浄水を節減 [群馬製造課]
- エア緩衝材の導入による廃棄ゴミ量の削減 [ロジスティック部]

#### 販社・研究部門賞

- 保存文書の溶解処理廃棄&再生トイレットペーパーの活用 [総務部]
- 研究所員向けに身近なエコ活動を紹介する「白くまほっとライン」を発行 [技術情報管理室]
- 商品のポンプを再利用できる「付け替えキャップ商品」の開発 [商品デザイン部]

### エコ川柳

#### 優秀賞

- CO<sub>2</sub> CO<sub>2</sub>(こつこつ)と減らす努力が実を結ぶ [中部ストア支店]
- セーブ劇 誰もがみんな 保安官 [受注センター]
- 電気消し 流星さがす エコな夜 [群馬生産課]

# 1 安心して 使っていただくために

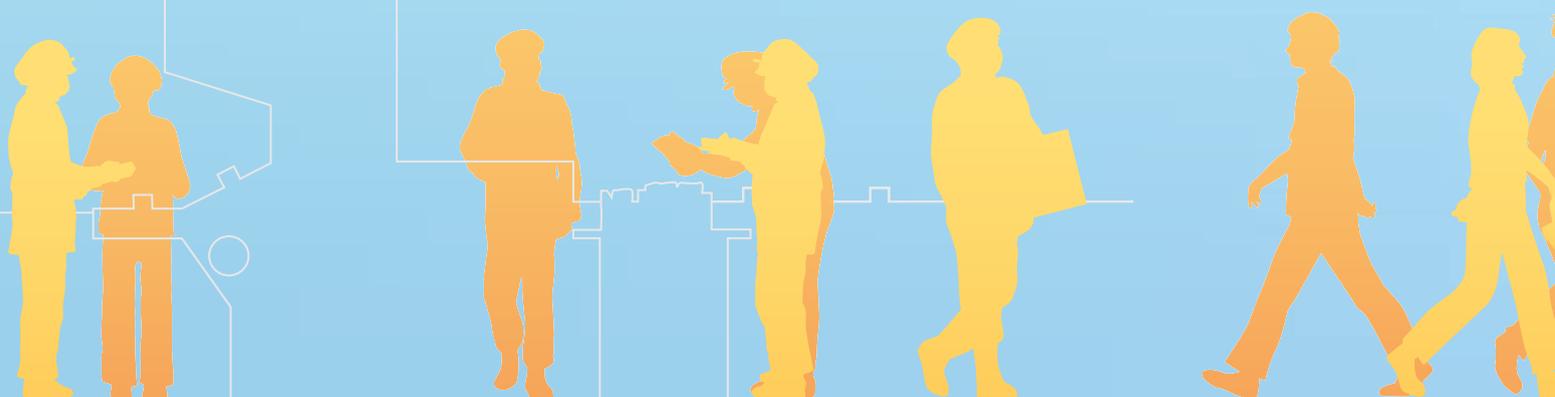
群馬工場では、製造環境を常にクリーンに保つために、緩衝エリアを設けることによって外部環境と内部環境の遮断を図っています。その役割を務めるのが厚生棟の1階にある更衣室エリアです。全ての従業員がここで、ほこりが付着しにくく、糸くずも発生しにくい作業着に着替えます。床には素足ゾーンを設けて、外から履いてきた靴と工場内での履物が同じ床面で共存させない工夫をしています。



外から見た厚生棟



上: 下足スペース  
下: 500人が使用可能な更衣室



使う人にやさしく、つくる人にもやさしい工場を目指しています

## 群馬工場の取り組み

### 3 CO<sub>2</sub>を できるだけ出さないために

群馬工場では、2009年よりボイラーの燃料を、灯油から都市ガスへ切り替えました。天然ガスの燃焼時のCO<sub>2</sub>排出量(単位発熱量あたり)は灯油に比べ25%削減されます。窒素酸化物(NO<sub>x</sub>)や硫黄酸化物(SO<sub>x</sub>)の排出も抑制できました。他の工場にもガス化の展開を予定しています。



ガス燃料対応のボイラー

### 4 パウチ容器で 樹脂を減量化

群馬工場には、パウチ式容器を充填するラインがあります。環境への意識の高まりを受け、パウチ容器の需要がますます拡大しています。お客様のご要望を受け、シャンプーやボディソープといったトイレタリー商品だけでなく、日焼け止めや乳液といった製品にも拡大しています。

## 2. 楽しいランチタイムを提供

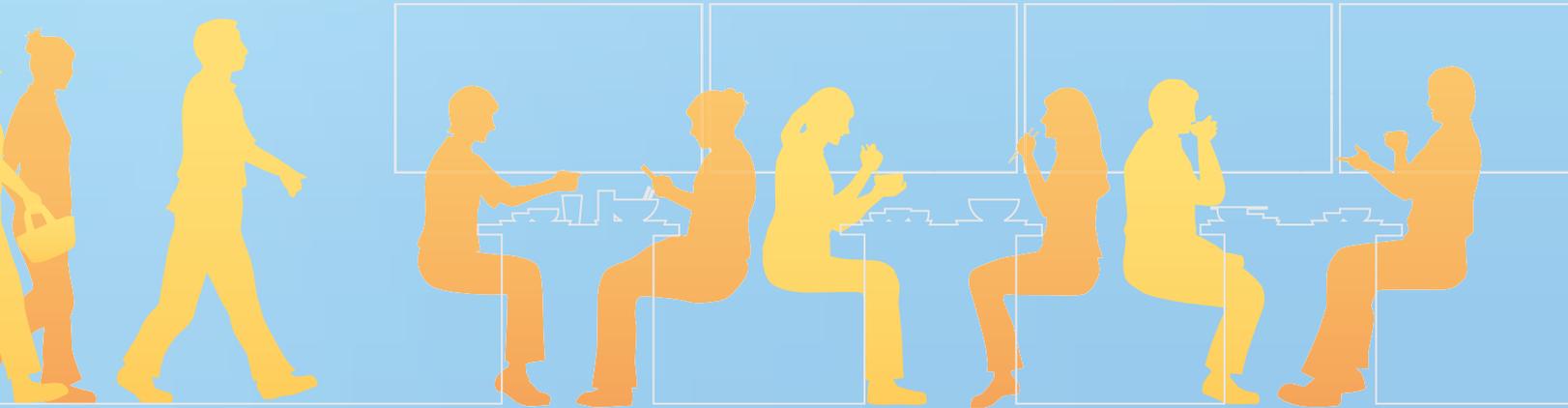
当社では、つくる作業にたずさわる人たちが気持ちよく働ける職場環境も品質のひとつと考えています。厚生棟の2階にある食堂には、厨房施設があり、カロリーを考慮した5種類の昼食メニューが、日替りで提供されています。300人を収容できる広さがあり、昼休みには従業員が2交代で利用します。スライドを投影するためのプロジェクターやスクリーンの設備があり、大会議室としても使われています。



上: 厚生棟と製造現場をつなぐ渡り廊下  
下: 外から見た渡り廊下



食堂での食事風景



化粧品の製造工場として一番大切なことは、安心して使っていただける品質の商品を安定して造ることにあります。化粧品の製造にあたっては、厳しいGMP(グッド・マニファクチャリング・プラクティス)という基準が義務付けられていますが、コーセーグループでは、何よりも「お客様が手にする一個」のためにGMPをさらに上回る厳しさの独自基準を設けて品質追求への取り組みを行っています。

## 5. 「メダカの里」が共生のシンボル

地域の人々や自然環境との共生も大切です。群馬工場は製造に使った水を、地域の自然水系に放流するため、排水処理施設を完備しています。自然環境に排出ができる、安全できれいな水。そのシンボルとして、群馬工場の敷地の片隅に、工場排水がそのまま流れ込む「メダカの里」が設けられています。



パウチ式容器の充填ライン



「メダカの里」と名づけています

# コーポレート ガバナンス・ コンプライアンス について

コーセーグループは企業価値を高めるためにもコーポレートガバナンスの強化に積極的に取り組み、コンプライアンスの意識の高揚への取り組みとともに健全な経営を遂行する組織体制を整備しています。

## コーポレートガバナンス体制

全てのステークホルダーとの共生を重要な経営課題ととらえ、コーポレートガバナンスの強化によって透明性、公正性の高いコミュニケーションをはかっています。そのため、取締役会と監査役会によって業務遂行の監督・監視を行う監査役制度を採用しています。また、業務遂行の効率化をはかるために執行役員制度を導入し、経営会議を設置して経営の重要事項を協議しています。

## インサイダー取引規制セミナー

「中期経営計画」の課題のひとつにコンプライアンスの強化を掲げています。全社員の意識を高めるために2008年度からインターネットを利用したeラーニングによる「コンプライアンス研修」を実施しています。2009年度はこれに加えて、「インサイダー取引規制セミナー」を実施しました。この研修はインサイダー情報にかかわる頻度の高い部門の全社員を対象として行われました。

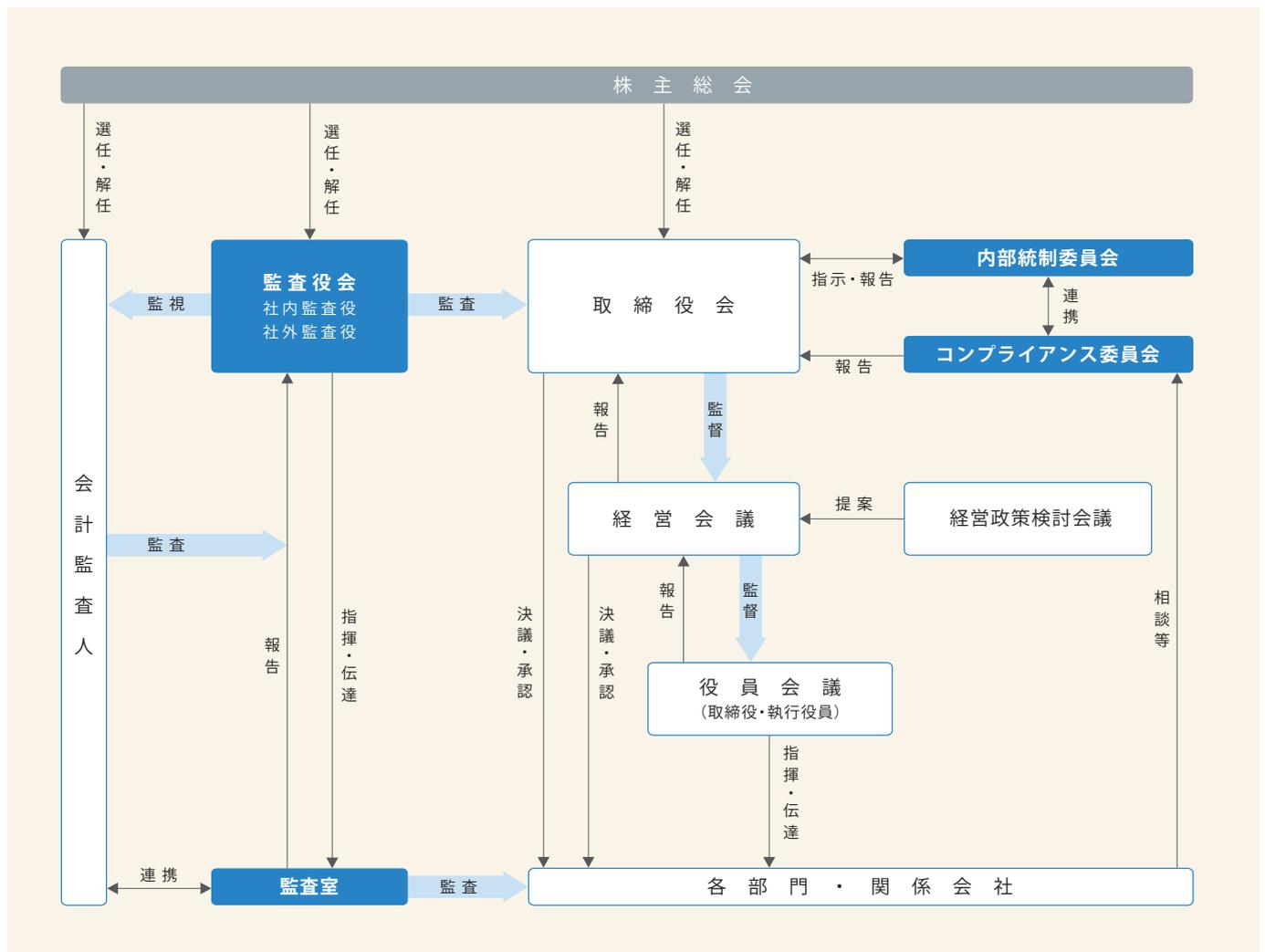
## コーセーの精神は

### 「正しきことに従う心」

コーセーの企業倫理に対する取り組みは、コンプライアンス(法令遵守)はもとより広く社会を含めたステークホルダーと共生をはかり、信頼性の高い企業であり続けるために「コーセーグループ行動指針」を策定して、コーセーグループで働く全ての人の行動規範としています。この「行動指針」では、次のように「行動憲章」の中で、創業者である小林孝三郎が座右の銘としてきた「正しきことに従う心」を掲げています。

## コーセーグループ行動憲章

コーセーグループは正しいことは何かを見つめながら「正しきことに従う心」をもって、倫理に即した行動に徹し、法令・社会規範を遵守し、コーセーグループに関わる全ての人々の人権を尊重しお客様をはじめ広く社会から支持される誠実で誠意のある企業であり続けることを目指します。



## お客様とともに

— 商品にもカラーバリアフリーを  
コーセーコスメポート株式会社では、化粧品を選びやすく、使いやすくするために商品のユニバーサルデザイン化に力を注いでいます。そのひとつが、色弱の方にも読みやすい配色を採用したカラーバリアフリー商品です。現在、メンズソフティモ洗顔シリーズやサンカット商品に採用していますが、2009年日本パッケージングコンテストで「アクセシブルデザイン包装賞」を受賞しました。その他、ソフティモシリーズやサロンスタイルシリーズでは容器やパッケージに点字表示を施して、誤使用を防ぐ配慮を行っています。

## 社会とともに

### — 盲導犬の普及活動を支援

コーセーグループは社会活動支援にも力を注いでいます。シンクロナイズドスイミングの日本チームなどのスポーツ支援、コスメトロジー研究振興財団等の学術支援、文化事業への支援等様々な活動を支援していますが、コーセーコスメポート株式会社では売上げの一部を全国盲導犬施設連合会に寄付しています。この寄付金は盲導犬の育成や普及活動に役立てられています。また、障がい者のノーマライゼーションと雇用促進にも力を入れています。株式会社アドバンスは障がい者が中心の特例子会社ですが、すでに18年の実績がありますし、コーセー化粧品販売株式会社の受注センターも障害者雇用職場改善好事例奨励賞を受賞しています。

### — サロンスタイルの森を広げる

環境活動の一環でもありますが、コーセーコスメポート株式会社では、サロンスタイルの売上げの一部で、中国の蒙古自治区内にカラマツの苗木を植える活動を2008年度から続けています。これはCO<sub>2</sub>の排出を植林で埋め合わせ、地球温暖化を防ごうという活動で、カーボンオフセットと呼ばれています。

## お取引先とともに

### — パートナーシップを重視

コーセーは創業時よりご販売店との関係を重視してきました。共存共栄を目指す経営の実践、お客様への親切で丁寧な対応も一緒になって実現させて行くことを目指していますが、この姿勢は販売チャンネルが拡大してきた現在でも変わることはありません。また、原料や材料の購入をはじめ流通、施設の建設など様々な分野で数多くの企業とお取引させていただいておりますが、信頼関係で結ばれた強いパートナーシップが大事であると考えています。そのため、特に仕入先関係の企業の皆様には年に一度、方針説明会を設けています。この場では、品質や環境配慮への協力のお願も行っています。

## 株主の皆様とともに

### — 女性のためのIRセミナーを開催

コーセーでは株主の皆様の期待にお応えするため、経営の健全性や効率性を高めて安定した利益還元をはかる努力を続けています。優れた研究開発力、特徴あるブランド群、強固な経営体質などの強みを生かしていくことはもちろん、経営改革や業務改革にも積極的に取り組んでいます。またIR活動の一環として、「女性のためのIRセミナー」を開催するなど、株主や投資家の皆様の理解と信頼を得るための活動にも力を注いでいます。

## 社員とともに

### — 社員のアイデアを商品に

コーセーグループでは、企業と社員がともに同じ理念と同じ目標を目指して前進できるように、様々な教育制度、人事制度、経営参加制度などを設けていますが、自由に商品に対するアイデアを提案できるKOSÉ アイデアコンテストもそのひとつです。第1回目は2008年に実施されましたが、2,348通の応募があり、現在その優秀提案の商品化が進行しています。2010年には2回目のコンテストが実施されました。

# ステーキホルダーとともに

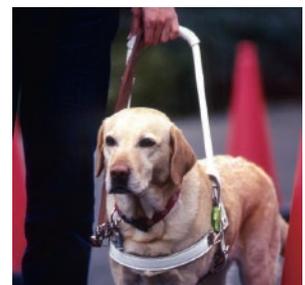
コーセーグループはお客様をはじめ企業を取り巻く全ての人々、地域社会、国際社会とよりよい共生をはかって行きたいと考えています。そのために様々な活動に積極的に取り組んでいます。



カラーバリアフリー商品



カラーユニバーサルデザインのシンボルマーク



盲導犬の普及をサポート

# コーセー について

コーセーグループは、基本理念に「英知と感性を融合し、独自の美しい価値と文化を創造する」を掲げ、化粧品を主体とする企業活動を展開しています。

## 新しい化粧品を生み出す — 商品開発力が特長です

コーセーの特長は、創業以来65年にわたって、ほぼ化粧品のみを事業領域とした企業活動を続けてきたことにあります。企業規模が拡大し、グループ企業が増えた現在でもそのことは変わりありません。コーセーグループの企業理念体系の中に「ひとびとの期待に応え、期待を超える」という言葉が掲げられていますが、これは1946年の創業から一貫して企業方針の第一としてきた「お客様に最高の品質をお届けしたい」ということを表すものです。そして、この理念を堅持し続けてこられたのは、化粧品だけを見つめ、その理想を追い求めてきたからであると信じています。

その現れのひとつが、業界内外から認められている研究開発力の高さです。現在多くの女性たちに幅広く愛用されているエッセンスと呼ばれる美容液は、1975年にコーセーが世界で初めて開発し、R・Cリキッドとして市場に送り出したものです。その後1970年に発売したモイストチュアエッセンスとともに高い支持を得て、美容液というカテゴリーを創りだしました。またファンデーションの分野でも数々のタイプを開発し、定番アイテムとして育て上げてきました。

パウダーファンデーション、2ウェイファンデーション、夏用のリキッドファンデーション、下地のいらないクイックタイプのファンデーションなど全てコーセーが業界に先駆けて開発してきました。

この他、美容効果を長時間維持することかできるリポソームを応用した美容液、肌ののばすときに液体状に変化する粉の美容液など、コーセーが開発してきた化粧品は数多くあります。

このような新しい化粧品を生み出す力に加えて、お客さまの手元に届く全ての化粧品の品質を高めることへのこだわりも、コーセーの特長です。

生産設備や体制の強化にもいち早く取り組み、1970年代からQC活動といわれる品質管理活動を導入しています。1980年には化粧品業界で最初にデミング賞を受賞しましたし、品質保証に関する国際規格ISO9001の認証も全ての生産施設で取得しています。

また、このようにして作った化粧品をお客様に心を込めて手渡しするとともに、真にご満足いただくために、販売するチャネルの状況やお客様のニーズにあわせて提供する化粧品を変えていくというコーセー独自のブランドマーケティングも展開しています。

### 会社概要

名 称	株式会社コーセー
本 社	〒103-8251 東京都中央区日本橋3-6-2
創 業	1946年3月2日
設 立	1948年6月8日
資 本 金	4,848百万円(2010年3月末)
代表取締役社長	小林 一俊
連結従業員数	5,632名(2010年3月期末嘱託・パート社員を除く)

## 事業分野と主カブランド

### ●化粧品事業

コーセーグループの事業領域は化粧品を中心としていますが、中でも高付加価値ブランドを中心とする分野を化粧品事業と位置付けています。全体に占めるウエイトは73.1%('09年3月期売上)と3/4を上回っています。百貨店や化粧品専門店、大型量販店、ドラッグストアなどを主力に、様々な販売チャネルを通じてお届けしています。

代表的なブランドとしては、コスメデコルテやアウエイクなど付加価値の高いハイプレステージブランド群と、エスプリークプレシャスやプレディア、雪肌精などカウンセリングによる販売ながらも、より多くの方に使っていただきたいプレステージブランド群があります。

また、ライスパワーエキスNo.11を配合したモイスチュアスキンリペア、海外のファッションデザイナーとコラボレーションしたジルスチュアート、ドクターコスメのフィルナチュラント、サロン向け化粧品のクリエなども化粧品事業に含まれるブランドです。

### ●コスメタリー事業

コーセーグループではセルフ販売を中心とする分野も、より価値観の高い化粧品発想の商品開発を行なっているため、この分野をコスメタリー事業と呼んでいます。全体の26.0%(2010年3月期売上)を占め、量販店やドラッグストアを中心に幅広い販売チャネルで展開しています。高級ヘアケアブランドのスティープン・ノル コレクションをはじめ、コーセーコスメポートのサロンスタイルやソフティモ、マリ・クレール、コーセーコスメニエンスのハッピーバスデイ、ネイチャーアンドコー、ファシオ、そしてロンドン発のリンメルなどが含まれます。また、この事業に新しいメンズスキンケアブランドとして「アディダス スキンプロテクション」シリーズが加わりました。

### ●その他の事業

この事業は相手先ブランドの化粧品を受注生産したり、全国のホテル等で行われるアメニティ化粧品や業務用化粧品の販売が中心の事業ですが、全体に閉めるウエイトは0.9%とそれほど高くありません。

## 株式会社コーセー 事業所

### 工場

[狭山工場]

埼玉県狭山市富士見2-20-1

[群馬工場]

群馬県伊勢崎市境伊与久1913

### 研究所

東京都北区栄町48-18

[コーセー研究所技術情報センター]

東京都北区栄町46-3

[コーセー基礎研究所]

東京都板橋区小豆沢1-18-4

### 流通センター

[北海道流通センター]

北海道恵庭市戸磯347-13

[東北流通センター]

福島県須賀川市越久発米19-1

[狭山流通センター]

埼玉県狭山市富士見2-20-1

[名神流通センター]

滋賀県湖南市中央3-8-1

[中四国流通センター]

岡山県笠岡市みの越1番地

[九州流通センター]

福岡県古賀市糸ヶ浦30

### 研修センター

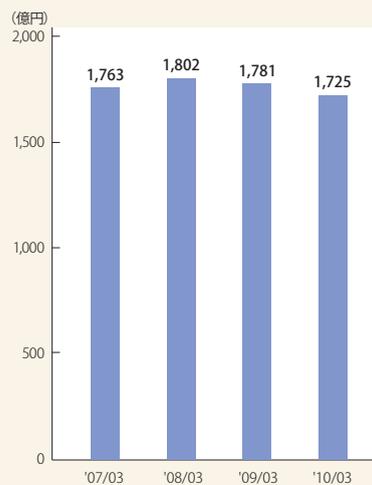
[王子研修センター]

東京都北区王子2-29-2

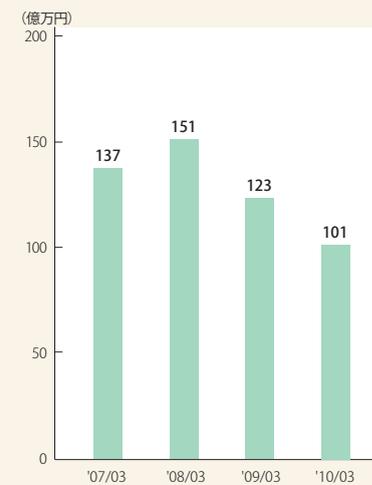
### 主な関係会社

コーセー化粧品販売(株)  
コーセーコスメニエンス(株)  
コーセーコスメポート(株)  
(株)クリエ  
(株)ドクターフィルコスメティクス  
コーセーコスメリア(株)  
(株)コスメラボ  
(株)アドバンス  
コーセー保険サービス(株)  
インターコスメ(株)  
(株)アルビオン  
(株)テクノラボ  
(株)コスメディック  
高絲化粧品有限公司(中国)  
高絲化粧品銷售(中国)有限公司  
高絲香港有限公司  
KOSÉ SINGAPORE PTE.LTD.  
KOSÉ AMERICA INC.  
KOSÉ KOREA CO.,LTD.  
台湾高絲股份有限公司  
KOSÉ(THAILAND) CO.,LTD.  
KOSÉ(MALAYSIA) SDN.BHD.

売上高推移(連結)



営業利益推移(連結)



# 環境会計

コーセーグループは企業の社会的責任を果たす活動の一環として、1997年より環境基本方針と環境行動指針を定めて具体的な活動を実施しています。このような活動の目安として、今年度も『環境会計ガイドライン2007』を踏まえて、コーセーグループの環境会計を実施しました。

## 環境保全コスト

2009年度は群馬事業所のボイラーのガス化により公害防止コストがアップしました。また、生分解原料を採用した商品の増加により、研究開発コストもアップしました。しかし、リサイクル率のアップや環境保全活動の積み重ねにより、資産循環コスト、環境改善対策コストが減少しました。投資面では空調機の更新、省エネ型照明設備への切り替えなどが主なものです。

### — 環境保全コストの参考データ

投資に関しては環境に配慮した省エネ対応設備の採用に重点を置きました。費用面では廃棄物等の発生抑制や適正処理、資源の循環的利用の推進、ボイラーの天然ガス化等に積極的に取り組んでいます。

## 環境保全効果

2009年度はペラ能書添付をやめて、化粧箱に直接能書を記載する商品のアイテム数を拡大させたことにより約5,000万円の費用節減効果がありました。これは紙12t分にあたり、360本の木の伐採を防ぐことができたこととなります。また、群馬事業所がボイラーの燃料を天然ガスに転換したため、全体としてCO<sub>2</sub>排出量を前年実績の1割超を削減することができました。

### — 環境保全効果の参考データ

生産資源消費量は市場状況による生産量や気候や社会状況など様々な要因により変動します。そのため、総消費量と原単位消費量の双方から環境保全効果を分析しています。

環境保全コスト

(単位:万円)

分類	主な取り組みの内容	2009		2008		2007	
		投資額	費用額	投資額	費用額	投資額	費用額
1. 事業エリア							
①公害防止コスト	大気汚染、水質汚濁、土壌汚染、騒音、悪臭防止	3,278	18,487	10,752	16,871	19,316	18,052
②地球環境保全コスト	温暖化防止、オゾン層破壊防止	2,101	2,725	0	2,984	652	3,384
③資産循環コスト	節水、資源の効率利用、産業廃棄物処理費用	1,129	13,476	212	16,851	1,227	14,237
2. 上・下流コスト	グリーン購入、容器包装等のリサイクル負担金等	553	13,189	0	14,016	0	26,641
3. 管理活動コスト	環境教育・委員会、ISO関連、環境負荷測定等	0	3,053	0	3,528	0	2,958
4. 研究開発コスト	環境配慮製品の開発	0	8,621	0	7,020	0	9,267
5. 社会活動コスト	環境改善対策、環境情報の公表	4,243	4,118	4,190	6,131	2,018	5,668
6. 環境損傷対応コスト		0	0	0	479	0	479
合計		11,304	63,668	15,154	67,880	23,213	80,686

\*投資額は集計期間に取得した償却資産を計上しています。\*減価償却費は財務会計上の耐用年数及び償却方法で計上しています。\*複合コストは環境保全に関わる部分について差額及び按分集計しています。

環境保全効果

環境保全効果		前年度実績 (基準期)	今年度実績 (比較期)	2009 保全効果	2008 保全効果	2007 保全効果
事業活動に投入する 資源に関する環境保全効果	エネルギー消費量の減少(電力)	14,758,000KW	14,717,153KW	40,847KW	-285,621KW	10,071KW
	エネルギー消費量の減少(重油)	332,500L	310,750L	21,750L	5,335L	8,256L
	エネルギー消費量の減少(灯油)	474,600L	349,536L	125,064L	446,190L	-44,090L
	エネルギー消費量の減少(天然ガス)	376,399Nm <sup>3</sup>	490,514Nm <sup>3</sup>	-114,115Nm <sup>3</sup>	-376,399Nm <sup>3</sup>	—
事業活動から排出する環境負荷 及び廃棄物に関する環境保全効果	環境負荷物質排出量の減少(CO <sub>2</sub> )	9,138.8t	8,150.2t	988.6t	-605.9t	-83.6t
	廃棄物等排出の減少	3,016.0t	3,053.7t	-37.7t	327.7t	-22.2t
環境保全対策に伴う経済効果(実質的効果)						
費用の削減	省エネルギー、省資源による費用節減	—	—	6,883万円	9,222万円	4,133万円
	資源再利用による廃棄処理費の節減	—	—	3,792万円	3,125万円	5,174万円

環境保全コストの参考データ

(単位:万円)

環境保全コスト(環境保全対策分野に応じた分類)		主な取り組みの内容	投資額	費用額
分類	①地球温暖化対策に関するコスト	温水冷却水の循環式採用	0	2,183
	②オゾン層保護対策に関するコスト	空調設備更新	2,101	152
	③大気環境保全に関するコスト	ボイラーのガス化	736	7,549
	④騒音・振動対策に関するコスト	省電力エアコンプレッサー	0	950
	⑤水環境・土壌環境・地盤環境保全に関するコスト	排水処理場	1,149	9,906
	⑥廃棄物・リサイクル対策に関するコスト	リサイクル負担金	1,129	25,933
	⑦化学物質対策に関するコスト	生分解原料の採用	0	8,621
	⑧自然環境保全に関するコスト	環境に配慮した建物設備補修	4,243	4,118
	⑨その他コスト	管理運営コスト他	1,946	4,257
合計			11,304	63,668

生産拠点における生産量推移

(単位:1千ダース)

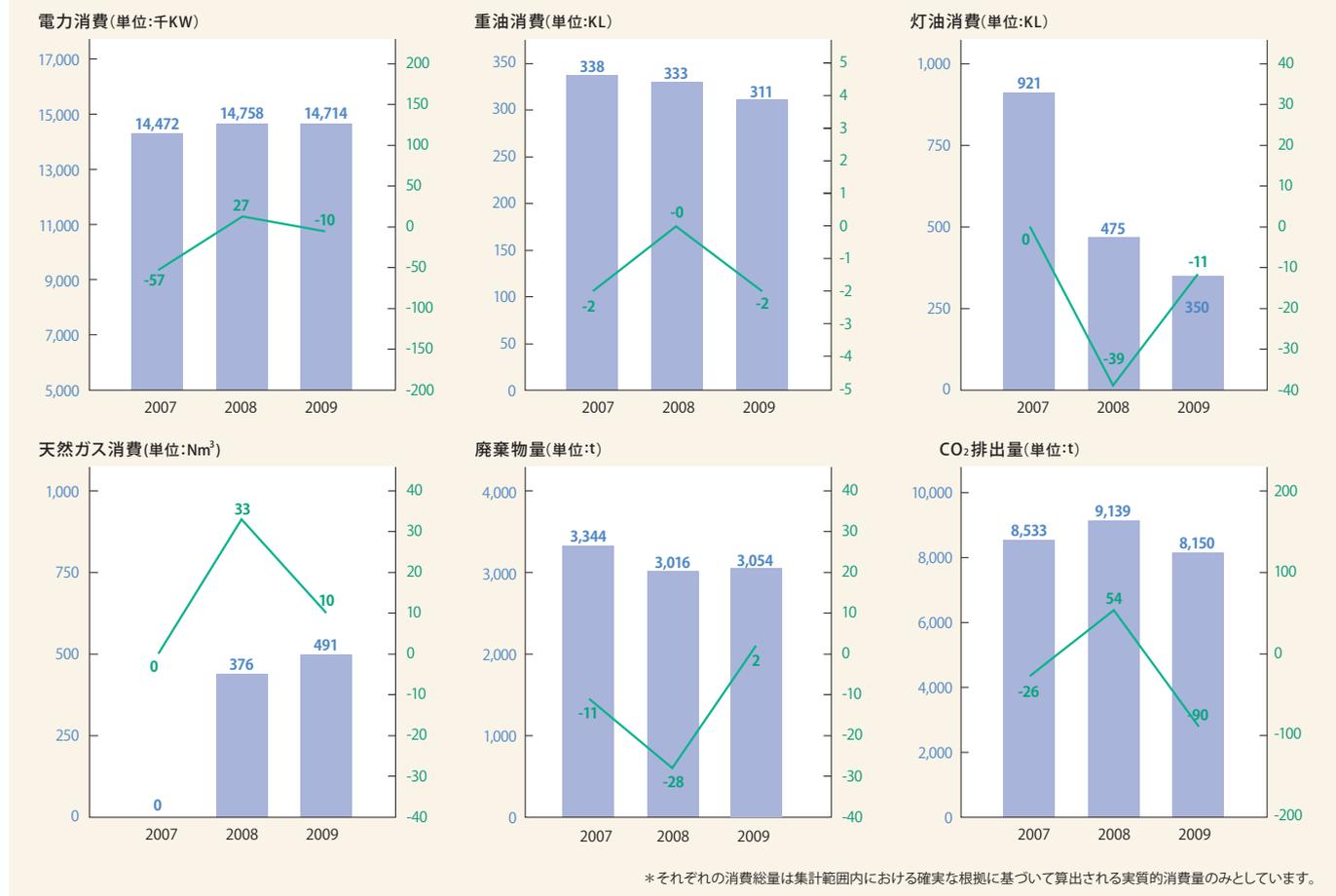
項目	2009	前年比	2008	2007
コーセー狭山事業所	1,647	100.7%	1,636	1,714
コーセー群馬事業所	8,323	100.9%	8,248	8,136
アルビオン熊谷事業所	1,538	97.9%	1,571	1,623
合計	11,508	100.5%	11,455	11,473

\*外注加工による生産量は含めていません。

環境保全効果の参考データ

実総消費量・原単位換算環境保全効果の推移

(注)各表の棒グラフは総消費量(左目盛)、折れ線グラフは原単位あたりの環境保全効果(右目盛)を表します。



<2009年度の集計について>

環境会計については、グループ経営の観点から株式会社コーセーのほか生産を行っている国内の関係会社も集計範囲に含めています。

集計期間	2009年度(2009/4~2010/3)
集計範囲	株式会社コーセー、 主要関係会社(株式会社アルビオン、インターコスメ株式会社、株式会社アドバンス)
集計基準	『環境会計ガイドライン2005年度版』及び『環境報告書ガイドライン2007年度版』に準拠

## 編集方針

コーセーグループでは、環境保全に対する取り組みとその成果を「環境報告書」として2000年より発行してきました。しかし、2005年からは、当社グループを取り巻くステークホルダーの皆さまとの共生を企業経営の重大な課題としてとらえ、CSR (Corporate Social Responsibility) に関する企業活動の内容も報告の一部に加えていますが、本年もこの考え方にそって「社会・環境報告書 2010」としてまとめました。

なお、本報告書のデータ収集や編集にあたっては、環境省の発行した「環境報告書ガイドライン 2007年度版」、「環境会計ガイドライン 2005年度版」、およびGRIの「サステナビリティレポートガイドライン Ver.3.0」を参考にしています。

## 対象範囲

### 【対象期間】

実績データについては2009年度(2009年4月1日～2010年3月31日)ですが、一部の項目については過去の推移も併記しました。また、活動内容については、2009年度の内容を中心としましたが、それ以前から継続中のもの、および2010年4月以降のものも一部掲載しました。

### 【対象組織】

環境保全活動については、株式会社コーセーと生産設備を持つ主要関係会社4社の活動内容やデータを記載しました。社会性についての活動内容は、株式会社コーセーと全ての関係会社の活動から記載しました。

### 【次号の発行予定】

2011年10月を予定しています。なお、皆さまの声を生かした報告書にしていきたいと考えております。

ご意見等ございましたら

**株式会社コーセー 地球環境委員会**  
(FAX 03-3281-5901)

までお送りくださいますようお願い申し上げます。



K O S É  
株式会社 コーセー

東京都中央区日本橋3-6-2 〒103-8251

TEL.03-3273-1511 (代表)

<http://www.kose.co.jp>



この印刷物に使用している用紙は、森を元気にするための間伐と間伐材の有効活用に役立ちます。