KOSÉ

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。

代表取締役社長
小林 一俊

「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、前例や常識にとらわ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。

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

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ちを広め、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

2000~2020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

2019
- 3月に「コーセー先端技術研究所」を竣工
- コンセプトストア「Maison KOSÉ」を銀座にオープン

2020
- コーセーマルホファーマ株式会社　設立
- コスメデコルテ　ブランド誕生50周年
- フラッグシップストア「Maison KOSÉ」を表参道にオープン

2021
- 創業75周年　多様な美を受け入れる姿勢を表明した「あるがままのきれいを、愛そう」をメッセージ
- 「コスメデコルテ」でオンラインカウンセリングスタート

お客さま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ビューティコンサルタントが、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

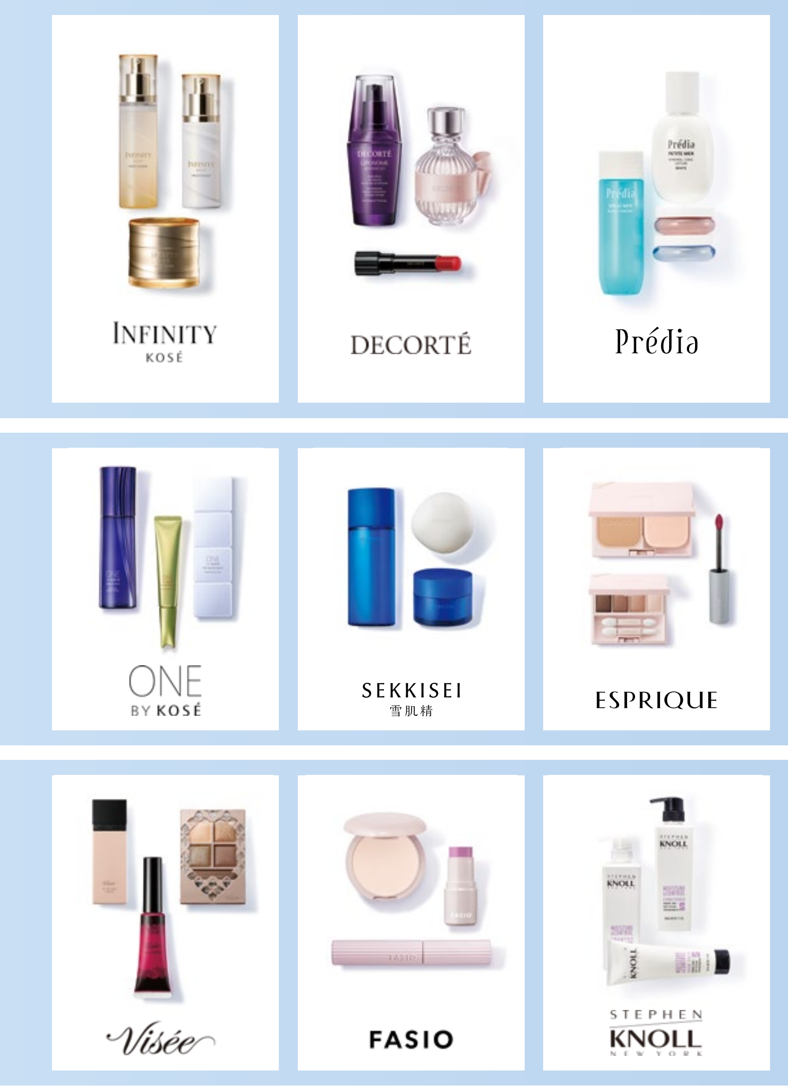
高い付加価値を追求しながら、化粧品専門店、量販店、ドラッグストア、通信販売など幅広い流通チャネルに対応するブランド群です。

COSMETARIES Brands

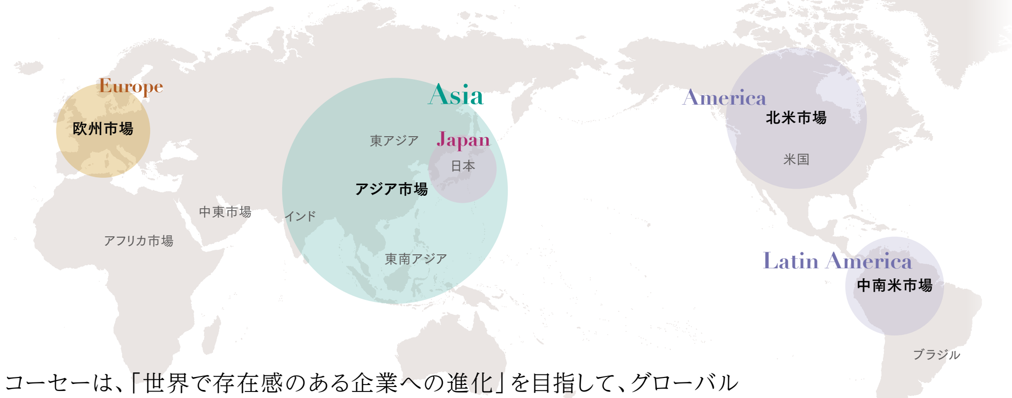
いつもより、少し上質な日常を

化粧品のほか、シャンプーなどのトイレタ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」+「トイレタリー」の造語

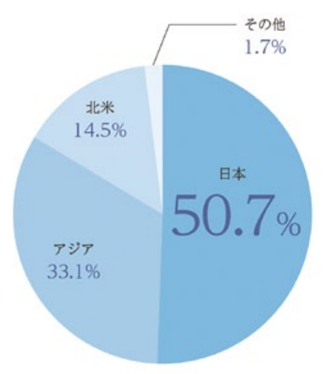


挑戦を続けるグローバル戦略



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で、世界中のお客さまの"きれい"を追求し続けます。

地域別売上高構成比



(2021年4～12月)

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

イノベーションを生み出す人材育成に向けて

前例や常識にとらわれない発想とイノベーション志向にあふれ、常に創造思考を持って活躍できる人材の育成を目指しています。

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

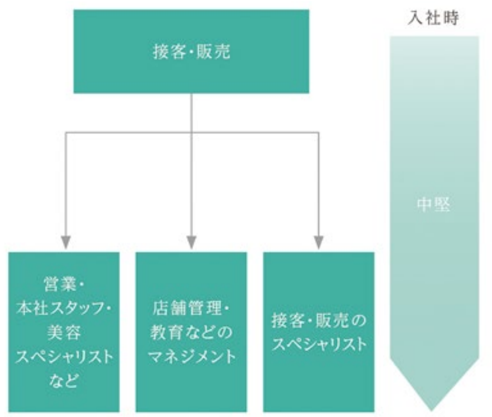
自分磨きを頑張る従業員を応援するため、カラー検定やビジネススキル、語学など、幅広いコースの通信教育を受講でき、会社が受講料を半額負担します。

Link（Leadership and Innovation program for New KOSÉ）

次世代を担う従業員の熱意やチャレンジ精神をベースに、お客さまや社会が抱える課題を解決することを目的としています。社内のアセットとスタートアップなどの最新技術や斬新なアイデアを活用することにより、新しい商品・サービスの創出および事業化に取り組んでいます。

ビューティコンサルタントのキャリアデザイン

店頭などで活躍するビューティコンサルタントに対しては、販売職としてのスキルアップはもちろん、将来的に教育職や店舗責任者、営業職、本社スタッフ職（企画・商品開発ほか）など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、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、BC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。



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。

営業・販売
全国の支店
エリアマーケター
ビューティコンサルタント

企画
デジタルマーケティング
宣伝　ブランド事業
グローバル部門

研究
研究所

管理/ITシステム
広報　総務
人事　経理
情報統括

物流
購買　生産
物流管理
品質保証

商品開発

商品デザイン

製造
管理本部
工場

文系総合職

アジア事業部（2017年入社）
›› 韓国・インドにある現地法人を担当。現地法人の経営をサポートしています。

コーセーの商品に携わる多くの人々の「想い」を、世界の現地スタッフにも伝えることで、海外でのコーセーファン作りをしています。

現地スタッフの皆が様々な想いを持ちながらコーセーの愛用者を増やすために仕事をしています。そうした現地法人のスタッフの想いに応え、「頼りになるね」「安心して依頼することが出来る」と言われたときは素直に嬉しかったです。
私はコロナ禍でアジア事業部に赴任となり、まだ現地に出張に行けていない為、現場の雰囲気を直接肌で感じることができない状況です。ただ、文化や考え方も異なる現地スタッフとリモートでの打ち合わせを重ねることで各々の想いを感じることができます。そのような様々な想いを感じ取りながら、コーセーの愛用者を増やす為・現地法人をさらに発展させる為に、日本から何ができるのか考え、行動に繋げることにやりがいを感じます。

Message

就活生のみなさんへ

就活はたくさんの企業を知れる・人と話せる絶好のチャンスです。現在は情報であふれていますが、直接自分の目で見て、耳で聞いて、感じたことを大切にしてください。

IT系総合職

IT技術を活用して、新たな価値創出を目指す仕事です。デジタルが当たり前である今、会社を支えています！

当IT部門では、ITの技術を用いて、これまでにない新たな価値をお客さまへお届けしています。
コロナウイルスの影響で、十分な店頭カウンセリングができない今、お客さまのご都合に合わせてご自宅に居ながらカウンセリングを体験していただくことができる、新たなオンラインカウンセリングプラットフォームを開発しました。
このように、化粧品を購入されるお客さまに新しい体験や価値をお届けするための新しいシステムの開発がIT部門の大きなミッションの一つです。
また、社内の各部門の業務改革や、さまざまなデータを収集・解析し、その結果を経営に生かす仕組みづくり等、社内のデジタルトランスフォーメーションを主体となって推進しています。
システムの開発はプロジェクト形式で行うケースが多く、社内の関連部門や外部の協力会社と協業しながら進めていきます。
重要なプロジェクトに若手社員を積極的に起用して設計・開発を進めるなど、若手でも裁量を持ってチャレンジできるやりがいの大きい体制をとっています。

文系総合職

コンシューマーブランド事業部（2015年入社）
›› ブランドの方向性や販促プロモーションの企画・立案を担当。

常にお客さま目線を忘れずに、チームの力を結集させた商品を送り出しています。

プロモーション企画は、社内外問わずたくさんの人の協力のもと、一人でも多くのお客さまに商品を届けるための施策や売れる仕組みをつくるマーケティング職です。特に宣伝広告の手法や訴求について考える宣伝、ブランドの方向性を考える商品企画とは関わりが深いです。さらには、商品開発、研究、さらに購買、生産、商品を企業に売り込んでくれる営業、ビューティコンサルタントの教育チーム……など、挙げてみると本当にたくさんの人に支えられて業務が成り立っていると実感します。過去の経験より、プロモーション企画は周囲の方々を巻き込んで一緒に目標に向かっていくことが大切だと考えています。関連部署に「この商品は売れる！」、販売店様には「この商品を売りたい！」と思ってもらえるように普段から周囲との関係を良好に築き、商品の良さをダイレクトに伝えられるように努めています。これからも関わる多くの人たちと積極的にコミュニケーションをとりながら、ブランドの熱狂的なファンづくりをしていきたいと考えています。

Message

就活生のみなさんへ

就職活動は、過去と未来の自分を見つめられる、貴重な機会です。好きなことや面白いと感じるもの、楽しいと感じる瞬間、また、自分がなぜそう思うのか、理由を考えてみてください。

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、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を語っていた姿に、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職

首都圏東支店(化粧品専門店)(2018年入社)
›› 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。

お客さまひとりひとりとコミュニケーションをとり、愛され信頼されるビューティコンサルタントを目指し活動しています。

笑顔を絶やさずイキイキと働き、話を丁寧に聞いてくれる先輩方にお会いし、私も一緒に働きたいと思いコーセーに入社を決めました。
今は、EC販売やSNSの発展により、欲しい情報や商品を簡単に手に入れられる時代です。それでも「実際に商品を見て納得して買いたい」「ネットでは分からないアドバイスが欲しい」と相談に来て下さるお客さまがいらっしゃいます。お客さま一人ひとりのお話にしっかりと耳を傾け、その方に合ったアドバイスをし、納得してお求め頂くために心に寄り添う接客を心がけています。
化粧品は、見た目だけでなく内面まで美しくしてくれるものです。お客さまが自分らしく、より美しくなるためのサポートができるこの仕事にとてもやりがいを感じています。
これからも《美容のプロ》としての意識を持ち、知識や技術などに対して常に学びの姿勢を持ち続け、お客さまの「キレイ」をお手伝いしていきたいです。

Message

就活生のみなさんへ

コーセーには、優しく手を差し伸べ、成長を見守ってくれる方が沢山います。少しでも化粧品業界に興味のある方はチャレンジしてみてください。自分らしさを大切に、焦らず頑張ってください。

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。
10年目を迎えた2018年には、夏季の活動に加え、冬季も東北地方での森林保全活動を開始し、青い地球を守るプロジェクトとして進化させてきました。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。

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。

コーセー イクパパサポート制度の導入

育児において父母双方が同等にかかわる環境づくりが重要と考え、女性従業員への支援に加え、男性従業員への支援体制を整えています。2020年度には、男性育児休業の取得を促進すべく、「コーセーイクパパサポート制度」を導し、当事者や上司へ直接アプローチして取得に向けたフォローを行うとともに、育児休業取得支援金を支給するなど、コーセー独自の取り組みを行っています。2021年度においては、女性の育児休業取得率は100%、男性の育児休業取得率は国内グループ会社で67.1%、「コーセーイクパパサポート制度」を導入している国内グループ会社※においては、男性育児休業取得率83.0%を達成しています。

※ 株式会社コーセー、コーセー化粧品販売株式会社、コーセーコスメポート株式会社、コーセーインダストリーズ株式会社

「なでしこ銘柄」認定

NADESHIKO BRAND 2022
※株式会社コーセーにおいて取得

経済産業省および東京証券取引所が共同で女性活躍推進に優れた企業を選出する調査において令和3年度「なでしこ銘柄」に選定されました。

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。

アーティスティックスイミング日本代表メイク講習会

フィギュアスケートの紀平梨花選手

D.LEAGUEに出場する KOSÉ 8ROCKSの選手

- 2006年～
  - ・(財)日本スケート連盟とオフィシャルパートナー契約
  - ・(財)日本水泳連盟の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)とオフィシャルスポンサー契約
- 2012年～
  国際スケート連盟とオフィシャルパートナー契約
- 2016年～
  女子プロゴルファー、女性ランナー(選手個人)の支援
- 2018年～
  公益財団法人全日本スキー連盟(SNOW JAPAN)とオフィシャルスポンサー契約
- 2019年～
  日本障害者スキー連盟と初の「ゴールドパートナー契約」
- 2020年～
  - ・日本発のプロダンスリーグ「D.LEAGUE」に参画
  - ・公益社団法人日本ダンススポーツ連盟が運営するブレイクダンス本部へ協賛

KOSÉ

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/
最新の情報については当社ウェブサイトをご覧ください。

詳しい採用情報はこちらから

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。