

社会とともに

コーセーでは、社会から必要とされる企業であるために、化粧品のもつ新しい可能性をさまざまな角度から追求し、社会貢献へとつなげています。

化粧品の新たな役割 ～医療周辺領域でのQOL向上の取り組み～

コーセーは新たな事業領域への取り組みとして、「医療(美容医療)分野との関係深化)を掲げ、「化粧品の有用性実証」、「QOL(Quality of Life)向上」、「健康科学」の視点からの様々な研究開発

テーマに取り組んでいます。

特に私たちは、健康を保つための予防医療の観点から、化粧品の使用により皮膚疾患の発症を防いだり、治療後のアフターケアや寛解期*の維持、健康

回復の一助として、化粧品に新しい役割があるのではないかと考え、精力的に研究を進めています。

※寛解期：治療したわけではないが一時的に症状が軽くなったり、消えたりして安定している時期。

予防医療の研究事例

サンケア化粧品による 紫外線過敏症患者のQOL向上

※京都大学大学院を中心とするグループとの共同研究

紫外線防御効果の高い日やけ止め化粧品が、紫外線過敏症を持つ患者の発症予防に有効であることを確認しました。日頃から厳しい紫外線対策を迫られ、生活上の制約が大きい紫外線過敏症患者のQOL向上の可能性が示されました。

治療後のアフターケア事例

コウジ酸製剤による、 レーザー治療後の安全で効果的なケア

※広尾皮膚科クリニックとの共同研究

しみのレーザー治療後に、医薬部外品の美白成分「コウジ酸」の製剤を用いる試験を行いました。一般に使用されている製剤よりも、安全性や使用感に優れ、黒化の再発防止などのアフターケア効果が確認できました。

慶應義塾大学医学部皮膚科に 「コーセー スキンケア・アレルギー予防医学寄附講座」を開設

スキンケアによる皮膚のバリア機能向上とアレルギー疾患の予防を目指して

コーセーは永らく取り組んできた慶應義塾大学医学部皮膚科との共同研究を更に進展させ、多くの現代人が悩みを抱える、「アレルギー性疾患」の予防研究を進めるために寄附を実施、2013年10月より同皮膚科学教室 天谷雅行教授を主任とする3年間の講座が開設されました。

これまでの知見により、アトピー性皮膚炎を初めとする各種のアレルギー性疾患の予防には、幼少の頃から適切なスキン

ケアを行うことで、健全な皮膚バリア機能を形成することが鍵になると考えられています。そこで、研究を更に進展させるために講座が設置され、研究がスタートしています。

この講座の開設により、アレルギー性疾患の病態解明を進めるとともに、そのための人材を育成し、社会に対して研究成果を発信していく予定です。



アトピー予防のためのスキンケアについて語る天谷教授

お客さまとともに

コーセーグループは、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様の願いにお応えし、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。

安心・安全はすべての基本

コーセーは、まだ製造技術が乏しかった終戦直後から、高い品質の化粧品を提供し、お客さまからの信頼を得てきました。化粧品の安全性が大きな注目を集めていますが、当社は「安心・安全で、高品質な商品の提供」という基本に忠実な企業活動を行っています。お客さまに心から信頼していただくために、現状に満足することなく、より高レベルの製品を目指します。

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。

高品質な商品を提供するために

研究・開発

安心・安全なものづくりのために、研究所では厳しい条件をクリアした原料を採用し、商品に合った最適な容器を開発しています。

① 原料の審査

安心・安全面だけでなく、効果や使用感を多面的に評価し、厳しい条件をクリアしたもののみを採用しています。



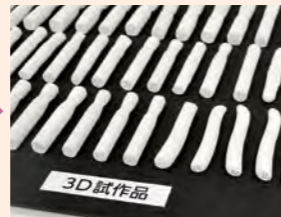
② 製品の作りこみ

お客さまに満足していただける化粧品を目指し、長年の技術を駆使したものづくりをしています。「肌だけでなく心に響く化粧品」をつくるため、技術者の感性も大切にしています。



③ 容器の開発

素材や形状の安全性を確認し、化粧品の保護・保管性に優れ、環境に配慮した、美しさと使いやすさを兼ね備えた容器を開発しています。



④ 製品としての品質チェック

作りこんだ製品の最終的な安全性を調べます。温度変化や紫外線、持ち歩きの衝撃を受けても安心して使えるかといった安定性や、容器との相性も必ず確認しています。



お客さまに安心をお届けするために

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。

生産

工場で何千個作っても、お客さまが手にするのは1個。厳しい検査が何度も繰り返されます。

① 原料の受け入れ検査

納品された全ての原料について、性状や物性が規格通りのものであるか、必ず試験・検査を行い確認します。正しいと判断した原料だけを 사용합니다。



② 容器資材の受け入れ検査

原料と同じく容器資材についても規格通りであるかを検査します。表示に間違いがないこと、汚れやキズがないこと、正しく作動すること等を確認します。



③ 計量・製造

処方に従い原料を厳密に計量し、清潔な装置で手順通りに製造します。できあがった中身は、標準品と合致していることを確認してから、取り出します。



④ 充填品・完成品検査

容器に充填したあとに汚れ、キズ、漏れ等を確認し、化粧箱に収めます。最終製品形態になったところで最後にもう一度、問題がないか調べ、箱詰めして出荷します。



手にする商品が常に同じものであるように

工場では、常に同じ品質で商品ができあがるように「ものづくり」をしています。そのため、細かな手順書や基準を定め、各製品・各工程で必ずチェックと検査を行います。検査は、分析や物性値の測定だけでなく、目で見て(視覚)、匂いを確かめ(嗅覚)、耳を傾け(聴覚)、手で触れて(触覚)、確かめます。

お客さまの期待に応え、期待を超える体制

お客様相談室では、「傾聴」「共感」「迅速」「信頼」を軸として業務にあたり、定期的に研修やお客さま満足度調査を行うなど、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、社内システムでスピーディーに共有し、リアルタイムに閲覧・検索できるようにしています。さらに集約・

分析を行い「SMILE REPORT」として関係部署へ報告しています。

この他、Web上のお客さまの声や、お客さまと一番身近に接している美容スタッフからも、積極的にお客さまの声などの情報を収集し、より一層ご満足いただける商品やサービスにつなげています。



お客様相談室

より良い商品・サービスのご提供

スキンケアブランドの「肌極 はだきわみ」では、「使用方法がわかりづらい」とのお申し出をうけ、使用方法に関する表示を変更しました。また、「ステイブーン・ノル 3デイズ アフターカラー シャンプー&トリートメント」は、「染毛剤に

同梱しているトリートメントをもっと使いたい」というお客さまの声から生まれました。

他にも、2014年度からは点字シールの配布を実施し、目の不自由なお客さまにもお使いいただく予定です。



スキンケアブランド「肌極 はだきわみ」使用順序や使い方のわかりやすい表示へ

お取引先さまとともに

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きます。



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

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。



投資セミナーの様子

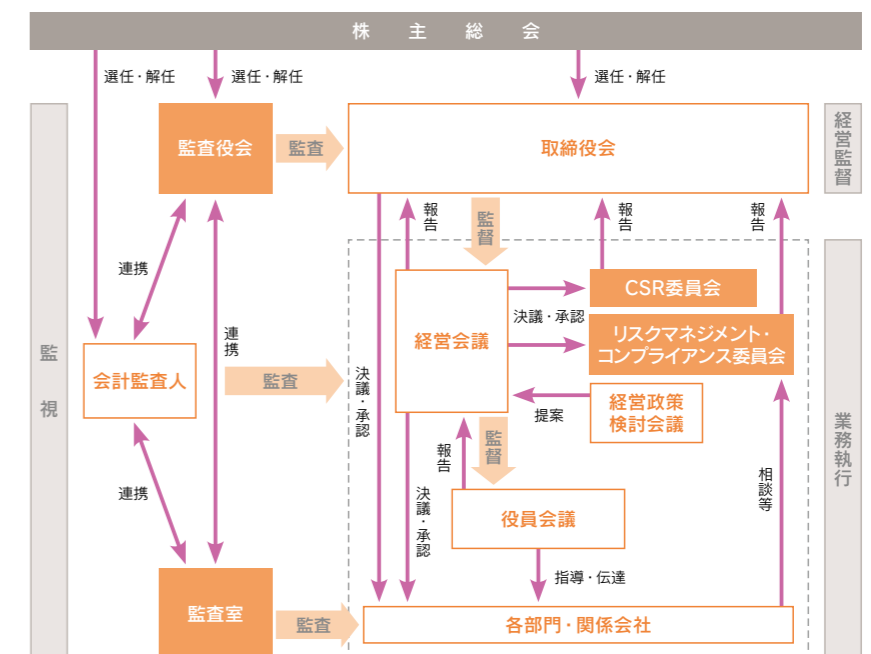


株主優待品の一例

コーポレートガバナンス体制の構築

コーセーでは、「正しきことに従う心」の精神に則り、すべての役員、従業員が高い企業倫理観に基づいたコンプライアンス経営を実践するとともに、ステークホルダーとの共生を重要な経営課題ととらえ、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り業務遂行の監督・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のため執行役員制度を導入、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、リスク対応とコンプライアンスの実施・確保のために「リスクマネジメント・コンプライアンス委員会」を、CSRマネジメント全般のために「CSR委員会」を設置しています。また一部の株主や利害関係者の利益に偏ることのない、社外取締役1名、社外監査役2名を選任しています。

コーポレートガバナンス体制図



地域社会とともに

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。今後も社会が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。

» スペシャルサイト
「KOSÉ SPORTS BEAUTY NEWS」
http://www.kose.co.jp/jp/ja/kose_sports/index.html



大会では選手自身がメイクアップするため、事前に講習を実施



美を競うスポーツを積極的に支援

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。2013年度は31件の研究課題

と1件の国際交流、1件の学術集会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

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。

継続的な成長を支える人材育成プログラム

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

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。2013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3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

普 段から、お客さまに楽しんで化粧品を選んでいただくことを心がけています。昨年に引き続き、思いがけず2連覇できたのも、成長を支えてくださったお客さまや周りの方々のお陰だと感謝しています。今後は、このような素晴らしい賞をいただけるまでに学んだことを後輩に伝えていきたいです。

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

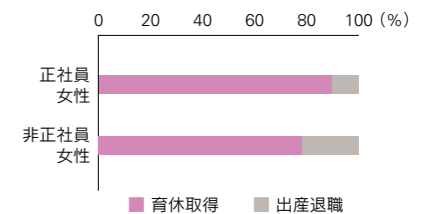
は2,646件の応募があり、優秀提案に対しては社長からの表彰とともに、商品化への検討が進んでいます。

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。時短勤務制度も整備されており、2013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。

2013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