

お客さまとともに

Social

01

コーセーは、化粧品を中心とする美の創造企業として、いつまでも美しくありたい・健やかでありたいというお客さまの願いに応え、お客さま一人ひとりの生活がより充実したものになるように支援していくことが使命であると考えています。

いつの時代もお客さまに愛される商品づくり

コーセーは1946年の創業時より、原材料の調達から製造現場まで品質管理を徹底するとともに、最良の商品をつくり出すことに情熱を注いできました。2010年度からは「お客さまの満足が私たちの願いです」というメッセージを核とした「コーセー品質方針」を掲げ、さらに広く深い意味での“品質”を磨き続けています。

品質方針

「お客さまの満足が私たちの願いです」

- 良い商品で安心と安全を提供します。
- 魅力的な商品や最良の品質を追求します。
- 正しい情報をお届けし、お客さまとの信頼をつくります。
- お客さまの声を聞き、より良い商品づくりに活用します。
- ものづくりやサービスの基本である法規制を遵守します。

時代を映すコーセーの化粧品

いつの時代も、コーセーはお客さまのニーズに応え、先取りすることを目指しています。世界初の「パウダーファンデーション」を生み出したのも、社会に進出していく女性へ、より簡単にお化粧品できるものを提供したいという想いが原点となっています。



科学的な手法による品質管理

コーセーの全社的な品質管理活動は、約30年前に導入したQCサークルを基盤としています。QCサークルは、生産性向上や品質向上につながる活動を推進するグループで、生産部において約90のサークルが活動しています。改善活動はパートタイマーやアルバイト※も含めた、生産に携わる全従業員が主体的に行っており、個々の能力が大きく発

揮されることから、やりがいのある職場環境づくりにも役立っています。

毎年生産部門が合同で開催する「チャレンジKAIZEN大会」は36回目を迎え、上位入賞者が参加する地方・全日本大会ではたびたび表彰もされています。

※ 大きな成果を挙げることができた非正規社員には、正社員への登用制度を用意しています。



製造過程に無理・ムダがないか、常に見直す

安心してお使いいただくために

化粧品は、お客さまの大切な肌や髪へ直接つけて使用されることから、「安全に、安心してご使用いただけること」が大前提です。コーセーはこの点を重視し、原料の採用にあたっては、独自の厳格な基準を設け、安全性を確認した原料を採用しています。また、最終製品においても、お客さまの使用状況を想定しながら十分に安全性を確認し

たうえで、商品を市場に送り出しています。

コーセーは、品質の良い化粧品をつくり届けていくことが重要と考えています。肌への効能・効果や機能の確保はもちろんのこと、常に高い品質を維持し、お客さまに安心して使っていただける安全な化粧品を提供することを何より優先しています。



原料と最終商品の安全性を確認

お客さまの声に真摯に応える体制

お客様相談室では、「傾聴」「共感」「迅速」「信頼」をモットーに、定期的に研修やお客さま満足度調査等を行い、相談員のスキルアップに努めています。お客さまから寄せられた大切な声はスピーディーに共有化するため、社内システムでリアルタイムに閲覧・検索できるようにしています。さらに、声の集約・分析を行い「SMILE REPORT」として関

連部署へ定期的に報告し、お客さまにご満足いただける商品やサービスの提供につなげています。

また、皆様の要望を、商品開発の段階からもっと反映するための取り組みも進めています。昨年度には、Webサイトへ直接ご意見を投稿していただく、「コーセーアイデアボックス」を設置しました。



お客様相談室

お取引先さまとともに

Social

02

コーセーは、創業時に掲げた経営五大方針に「共存共栄」を記しているように、お取引先さまとの関係を重視した経営を実践してきました。販売チャネルが多様化した現在でも、この姿勢は変わることなく受け継がれています。

接客技術向上のための教育支援

コーセーグループでは適切なカウンセリングを通して化粧品を販売するため、販売店様やその従業員の方々を対象としたセミナーを多数実施しています。販売店様向けセミナーでは、それぞれのブランドに対する理解を深める導入研修をはじめとして、カウンセリングスキルのさらなる向上を目指し、キャリアを積むためのスキルアップ研修を定期的に開催しています。

2013年度からは、化粧品専門店様へ入社された新入社員の方々を対象に、社会人としてのマナーから化粧品従事者としての美容に関する基礎を学ぶコースを設けて、早い段階でのプロフェッショナル育成を目指しています。さら

に、シーズンごとの肌トラブル対策や、それに対応する最適なスキンケアアイテムの研究のほか、カウンセリングを中心とするフェイスタッチアップやレッスンなど、テクニック向上のためのカリキュラムによるセミナーも実施しています。

コーセーグループは今後もお取引先様との信頼関係を築き、確かなスキル・お客さまの状況を考えて接客の追求に努めています。



ブランドの特徴を学ぶ導入研修



技術を習得するセミナー

CSR調達を協働推進

化粧品の原料や、容器などの材料の仕入先様に対しては、年に一度開催する方針説明会において、品質・環境配慮への協力を呼びかけています。2013年度には60社を超える仕入先様にご参加いただき、特に売上や品質向上、環境配慮などに大きく貢献していただいた仕入先様へ感謝の気持ちを表す表彰を行いました。

また、仕入先様との相互発展のため定期的に情報交換会を開催し、環境や品質、調達に関わる提案や情報をいただき意見交換を実施するなどし、その中で品質向上や調達の効率化、環境に優しい植物由来樹脂原料や紙器類の採用および、仕入先様との共同開発も積極的に進め、新商品の開発に生かしています。



方針説明会での表彰式

株主の皆さまとともに

Social

03

コーセーは株主の皆さま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図るよう尽力しています。優れた研究開発力、特長あるブランド、強固な営業体制などの強みを生かすほか、業務改革や経営改革にも積極的に取り組んでいます。

投資家向け会社説明会を実施

コーセーは上場企業として、機関投資家やアナリスト向けの決算説明会を年2回開催しています。また、女性のためのIRセミナーを開催するなど、適正な情報開示によって株主や投資家の皆様の理解と信頼を得られるようIR活動に力を注いでいます。



決算説明会の様子

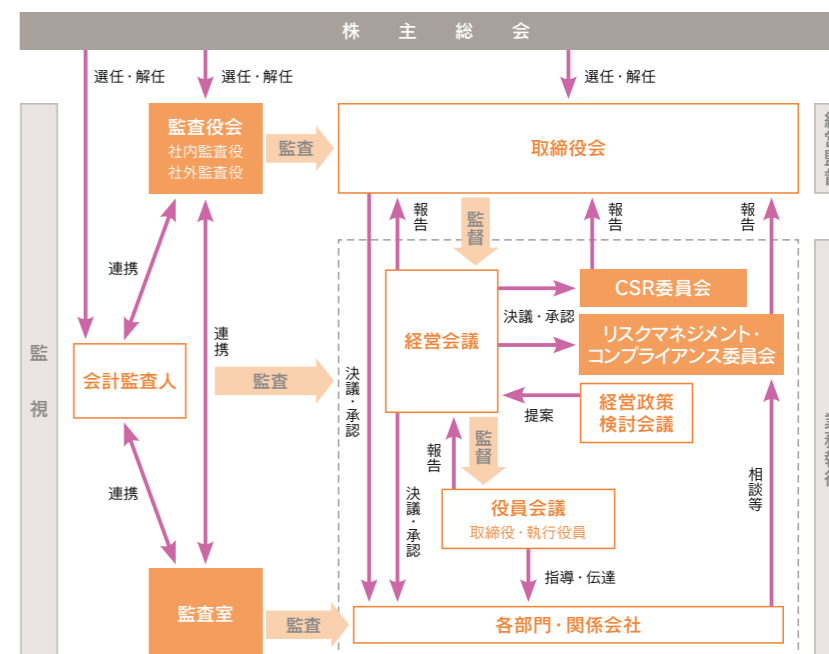


株主優待品の一例

コーポレートガバナンス体制の構築

コーセーでは、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図っています。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図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。なお、全社的なコンプライアンスを実施・確保するためにリスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置するとともに、監査役2名は当社と利害関係のない独立性のある社外監査役としています。

コーポレートガバナンス体制図



地域社会とともに

Social

04

コーセーグループは、地域社会との調和と共生を重要な課題としてとらえ、産学連携や化粧品を通じた社会貢献を進めています。今後も社会で必要とされる企業であるために、積極的に活動の場を広げ、いち企業市民として持続可能な社会を築いていきます。

東京大学に共同研究室を設置

2007年より、化粧品業界として初めて、東京大学大学院薬学系研究科にライフサイエンス研究の推進を目的とした共同研究室(正式名称:産学連携共同研究室 株式会社コーセー)を設置し、研究活動に取り組んでいます。同大学と

ともに、肌の老化メカニズムのさらなる探求や、科学的知見に基づいた新しい薬剤の開発を行い、最先端のライフサイエンス研究を皮膚科学分野に取り入れることで、人々のより豊かな生活を支援していきます。



共同研究室が置かれている東京大学本郷キャンパス

未来を担う人材の教育支援

2012年度は産業能率大学や立教大学と共催し、コーセーのブランド「ファシオ」を題材にしたビジネスコンテストを実施しました。7週間にわたりコーセー社員と約50名の学生がワークショップを重ね、費用対効果を含めて現実的なビジネスプランを策定するもので、最優秀案の選考にも携わりました。2013年度は全国から大学生・大学院生を募り、環境配慮型のビジネスプランを作成

する「em factory2013全国学生環境ビジネスコンテスト」の支援に加えて、産業能率大学で新設されたマーケティング学科で現役社員が講師を務めるなど、人材教育にも積極的に関わっています。この他にも、一般の方が参加できる大学の講座や、東京ヘアメイク専門学校などへの講師派遣を通じて、学術面の支援を積極的に行っています。



販売戦略をテーマとした産業能率大学での授業

企業訪問学習の受け入れ

文部科学省が推進する総合的な学習の一環として、修学旅行時に企業訪問を実施する中学・高校が増えてきています。生徒自らが関心のある分野の企業を選び、訪問で学んだことを、後日

授業で発表するというもので、当社も多くの職場見学を受け入れています。将来の進路や職業を考える場の提供を通じて、中学・高校生の未来を応援しています。



講師社員の話に聞き入る学生たち

スポーツ振興へのさまざまな取り組み

コーセーは「スポーツをするときも美しく」というコンセプトのもと、独自の撥水技術を開発。1981年に業界初のスポーツ専用化粧品ブランド「スポーツビューティ」を発売しました。現在は、よりファッショナブルなブランドに進化した「スポーツビューティ ファシオ」として多くの方から愛されています。こうしたスポーツへの思いから、当社では芸術性の高いスポーツの発展をさまざまな面で支援しています。

2006年4月には、シンクロナイズドスイミング日本代表(マーメイドジャパン)のオフィシャル コスメティックパートナー契約を行い、同年日本スケート連盟 オフィシャルパートナー契約を結びました。シンクロナイズドスイミング

では、演技だけでなく、各選手のメイクも同調していることも重要です。テーマに合ったメイクデザインの提案はもちろん、顔立ちや個性の異なる選手たちを似せて見せることを考慮した技術指導を行っています。

選手たちが演技に集中するためには、メイクが「水に強く、落ちない」ことも大切なポイントであるため、試合には耐水性の高い当社商品を提供しています。また、プールの塩素や、屋外で演技する際の紫外線など、選手の肌や髪への負担は少なくありません。そのため、コーセーは大会のメイクアップ指導に加え、日常的なスキンケアからヘアケアまで、トータルなサポートをしています。



大会では選手自身がメイクアップするため、事前に指導やアドバイスを実施

>> スペシャルサイト
http://www.kose.co.jp/jp/ja/kose_sports/index.html

生活しやすい社会を目指したバリアフリー活動

コーセーグループはバリアフリー社会を目指して、売上げの一部を全国盲導犬施設連合会に寄付し、盲導犬の育成や普及活動を支援しています。寄付金は身体障がい者補助犬健康管理手帳

の制作にも役立てられています。また、コーセーコスメポートでは、点字を表示したバリアフリーパッケージ商品を数多く揃えており、あらゆる人に喜ばれる工夫を進めています。



(上) 立派な補助犬の育成を支援
(左) 手帳に補助犬の衛生・健康結果を記録

化粧品学(コスメトロジー)の発展に貢献

公益財団法人コスメトロジー研究振興財団は、1990年にコーセーの創業者である小林孝三郎が化粧品学(コスメトロジー)発展のために設立した機関で、優れた研究を行う研究者や研究機関を助成しています。2012年度は33件の研究課題

と2件の国際交流に対して助成金を贈呈しました。

※ 本財団は内閣府より公益認定を受け、2011年10月に公益財団法人へ移行しました



さまざまな分野のスペシャリストが集った表彰・贈呈式

社員とともに

Social

05

コーセーグループは、企業を支えるのは社員であるという考えのもと、経営理念の一つに「一人ひとりを大切に」を掲げ、社員全員が能力を十分に発揮できるように、「人財」育成と職場環境の整備に努めています。

継続的な雇用適性を支える人材育成

コーセーグループでは、社員の継続的な成長を目指してきめ細かな人材育成を行っており、職種や各ステージに応じたさまざまな教育制度や研修プログラムを設けています。

2013年度は、将来のリーダーとなる人材を育成するため、事業提案を実

際に行いながら経営感覚を身につける「ビジネス エデュケーション カレッジ(BEC)」をスタートしました。新規事業の検討と立案というプロジェクト形式の研修となっており、さまざまな部署から選抜された社員が、目的達成に求められる能力を実践的に習得しています。



新規事業の機会やリスクを分析し、討論するBEC

美容スタッフの魅力を磨きあげる教育やコンテスト

お客さまと接する美容スタッフは、知識や技術の習得に加え、心を込めた対応で、「お客さまの期待に応え、期待を超える」ことを目指して日々トレーニングを重ねています。2012年度からは、美容スタッフが仕事を通じ「自分を磨く」ことを応援する「ステップアッププラン(SUP)」を導入しました。知識やスキルをさまざまな角度から測ることで、一人ひとりの強み・弱みを明らかにし、自ら学ぶ意欲を引き出すのが目的で、通信教育受講者が急増する効果も出てい

ます。美容スタッフの教育、評価、育成をする各支店の美容課長に対しても、SUP分析データを使い、教育技術を高める研修を実施しています。

美容スタッフが毎日の店頭活動で身につけた、メイクや接客の技術を総合的に競う場が、1975年に始まった全国コンテストです。2011年度から「グローバルEMBコンテスト」として、対象を海外にも拡大。2012年度も、国内外から最終選考まで勝ち残ったメンバー17名が、その技術を競いました。



グローバルEMBコンテストの実技審査



美容課長の教育技術を磨く集合研修

VOICE



第2回グローバルEMBコンテストグランプリ受賞

コーセー化粧品販売(株)首都圏西支店
鈴木 望

日頃から、お客さまに楽しんで化粧品を選んでいただくことが心がけています。お客さまが心を開いてくださって、一緒に楽しみながら美しくなっていくことが、この仕事の一番の喜びです。コンテストで優勝できたのは応援してくださった皆様のお陰と感謝しています。

チャレンジ精神を支援する人材公募制度

コーセーの「行動理念」には、「習慣を超えてチャレンジ」、「持続する情熱と向上心」という項目があります。社員自らのやりたいという情熱に応え、生か

していくために、新しい仕事へのチャレンジチャンスとして人材公募制度を設けています。年に一度、各部門からの募集内容を発表し、社内へ告知します。

所属する組織の枠組みを超えて応募できる制度で、募集側の要件を満たせば誰でもチャレンジできます。

社員のアイデアを商品化

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、教育制度、人事制度、経営参加制度を設けています。社

員が自由に商品化のアイデアを提案できる「コーセーアイデアコンテスト」もその一つで、2008年から2年おきに開催しています。第3回となる2012年度に

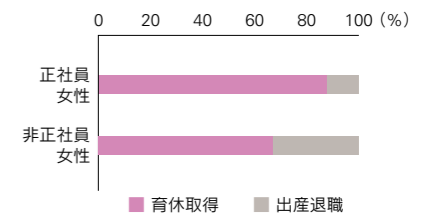
は2,646件の応募があり、優秀提案に対しては商品化への検討が進んでいます。

女性の活躍が光る企業に

コーセーグループでは、従業員がライフイベントへ柔軟に対応できるように、仕事と家庭の両立支援を進めています。育児休業は、最長で産後1年半まで取得可能であり、保育園に入所できない場合などに活用されています。時短勤務制度は、小学校入学まで取得することが

可能です(法律では3歳まで)。2012年度内には、出産した正社員のうち、退職者は1割に留まり、約9割の方が育児休業を取得しています。育児休業や時短勤務制度を気兼ねなく活用できる雰囲気づくりや、子育て中の従業員へのバックアップ体制の充実も推進しています。

2012年度 出産に伴う、育児休業取得者と出産退職者の割合



障がい者と健常者がともに化粧品の製造・管理に従事

創立から20周年を迎えたアドバンスは、化粧品の製造を目的とするコーセーの子会社です。障がい者の雇用を促進する特例子会社として、化粧品業界で初めて、全業種では25番目の認可を受けました。現在は、化粧品の充填、包

装、仕上げ加工に関する業務を中心に行っています。建物や機械は障がい者の方でも安全に作業できるように設計され、現在、全従業員の約半数の障がい者が活躍しています。



同じ製造ラインで障がい者と健常者が一緒になって業務を遂行