

# 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



# 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	資本金	4,848百万円(2012年3月末)
本社	〒103-8251 東京都中央区日本橋3-6-2	代表取締役社長	小林 一俊
創業	1946年3月2日	連結従業員数	5,520名 (2012年3月期末、嘱託・パートを除く)
設立	1948年6月8日	主な事業内容	化粧品の製造・販売