



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

コーセーの社会・環境報告に関するwebサイトは、
こちらよりご覧いただけます。

<http://www.kose.co.jp/jp/ja/company/csr/>

コーセー 環境 検索



・一部のスマートフォン端末、携帯電話では
読み取れません。
・通信費は、お客様のご負担になります。

編集方針

コーセーグループでは、コーポレート・コミュニケーション活動の主要ツールとして2000年より「環境報告書」を発行し、2005年からは「社会・環境報告書」としてステークホルダーの皆さまへ当社グループの取り組みをご紹介します。なお、2011年より本報告書はWebと冊子からの構成とし、実績データなどを含んだ詳細な情報はWeb版に掲載し、その中からステークホルダーの皆さまの関心が高い情報を中心にダイジェスト化して冊子にまとめました。また、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2011年度(2011年4月1日～2012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、2011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2012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すべての関係会社の活動から記載しました。

「コーセー 社会・環境報告書」に関して、
ご意見などがございましたら、
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。

Sustainability Report 2012

コーセー 社会・環境報告書



CONTENTS

- p.02
コーセーのあゆみ
- p.04
Top Message
- p.05
Environment
環境とのかかわり
—Close up
環境・生物多様性への取り組み
- p.12
Society
ステークホルダーとのかかわり
- p.19
会社概要

webもご覧ください
CSRの詳細な情報を公開しています。
➤ www.kose.co.jp/jp/ja/company/csr/

企業メッセージ

美しい知恵
人へ、地球へ。

存在理念

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。

経営理念

コーセーを愛し支える人達のために

- ・ひとりひとりを大切に
- ・安定よりも成長を
- ・独自の技術で最高の品質を
- ・人々の期待に応え、期待を超える
- ・コーセーを世界に

行動理念

私が創るコーセーの今と未来

- ・人に誠実に、目的にしたたかに
- ・習慣を超えてチャレンジ
- ・持続する情熱と向上心
- ・勇気あるコミュニケーション

コーセーのあゆみ

社会・環境貢献活動の歴史

お客さま、お取引先さまとの三者共栄を図る販売システムの構築のため、設備の合理化と生産性の向上、人材の育成、労使協調を図る

サービス・メイクアップの向上のため全国の美容スタッフを対象としたコンテストを開始

企業として社会・環境貢献活動を推進するために、地球環境委員会を発足

障がい者雇用の特例子会社、株式会社アドバンスを設立

品質と生産性の向上のため、QC活動を開始

群馬工場がISO14001の認証を取得

生産部門が化粧品業界で初めて、テミング賞 事業所表彰を受賞

化粧品学の進展のために「財団法人 コスメトロジー 研究振興財団」を設立

創業者小林孝三郎が、化粧品業界において良品の普及に努め、品質の向上や国民の保健衛生などに努めたとして、業事功労者として受賞

「環境報告書」の発行を開始

スポーツ振興のために財団法人日本スケート連盟のオフィシャルパートナーに

雪肌精の「SAVE the BLUE®」プロジェクトを開始

東日本大震災の被災地を支援

アウェイクが「more trees」プロジェクトに参画

コスメテコルテが「砂漠をうるおすプロジェクト」を開始

「SAVE the BLUE®」プロジェクトがグローバルに展開

商品の歴史

コーセー初のファンデーション「コロージュ」発売 (1953年)



業界初の水のいらない夏用ファンデーション「サマード」発売 (1974年)



コウジ酸配合の美白クリーム「ホワイトニングクリームXX」発売 (1990年)



ライスパワーエキス No.11 配合の保湿美容液「モイスチュア スキンリペア」発売 (2004年)



自然派スキンケアシリーズ「ネイチャー アンド コー」を発売 (2009年)



コーセー初の高級化粧品シリーズ「ラボンス」発売 (1957年) [現在も販売]



和漢植物エキスを配合した「雪肌精」発売 (1985年)



多重層リゾソームを採用した「コスメテコルテ 化粧液」発売 (1992年)



アスタキサンチンを高濃度配合した美容液「アスタリューション」発売 (2005年)



メイクアップブランド「エスブリーク」を発売 (2011年)



history of KOSÉ

1980

1990

2000

2010

「サステイナブルな地球環境への取り組み」



コーセーの創業者 小林孝三郎は生涯にわたって、「正しきことに従う心」を座右の銘としていました。江戸時代の近江商人の「三方よし」の精神はよく知られていますが、孝三郎も同様に、お客さまやお店、そして社会との共存共栄を経営の基本精神としていました。良い化粧品と、お客さまの求める美とご満足を提供し続けながら、「社会とともに」永続的な発展を目指してきたことが、今日のコーセーの礎となっています。

現代の言葉でいえばコンプライアンスや、サステイナブルな社会環境の実現を目指す、このような取り組みは、急激な経済発展に伴う自然破壊や地球温暖化などの環境問題、さらに国内における少子化による人口減などの難題を抱え、現代を生きる私たちにとってさらに重要な責務となっていると考えます。

コーセーは今から20年以上前の1991年、CI導入を機に企業メッセージとして「美しい知恵 人へ、地球へ。」を掲げました。子どもや孫の世代、さらにその先まで、皆が幸せに暮らせる社会や青く美しい地球が存続してゆくために、美の創造企業として“美しい知恵”を生み続けたい。そのために、環境負荷低減への地道な努力はもちろん、当社ならではのさまざまな取り組みも精力的に行っています。1992年、化粧品業界で初めて設立した特例子会社のアドバンスは、障がい者と健常者がサポートしあいながら企業活動を支える生産拠点のひとつとして、日本

企業の先頭を切ってスタートしたノーマライゼーション推進への役割を現在も果たし続けています。

環境保全に向けては、1997年に「地球環境委員会」を組織し、生産現場で廃棄物を実質的になくすゼロエミッション、また環境負荷低減型の原材料使用などに積極的に取り組んできました。また絶滅の危機にあるサンゴ礁を救う2009年からの“SAVE the BLUE®”プロジェクトは4年目となり、今年は新たにアジアの6の国と地域においても、自然保護活動の支援を始めました。また中国のホルチン砂漠の緑化支援を昨年よりスタート*するなど、その取り組み範囲はグローバルに拡大しています。

2011年の大震災によって、我々の企業市民としての社会における共生や、自然環境との共存という命題は、さらに重みを増したと感じます。私たちは、今後も「正しきことに従う心」を行動憲章として企業精神の軸に据え、サステイナブルな社会、地球環境の実現へ向けて、取り組み続けていく所存です。ぜひ今後とも、ステークホルダーの皆さまのご支援とご協力を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

代表取締役社長

小林 一俊

*本冊子の表紙を飾るコスメテコルテ「モイスチュアリボソーム」では、「砂漠をうるおすプロジェクト」にて売上の一部でホルチン砂漠の緑化を支援しています。(詳細は9ページをご覧ください)

Close up

環境・生物多様性への取り組み

生物多様性とは、地球上に生きるすべての生物の豊かな個性とそのつながりのこと。

地球上の生きものは40億年という長い歴史のなかで、さまざまな環境に適応して進化し多様な生きものが生まれてきました。これらの生命は一つひとつに個性があり、すべて直接的に、また間接的に支えあって生きています。

私たちコーセーグループは、日々の企業活動が生物多様性からの恵みを受け、また影響を与えていることを強く認識し、当社グループの持つ美しい知恵を結集し、広く地域・社会と共存しながら持続可能で豊かな社会を目指します。

Close up 1 >> あなたが美しくなると、地球も美しくなる —

雪肌精 SAVE the BLUE® プロジェクト

沖縄の海の底に広がるサンゴ礁。そこは世界でも有数の、多様な生物の命を育む海の楽園です。しかしそのサンゴは今、地球温暖化などによって絶滅の危機に瀕しています。コーセーは、サンゴと美しい青い海を救うため、「雪肌精 SAVE the BLUE®プロジェクト」を2009年に立ち上げました。和漢植物という自然の恵みを受けてきたロングセラーの「雪肌精」。感謝を込めて、夏のキャンペーン期間(7~8月)の売上の一部を、沖縄の海のサンゴ育成活動に寄付しています。

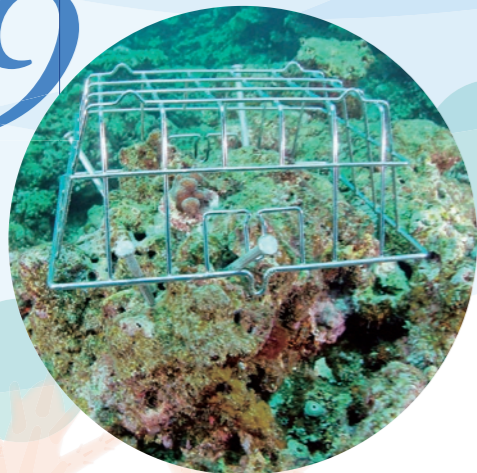
The History of

SAVE the BLUE® Project

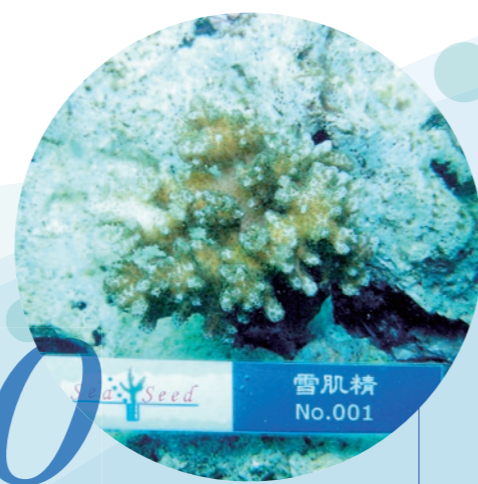
サンゴ礁保全活動のプロセス

プロジェクトをスタート

雪肌精の化粧水1本をお買い上げごとに、その底面積分のサンゴを植え付ける費用を、沖縄の有限会社 海の種へ寄付する活動をスタート。お客さまや販売店さまのご協力を得て、7~8月の活動期間の後、沖縄の海の5,158,912cm²にサンゴが植え付けられました。まだ5cmほどの小さなサンゴをカゴでしっかりと覆い、外敵から守ります。



'10



対象商品として、乳液を加えた2年目のキャンペーン。6,789,944cm²のサンゴの森を広げることができました。1年前に植えたサンゴは、すくすくと17cmほどに成長していました。

1年目の1.3倍の植付け



2012年は対象アイテムをさらに拡大し、限定パッケージ(右)の雪肌精も発売しました

'11



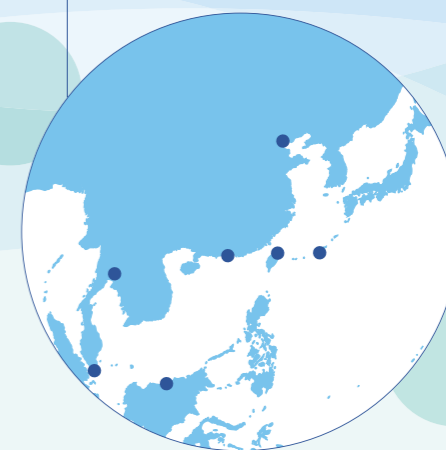
6月、2年前の2009年に移植したサンゴがついに産卵。無数の卵は海流に乗って広がり、新たな“サンゴの森”をつくっていきます。3年目は、海外5ヵ国もキャンペーンに参加し、7,819,100cm²もの“サンゴの森”が広がりました。なお、3月に東日本大震災が発生したため、サンゴの育成活動に加えて、被災地の子どもたちと海の整備のために義援金を贈りました。

無事に産卵に成功

プロジェクトのグローバル展開

4年目のキャンペーンでは、さらに対象アイテムを増加。また、web上ではメッセージ100ごとに、1株のサンゴを移植する活動も実施し、結果として7,810,856cm²のサンゴの森が広がりました。また、SAVE the BLUE®プロジェクトを6の国と地域(新たに中国、香港も参加)に広げ展開。今年度は、各国がそれぞれ独自の自然保護の取り組みをスタートしました。

> <http://www.sekkisei.com/jp/savetheblue/>



'12



海外での「SAVE the BLUE®」のスタートにあたって

有限会社 海の種 代表 金城 浩二様

世界でも有数の美しい沖縄のサンゴ礁は、地球温暖化による海水温の急上昇などで、30年前に比べて9割が死滅してしまったといわれています。沖縄に育って、故郷の自然が本当に大好きな僕は、なんとか元の海を取り戻したくて、サンゴを人の手で海の底に移植し増やす活動に十数年前からチャレンジしてきました。

SAVE the BLUE®で植えたサンゴは順調に育って産卵し、魚も住み着き始めました。初めは小さな活動だったこのサンゴの植え付け

VOICE

は、今、関わった人が十万人を超えました。大勢の人がこの活動を知り、参加できる仕組みをSAVE the BLUE®で作っていただいていることは、僕ら活動する者にとって本当に大きな力です。

僕はSAVE the BLUE®がもっと大きな活動になって、この途方もないとも思えることが本当に実現できる日が、いつか来ると信じています。僕の子どもの代、孫の代にも自慢ができる大きなサンゴ礁の海が残せると。だから僕はこれからもずっとこの活動を続けていきます。

この沖縄で、小さい奇跡が起きました。僕らのように、世界にも、自分の国の自然が心配で仕方がない人がたぶんとたくさんいる。僕は、本当にいろんな地域でこの活動が広がってくれたらと思います。ぜひ皆さん、これからもSAVE the BLUE®をよろしく願います。

Close up 1 >> あなたが美しくなると、地球も美しくなる—


KOSÉ Global SAVE the BLUE® campaign

グローバルに取り組む 自然保護活動


国境を越え、アジアでも愛されている「雪肌精」。故郷の自然を愛する気持ちにも、国境はありません。2012年6月から7月、海外の6の国と地域で、グローバル版のKOSÉ SAVE the BLUE®キャンペーンが行われました。

いずれも雪肌精キャンペーンボトルの売上の一部で、ASEAN各国では現地のサンゴ保全の取り組みを、またその他の国でも、それぞれの自然保護の取り組みを支援しています。

Singapore

シンガポール 
政府組織であるNational Parks Boardにおけるサンゴ保全の第一人者であるDr. James Guest 氏への支援。


Thailand

タイ 
海洋保全と回復のための政府機関 Dep. of Marine & Coastal Resourcesを支援。水質調査、サンゴの養育調査、サンゴの養殖・増殖活動など、幅広い海洋保全活動を実施。


Malaysia

マレーシア 
1996年にアメリカで創設された世界最大のサンゴ保全NGO組織Reef Check。2007年にReef Check Malaysiaが創設され、以来、海洋調査やサンゴの養殖活動を積極的に展開。同組織に寄付を行い活動を支援。


China

中国 
雪肌精キャンペーンボトルの売上の一部をNPO-GreenLife (緑色生命、2003年設立) に寄付。内モンゴルの砂漠の緑化のために、苗木を購入し植樹する活動を支援。お客さまのなかから抽選で植樹体験も実施。

Hong Kong

香港 
5月中旬よりスタート。海洋保全活動などに取り組む環境保全団体WWF (World Wide Fund for Nature) Hong Kong に寄付。

Taiwan

台湾 
Kenting National Park Headquarters (墾丁国家公园管理处[国定公園]) に海の清掃などの活動支援。また、National Museum of Marine Biology & Aquarium には、サンゴの増殖を支援。



ASEAN3ヵ国(シンガポール、タイ、マレーシア)発の初めての取り組み

KOSÉ SINGAPORE PTE.Ltd
MANAGING DIRECTOR 佐々木 秀世

2012年2月、プロジェクトのスタートにあたり、各国メディアとコーセースタッフで沖縄“海の種”を訪問したことで大いに機運が高まりました。

お客さまへのアプローチは、店頭演出とキャンペーン限定仕様のSAVE the BLUE® 雪肌精をきっかけにサンゴ保全活動などをご紹介することで共感を得て、新規のお客さまからも相当のご支持をいただきました。

このような活動は、“継続こそ力なり”。地道に続けて、“コーセーと雪肌精とサンゴ保全”の「記号化」を目指し、今後はASEANエリアの他国へも、さらなる創意工夫で発展させていきたいと思っています。

> webの特集コンテンツもご覧ください。

Close up 2 >> 東京ドーム約3個分の緑化へ—

COSME DECORTE

砂漠をうるおすプロジェクト

『コスメデコルテ』を代表するロングセラーの化粧液“モイストチュアリポソーム”。2011年の2ヵ月間、1品購入で1m²の緑化を行う「砂漠をうるおすプロジェクト」キャンペーンを初めて実施。今後も長期的に支援していきます。



コスメデコルテ 化粧液
(モイストチュアリポソーム)



NPO法人 緑化ネットワーク 事務局長 北浦喜夫氏(右)とセレクトティブブランド事業部長 長浜清人(3月13日、コーセー本社にて)

中国では急速な経済成長の影で、人為的な自然破壊により砂漠化が進んでいます。その影響は日本へも広がり、春には大量の砂塵が黄砂として飛来するなど、社会問題へと発展しています。中国内モンゴル自治区ホルチン砂漠は最も日本に近い砂漠地帯ということもあり、緑化への取り組みが活発に行われています。

『コスメデコルテ』では、主力商品「化粧液」(モイストチュアリポソーム)で2011年11月~12月の2ヵ月間「砂漠をうるおすプロジェクト」キャンペーンを実施しました。これは対象商品の「うるおいを与える」効果にちなみ、1品お買い上げごとに砂漠1m²の緑化を支援するという取り組みです。その結果、143,220m²(東京ドーム約3個分相当)の砂漠緑化

費用を特定非営利活動法人 緑化ネットワーク(神奈川県横浜市)へ贈呈しました。「砂漠をうるおすプロジェクト」では、地域住民の方々への啓蒙活動や、永続的に森を管理、維持していくことが重要と考え、同法人とともに、今後も長期的に取り組んでいきます。

2011年度は、砂漠緑化と同額を、東日本大震災の緑化復興支援として公益社団法人 国土緑化推進機構 緑の募金(東京都千代田区)にも寄付しました。

NPO法人緑化ネットワークの概略

緑化ネットワークは、主に中国の砂漠化した場所の緑化を目的として2000年に設立し、同年3月より通達市政府との共同事業を開始。2004年からは、日本の荒廃している森林の問題にも取り組むため国内の森林整備など、活動の場を広げている。

> <http://www.green-network.org/gn/>



循環型農業を目指して、 長期的にさまざまな面で支援

セレクトティブブランド事業部 山田 育宏

2012年7月に植林を行ってきました。今回初めて現地に入り植林から5年後、10年後の森も見学してきましたが、植えることよりも、実際その後の管理の方が大切だということを実感しました。

現地の人たちは広大な土地で、放牧によって生計を立てているので、新芽が出る頃にはまた放牧して食べ尽くしてしまう。荒れた土地でもきちんと手をいれて管理していけばやがて森になり、成長した木

は売って収入になるということを現地の人たちに教えることも重要で、循環型農業が根づくまでの教育と経済的支援を含め、私たちは長期的スパンで支援していかなければいけないと強く思いました。



今年は東京ドーム約3個分の面積を植林

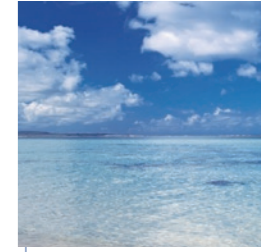
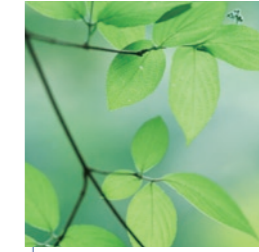
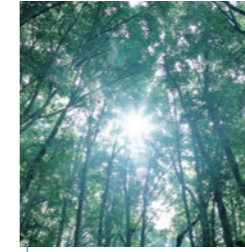
VOICE

> webの特集コンテンツもご覧ください。

01 Environment

環境方針・環境活動推進

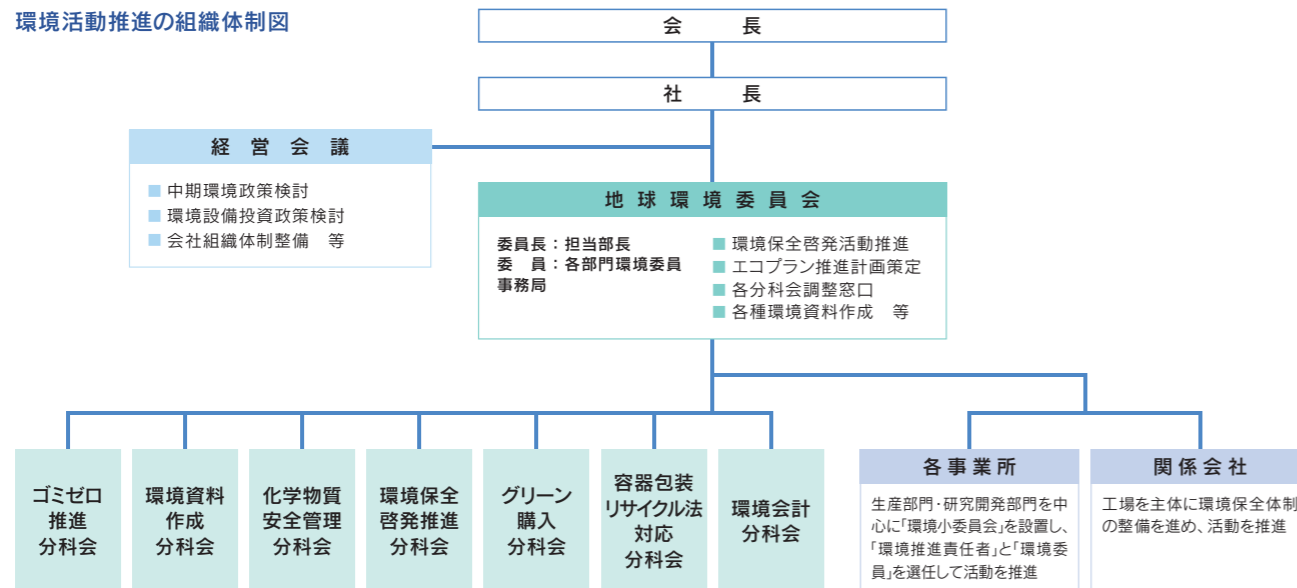
コーセーでは、環境マネジメントに関する国際規格「ISO14001」の基本的な考え方をベースに、CSR活動に関するトップマネジメント決議を「経営会議」が行い、「地球環境委員会」が中心となって実行する独自の環境マネジメントシステムを導入しています。



環境基本方針

- 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、廃棄物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旨とした企業活動を展開していきます。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。

環境活動推進の組織体制図



産業廃棄物の99.9%以上をリサイクル化

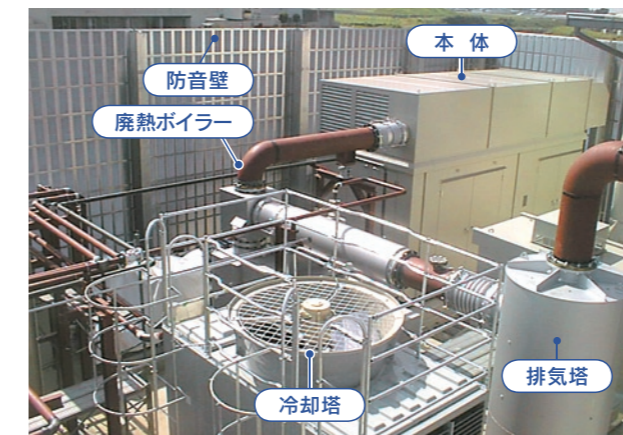
コーセーは2011年度も生産部門を中心に廃棄物削減のための努力を続けてきました。可能な限りリサイクルを実施し、単純廃棄処分を避けることを基

本方針として取り組んでいます。現在、99.9%以上の産業廃棄物が再生プラスチックや堆肥、燃料へとリサイクル化されています。

CO₂排出量を昨年度比5.7%削減

コーセーは、企業の社会的責任の一つとして環境への影響を配慮し、2000年度の群馬工場、2002年度狭山工場、2003年関係会社工場でISO14001の認証を取得しており、生産部門全体で省エネ化を推進しています。また、単なる監視・チェックのみではなく省エネを可能とするため、工場の建屋を含めた省エネ技術を研究し、建屋・設備のハード面とソフト面の

両側から省エネ化に取り組んでいます。2008年には群馬工場でボイラー燃料を灯油から天然ガスに切り替え、狭山工場ではインバータコンプレッサーを導入し省エネ化を図りました。さらに2011年には、群馬工場で天然ガスのコージェネレーションシステムを導入。工場のエネルギー使用効率をさらに高める発電設備を2012年7月から稼働させています。



群馬工場に導入したコージェネレーションシステム

狭山・群馬事業所の環境負荷データ

	2011年度	2010年度との増減量
電気エネルギー	10,692 (単位/1,000kw)	▲1,757
重油・灯油	359 (単位/1,000L)	19
天然ガス	472 (単位/1,000Nm ³)	▲7
水	246 (単位/1,000m ³)	17
原料	8,580 (ton)	▲181
容器・包装材料	6,406 (ton)	200

INPUT

コーセー主力工場（2拠点）

狭山事業所 群馬事業所

OUTPUT

	2011年度	2010年度との増減量
大気への排出		
CO ₂	6,493 (ton)	▲258
NO _x	2,768 (ton)	▲2,047
SO _x	0.399 (ton)	▲0.101
工場排水の排出		
排水量	145 (単位/1000m ³)	▲14
BOD*	14.322 (ton)	▲3.768
SS*	7.329 (ton)	▲1.921
n-Hex*	0.411 (ton)	▲0.159
化学物質の排出 (PRTR対象物質)		
大気	0 (ton)	±0
産業廃棄	0 (ton)	±0
産業廃棄物の搬出		
総排出量	2,053.3 (ton)	▲164.8
再資源化	2,053.0 (ton)	
マテリアルリサイクル	1,600.5 (ton)	
ケミカルリサイクル	138.9 (ton)	
サーマルリサイクル	313.6 (ton)	
単純焼却	0.3 (ton)	±0

* 水質汚濁の指標として用いられる指標。BODは生物化学的酸素要求量（水中の有機物などが微生物により分解される際に消費される酸素量）、SSは浮遊物質（水中において懸濁している物質）、n-Hexは水中に含まれる油分（鉱物性、動物性、植物性）の総量

詳しくはwebの「環境への取り組み」をご覧ください。

お客さまとともに

コーセーグループは、化粧品を中心とした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。



コーセーグループ全体でお客さま視点での高い品質を目指す

コーセーは1946年の創業時から、「何千何万という化粧品を市場に送り出しても、お客さまが手にするのはそのうちの1個。だからこの1個を大切に」という信念を持ち続け、常に優れた品質を追求しています。グループの生産拠点では、1970年代から科学的手法による品質管理(QC)活動をいち早く導入するとともに、品質管理の国際規格であるISO9001に準拠したマネジメントシステムを採用することによって、優れた品質の維持にこだわり続けています。また、1980年には、総合的品質管理に関する世界最高ランクの賞といわれる「デミング賞 事業所表彰」を化粧品業界で初めて、コーセーの生産部門が受賞しました。



「デミング賞 事業所表彰」を受賞した狭山事業所



デミング賞事業所表彰の受賞メダル

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。

また、安心・安全にお使いいただける商品をお届けすることはもちろん、常に魅力ある新しい商品をお客さまにお届けしてきました。現在では、多くの女性に愛用されている「美容液」も、1975年にコーセーが初めて開発し、市場に定着させました。また、ファンデーションの主流となっているパウダータイプ(1976年)、水使用も乾使用もできる2ウェイタイプ(1979年)、水分を80%以上含む水性固形タイプ(1994年)など、従来の常識を覆す新コンセプトの商品を次々と開発してきました。

近年では、「商品そのものの品質だけではなく、商品開発、PR、販売、お客さま窓口といった、すべての日常業務もまた“高い品質”ではなくてはならない」と、コーセーの全従業員がお客さま視点での活動を高めることを目標に、2010年度より「コーセー品質方針」を掲げています。

この「コーセー品質方針」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中心に、従業員がそれぞれの職場でイメージできる5つの活動宣言で構成し、ものづくりの視点ではなく、お客さま視点をもっとも重視しています。これは、従業員一人ひとりの品質改善活動が会社全体としてさらなる品質の向上へと直結するという考えを基盤としています。

もっとお客さまに喜んでいただけるコーセーを目指し、広く深い意味での“品質”を磨き続けます。



世界初の「美容液」(1975年) アルファードR・C リキッドプレジャス

安心してお使いいただくために

肌に直接つけて使用される化粧品は、その使われ方も、環境もお客さまによってさまざまです。どのような場合でも、お客さまに安心してご使用いただけるよう、コーセーでは独自の高い安全基準を設け、原料段階から安全性を確保するため、各原料についてさまざまな試験を実施し、安全が確認されたもののみを化粧品原料として採用しています。同様に、最終商品においても厳格な試験を実施

し、安全性を確認しています。

また、化粧品に求められる品質は、お客さまのニーズや科学技術の進歩、市場要因、社会的環境などにより変わってきますが、その変化を先取りし、求められる品質をいち早く実現するために、ISO国際標準化機構化粧品専門委員会や、安全性評価のための新しい試験法開発に関する厚生労働科学研究への参画など、幅広い活動を積極的に行っています。



厳格な試験を通して安全性を確保

お客さまの声に真摯に応える体制

お客様相談室は、専門の相談員が、お客さまから寄せられる数々のご質問やご相談といった声に、「スピード・理解・信頼獲得」をモットーに、お客さまに「リピーター」となっていたいただけるよう対応しています。スキルアップのための室内研修やお客様満足度調査も定期的に行

い、お客さまにご満足いただける対応を心がけています。

また、お客さまからのお申し出内容を有用情報としてスピーディに社内でも共有化し、品質やサービスの向上へ生かすことで、お客さまのさらなるご満足と信頼獲得を目指しています。



お客様相談室

02 お取引先さまとともに

Society

コーセーは創業よりお取引先さまとの関係を重視し、共存共栄を目指す経営の実践、お客さまへの親切で丁寧な対応と一緒に実現させていくことを目指してきました。この姿勢は販売チャネルが多様化してきた現在でも変わりなく、受け継がれています。

販売店の皆さま

美容接客技術の向上のために

コーセーでは、適切なカウンセリングを介して化粧品を販売するために、販売店さまやその従業員の方々を対象とした、数多くのセミナーを行っています。2カ月に一度、その時期の肌状態やケアの方法、新商品の内容や使い方についてセミナーを実施。また、新規ご契約店や新しく販売担当となった従業員の方々には、肌や美容の基礎知識、メイクアップテクニック、接客マナーといったコース別に幅広いセミナーを実施しています。

また、“お客さまとの接点の要”として店頭で活動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”

接客を目指して日々トレーニングを重ねています。そのトレーニングの成果を競う集大成の場として、当社では業界に先駆けて1975年度から全国規模でのコンテストを毎年開催しており、美容スタッフが切磋琢磨する場として、接客レベルの向上に大きく寄与しています。さらに、昨今の海外販売の拡大にともない、海外においても美容スタッフの育成に取り組んでおり、今年は国内および海外の美容スタッフがはじめて一堂に会し、“第1回グローバルEMB※1コンテスト”を開催しました。

※1 EMB=Expectation Meet Beyond : お客様の期待に応え、期待を超える



定期的な美容セミナーを開催



TOP OF BEAUTY ADVISERを勝ち取るために、美容スタッフが美の競演を繰り広げました

サプライチェーンの皆さま

CSR調達を協働推進



コミュニケーションを図るため、毎年方針説明会を開催

化粧品の原材料や容器の材料の仕入先の企業様に対しては、年に一度、品質・環境配慮に関する方針説明会を開催しています。この会では、品質や環境への配慮を呼びかけるとともに、特に貢献して

いただいた企業様へ感謝の気持ちを表す表彰を行っています。その一方で、環境に優しい植物由来樹脂など、仕入先さまとの共同開発も積極的に進めており、今後の新商品へ活かしていく計画です。

03 株主の皆さまとともに

Society

コーセーは株主の皆さまの期待にお応えするために、経営の健全性や効率性を高めて安定した利益還元に努めています。優れた研究開発力、強固な営業体制など、コーセーグループの強みを最大限に活かし、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

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さま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

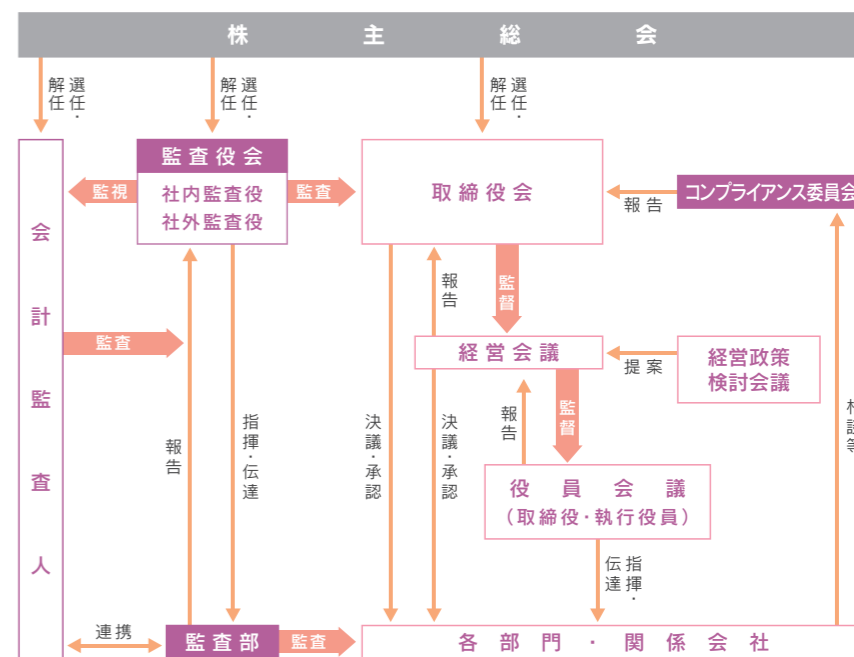


株主優待品の一例

コーポレートガバナンス体制の構築

コーセーでは、すべ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



04 Society

地域社会とともに

コーセーグループは、一企業市民として持続可能な社会を築き、皆さまから必要とされるため、地域社会との調和と共生を重要な課題としてとらえ、環境への負荷を抑制するとともに、障がい者雇用支援や化粧品を通じた社会貢献を進めています。



(株)アドバンス 障がい者と健常者が共に化粧品の製造・管理に従事

設立から20年目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、化粧品業界で初めて、全業種では25番目の特例子会社として認可

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を行っています。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。

産学共同により、化粧品を通じて学びを支援

コーセーの学術支援活動は財団法人コスメトロジー研究振興財団への支援や、大学との産学連携共同研究室の設立など多岐にわたっています。財団法人コスメトロジー研究振興財団は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)の発展のために1990年に設立し、優れた研究を行う研究者や研究機関に助成しており、コーセーは創立時より財団の活動を支援し続けています。また東京大学薬学部との共同研究室の設置は産学連携の代表事例ですが、ここでは

肌の老化に関係の深い「活性酸素」をテーマとした研究活動を続けています。

加えて、2012年には産業能率大学や立教大学との共催で、当社のブランド「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週間にわたって当社社員と約50名の学生がワークショップを重ね、費用対効果を含めリアルなビジネスプランを策定する内容で、最優秀案の選考を行いました。

また、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に講師を



特に優れた化粧品関連の研究課題を表彰

継続的に派遣するなど、さまざまな大学・専門学校への講師派遣などを通じて学術面への支援を積極的に行っています。

全国からの企業訪問学習の受け入れを実施

コーセー本社には、年間十数校、のべ100名近い学生が訪れます。コーセーでは、学校からの要望に応じて学生の訪問を受け入れ、企画から販売まで数多くの

人が関わっていることや、安全で高品質な化粧品を提供するために行っていることなどについて説明しています。参加者の多くを占める中高校生に対して、働

く現場に触れることで、自分の将来や進路を考える機会を提供しています。

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、1981年にいち早く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「スポーツビューティ ファシオ」が、よりファッショナブルなブランドに進化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とオフィシャルパートナー契約を結びました。鍛え抜かれた女性美が戦いの焦点となるシンクロにおいては「目力」が重要で、

同時に選手たちが演技に集中するためにも「水に強く、落ちないメイク」であることがポイントにです。また、選手はプールのなかで長時間過ごすため、塩素の影響による肌トラブルや髪の毛のぼさつき、海外遠征では屋外プールのため、紫外線によるダメージに悩んでいます。このため当社は大会のメイクアップ指導に加え、日常的なスキンケア、ヘアケアも含めトータルでのサポートを行っています。

フィギュアスケートにおいても、選手の表現力をより引き立たせるためにメイクの力は欠かせません。選手の使用する衣装・楽曲と選手の個性を生かすメイクを提案し、エキシビションの際には積極的にメイクアップアーティストの派遣を行いサポートしています。



メイクのポイントを分かりやすく紹介しつつ、選手一人ひとりに指導を行う



メイク指導などを通じて、
美の競演を陰ながらサポート

メイクアップ指導 商品開発部 美容ソフト開発課 石井 勲さん

シンクロナイズドスイミングとフィギュアスケートは、どちらも美と芸術性を競うスポーツですが、大会でのメイクアップはすべて選手自らが行っているため、事前にメイク指導やアドバイスをしています。

シンクロナイズドスイミングでは、演技同様にメイクもシンクロしていることがポイントで、テーマに合ったメイクデザインの提案はも

ちろんのこと、顔立ちや個性の異なる選手たちをいかに似せて見せるか、ということを考えて技術指導しています。水面で見せる表情がより輝いて見えるよう、汗・水に強い商品「ファシオ」を中心に「目力」のあるメイクを行っています。ぜひメイクにも注目してみてください。



VOICE

05 社員とともに

Society

コーセーグループは「一人ひとりを大切に」を掲げ、人「財」育成と、社員一人ひとりが能力を十分に発揮することができる健全な職場環境の整備に努めています。

チャレンジ精神を支援する人材公募制度

当社の「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。コーセーは社員自らが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。年一度、各部門からの募集内容を発表し、社内報などで告知します。

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。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

です。第1回は2008年に実施され2,348通の応募がありました。その後も優秀提案の商品化に向けて取り組んでいます。

キャリアアップ支援

コーセーグループでは、社員のキャリアアップや能力開発のために、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。

特に、美容スタッフ教育はお客さまに化粧品を正しくお使いいただくための適切なアドバイスやカウンセリングを行う高度な専門知識修得のプログラムに力を入れています。さらに、2012年度から「美容スタッフ ステップアッププラン」を導入。このプランは、「美容スタッフが自己の成長感を自覚し、喜びを感じることでモチベーションアップにつなげ

ていく」ことを目的とし、今後の自己啓発のポイントを明確にしていきます。

一般社員の研修は、業務に直結する教育を行うとともに、自己啓発を促すために、各種セミナーへの参加も積極的に呼びかけています。たとえば、入社3年目の社員を対象とした「ビジネスベーシックスキルセミナー」や、30歳前後の中堅社員を対象とした「キャリアプラン30セミナー」がその例です。なかでも、3年目をむかえた「ビジネスリーダー育成塾」は「自ら磨く」をコンセプトに、年間5回のカリキュラムで開催されています。社員

の自主参加形式で実施され、将来のビジネスリーダーを目指して、実践的な論

理思考力・プレゼンテーション能力といった知識を学びます。参加者からは「少人数でチームを組んで切磋琢磨し、最終日は社長へ新規事業をプレゼンするという貴重な経験ができた」などの声があがっています。



ビジネスリーダー育成塾

正しきことに従う心
 後う心
 米寿 孝三郎



創業者
小林 孝三郎

コーセーは、グループ行動憲章の中で、「正しきことに従う心」を持って行動し、誠実で誠意ある企業であり続けると宣言しています。この言葉は、創業者の小林孝三郎の座右の銘であり、孝三郎は、そのためには勇気と努力が必要であると説いてきました。これからも誠実な製品づくりに取り組み、お客さまと社会から愛される企業となることを目指していきます。

「正しきことに従うためには
 勇気がいります
 忍耐がいります
 知恵と努力が必要です
 柔軟な心と素直さが必要です
 今でも 一歩でも近づきたいと
 毎日 自分の心に言い聞かせている
 毎日であります」

正しきことに従う心

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(2012年3月末)
 代表取締役社長 小林 一俊
 連結従業員数 5,520名
 (2012年3月期末、嘱託・パートを除く)
 主な事業内容 化粧品の製造・販売