

The background of the advertisement features several diagonal swatches of various cosmetic products, including powders and creams in shades of blue, purple, pink, red, and gold, set against a solid black background.

ひとりひとりの輝きで、
世界にキレイと感動を。

社長メッセージ

化粧品を創り、お届けすることは、
人に自信と勇気を与え、
世の中を明るくすることができる
夢のある仕事です。

「正しきことに従う心」「最高よりも最良を」これらは、
創業者である故・小林孝三郎の言葉です。
当社が創業期から今日まで企業として成長できた要因の
一つは、この言葉のように、真摯に「化粧品」と向き合い、
良い商品を提供することでお客さまに心から喜んでいただ
くため、前例や常識にとらわれず果敢にチャレンジを続け
てきたことであると感じています。

化粧品には、人を美しくし、健やかにするという役割や機能
があります。

その“美しさ”とは、外見だけではありません。その人自身
が持つ内面的な美しさを引き出すことも、化粧品の役割の
一つだと考えます。我々の使命は、常に人の“美しさ”とは
何かを求め続け、新しいことにチャレンジしていく勇気と行
動力を持ち、その“美しさ”のために限りない情熱を注ぐこ
とだと考えています。化粧品づくりは、人に自信と勇気を与
え、世の中を明るくすることができる夢のある仕事です。

近年、日本の化粧品が世界のお客さまに高く評価され、当



代表取締役社長
小林 一俊

社の化粧品も、多くの地域で愛用いただいています。今後も
世界のお客さまに、もっと多様な“美しさ”が叶える感動
や幸せを届け、広げていきたいと考えています。商品やサー
ビスを通じた体験価値やQOLの向上はもちろん、モノづく
りを担う企業として、原材料の調達から使い終わった容器
の行方に至るまで、人と地球の「サステナビリティ」にきち
んと配慮していくことも含め、より深く広い視点で本当の「価
値」を追求し、社会に提供する企業となることを目指してい
ます。

こうして広く社会に愛され、信頼される企業となるため、志
を共有する仲間の力がもっと必要です。年齢や経験を問
わず多様な才能が集うことで、前例や常識にとられない
発想や果敢なチャレンジが、新しいモノやコトを生み出す
原動力となるものと期待しています。そのため、社内外の
壁を超えたコミュニケーションや、ひとりひとりの個性や能
力を存分に発揮できる仕組みづくりに取り組んでいます。
新たな“美しさ”を生みだし、社会に広げていく楽しさを、ぜ
ひ一緒に味わっていただきたいと思います。

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。

目指す姿を実現する3つの強み

Our Strength

研究開発

コーセーは最先端科学を背景とした研究
開発力の強化を追求し、革新的な新商品
を数多く生み出しています。その原動力は、
従業員の挑戦やアイデアを引き出すコーセー
ならではの自律した組織づくりにあります。

独自の ブランドマーケティング

コーセーは短期的な視座に陥ること
なく、大胆な変革も含め、長期的
な視点でのブランド育成を大切に
してきました。その結果、移り変わ
りの激しい化粧品市場にありなが
らロングセラーブランドを多数保有
しています。

品質へのこだわり

コーセーは創業時より、原材料の
調達から製造に至るまで品質管理
を徹底し、最良の化粧品づくりに
情熱を注いできました。お客さま視
点の品質改善活動や、品質保証
体制などにより、コーセーの品質力
は世界でも高く評価されています。

VISION 2026

世界で存在感のある企業への進化

世界に通用する
多様なブランドと
人材を保有する企業

コーセーを愛する
人たを広め、
そこで働く者が
誇りを持てる企業

世界に“先取り”して
“独自の価値”を
創出し続ける企業

“ひとりひとりのきれい”
を追求する企業

価値創造の軌跡

創業～1960年代

>> 高品質な化粧品を創出

1946.3.2

3月2日、小林孝三郎が東京都北
区王子に小林合名会社を設立
(1948年6月に株式会社小林
コーセーを設立)



1968

香港での販売を開始
コーセーにとって初の海外本格
進出となる



1970～1990年代

>> 時代に新たな美しさをもたらす

1970

高級品専門ブランド「コスメ
デコルテ」を発売



1985

和漢植物エキスを配合した
「雪肌精」発売



1987

中国へ進出

1991

CIを導入。株式会社コーセーに社名を変更し、企業ロゴも刷新した

2000～2010年代

>> 新たな価値を世界中のお客さまへ

2000

株式の店頭公開から1年後、東
京証券取引所市場第一部に上
場した



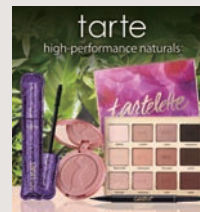
2001

韓国へ進出



2009

環境保全プロジェクト「SAVE
the BLUE」がスタート



2014

米国の化粧品会社 Tarte, Inc.
を子会社化

2016

- 北米の百貨店で「DECORTÉ」の販売を開始
- ブラジルで販売を開始

2017

- 株式会社ミルボンと資本業務提携
- 群馬工場の新生産棟が稼働を開始
- 欧州初の研究拠点「研究所フランス分室」(リヨン)を設置



2018

- 欧州初のコンセプトショップ「Maison KOSÉ」(パリ)をオープン
- 中国進出30周年を記念した「KOSÉ BEAUTY EXPO (CHINA)」



2019

- 3月に「コーセー先端技術研究所」を竣工
- マルホ株式会社と合弁会社設立に関する基本合意
- コンセプトストア「Maison KOSÉ」を銀座にオープン



お客様の多様な価値観に応えるブランド群

コーセーでは、魅力あるブランド価値を創造するために、「英知 (Intelligence)」と「感性 (Sensuousness)」をキーワードとした化粧品づくりを目指しています。現在は、多彩で独自性の高い「インディヴィデュアルブランド」と、社名を冠した「コーセーブランド」からなる2つのブランド群によって、お客さまのさまざまなニーズに対応。さらに、多くのブランドを海外展開し、グローバルな存在感を確立しています。

HIGH-PRESTIGE Brands

最高のクオリティを、最高のサービスで
コーセーの最先端の技術を結集して創り上げた、最
高のクオリティを持つブランド群で、高級ブランドに
ふさわしい化粧品専門店と百貨店を中心に展開し
ています。専門的な教育を受けた美容スタッフが、
きめ細かなカウンセリングを通して商品を紹介、提供
しています。

PRESTIGE Brands

より多くの方に、
付加価値の高い化粧品を
高い付加価値を追求しながら、化粧品専門店、量販
店、ドラッグストア、通信販売など幅広い流通チャネ
ルに対応するブランド群です。

COSMETARIES Brands

いつもより、少し上質な日常を
化粧品のほか、シャンプーなどのトイレットリー製品も
含めて化粧品発想で開発するセルフブランド群で、
「コスメタリー事業※」と呼んでいます。量販店、ドラッ
グストア、コンビニエンスストアなどを通じ、優れた商
品を手頃な価格で提供しています。
※「コスメティック」+「トイレットリー」の造語

化粧品事業
▲▲ 高付加価値

コスメタリー事業
基本的価値 ▼▼

Individual Brands

DECORTÉ AQ

DECORTÉ

JILLSTUART

ADDICTION

Prédia

Paul Stuart Awake

INFINITY KOSÉ

雪肌精 SEKKISEI MIYAHARA

IMPREA

ALBION

IGNIS

Elegance PARIS

IN FIORE

PAUL & JOE

ANNA SUI

Tarte, Inc. high-performance naturals

ONE BY KOSÉ

SEKKISEI 雪肌精

ASTALUXE

米肌 MAIHADA

LECHÉRI

ESPRIQUE

KOSÉ Brands

Visée

FASIO

STEPHEN KNOLL NEW YORK

ELSIA

NAIL HOLIC

softymo

Je t'aime

BIOLISS

CLEAR TURN

黒糖精

GRACE ONE



INFINITY KOSÉ



DECORTÉ



Prédia



ONE BY KOSÉ



SEKKISEI 雪肌精



ESPRIQUE



Visée

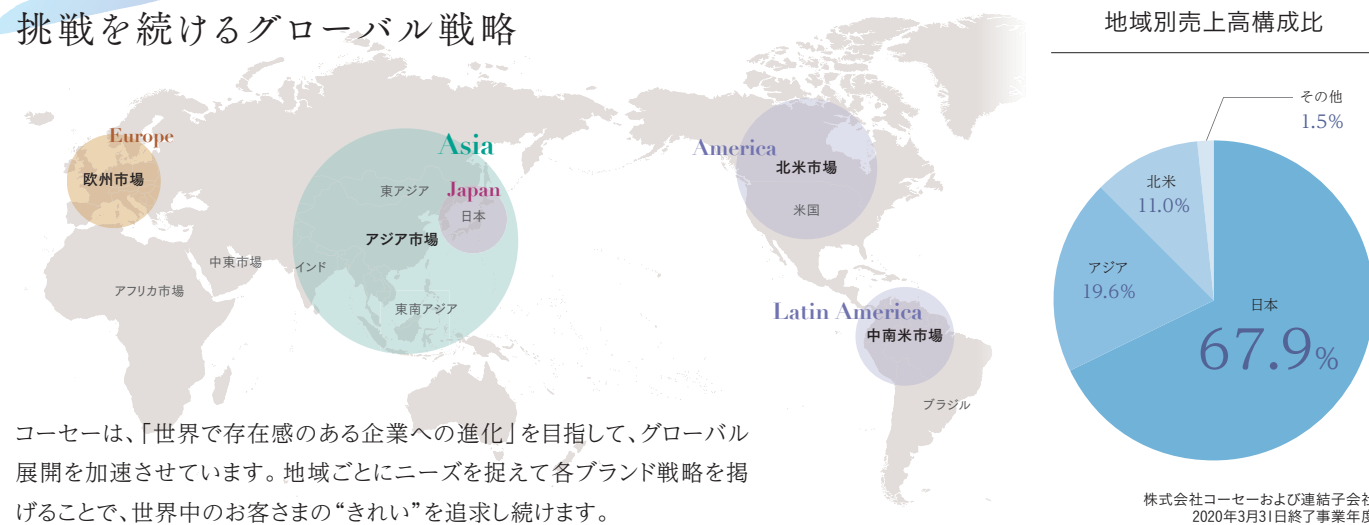


NAIL HOLIC



STEPHEN KNOLL NEW YORK

挑戦を続けるグローバル戦略



コーセーは、「世界で存在感のある企業への進化」を目指して、グローバル展開を加速させています。地域ごとにニーズを捉えて各ブランド戦略を掲げること、世界中のお客さまの“きれい”を追求し続けます。

Global

グローバルでのブランドプレゼンスと イメージ向上

プレステージ市場における投資の選択と集中による、
ブランド力のさらなる強化

Borderless

国境をまたいだお客さまとの接点と
継続的な関係づくり

消費意欲が高く、市場に影響力のある中華圏のお客さまに注力したマーケティング戦略の強化

人材育成と活躍できる環境づくり

イノベーションを生み出す 企業風土の醸成と人材育成

グローバル戦略の一環として、柔軟な発想で臆せず挑戦し、独自の個性を活かせる、多様な個性を持った人材の獲得に注力しています。

人材公募制度

入社後も自ら挑戦する意欲を持った従業員が新たな職種に挑戦できます。

自己申告制度

毎年従業員ひとりひとりが現在の職務・職場の状況や将来の希望進路を記入し、
会社に今の自分の想いを伝えることができます。

通信教育制度

自分磨きを頑張る従業員を応援するため、カラー検定やビジネススキル、語学など、幅広いコースの通信教育を受講でき、会社が受講料を半額負担します。

Link (Leadership and Innovation program for New KOSÉ)

2017年に発足した社内ベンチャー制度で、美の新しい価値づくりを目指すイノベーション創出プログラム。次世代を担う役割を期待される選抜従業員は事業プロデューサーとして外部のスタートアップ企業との協業・事業化を目指すなど、熱意やチャレンジ精神を支援する仕組みです。

グローバルに活躍する
美容のプロフェッショナルを育成

お客さまとの接点の要であるビューティコンサルタントの育成にも注力し、「美容のプロフェッショナル集団」を目指しています。また、他事業所に活躍の場を移し、キャリアを継続できる「ナショナルスタッフ制度」、販売職以外の職種にもチャレンジできる「人材公募制度」も導入し、キャリアパスの拡充や、働きがいの創出に取り組んでいます。

技術力向上については、研修や教育体系に加え、2014年度から独自の「コーセーメイクレッスン検定」(厚生労働省認定)を取り入れており、ビューティコンサルタントの技術力向上に加え、モチベーションアップにも寄与しています。

- 国内ビューティコンサルタント全員に受験資格がある2級のベースメイク
- 2級合格者が受験できる1級のポイントメイク

今後も、ビューティコンサルタントが備えるスキルとして、全スタッフの取得を目指していきます。

ビューティコンサルタントの頂点を選出する
「グローバルEMBコンテスト」の開催

日本を含むアジアの総勢約5,000名のビューティコンサルタントを対象に、「グローバル EMB(Expectation Meet Beyond ～期待に応え、期待を超える～)コンテスト」を開催しています。より多くのお客さまに“美しくなることの楽しさと感動”を届ける日々の店頭活動を通じ、知識・接客・技術を自ら磨いた結果を発表する場を設けることで、グローバルで活躍できるビューティコンサルタントの育成に取り組んでいます。

お客さま “ひとりひとりのキレイ”を 追求する企業として

コーセーには、さまざまな役割を担う部署があり、社員は連携して事業を推進しています。

ひとりひとりの業務内容は異なりますが、互いに協力し合い、支え合い、刺激し合いながら、お客さま“ひとりひとりのキレイ”を追求する企業としてチャレンジを続けています。今もさまざまな部署で、多くの社員が、お客さまの手に届く「その一品」のために、世界各地で、自らの仕事に邁進しています。



マーケティング系総合職

営業推進部(2014年入社)

▶▶ 全国の支店の営業推進、ビューティコンサルタントの店頭活動や売上管理、フィードバック、分析を担当。

さまざまな部署を経験できるチャンスがあり、
若手でも責任ある仕事を任せてもらえる。
仕事を通じて成長できる環境がコーセーの魅力です。

コーセーには職種を越えたジョブローテーションがあり、若手でも実績と能力次第で大きな仕事を成し遂げられる点に魅力を感じて入社を決めました。営業職に配属され、お取引先さまの店舗を訪問するうちに、業界の動向や商品知識など多くのことを学べました。

具体的な業務の一つに、ビューティコンサルタントの店頭活動の集計と分析があります。

店頭活動とはお客さまへのお声がけや肌診断などを指しますが、第一線で活動する支店の営業職や、ビューティコンサルタントのモチベーションを上げられるように、情報発信の方法にも注意を払っています。将来的には会社の売上に大きく貢献するようなヒット商品を企画したり、業界の新常識を打ち出したと評価されるような大きな仕事を成し遂げたいと思っています。



Message

就活生のみなさんへ

就活中はできるだけ多くの業界に足を運び、知見を広めてください。それは社会人になってからもきっと役に立つはずですよ。

IT系総合職

情報統括部(2017年入社)

▶▶ POSや店頭顧客データなどの分析システムの開発・運用。

ITシステムを活かして、
コーセーのマーケティング分析をサポート。
夢はお客さまに幸せをお届けすることです。

子どもの頃から数学が好きで、情報系の学部に進学しましたが、将来は最新技術を研究・開発するのではなく、お客さまを喜ばせるために働きたいと考えていました。コーセーには文系理系問わず、いろいろなキャリアを歩まれている先輩方がいることを知り、入社を決めました。入社直後から、コーセー全社のデータを統合した分析システム「KOMPAS」の開発を担当しています。

利用者は多岐に渡り、直接ユーザの声を実現し、業務に貢献できていることが一番のやりがいです。現在は、ビューティコンサルタントの業務効率化を目指し、新しいシステムの構築に挑戦しています。ビューティコンサルタントの活動を視える化することで、モチベーションアップや営業アプローチのきっかりをつくるシステムにしていき、最終的には、お客さまに幸せを届けることが夢です。



Message

就活生のみなさんへ

就活は自分の好きなものや価値観としっかり向き合うことができる貴重な機会。納得いくまで悩んで、自分に最適な結果を選んでください。

マーケティング系総合職

アジア事業部(2011年入社)

▶▶ 既存進出エリアである中国・台湾・香港に進出した海外子会社の統括と、越境ECを担当。

日本とは何もかもが異なる
海外市場という舞台を飛び回ること
喜びと責任を感じる日々です。

大学で英語文学文化を専攻していたこともあり、日本の商品が海外で流通する過程に興味を抱いていました。3年間の営業職の後、「自己申告制度」に記入してきた現在の部署に異動が決まったときは、営業で培った経験を活かし、いよいよ海外に打って出ると決意を新たにしました。

現在は中国/台湾/香港市場を担当し、現地にある子会社の経営に参画したり、各国特

有の事情や法規制と、日本のコーセー本社の各ブランドの施策を踏まえた上で、現地で円滑にビジネスを推進するための各種窓口の役割を担っています。また、中国本土には販売していない商品を本社直轄事業のECチャンネルで販売し、世界のお客さまへのブランド認知度を向上させていきたいと考えています。



Message

就活生のみなさんへ

私は100社以上の会社を訪問し、その中でコーセーの社員に会い、前向きさや正直さを肌で感じたからこそ、今、自分がやりたいことができていると実感しています。

研究開発系総合職

スキンケア製品研究室(2016年入社)

▶▶ 基礎化粧品を中心としたスキンケア商品の製剤開発や、保湿の研究を担当。

憧れの化粧品業界でスキンケア製品を開発中。
試作品づくりの難しさを乗り越え、
これからもたくさんの製品を開発していきたいです。

中学時代から化粧品業界で働くことに憧れていたのですが、さまざまな化粧品会社を訪問しました。コーセーに入社した理由は、第一に社員がいきいきと働いている様子が印象的だったこと、次に、ジョブローテーションが活発だということです。入社後、さまざまな仕事にチャレンジしたいと思っていた私にとっては理想的な環境でした。

これまで雪肌精やコスメデコルテなど代表

アイテムの製品開発にも携わりましたが、まずコンセプトに基づいて処方を設計し、何度も試作と評価を繰り返しながら、最適な処方を検討しました。現在は、お客さまの肌悩みにアプローチできるような、皮膚科学に基づく製剤の開発に注力して取り組んでいます。お客さまの多様な肌悩みを解決できる製品を、これからもたくさん開発していきたいです。



Message

就活生のみなさんへ

コーセーの社員に会ったとき、いきいきと仕事の話語っていた姿に、いつかこの人たちと一緒に働きたいという気持ちになりました。ぜひ企業に足を運び、直接話を聞いてみてください。

ビューティコンサルタント

首都圏第二支店(ドラッグストア)

▶▶ 接客を通じてひとりひとりの悩みに寄り添い、お客さまの「キレイ」をお手伝い。

「メイクをすると気持ちまで明るくなる」。そんなお客さまの笑顔と喜びの声がこの仕事の明日への糧となります。

もともとメイクが好きだったことに加え、高校時代に、とても可愛らしく、柔らかな接客をされるビューティコンサルタントに出会ったことが、この仕事を目指したきっかけです。化粧品はきれいになるためのものなので、接客の際の言葉や仕草が乱暴ではお客さまに満足していただけません。初めて配属されたお店でそのことを指導していただいたことは、大きな財産です。また、「常に笑顔でいること」も大切なこと。いつも周りが

から見られていることを意識し、お客さまが話しかけやすい柔らかい表情を心がけて仕事をしています。お肌に悩みを抱えていたり、どんなメイクが似合うかわからないお客さまに、プロとして商品をおすすめし、喜んでいただける。そして、お客さまが自分に自信を持ち、前向きな気持ちになっていただけるようお手伝いできるこの仕事に、やりがいを感じています。



Message

就活生のみなさんへ

研修制度がしっかりしているので未経験でも安心です。美容系の職種に少しでも興味があれば、ぜひ飛び込んでみてください。

環境保全プロジェクト 「SAVE the BLUE」

コーセーの企業メッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」を体現する取り組みの一つとして、2009年から夏のキャンペーン期間中にお客さまにご購入いただいた「雪肌精」ブランドの対象商品の容器の底面積に相当するサンゴ育成活動費用を沖縄の地域団体に寄付し、養殖サンゴの植え付けに役立てています。私たちは今後も、サステナブルな社会の実現を目指し、地球環境保全活動を支援していきます。

「SAVE the BLUE」プロジェクトは青い地球を守る活動としてグローバルに広がっており、2019年度は日本に加え、中国・台湾・香港・韓国・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・アメリカの10の国と地域で実施しました。

2012年からは全国のビューティコンサルタントが、沖縄で環境保護の大切さを学ぶ「サンゴ留学」を、毎年実施。



プロジェクトがスタートした2009年以来、毎年確実にサンゴの森が広がっています。



雇用環境の整備と ワークライフバランスへの配慮

仕事と生活の調和を図り、従業員の健康増進と、より働きやすい雇用環境の整備に取り組んでいます。

- 各人の労働時間を正確に把握する
- 残業削減目標を設定し、労働時間の適正化に努める
- 定期健康診断の受診結果や労働実態に応じて産業医などによる指導

また、ライフイベントに対応した働き方ができるよう、育児・介護休業や時短勤務制度など、仕事と家庭の両立に向けた制度を各種導入。産休を取得した従業員のうち100%が育児休暇を取得し、その後、90%以上が職場復帰を実現しています。

「健康経営優良法人」 認定



コーセーグループでは従業員の労働環境、特に労働時間の適正化や「健康の保持・増進」に向けた健康管理施策を推進しています。それらが評価され、保険者と連携して優良な健康経営を実践している法人として、経済産業省と日本健康会議より認定されました。

スポーツ振興への取り組み

コーセーは、人々のQOL向上に役立てるため、健康的な日常生活に重要な「スポーツ」の振興支援に取り組んでいます。中でも「美」「芸術性」「ファッション性」などの要素を含む各種スポーツ競技において、美を創造する化粧品企業として、競技団体や選手個人への協賛や支援を、さまざまな側面から継続的に行っています。

●フィギュアスケート

2006年から公益財団法人日本スケート連盟のオフィシャルパートナー。

●アーティスティックスイミング

2006年4月に、アーティスティック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ティックパートナー契約を締結。

●スノースポーツ

2018年10月、公益財団法人全日本スキー連盟(SNOW JAPAN)とのオフィシャルスポンサー契約を締結。2019年7月には特定非営利活動法人日本障害者スキーと初の「ゴールドパートナー契約」を締結。



マーメイドジャパンのメイク講習の様子



フィギュアスケートの紀平梨花選手



株式会社コーセー

事業内容 化粧品の開発・製造および販売
創業 1946年3月
代表者 代表取締役社長
小林一俊

<https://www.kose.co.jp/company/ja/>

詳しい採用情報はここから

<https://www.kose.co.jp/company/ja/recruit/>
さまざまな職種で活躍中の社員のインタビューを公開中。
コーセーのキャリアについてもっと知りたい方はぜひご覧ください。
ビューティコンサルタントはコーセー化粧品販売株式会社の採用となります。

