

# 資生堂 CSR [ 資生堂の社会的責任 ]

美しい社会と輝く未来のために。

資生堂は、さまざまな活動を通して、社会から共感されるCSR活動をめざしています。

\*CSR(Corporate Social Responsibility)とは企業の社会的責任を表す言葉です。

## [目次]

○ 特集 vol.3「上海 台湾において資生堂ライフクオリティービューティーセンター開設」	1
○ 特集 vol.4「資生堂ライフクオリティービューティープログラムは「美は心とともに賞」を受賞しました」	3
○ CSR トップコミットメント	6
○ 資生堂のCSR	8
● 資生堂CSRの全体像・企業理念・THE SHISEIDO WAY・THE SHISEIDO CODE	8
● CSR活動の領域と推進体制	11
○ 会社概要・事業概要	14
○ コーポレートガバナンス	17
○ 企業内倫理活動	20
○ 化粧品を通じた社会貢献活動	33
○ ステークホルダーとの取り組み	44
● お客さまとともに	44
● お取引先とともに	52
● 株主とともに	54
● 社員とともに	55
● 社会とともに	71
■ 社会活動	71
■ 学術支援活動	111
■ 動物実験と代替法に対する取り組み	115
■ 資生堂ランニングクラブ	117
○ 環境への取り組み	118
● 環境方針	118
● 環境目標と実績	124
● 具体的な取り組み	127
● トピックス	141
○ 企業文化活動・芸術文化支援(メセナ)活動	144
○ 企業データ/会社沿革	149
○ ステークホルダーとのコミュニケーション	156
● 第三者意見	156
○ CSR レポート	160
● GRI ガイドライン対照表	160
● バックナンバー	171

## CSR活動事例の特集

### vol.03 上海 台湾において資生堂ライフクオリティービューティーセンター開設

資生堂では、コーポレートメッセージ「一瞬も 一生も美しく」をすべてのお客さまに実現し、肌だけでなく心までも豊かになっていただくために、2006年6月、東京・銀座に資生堂ライフクオリティービューティーセンターを開き、店頭では出会いにくい深い悩みをお持ちのお客さまのサポートに取り組んできました。当センターにはたくさんの喜びの声をいただいておりますが、今後この活動を世界に展開する第一歩として中国・台湾にも拠点を開設しました。

#### 資生堂ライフクオリティービューティーセンター オープンにあたって

中国では、4月14日に「上海資生堂妍膚化粧品店」という中国名称で、また、台湾では台北と高雄にも同月17日に同様の施設を開設し、通常ファンデーションではカバーしづらい、あざや白斑、傷あとなど肌に深い悩みを抱える方にメーキャップアドバイスを始めました。

あざ・白斑は、中国や台湾でもお悩みをお持ちの方が大勢いらっしゃるかと推計されます。実際に銀座のセンターまでおいでになった上海や台湾の方もいました。また、復旦大学（ふくたんだいがく）の付属病院で、白斑の権威とされている華山医院で、パーフェクトカバーのテスト施術を行った際に、患者さまからは商品を手早く購入したいという声も多数ありました。

また、カバーに使用するパーフェクトカバーファンデーションは日本人の肌色を対象として色調を調整しており、同じ肌色の上海、台湾の方に対してすぐにご案内できることから、まず上海、台湾からの展開となりました。

上海での開設にあたっての発表会には、上海市政府各部門幹部、上海日本総領事館代表者および医療関係者や60近くの国内外メディアを含む約150名が来場しました。資生堂代表取締役社長 前田新造、資生堂執行役員中国事業部長・中国総代表・資生堂（中国）投資有限公司董事長宮川勝の主催者挨拶に続き、テープカットでセンターの開設をお披露目しました。

17日（金）には台湾でも台北と高雄に同センターがオープンし、記者発表会が行なわれました。日本からは資生堂代表取締役副社長岩田喜美枝、お客さま・社会リレーション部長高山靖子の講演を交えながら開催され、TV局11社、新聞・雑誌関係で30社、計41社が出席し、活動について理解いただきました。

両センターではお客さまにより良いサービスをご提供するため、完全予約制を導入しています。お客さまはプライバシーが守られた空間の中で、専門の教育を受けた資生堂ライフクオリティービューティーコンサルタントから無料で美容サービスとアドバイスを受けていただけます。このような製品提供とサービスのシステムは中国、台湾とも現地で初めてのものとなります。

## 中国、台湾の資生堂ライフクオリティ ビューティーセンター 施設概要

### ■ 上海施設について

日本と同様にリラックスできる空間を目指して開設しました。スタッフは社内公募で選抜した4名です。全員、日本のスタッフによる教育を受講したうえで、銀座のセンターでの実際のトレーニング、華山病院でのテスト施術を通して技術を磨いています。

### ■ 台湾施設について

台北にある資生堂会員用ビューティーセンター内に開設しました。スタッフは、台北9名、高雄6名であり、社内で公募し、合格したものを資生堂ライフクオリティビューティーコンサルタントとして任命しました。研修は、台湾に日本のビューティーコンサルタントが出向いて教育を実施するとともに銀座でも実習を行なっております。

今後、当社はこれらのセンターのオープンを皮切りにさらにセミナー活動等も展開し、世界中の「一瞬も 一生も美しく」を願うお客さまをサポートしてまいります。



(上海) 資生堂代表取締役社長 前田新造挨拶



(上海) テープカットの様子



(台湾) 資生堂代表取締役副社長 岩田喜美枝 記者発表の様子



(台湾) カウンセリングルームの様子

## CSR活動事例の特集

vol. 04

### 資生堂ライフクオリティー ビューティープログラムは「美は心とともに賞」を受賞しました

資生堂は、企業の本業を生かした社会貢献活動を顕彰する「企業フィランソロピー（※）大賞」（主催：公益社団法人日本フィランソロピー協会）、特別賞「美は心とともに賞」を2009年12月に受賞しました。

これは、「資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム」が、自らの仕事への使命感と誇りを醸成させ、企業フィランソロピーを具現化する活動として高く評価されたものです。

贈呈式は、2010年2月に日本プレスセンタービルで行われました。

※ 企業フィランソロピー大賞は、2003年に日本フィランソロピー協会（理事長：高橋陽子氏）により創設されたもので、社会問題の解決や社会の健全な発展に一石を投じた企業やプロジェクトを表彰してきており、今回で7回目の開催となります。選考のポイントとしては、企業活動の中で人権や環境などを優先させた活動として「社会性」があるか、固定観念や既存概念を覆して新たな社会価値を創造している「先駆性」があるか、21世紀の新たなビジネスモデルとして影響力に富んだ「波及性」があるかという3点が求められます。

### 資生堂ライフクオリティー ビューティープログラムの概要

「資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム」の歴史は大変古く、1949年高校卒業予定者を対象に社会人の身だしなみとしての化粧や化粧品の正しい使い方を知っていただくための「特別美容講座」からスタートしました。高齢の方や障がいのある方を対象としたセミナーは、すべての方に美しくなりたいという社員の自発的な「想い」で草の根的に広がり、心まで美しくなりたいための「美容技術」や「美容情報」を伝えてきました。2009年からこの活動を当社の社会活動のベースとしてグローバルに展開すべく、名称を「資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム」と名づけ、現在の活動へと繋がっています。

このプログラムは、2種類に分けることができます。ひとつは、あざや濃いシミ、白斑、肌の凹凸などがある方など肌に深い悩みを持つ方々に、それぞれに適した化粧品を選び、メーキャップアドバイスを行う「資生堂ライフクオリティー メーキャップ」です。資生堂が長年の化粧品研究の中で育んできた「パーフェクトカバーファンデーション」もご用意し、東京銀座の本社ビル内に開設した資生堂ライフクオリティー ビューティーセンターを中心に無料でアドバイスを行っています。もうひとつは、高齢の方、障がいのある方などの施設を訪問し、化粧品の基本的な使い方、美容情報をお伝えし、ご自分で肌の手入れ、化粧を体験していただく「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」です。一人ひとりがより良く健やかな日々を過ごせることを願い、地域に密着した活動として、全国で無料で展開しています。

## グローバルに広がる活動の輪

これらの活動は中国をはじめ、海外でも展開しています。

資生堂ライフクオリティー メーキャップのアドバイスを行う資生堂ライフクオリティービューティーセンターは、2009年4月に、中国の上海、台湾の台北・高雄に開設し活動を展開しています。

資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーについては、中国では2009年度（1月～12月）に、上海で7回（資生堂投資有限公司）、北京・天津で各1回（資生堂麗源化粧品有限公司）、香港で11回（資生堂大昌行化粧品有限公司）、開催しました。参加頂いた方からは、「初めての化粧は結婚式の時で、今日生まれて二回目の化粧をしました。今回化粧してみて、気持ちも外見も満足し自信ができました」「眼が不自由ですが、今日自分の肌を手で触ったとき、今までにないくらい、しっとり柔らかくなっていることがはっきりと分かりました。周りの人に綺麗になったと言われ、本当に心から嬉しかったです」「初めて、心から美しさについて考えることができました」などのお声をいただいています。

また、参加した社員からは、「美しさは表面上だけのことではなく、心の内側から鮮やかな花のように咲きほころぶものだと感じました。受講者の顔が生き活きと輝いてくる様子を見て、本当の美しさの意味を身にしみて理解することができ、自分のこの仕事がとても意義深いことだと感じられました」「年配の方々が積極的に新しいことを学ぼうとする態度と美を愛する心が感じられました。セミナーの最後に満面の笑みを湛える様子を見て、私のほうが感激しました」などの声が寄せられています。

今後も「化粧のちから」を通じて、誰もが美しく生きることができるよう、継続的に全世界へ活動を広げていく予定です。

## 本業に生かされる活動の知見

このプログラムで培われた技術力や応対力は、当社の商品開発や店頭でのお客さまへの応対の際に生かされています。具体的には、資生堂ライフクオリティ メーカーシップで使われる「パーフェクトカバーファンデーション」に用いられている、肌色を光によってコントロールする粉体やポリマーの特性を高度に応用した技術を活用し、新商品開発に結びつけています。また、高齢の方や障がいのある方などを対象にした資生堂ライフクオリティ ビューティーセミナーでは、化粧の効果が化粧療法として医療機関などからも注目されており、化粧をすることで気持ちが前向きになり、リハビリへの意欲を高め、社会への関わりを深めることに役立っています。

今後より一層、世界中の社員約4万人が心をひとつにして、世界中で出会うお客さまに笑顔になっていただけるよう取り組んでいきます。



日本フィランソロビー協会(理事長:高橋陽子氏)(写真左)により プレゼンテーション  
賞状を贈呈される資生堂執行役員内田隆文

## CSRトップコミットメント

### 世界中のお客さまの「一瞬も 一生も 美しく」に向けて



資生堂は、2008年から始めた3ヵ年計画で、グローバル企業への変革の道をさらに邁進することを宣言しました。「一瞬も 一生も 美しく」というコーポレートメッセージに込めた想いを実現するために、資生堂ならではの「化粧品を通じた社会活動」、世界の重要課題のひとつである「環境問題への取り組み」、お客さまの9割、社員の7割を占める「女性を支援する活動」、そして、お客さまとの信頼関係の基本である「安心・安全への取り組み」をCSR活動の柱として積極的に展開しています。

2009年度は、世界中のお客さまからより一層信頼され、愛される企業となるべく、それぞれの活動の領域を広げながら、さらにスピードを上げて取り組みます。

化粧品を通じた社会活動では、医学だけでは解決が難しいあざや傷あとなど肌に深い悩みを持つ方のために、ハード・ソフトの両面で蓄積してきた研究成果を発展させ、QOL（Quality of Life＝生活の質）の向上をサポートしています。そして、これまでの日本における活動をさらに広げるため、2009年4月には中国と台湾にも専用施設をオープンし、それを機に名称も「資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム」と新たにしました。

長年にわたり、福祉施設などで行なっているご高齢の方、障がいのある方ための美容セミナーは、現在ではイタリア、ドイツ、シンガポールなど、世界各地で開かれています。私をはじめ役員も多くも参加していますが、そのたびに化粧品が人の心を明るくし、喜びや自信をもたらす様子に触れ、私たちが感動を持ち帰らせていただくこともしばしばです。本年からはこの活動にすべての社員が容易に参加できる仕組みを整え、さらに広範囲の方々にお届けしたいと考えています。

資生堂は持続可能な地球社会をめざす企業市民として、すでに2004年に国連グローバル・コンパクトへの参加を表明していましたが、昨年11月には、同団体が提唱する「気候変動に関するイニシアティブ」に賛同、12月には世界人権宣言60周年を機に企画された、「企業活動において人権を尊重しサポートするCEO宣言」の署名にも参加しました。

さらに、2009年3月には化粧品業界で初めて、環境省より「エコ・ファースト」企業として認定されました。私たちは、「エコとビューティーが共生する新しいライフスタイル提案」など、資生堂ならではの活動に取り組むため、「CO2排出量削減」、「循環型社会の実現に向けた取り組み」、「人が地球と美しく共生する社会を実現するための提案」を宣言し、企業活動と自然との共生をめざし、地球環境保全に取り組んでいくことを約束しました。資生堂らしい環境活動を推進しながら、使えば使うほど人も地球も美しくなるような、新しい価値の開発に向けてのチャレンジをしていきます。

女性を支援する活動として、優秀な女性研究者の育成に貢献するため「資生堂 女性研究者サイエンスグラント」を実施し、「出産・育児・介護」といったライフステージの影響を受けやすい女性が研究に専念できるように支援しています。一方、大切なステークホルダーである「社員」についても、これまで以上に育成機会を設け、女性社員の能力を最大に引き出せるように努め、意欲と能力のあるすべての社員が、持てる力を十二分に発揮できるような制度づくりに取り組んでいます。



今日、世界は100年に1度といわれる厳しい経済状況におかれています。また、地球温暖化や貧困など、多くの問題ははまだ解決の途上にあるままです。しかし、今だからこそなお一層、私たちは常に感謝の心を持って一人ひとりのお客さまが最高の美しさを実現し、「心」まで豊かになっていただくこと、人類にとってかけがえのない地球がいつまでも美しくあることへ向けて、できることすべてを実行に移していきたいと考えています。それが、世界中のお客さまへ向けた、資生堂の揺らぐことのない約束です。

2009年6月  
株式会社 資生堂 代表取締役社長

赤田新造



資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 資生堂のCSR > 資生堂CSRの全体像

## 資生堂のCSR

### 資生堂CSRの全体像

全社の CSR 行動の考え方は  
「THE SHISEIDO WAY」を CSR 憲章とし、  
社員個々の CSR 行動基準は  
「THE SHISEIDO CODE」としています。



### 企業理念

#### 企業使命・事業領域

私たちは、多くの人々との出会いを通じて、  
新しく深みのある価値を発見し、  
美しい生活文化を創造します

#### 行動規範

1. お客様の喜びをめざそう
2. 形式にとらわれず結果を求めよう
3. 本音で語りあおう
4. 広く深く考え、大胆に挑戦しよう
5. 感謝の心で行動しよう

## THIS SHISEIDO WAY

### お客さまとともに

美しくありたい、健やかでありたい、幸せでありたい。

このお客さまの願いを、お客さまとともに育み、  
優れた品質と価値の創造を通じて、豊かに、かたちにしていきます。

### 取引先とともに

こころざしを同じくする取引先と、よきパートナーシップで連帯します。

そして、誠心誠意、目標に向けて、互恵の努力を続けます。

### 株主とともに

質の高い成長を通じた正当・健全な成果の蓄積・提供と、  
透明な企業経営により、株主の理解と共感を得る活動に努めます。

### 社員とともに

社員一人ひとりの独創性と多様性が、わたしたちの財産です。

その能力の限りない飛躍と活動を応援し、公正に評価します。

そして社員のゆとりと豊かさの充実に努め、ともに成長していくことをめざします。

### 社会とともに

すべての法律を順守します。

安全と地球環境への配慮を、なにものにも優先します。

わたしたちは、地域社会と連携し、国際社会との調和を図りながら、

持てる文化資本をベースに、グローバルレベルの美しい生活文化を創ります。

## THIS SHISEIDO WAY (抜粋)

### 第1章

1. 私たちは、常にお客さまの視点に立って、真に満足いただける優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に取り組みます。
2. 私たちは、お客さまに対して、質の高い情報を提供します。
3. 私たちは、お客さまの満足と信頼が得られるよう行動します。
4. 私たちは、お客さまの声を積極的に聞いて、今後の行動に生かします。
5. 私たちは、資生堂グループのブランドの価値を高めることに努めます。

### 第2章

1. 私たちは、こころざしを同じくするすべての取引先を尊重し、共存することをめざします。
2. 私たちは、独占禁止法などの法令を守り、正々堂々と競争します。
3. 私たちは、公正さを疑われるような贈答や接待をしたり、受けたりはしません。

### 第3章

1. 私たちは、資生堂グループの資産を生かして、業績と利益を上げることに努めます。
2. 私たちは、透明性のある企業経営を堅持して、適正な会計処理を行います。
3. 私たちは、株主や投資家との対話を大切にして、資本市場から信頼を得られるように努めます。
4. 私たちは、未公開の重要な情報（インサイダー情報）を適切に取り扱います。

### 第4章

1. 私たちは、職場のすべての人たちが生きいきと働けるように、互いを思いやり、それぞれの考え方や立場を尊重します。
2. 私たちは、誠実に仕事に取り組むとともに、新しい価値の創造をめざし、自己啓発に努めます。
3. 私たちは、健康的で安全な職場環境づくりに努めます。
4. 私たちは、情報を適切に管理して、機密情報を厳重に取り扱います。
5. 私たちは、互いに気持ちよく仕事をするために、公私のけじめを守ります。

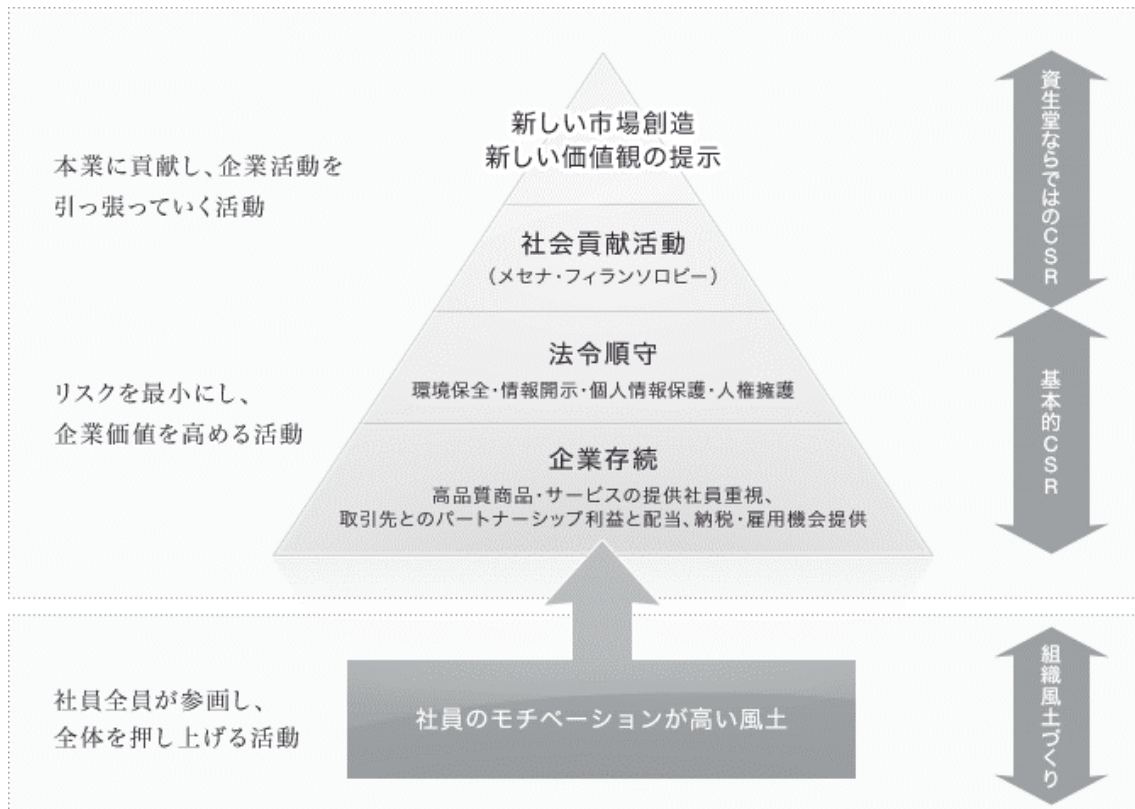
### 第5章

1. 私たちは、すべての国や地域において、その国や地域の法令を守り、慣習を尊重します。
2. 私たちは、環境法と独自の厳しい環境基準を守り、地球環境の保全に努めます。
3. 私たちは、社会と積極的にかかわっていきます。

## 資生堂のCSR

### CSR活動の領域と推進体制

#### CSR活動の領域



## CSR活動の推進体制

企業価値の向上につながる、資生堂らしいCSR活動を着実に推進していくために、取締役会直轄である「CSR委員会」「コンプライアンス委員会」の2つの委員会において、審議検討が行われています。

### ■ 体制図



### ■ 取締役会直轄委員会の目的

#### CSR委員会

当社のCSR活動がステークホルダーの皆さまからの要請に沿ったものであるか、資生堂らしさを発揮しているかどうかの検証（CSR検証）を行い、今後の課題を定めて担当職制部門およびコンプライアンス委員会に計画立案を要請します。

また、CSR委員会では、本業に貢献し企業活動を牽引する「資生堂ならではのCSR」領域に関する課題について、全社的視点からの方向性を明らかにしています。

#### コンプライアンス委員会

コンプライアンス委員会では、各部門から提出された「コンプライアンス計画」の確認と方向づけを行います。

加えて、「コンプライアンス計画」には記載されていないものの、CSR委員会での検証から抽出された課題のうち、リスクを最小にし資生堂の企業価値を高める「基本的CSR」領域に属する課題についても担当職制部門からの報告を受け、全社的な視点からの方向性を明確にしています。

### ■ 取締役会直轄委員会の具体的活動内容

#### CSR委員会

##### CSR検証の実施

「社会から要請されている活動」、「当社が対応していない（できていない）活動」、「当社が対応すべき活動」という3つの視点から、今後の課題を定めます。

##### 資生堂ならではのCSR領域に関する課題の方向性の明確化

「男女共同参画」「女性支援に関する活動」「資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム」など、資生堂ならではのCSR領域に関する活動に関する審議を行い、担当職制部門からの報告を受けています。

## **コンプライアンス委員会**

「基本的CSR」領域に属する課題の方向性の明確化

リスクを最小にし資生堂の企業価値を高めるために、各部門から提出される「コンプライアンス計画」を確認し方向づけを行い、かつCSR委員会からの要請に基づいた新たな課題の審議を行います。具体的には「情報セキュリティーへの取り組み」「事業継続計画（BCP）の策定」などについての審議を行います。

THE SHISEIDO CODEや関連ルールの策定・改訂と、THE SHISEIDO CODE定着の促進

内外の状況を的確に把握し、THE SHISEIDO CODEと、それに関連するルールの策定・改訂をおこないます。

また、資生堂グループで働くすべての社員が企業理念や企業倫理に共鳴し、THE SHISEIDO CODEを実践できるように、意識づけや啓発の活動を推進します。

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 企業データ

---

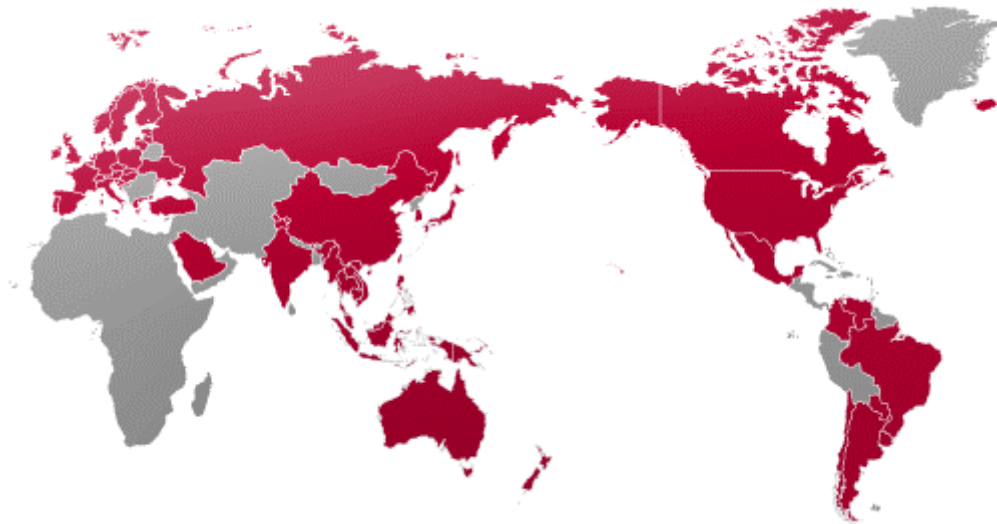
### 会社概要

- **商号** 株式会社 資生堂  
Shiseido Company, Limited
- **本社所在地** 〒104-0061  
東京都中央区銀座7丁目5番5号  
03-3572-5111(大代表)
- **創業** 1872(明治5)年
- **資本金** 645億円(2009年3月31日現在)
- **代表取締役社長** 前田 新造
- **売上高** 連結 6,903億円(2009年3月期)  
単独 2,645億円(2009年3月期)
- **従業員数** 3,500名 (グループ従業員数 28,810名)  
(2009年3月31日現在)

## 事業概要

※ 2009年9月30日現在

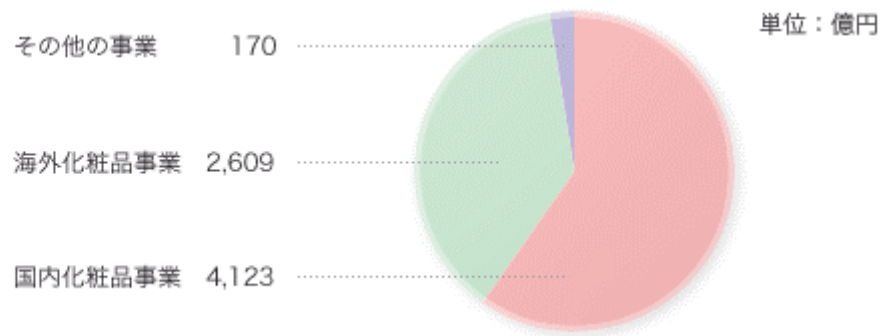
- **国内化粧品事業**      化粧品事業  
プロフェッショナル事業  
ヘルスケア事業  
など
- **海外化粧品事業**      化粧品事業  
プロフェッショナル事業
- **その他の事業**          フロンティアサイエンス事業 など
- **国内拠点**              国内生産拠点 / 4カ所  
国内研究開発拠点 / 2カ所
- v **海外拠点**              海外進出国・地域 / 71カ国  
海外生産拠点 / 10カ所  
(台湾、中国、アメリカ、フランスなど)  
海外研究開発拠点 / 8カ所  
(中国、アメリカ、フランスなど)





### 事業別売上高（連結）

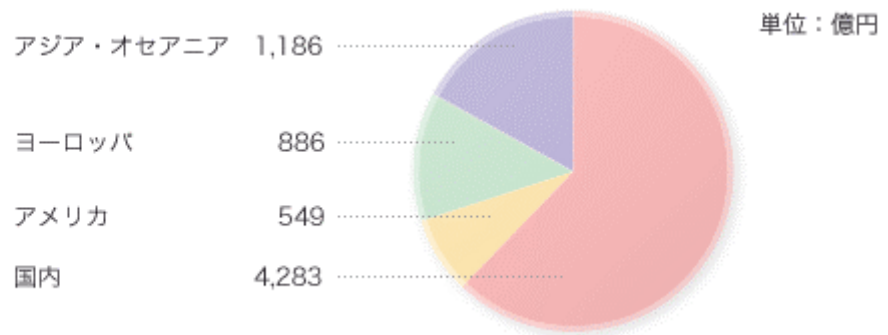
（2009年3月期）



### 国内／海外（地域別）

売上高（連結）

（2009年3月期）



TOP > [マネジメント体制] コーポレートガバナンス

## コーポレートガバナンス

資生堂は、すべてのステークホルダーの皆さまから「価値ある企業」として支持され続けることがコーポレートブランド「SHISEIDO」の価値向上につながるとの認識のもと、コーポレートガバナンスの強化にも積極的に取り組んでいます。

### コーポレートガバナンスの基本方針

資生堂は、お客さま、お取引先、株主、社員、社会というすべてのステークホルダーから「価値ある企業」として支持され続けるために、企業価値・株主価値の最大化に努めるとともに、社会的な責任を果たし、かつ持続的な成長、発展を遂げていくことが重要であるとの認識に立ち、コーポレートガバナンス（企業統治）の強化に努めています。

### 経営・執行体制

資生堂の取締役会は社外取締役2名を含む取締役8名で構成し、少人数で迅速な意思決定を行う体制としています。2007年度の9名体制からは1名減少しています。取締役会は最低毎月1回開催し、重要事項はすべて付議されています。なお、2007年度は取締役会を14回開催し、取締役の出席率は98%（うち社外取締役93%）でした。

また、執行役員制度を採用し、意思決定・監督を担う取締役会の機能と、業務執行を担う執行役員の機能を分離しています。さらに、執行役員による重要案件の業務遂行を決裁する「経営会議」を設けることで、執行役員への権限委譲を進め、責任の明確化と経営のスピードアップを図っています。同会議は、CEO兼COO（最高経営責任者兼最高執行責任者）である社長が議長を務めています。なお取締役および執行役員の任期は1年としています。

経営に外部視点を取り入れ、業務執行に対する一層の監督機能の強化を図ることを目的に、2006年度より独立した社外取締役2名を起用しています。社外取締役の招聘により、取締役会の独立性が強化されたことに加えて、取締役会における重要事項の意思決定に関する議論もより活性化しています。

これに加えて、社外取締役を除く取締役6名のうちの2名に、資生堂以外でのキャリアを持つ人材を登用するなど、取締役のダイバーシティ（多様性）も進めています。異なるバックグラウンドや専門領域をベースにした、幅広い視野・見識によって、客観性が発揮され、監督機能の強化に繋がるものと考えます。併せて、執行役員についても、少数精鋭化と若手の登用を進めており、執行能力の向上を図っています。

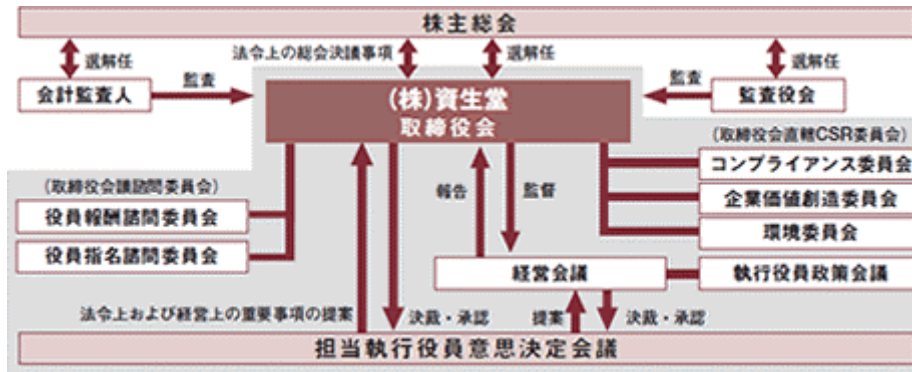
このほか、経営の透明性・客観性を高める観点から、取締役会の諮問機関として、役員報酬制度などを策定する「役員報酬諮問委員会」と取締役・執行役員候補の選抜などを行う「役員指名諮問委員会」を設置しています。いずれの委員会も社外取締役を委員長とし、客観性を確保しています。

「役員報酬諮問委員会」では、更なるグローバル化の進展を見据え、欧州企業の報酬制度を参考に、業績や株価との連動性をより高めた役員報酬制度を策定し、2008年度に導入

しました。経営目標の達成度等に応じて変動する業績連動報酬の支給条件などは、当委員会で判断しています。

「役員指名諮問委員会」では、役員候補の選抜のほか、トップマネジメント力の強化、すなわち「役員全員が高いレベルで成果を出し続けること」を狙いに、執行役員の在任期間の上限設定や昇降格・退任のルールづくりなど、新たな仕組みを構築し、透明性の高い厳正な運用を行っています。なお、執行役員の在任期間の上限は、同一役位で原則4年、最大6年としています。

■資生堂の経営・業務執行体制



監査体制

資生堂の監査役会は、常勤の監査役2名と、独立した非常勤の社外監査役3名で構成されています。監査役は、取締役会その他重要な会議への出席などを通じ、取締役の業務執行の適法性だけでなく、妥当性について監査を実施しています。

代表取締役と監査役は、定期的な意見交換会を開催し、コーポレートガバナンスについての課題解決に向けた活動へと結びつけています。また、監査役からの求めに応じ、監査役と会計監査人および内部監査部門との間で連絡会を開催するほか、監査役専従スタッフを配置するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備しています。なお、2007年度は監査役会を14回開催し、監査役の出席率は94%でした。取締役会への監査役の出席率は92%でした。

また、グループ全体の内部監査では、業務の適正性を監査し、その結果を、取締役会および監査役会に報告しています。

役員報酬

2004年度に役員退職慰労金制度を廃止し、2005年度より、取締役と執行役員の報酬は、固定報酬である基本報酬と、業績目標の達成度や株価によって変動する業績連動報酬にて構成され、その割合をほぼ同比率としました。2008年度より、当社と同規模程度の欧州企業の報酬制度を参考とし、更に基本報酬の割合を減らし、業績連動報酬の割合を約6割まで高める改定を行い、業績目標達成へのインセンティブを一層高める報酬制度としています。業績連動報酬は、毎年の業績に応じて支給される「短期インセンティブとしての賞与」、2008年度からスタートした新3カ年計画の目標を基準とした「中期インセンティブとしての現金報酬」、株主の皆さまとの利益意識の共有を主眼とした「長期インセンティブ

ブとしてのストックオプション」で構成されています。この業績連動報酬は、取締役と執行役員に単年度だけでなく、中長期的な視野を持って、業績や株価を意識した経営を動機づけることを意図した設計としています。

社外取締役の報酬については、業務執行から独立した立場での監督機能が重視されることから、業績連動報酬は組み入れておらず、固定の基本報酬のみとしています。監査役の報酬については、監査という機能の性格から、業績への連動性を排除し、固定の基本報酬のみとしています。

役員報酬の水準については、同業あるいは業種が類似し、かつ海外売上げ比率の高い他企業と比較して、当社が業績目標を達成した際に見合った水準となるよう設計しています。基本報酬は株主総会で決議された月額報酬枠の範囲内で支払われており、業績連動報酬は賞与、中期インセンティブとしての現金報酬、長期インセンティブとしてのストックオプションのすべてを株主総会に諮っています。

#### ■取締役および監査役に対する役員報酬等の内容(2007年度)

(百万円)

	基本報酬	賞与	ストック・オプション	合計
取締役(9名)	222	120	38	381
うち社外取締役(2名)	26	—	—	26
監査役(5名)	85	—	—	85
うち社外監査役(3名)	33	—	—	33
合計	308	120	38	466

注1. 取締役の基本報酬は、第89回定時株主総会(1989年6月29日)決議による報酬限度額月額30百万円以内です。また、監査役の基本報酬は、第105回定時株主総会(2005年6月29日)決議による報酬限度額月額10百万円以内です。

2. 上記取締役の賞与は、第108回定時株主総会(2008年6月25日)決議による支払い額です。

3. 上記支給額のほか、当期中に以下の取締役および監査役の報酬を支払っています。

1) 2006年度分の取締役の賞与

取締役7名に対し総額126百万円。

なお、本支払いは、2007年6月26日開催の第107回定時株主総会決議に基づく支払いです。

2) 過年度分の退職慰労金

退任執行役員1名に対し総額95百万円および退任監査役1名に対し9百万円。

なお、本支払いは、2004年6月29日開催の第104回定時株主総会における退職慰労金制度廃止に伴う打ち切り支給の決議、および同株主総会における退職慰労金贈呈の決議に基づく支払いです。

#### ■会計監査人に支払うべき監査報酬等の内容(2007年度)

(百万円)

区分	支払額
当期に係る会計監査人としての報酬の額	77
当社および当社子会社が支払うべき 金銭その他の財産上の利益の合計額	120

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 企業内倫理活動

## 企業内倫理活動

資生堂の企業内倫理活動は、法令順守はもちろん、世界中の人々から「社会の役に立つ企業」「なくてはならない企業」「魅力的な企業」として受け入れられ、発展することをめざしています。

### TOPICS

#### 資生堂、「日本内部統制大賞2009最優秀賞」を受賞、最優秀賞受賞企業講演を行いました

資生堂は、2009年3月17日、優れた内部統制やコンプライアンスシステムを整備し先進的に取り組んでいる企業を表彰する「日本内部統制大賞 2009－Integrity Award－」（主催：日本内部統制大賞－Integrity Award－審議会）の表彰式にて最優秀賞を受賞しました。

2008年下期に全上場企業3,891社を対象とした第8回「インテグレックス企業の誠実さ・透明性（倫理性・社会性）調査」の回答企業744社のうち高い評価を得た企業からさらに調査し絞り込んだ候補企業（13社）より、審議会において当社が選ばれました。これは、社会的責任に関してトップが明確にコミットメントしている点、また企業理念、「THE SHISEIDO WAY」（企業行動宣言）及び「THE SHISEIDO CODE」（企業倫理・行動規準）を明文化し、その公表を通じてステークホルダーに企業の姿勢を発信している点などが高く評価されたもので、資生堂代表取締役社長 前田新造が表彰状および記念品を受け取りました。

表彰式後、約170名の出席者（主催者関係者、企業の内部統制担当者など）を前に、当社社長 前田新造が最優秀賞受賞企業として「資生堂における企業倫理順守の取り組みについて」と題した講演を行いました。

#### 講演要旨：資生堂 代表取締役社長 前田新造

栄誉ある賞をいただき光栄に感じるとともに身の引き締まる思いです。資生堂は、企業理念「新しく深みのある価値を発見美しい生活文化を創造する」の実現に向けて、全てのステークホルダーに対する行動宣言「THE SHISEIDO WAY」と、社員一人ひとりが守るべき企業倫理・行動基準「THE SHISEIDO CODE」に基づいて業務を推進する仕組みを持ち、各職場に配置された「コードリーダー」が浸透定着の旗振り役を務めています。

また年1回全社員対象に行う「社員満足度調査」や、不正の早期発見、解決のための社外弁護士を含めた複数の報告・相談窓口の設置、経営における透明性・多様性の確保などを通して、企業倫理の浸透を図っています。

しかし、こういった仕組み作り以上に大切なのが、社員の会社を思う気持ち、また資生堂社員であることの誇りであると考えます。コーポレートメッセージ「一瞬も一生も美しく」を実践する活動として、当社は30年以上にわたり高齢者・障がい者施設での美容セミナーを続けており、私自身昨年来参加しておりますが、この4月からは社員全員が参加してまいります。この活動を通して、化粧が人の心まで元気にすることを実感し、当社が存

在する社会的な意味や、仕事のやりがいを共有することも、理念の浸透や倫理観の醸成につながると考えております。今後もこの賞に恥じないように社会的な責任を果たしていく所存です。



表彰式の様子  
長友英資審議委員長(左)、当社社長前田新造(右)



最優秀賞受賞企業講演の様子  
「資生堂における企業倫理順守の取り組みについて」

## 企業内倫理活動

### THE SHISEIDO CODE を基準としたCSR活動

THE SHISEIDO CODEは、企業理念とTHE SHISEIDO WAY（資生堂企業行動宣言）を実現するための全社員が従うべき具体的な企業倫理・行動基準であり、資生堂CSR活動の基本です。ステークホルダーの皆さまとより深い信頼関係を形成することをめざしてまいります。その内容は[ホームページ上](#)で社外に公開しています。

#### ■ THE SHISEIDO CODE の位置付け

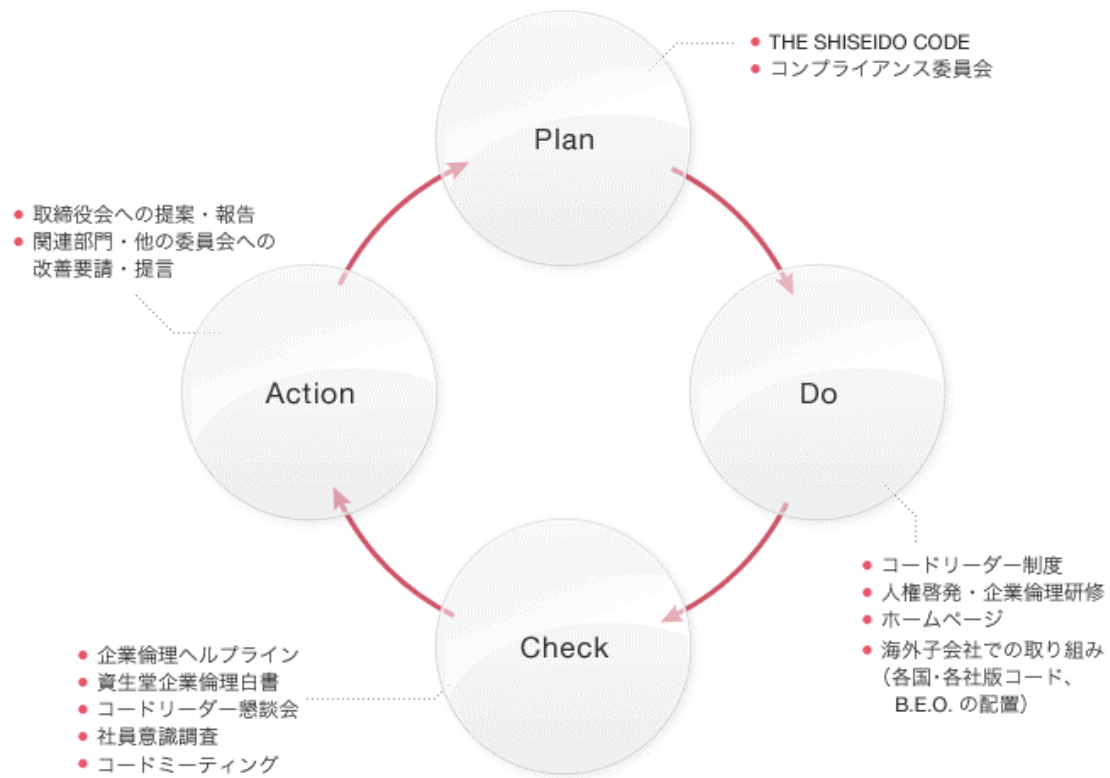


## 企業内倫理活動

### PDCA サイクルに沿った企業内倫理活動

資生堂の企業内倫理活動は、コンプライアンス委員会（1997年に企業倫理委員会として設置）を中心に、国内全事業所にコードリーダー（職場の企業倫理の旗振り役）と海外事業所にB.E.O（Business Ethics Officer、企業倫理担当役員）を配置し活動を推進しています。

#### ■ 資生堂企業内倫理活動のPDCAサイクル





資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 企業内倫理活動 > コードリーダーの活動

## 企業内倫理活動

### コードリーダーの活動

資生堂では国内全部門・事業所に、約500名のコードリーダーを配置しています。コードリーダーは役職、性別、年齢に関わらず各職場の特性に合わせて選任され、各職場の活動計画を作成しPDCAサイクルに沿った啓発活動を推進しています。

活動の好事例や各職場の年度活動報告は、啓発誌『コードレター』や『資生堂企業倫理白書』で紹介して情報の共有化を図り、次年度の活動計画立案に活用しています。また、コードリーダー間のコミュニケーション強化や職場の問題点抽出を目的に、コンプライアンス委員が各地域のコードリーダーと話し合う「コードリーダー懇談会」を開催したり、事業所単位で責任者とコードリーダーが話し合う「コードミーティング」を実施することで、より良い職場づくりをめざしています。

2008年度は、

重点活動テーマとして「風土改善」に取り組みました。

2009年度の重点活動テーマは、

「魅力ある人づくり・職場づくり」とし、国内全事業所で推進中です。



コードリーダー懇談会の様子(2009年11月開催)



コードリーダー紹介用の社内掲示ポスター

## 働きやすい職場をめざして、常識にとらわれない改革を推進しています



大阪工場  
コードリーダー

大阪工場 工場長、管理部長、コードリーダー、サブコードリーダー参加のコードリーダーミーティングの様子 (2010年1月)

大阪工場ではさまざまな改革に取り組んでいます。あらゆるムダを徹底的に排除する2S活動を定着させながら、生産活動では立ち作業化（座り作業からの脱却）など、今までの常識を打ち破るような改革により、就業環境が大きく変化しています。その変化に対するさまざまな課題解決に向けて、コードリーダーとサブコードリーダーが中心となり、幅広く意見を収集して魅力ある人づくり・職場づくりに向けた活動を展開しています。

## 企業内倫理活動

### 人権啓発・企業倫理研修

資生堂ではTHE SHISEIDO CODEの浸透・定着のため、役員および全社員が毎年1回以上、人権啓発・企業倫理研修を受講します。

#### (1) 新任コーディネーター研修(年1回)

コーディネーターとしての企業倫理に関する知識習得を目的に開催。  
社内外の講師による講演や参加型プログラムを交えた集合研修。

#### (2) 階層別研修(年1回)

役員、本社部門長・関係会社社長、海外事業所責任者、販売事業所責任者、新入社員が対象の集合研修。社外の企業倫理専門家や他企業の経営者などによる講演、社内状況の紹介など。

#### (3) 事業所別全社員研修(年1回)

各職場のコーディネーターが講師となり実施。  
2008年度は「魅力ある人づくり・職場づくり」をテーマに、仕事上のコミュニケーションを切口とし、「コミュニケーションの大切さ」「他者への思いやり」を考える研修を実施しました。

## 企業内倫理活動

### 公益通報者保護法への対応と企業倫理ヘルプライン

2006年4月に施行された公益通報者保護法への対応として、万が一社内で不正行為があった場合も小さな芽のうちに社内で解決するため、責任者への研修や全社員へのパンフレット配布などで、社内の「資生堂相談ルーム」、弁護士事務所内の「資生堂社外相談窓口」の2つの通報（相談）窓口の周知徹底を図っています。

公正な調査解決ルートや通報（相談）者の不利益扱いの禁止を明示した「資生堂グループ相談窓口規程」も制定し社員に周知しています。

資生堂相談窓口は、THE SHISEIDO CODE関連事項だけでなく業務に関する相談を広く受け付け、2008年度は206件、2000年4月の開設以来累計1,132件の相談を受け付け、迅速に解決を図っています。

また、エシックス（倫理）カードを派遣会社社員を含む全社員に配布しています。



資生堂相談窓口について  
社内で配布した冊子



エシックス(倫理)カード

## 企業内倫理活動

---

### 社員意識調査による課題抽出と改善策の推進

1998年より毎年、仕事や会社に対する意識や  
THE SHISEIDO CODEの定着状況について社員意識調査を実施し、  
その結果を活動に反映しています。

これまでは正社員のみを対象に行ってきましたが、  
2007年度からは雇用形態の多様化に合わせ、社員（有期契約）・派遣会社社員にまで枠を  
広げ、全社員を対象に実施しています。

「THE SHISEIDO CODE」の順守状況については毎年着実に向上しています。

今後は、職場の風土や仕事の進め方に関連する項目をさらに向上させるため、  
魅力ある人づくり・職場づくりを推進していきます。

## 企業内倫理活動

### 贈答・接待に関する社内規程の見直し

サプライヤーや得意先などの取引先と公正で透明な取引を推進するために、贈答・接待の慣行についてはTHE SHISEIDO CODEで社会的妥当性の範囲内に限定して必要に応じ、認めることとしています。

さらに1998年に部門・関係会社別に運用基準として「贈答・接待に関する社内規程」を定め、運用を図ってきました。

昨今の公正・透明な取引に対する社会的な意識の高まりを踏まえ、コンプライアンス委員会の下部組織「贈答・接待分科会」で検討を重ね、再度、確認の意味からこの規程を見直し、2007年度には管理体制をさらに強化しました。

全社的なルールとして「贈答支出権限規程」「贈答・接待の受領時の報告制度」を導入し、「部門・関係会社別贈答接待規程」の見直しを行いました。



贈答・接待見直しの社内周知ポスター

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 企業内倫理活動 > 国連グローバル・コンパクトへの参加

## 企業内倫理活動

### 国際グローバル・コンパクトへの参加

資生堂は2004年9月、国連グローバル・コンパクトへの参加を表明、国際社会に対し地球社会が持続可能な成長を実現するための課題解決や世界的な枠組み作りに参加、自発的に取り組むことを宣言しました。

具体的な取り組みとして、グローバル・コンパクト10原則\*を参考に、当社の調達活動基準である「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」を2006年3月に制定、お取引先さまとともに高い倫理基準をもって調達活動に努める約束を社会にしています。

また、人権活動においては自らの企業活動の中で継続的に取り組むことはもちろんのこと、グローバル・コンパクト支持の一環として、2008年12月、世界人権宣言60周年を記念し、グローバル・コンパクトが企画するCEO宣言に賛同、世界に向け「人権が普遍的かつビジネスにおいて重要な課題であり、それぞれの企業活動において人権を尊重し、サポートする」ことを宣言しました。

環境活動においては、同じくグローバル・コンパクトが取り組む気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に参加表明、自らの事業活動において地球環境の保全に努めることはもちろんのこと、世界的な気候変動への取り組みを支持し、積極的に参画してまいります。



国連グローバル・コンパクト  
『気候変動に関するイニシアティブ』への参加表明

## 国際グローバル・コンパクト



1999年世界経済フォーラム（ダボス会議）にて当時のコフィー・アナン国連事務総長が提唱した企業、国際労働団体、市民社会の組織による自主行動原則です。参加する団体は人権、労働、環境、腐敗防止の4分野**10原則**を支持、実践するよう要請され、それにより世界経済のより持続的かつ包括的な発展を図ります。世界の約7,760団体（2009年10月現在）が国連グローバル・コンパクトを支持し、参加を表明しています。

>>ホームページはこちら

<http://www.unglobalcompact.org/>

### \* グローバル・コンパクト10原則

「グローバル・コンパクト」は、各企業に対して、それぞれの影響力の及ぶ範囲内で、人権、労働基準、環境に関して、国際的に認められた規範を支持し、実践するよう要請しています。

その狙いは、各企業がそれぞれの事業を遂行する中で、これらの規範を順守し、実践することを通じて、世界に積極的な変化をもたらすことです。

その原則は以下の通りです。（2004年6月に腐敗防止に関する原則が追加され、現在10原則となっています。）

（人権）

- 原則1 国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
- 原則2 自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

（労働基準）

- 原則3 組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、
- 原則4 あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
- 原則5 児童労働の実効的な廃止を支持し、
- 原則6 雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

（環境）

- 原則7 環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
- 原則8 環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
- 原則9 環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

（腐敗防止）

- 原則10 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

（2008年7月、日本語訳の改訂）

出展：国連広報センター（UNIC）WEBサイト

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.



## 企業内倫理活動

### 資生堂のリスクマネジメント

資生堂では企業活動にかかわるあらゆるリスクとコンプライアンスを全社的に統括する、コンプライアンス委員会を設置しています。リスクごとに事業・部門を横断して統括するリスク担当部会やリスク担当部門の連絡会を編成し、予防対策を推進しています。この委員会がリスクを未然に防ぐための諸施策を推進し、万が一リスクが発生した場合は「対策本部」「対策プロジェクト」「対策チーム」といったレベル別組織で対応する体制をとっています。

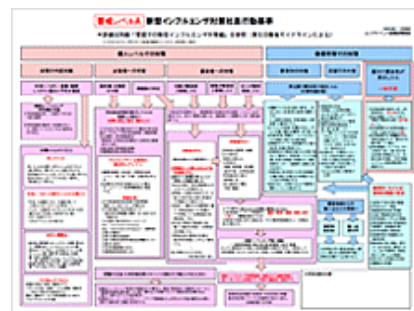
またリスクが発生したときの影響を最小化することはもちろんのこと、社会的損失を極力出さないこと、社会に貢献できる責任ある行動をとることが「社会的責任」を果たし、企業価値そのものを高めていくことができるというポリシーのもと、リスクマネジメントに取り組んでいます。

### 「大地震」や「新型インフルエンザ」を想定した事業継続計画と社員行動マニュアル

想定される大地震や新型インフルエンザが発生した場合に被害を最小限にして早期の事業復旧が図れるよう、重要業務をどのように再開し復旧・継続させるかについて事前に定めた事業継続計画（BCP：Business Continuity Plan）を策定しています。

また、社員行動マニュアルとして『大地震…そのときあなたは？』という冊子や社員用『新型インフルエンザ対策マニュアル』を作成し、全社員に配布しました。

想定したリスク発生時の社員行動基準を明示し、いざというときに冷静な対応ができるよう掲載し、社員の意識喚起を図っています。



新型インフルエンザ対策社員行動基準



新型インフルエンザ対策マニュアル(表紙)



新型インフルエンザ対策マニュアル(目次)



大地震想定マニュアル

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 化粧を通じた社会貢献活動 > 資生堂ライフクオリティービューティーセンターのご案内

## 化粧を通じた社会貢献活動

資生堂では創業以来、美容に関してハード・ソフトの両面から蓄積してきた研究成果を活用し、一人ひとりのお客さまが望む美の実現をお手伝いし、心まで豊かになっていただくことをめざしてまいりました。

特に、肌や心、また、からだに何らかの悩みを抱える方々に対して、当社独自の美容ソフトと商品の提供を通じてQOL(Quality of Life=生活の質)向上をサポートする活動を積極的に進めています。

### 資生堂ライフクオリティービューティーセンターのご案内

「肌に深いお悩みを持つお客さまに、最適な商品と美容法を提供することで、肌も心も一層美しくなっていく。そしてお客さまのQOL (Quality of Life=生活の質) 向上をサポートする」ことをめざした活動です。

これまで資生堂では、あざなどに対応したファンデーション『パーフェクトカバー』の開発を進める一方で、医療機関と連携して皮膚に疾患や傷跡を抱えた方々に対するメーキャップアドバイスを行ってきました。

この活動をさらに広めるため、2006年6月、東京・銀座の本社ビル内に資生堂ライフクオリティービューティーセンターを開設しました。医療機関での実習やOJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)で専門の教育を受けたスタッフが、あざや白斑(はくはん)(※)、肌の凹凸など、それぞれの肌の悩みにあわせて、化粧によるカバー技術などの、メーキャップアドバイスを無料で行っています。完全予約制かつプライバシーが保たれた空間なので、ゆっくりと安心してご利用いただけます。お客さまからは「自信がでてきて希望が持てるようになった」「キレイに隠すことができたのでこれからはメイクを楽しみたい」などの声が寄せられています。

また、この活動に共鳴し教育を受けた全国の取引先や医療機関でも紹介していただいています。

(2010年1月31日現在 365機関)

※ 白斑(はくはん):原因不明の後天性の皮膚疾患で、顔や首、手足などの色素が白く抜ける症状。



清潔で落ち着いた個室で、メーキャップアドバイスをしています。



資生堂が開発した『パーフェクトカバーファンデーション』シリーズ。肌色の悩みや肌の凹凸を効果的にカバーします。

## メーカーアップアドバイスは治療のパートナー

順天堂大学医学部附属順天堂医院 皮膚科助教  
池嶋 文子 先生



白斑の治療の選択肢は、かつてと比べるとずいぶん増えてきました。しかし、治療の効果がいかなかったり、皮膚に負担がかかりすぎるため治療を中断せざるを得ない事態にもしばしば遭遇します。そのような時、メーカーアップは皮膚診療を補完する上でとても大きな役割を果たしているように思います。白斑という疾患は痒みや痛みなどの自覚症状はありませんが、美容的な問題が大きく、精神的ストレスを強く感じている患者さんが少なくありません。メーカーアップは根本的な治療ではありませんが、患者さんのQOLを向上させる意味では重要な選択肢のひとつと私は考えています。実際、プロのメーカーアップアドバイスが受けられる資生堂ライフクオリティービューティーセンターをご紹介した患者さんが、皆さん非常に喜ばれている様子からもセラピーメーカーアップの有効性を実感できます。また全国のお店で、このセンターと同様充実したメーカーアップアドバイスが受けられるのも、大変素晴らしいことだと思います。

## お客さまから喜びをいただける活動

NISHIKI(山梨県) 奥さま  
西山 啓子さま



肌に深いお悩みを持つお客さまへのメーカーアップアドバイス活動での出会いには心からの喜びを感じることができます。以前パーフェクトカバーをご紹介した、顔の血管腫でお悩みのお客さまは「こんなに簡単にあざが隠せるなんてうれしい。今までは外出先で化粧直しができなくて他の人がうらやましかったけれど、これならできますね。夢がかないました…」と涙を流して喜んでくださいました。より美しくなったお客さまに喜んでいただけると、こちらも温かい気持ちになり、自然と笑顔になることができます。これからも来店されるお客さまお一人おひとりを大切に、こつこつと続けていきたいと思っています。

## TOPICS

### 「日本心身医学5学会合同集会」に 「入院中の妊婦に対する美容ケア(エステティック)の効果について」を発表

2009年6月6日、7日の2日間、東京国際フォーラムにおいて、第1回日本心身医学5学会合同集会在開催されました。これは、日本心身医学会、日本女性心身医学会、日本小児心身医学会、日本歯科心身医学会、日本心療内科学会の5学会の合同集会として、5学会の交流を活発にすることで、心身医学を日本にさらに広めたいという目的でわが国で初めて開催されたものです。

当社は、この合同集会において“入院中の妊婦に対する美容ケア(エステティック)の効果”についての愛育病院との共同研究結果の発表を行いました。さまざまな不快な症状が多発する妊娠中の女性、特に、安静状態を余儀なくされた入院中の妊婦さまの心理的な不安やストレスは大きく、あらゆる面からの心身のケアが求められています。当社では、妊婦さま用のエステティック施術を開発し、医師、助産師ら医療従事者の管理下で入院中の方に対して実施し、その効果の検討を行いました。その結果、収縮期血圧の低下、唾液中S-IgA(唾液中の免疫指標)の増大とともに、気分の改善や不安の減少が認められ、妊娠、入院生活等における緊張やストレスを緩和させ、入院中の妊婦のQOL(クオリティー・オブ・ライフ=生活の質)が向上する可能性が示唆されました。発表後には、産婦人科や心療内科の医師など、さまざまな方と意見交換を行うことができました。

当社は今後とも妊婦さまに限らず、高齢者やがん患者さまなど、多くの方々のさまざまなお悩みを化粧の力でサポートしていくための研究をさらに深化させQOLの向上に尽くして参ります。



合同集会・研究発表の聴講状況



発表者 白土真紀と発表パネル

## がん撲滅チャリティーイベント「リレー・フォー・ライフ」

リレー・フォー・ライフ（命のリレー）は、がんを恐れない社会をめざす、アメリカで始まったがん啓発サポートキャンペーンです。

患者や家族、その支援者らがチームを組んで24時間交代で歩きながら、そして会場で企画した多くの催しを楽しみながら、世の中にがん征圧を呼びかけます。また、個人やチームごとにがん征圧のための寄付を集め、日本対がん協会を通じ患者支援に役立てられます。

日本国内では2006年に始まり、資生堂は毎年このイベントに参加して、患者さまやご家族さまのサポートをさせていただいています。

2009年9月12日～13日、宮城県名取市の東北電力名取スポーツパーク愛島競技場において、東北地方ではじめてのリレー・フォー・ライフが開催されました。資生堂販売株式会社東北支社、北日本営業本部、本社 お客さま・社会リレーション部の総勢15名が1つのチームを組んで参加し、グラウンドを歩く他、美容ケアを通してサポートを行いました。

美容ケアは、メーキャップ、ハンドマッサージ&マニキュア、フットマッサージなどのメニューを用意し、それぞれのメニューに対して寄付金として500円をいただきました。歩き疲れた方々が美容ケアを受けていただいたことにより、元気を取り戻し「さあーがんばって、もうひと歩きしよう！」と言っていたことは、私達を幸せな気持ちにしてくれました。急遽開催が決定し準備期間が短かったために、参加者が約 500名と少なめでしたが、47名の方に美容ケアを受けていただき、事前に募った募金と合計し38,850円を「リレー・フォー・ライフ・ジャパン 2009 inみやぎ」に寄付をすることができました。

今回はじめて参加した社員からは、「がん撲滅をめざしている社会貢献活動に少しでも役に立てばうれしい」「地域活動に参加することで、地域の皆さまのお役に立てた」「今年ともした灯を絶やすことなく、来年も皆で参加したい」という感想をいただきました。がんは国民病と言われるようになったこの時代、こうした活動が地域に根ざしていくことを願い、私達はそのお手伝いをしていきたいと考えています。



資生堂チーム



美容ケア中の資生堂社員



集まった募金を寄付しました

## ほほえみセミナー開催！がん体験者の方へ、化粧品で笑顔を

2009年2月10日、日本対がん協会主催で「ほほえみサポート美容セミナー」が開催されました。「ほほえみセミナー」は、乳がん征圧のためのほほえみ基金の活動で、今までは乳がん検診機器購入助成や乳がん啓発TVコマーシャルなどを中心に、患者サポートとしてはがん無料相談を行ってきましたが、今回初めて「美容」という切口でのサポートに取り組みました。

資生堂ライフクオリティービューティーセンターが全面的に協力し、治療による美容のお悩み（抗がん剤治療による肌のくすみや眉、まつげの脱毛など）に対してメーキャップ方法をアドバイスさせていただきました。参加された合計18名の方は、最後には満面の笑顔でお帰りになりました。スタッフも、参加者の方からいろいろな美容のお悩みやお困りごとを教えていただきました。さらに研究を重ね、肌にお悩みを持つ方により良いアドバイスができるよう努力していきたいと思えます。



### セミナーの様子

「肌色カバーコース」と「眉・まつげの描き方コース」に分かれ、それぞれ参加者同士で楽しくわいわいとお話しになりながら、資生堂ライフクオリティービューティーセンターのスタッフのアドバイスとデモンストレーションを真剣なまなざしでご覧になっていました。

## 化粧品を通じた社会貢献活動

### 資生堂ライフクオリティービューティーセミナー活動

資生堂では、肌や心、また、からだに何らかの悩みを抱える方々に対して、化粧品や美容の技術を通じてQOL（Quality of Life＝生活の質）向上をめざす活動「資生堂ライフクオリティービューティープログラム」に取り組んでいます。

その活動のひとつである「資生堂ライフクオリティービューティーセミナー」は、高齢の方、障がいのある方などを対象にした無料の美容セミナーで、一人ひとりがより良く健やかな日々を過ごせることを願い、地域に密着した活動として全国で展開しています。

現在は高齢者福祉施設や障がい者施設、更生保護施設（※）などを訪問し、年間延べ約2,200件、約3万6千名の方々を対象に行っています。

セミナーでは化粧品の基本的な使い方、美容情報をお伝えし、ご自分で肌の手入れ、化粧品を体験していただきます。

性別・年代を問わず多くの方にご参加いただき、化粧品を通じたコミュニケーションにより、手と手が触れ合い、心と心が触れ合うひと時を実感いただいています。

この活動は、すでに海外でも現地のニーズに合わせた活動を行っており、今後は国内の取り組み同様、世界各国に拡大していきます。

#### ※ 更生保護施設とは

更生保護施設では、家庭における愛情の欠落など不幸にして過ちを犯した青少年たちが更生し、社会の一員に戻るために、健全な社会人になることを指導・擁護して自立を助けることを目的に活動しています。更生保護施設は、更生保護事業法に基づいて法務大臣の認可を受けて事業を営む公益法人で全国に100余の施設があります。



シンガポール、高齢者施設での活動



ドイツ、医療機関での活動

## 開催施設担当者の声

### お化粧品教室を開催して

社会福祉法人 無量壽会  
コーディネーター 榎田 忍さま



資生堂の皆さんによるお化粧品教室は、毎回「わくわく感」という新しい風を運んでくれます。

口紅を塗っただけで表情が変わります。今まで見たことのない素晴らしいお顔を見せてくれます。「化粧品の匂い、私大好き」と目を細めて言われる方もおられます。その方にとっては化粧品に素敵な思い出があるのでしょう。

新年会、夏祭り、敬老式典には大勢の資生堂の皆さんがボランティアで華やかにイベントを盛り上げていただき、ありがとうございます。おしゃれをして式典に望むことができるご利用者の皆さんはとても幸せだと思います。

今後とも新しい風を持ち込んでいただければ幸いです。

### 美容セミナーを開催して

都内の女性更生保護施設  
補導主任 福田 順子さま

資生堂の方々のご協力により、「好感のもてるメーキャップ教室」として美容セミナーを開催しました。入所している全員の方が参加したことから、美容については関心が高いことがうかがえます。参加者の生きいきとした表情を見ることができ本当によかったです。

当会では、再び過ちを犯さないよう自立に向けての指導や援助、各種処遇プログラムを実施しています。彼女たちの多くが、幼少期に家族から虐待を受けていたり、またDVの被害者であったりします。それゆえ自信もなく自己イメージが低い方も少なくありません。このセミナーを通じて、彼女たちが自分自身への関心を高め、うまく自己表現ができるようになり、社会の中で普通に生活していくことへの自信を持つことができるよう期待します。



## TOPICS

### 中国で資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを継続開催しています

2009年上海の障がい者施設でスタートした中国での“資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー”は、活動を北京などへの地区拡大や老人施設へ対象を拡大しながら継続的に開催しています。

セミナーでは、「化粧品の使用方法」「最新の化粧品情報や、自分でできるスキンケア・メーキャップ方法」などを体験いただいています。

参加者のお母さまからは、「今までこんなにきれいな娘を見たことはありません。顔がきれいになったというだけでなく、微笑んだ娘の心までとても美しいと感じられました。母親として感動しました」という嬉しいお声が寄せられ、また当社の現地担当者からは、「美容のお手伝いをしているうちに、参加してくださった方々の表情が明るくなってきました。そして、それを感じて、私たちの気持ちまで純粹できれいになっていくようでした」と感想を述べています。

当社は、今後も、多くの方に、美容や化粧の技術を通じてQOL（Quality of Life＝生活の質）向上をめざしていきたいと考えています。



上海の障がい者センターでのメーキャップアドバイス



セミナー時に使う中国語に翻訳された教材

## 美容セミナーのあゆみ

全国の事業所のビューティーコンサルタントが開催する美容セミナーは、1949年から、高校卒業予定者を対象に社会人の身だしなみとしての化粧や化粧品の正しい使い方を知っていただくための「特別美容講座」からスタートしました。

その後は「整容講座」と名称を変え、現在は「資生堂ビューティーアップセミナー」として、全国の企業や団体、学校などで積極的に開催しています。

また高齢の方、障がいのある方を対象にしたセミナー「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」も草の根的に広がり、現在は化粧の効果が「化粧療法」として医療機関などからも注目されており、化粧をすることで気持ちが前向きになり、リハビリへの意欲を高め、社会への関わりを深めることに役立っています。

「すべての方に美しくなりたい」という願いのもと、「一瞬も一生も美しく」の実現に向け、全国で美容セミナー（資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー・資生堂ビューティーアップセミナー）を開催し、年間延べ約3,900件、延べ約8万4千名のお客様さまに参加いただいています。

## 資生堂ビューティーボランティア制度

高齢の方や障がいのある方への美容セミナーは年々需要が高まり、そのご要望に応えるため、2000年から、資生堂を退職したビューティーコンサルタントを対象にビューティーボランティア制度を発足しました。

ビューティーボランティアは、ボランティア活動に興味のある退職者を各事業所が募集し、2009年12月までに約380名が登録しています。

自宅近くの高齢者施設、障がい者施設などで実施する「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」に参加しています。



鹿児島県・鹿児島市で実施した高齢者施設でのセミナーの様子

## 資生堂ビューティーサポーター制度

資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーは、全国各事業所が主催し、ビューティーコンサルタントが中心となって推進しています。2009年4月からは、役員・一般社員の参加を広く呼びかけ、多くの社員がサポーターとして参加できる支援システム「ビューティーサポーター制度」を新設し、2009年12月までに873名の社員が参加しました。

社員自らがセミナーへ参加することで、化粧・美容の力を再認識できるとともに、社会と会社が安らぎを分かち合うきっかけとなっています。



社長の前田(左)、副社長の岩田(右)のセミナー参加の様子



大分県の佐賀関病院にて、  
セミナーに参加した社員の様子

## ビューティーサポーターの声

### ■ 視覚障害者セミナーに参加して

はじめて資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーに参加しましたが、この笑顔こそが、化粧の力の真骨頂なのだと思います。それは化粧のノウハウをお伝えするだけではなく、まごころまでお伝えすることだと実感しました。セミナーに参加して、生徒さんの笑顔からパワーをいただきました。

### ■ 高齢者セミナーに参加して

はじめは「私は見ているだけでいいです」と言われた方も、セミナーが進むにつれて積極的に参加し、皆さんとても楽しそうに、「やっぱりいつもと違う」「きれいになったね」と会話が弾み、とても微笑ましく素敵な笑顔でした。

日々の業務で直接お客さまと接することはありませんが、今回の体験を通して「お客さまに喜んでいただく」の思いを忘れずにいたいと思いました。

## TOPICS

## 視覚障がい者総合福祉機器展 [アイフェスタ2009 in 和歌山] にて美容技術協力

2009年7月26日、「和歌山市ふれ愛センター」で「アイフェスタ2009 in和歌山」が開催されました。「アイフェスタ」とは、視覚障がい者の総合的な福祉機器展、医療相談、日常生活相談、美容相談などを行っている催しで、「日本網膜色素変性症協会（略称：JRPS）」の各支部で主催地域毎に開催されています。資生堂では、主催者の「JRPS和歌山支部」から、協力の要請を受け、美容貢献活動の一環としての活動「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」を開催しました。

今回の「アイフェスタ2009 in和歌山」は、「網膜色素変性症」の治療法の確立や、生活の質向上をめざすことをテーマに開催され、「JRPS和歌山支部」事務局担当者の方々から「視覚に障がいがあっても、積極的に行動したいし、特に女性はきれいにお化粧したいんです！」との声をいただきました。資生堂は肌や心、また、からだに何らかのお悩みを抱えている方のために、美容や化粧の力を通じてお役に立ちたいと考えています。今回のセミナーはその活動の一環です。また、社長以下役員・社員が、「化粧の力」を再確認する場としてセミナーへ参加する仕組みを開設し推進しています。この日は、資生堂販売（株）近畿支社の社員が「好感の持たれるメーキャップ」をテーマに、参加された方お一人おひとりに合わせ、似合う色や使い方のポイントをアドバイスしました。

セミナーには、午前の部（11:00～）・午後の部（14:00～）合わせて14名の方に参加いただきました。参加いただいた皆さまは、拡大鏡をご覧になり、メーキャップが仕上がるにつれ美しく変わっていくご自身の顔を楽しそうに確認されたり、ガイドヘルパーの方に「ファンデーションをつけると肌が明るくなりましたね！」「その口紅とても似合っていますよ！」と声を掛けられ思わず微笑まれたりと、とても喜んでいただくことができました。セミナーを推進した社員も、参加された皆さまが喜ばれ、笑顔になられた瞬間、化粧の力を実感し元気をいただきました。



「好感の持たれるメーキャップ」セミナーの様子

## お客さまとともに

美しくありたい、健やかでありたい、そして幸せでありたい。  
このお客さまの願いを全社員で共有し、商品やサービスに生かしています。  
一人ひとりの美しさの実現に向けて、お客さまとともに取り組んでいます。

### 100%お客さま志向のものづくり

#### 安全で安心してご使用いただける化粧品づくり

資生堂では、お客さまに安心して商品をお使いいただくため、研究・生産活動を行っています。まずは肌を正しく知ることが重要だと考え、化粧品に関わるあらゆる分野の最先端技術（生命科学、皮膚科学、界面科学、人間工学、心理学など）を取り入れた研究や、国内外の皮膚科医、大学・研究機関との共同研究によって肌の仕組みを研究することから、化粧品づくりを始めています。

そして、使用する原料については肌への負担がないか、不純物が混じっていないかを追究し、安全を確信できたものだけを使用します。こうしてできた処方が製品としても問題ないことを確認するため、パッチテストや皮膚科医監修による実使用テストなども行っています。



#### 厳しい基準を設けた生産段階

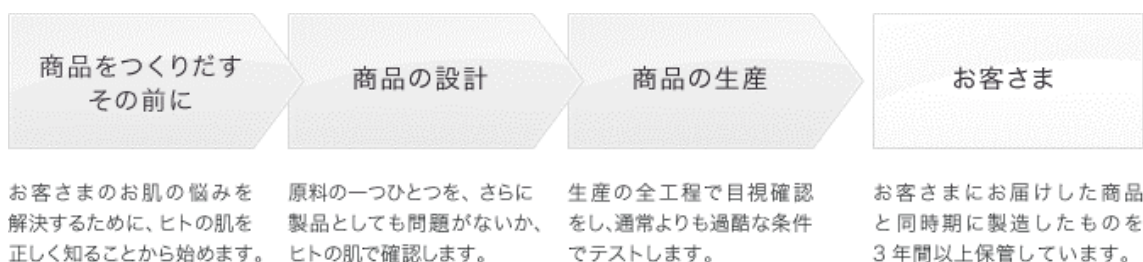
製品を生産する際、工場では厳しい「衛生基準」「製造基準」「品質基準」を設定しています。衛生上管理された人が清潔な設備を使用し、厳しい製造ルールを守りながら製品の生産を行います。生産中や生産後には各種検査を実施し、確かな製品が出来ていることを確認し、さらに実際にお客様が使用して違和感がないか、資生堂では「官能試験」と呼ばれる検査を行い、製品の状態、におい、色、使用感を確認しています。「官能試験」は検査員の感性（視覚、嗅覚、触覚）による試験で、社内試験に合格した感性の高い検査員が判定を行っています。このような品質チェックに合格した製品が出荷され、お客様にお届けされます。また、出荷後も製品のサンプルは製造後5年間保管して品質の確認を行っています。

## データに裏付けられた安全性

皮膚科専門医は化粧品による皮膚炎（カブレ）が疑われた患者さまに対し、使用していた化粧品とその成分のパッチテストで皮膚炎の原因を追究しています。メーカー別に集計したパッチテスト陽性率は、メーカーの「安全性保証レベル」を表すともいえます。

資生堂の化粧品の陽性率は、国内外の化粧品メーカーのなかで最も低く（※）、高い安全性が保持されていると報告されています。

※「Fujimoto et al., Patch test results in 492 patients of suspected cosmetic dermatitis (1996-2000), Environ. Dermatol., 9, 53-62, 2002.」より



## ヘルスケア商品での取り組み

資生堂ではヘルスケア商品でも100%お客さま志向のものづくりを推進しています。

特許取得美容食品としてお客さまの支持を集める『ザ・コラーゲン』シリーズをはじめとし、美容飲料のさきがけであり20年以上ご愛飲いただいている『アペリオ』など、美容健康食品および医薬品を常に最新の技術を取り入れながら商品化しています。

また食品による社会貢献として、日本初の特定保健用食品となった『ファインライス』を1991年、米アレルギーを持つ方々に向けて発売しました。これは、米胚芽に含まれるアレルゲン物質を除去する技術を応用したもので、2007年までの16年間、代替技術が確立されるまで販売しました。

ヘルスケア商品の安全性、高品質を守るため「原料選定・製品化・生産・生産出荷・流通」の各段階で、医薬品に準じたGMP（※1）または資生堂基準により、お客さまに安心してご愛飲いただける製品を生産しお届けしています。原料選定では化粧品同様、世界中から原料情報を収集し、現地情報、土壌、残留農薬などのデータをチェックして、安心できる原料のみを使用しています。製品化・生産においてもHACCP（※2）、ISO9000、ISO22000、GMPなどの各種基準や、資生堂基準により常に高水準・高品質の製品を安定供給する体制を整えています。

こうした取り組みを進めるため、蓄積された経験だけに頼ることなく、研究部門、商品開発部門、美容ソフト部門が協力し合い定期的に情報交換を行いながら、常に最新の健康情報を収集し最先端の技術を取り入れ、安全安心かつ新奇な製品づくりを進めています。

※1 GMP : Good Manufacturing Practice。薬事法に基づいて厚生労働大臣が定めた、医薬品等の品質管理基準のこと。

※2 HACCP : 1960年代、米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品衛生管理の手法のこと。

資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; お客さまとともに &gt; お客さまとのコミュニケーション

## お客さまとともに

### お客さまとのコミュニケーション

#### 資生堂ウェブサイト

お客さまの気持ちやニーズに応える、魅力ある情報づくりやサイト運営に努め、資生堂の商品・美容・企業など多岐にわたる情報を「[資生堂ウェブサイト](#)」にて配信しています。

また「[資生堂グローバルサイト](#)」は21カ国、2エリアで展開しています。さらに携帯サイトでも「iモード」「EZweb」「Yahoo!ケータイ」の3キャリアにて公式ウェブサイトを公開しています。

「[資生堂ネット会員](#)」は、モニターへの参加やサンプルプレゼントの応募、自分だけのパーソナル情報が閲覧できるマイページなど、さまざまな会員専用のサービスが受けられるほか、新着情報を満載した「資生堂ニュース」などのメールマガジンを購読していただくことができます。



資生堂ウェブサイト



資生堂グローバルサイト

#### ■ 美容ディクショナリー

美容について知りたい、調べたいというときに役立てていただけるウェブサイト上の美容辞書が「[美容ディクショナリー](#)」です。

美容に関わる理論的な解説や化粧品の基本的な使い方、テクニック、お手入れ方法などを掲載しています。さらに分かりやすくお伝えするため、動画情報も用意しています。



## ■ リスナーズカフェ

視覚障がいのあるお客さまに向け、美容情報や化粧品の基本的な知識などを、音声対応で発信しているページが「[リスナーズカフェ](#)」です。

ここでは、美容、流行、ファッション、健康などのテーマを幅広く扱った季刊発行「おしゃれなひととき」も掲載しています。この情報は、CDに収録し、全国約100カ所の点字図書館に年4回寄贈しています。

本文中に出てくる商品については、即時にその商品の詳細を知ることができるような工夫をすることで「より使いやすくなった」とご好評をいただいています。



## 資生堂ネット会員を中心とした「資生堂全国一斉ビューティーアップセミナー」

2005年より、資生堂では資生堂ネット会員のお客さまを対象に、最新の美容情報にふれ、新製品も体感していただける施策連動型の「資生堂全国一斉ビューティーアップセミナー」を全国の事業所で一斉に開催しています。

今までに4万5千人を越えるお客さまに参加していただきました。参加のご予約は資生堂ウェブサイトで行い、資生堂ネット会員に登録していただいたお客さまを最優先に参加いただいています。



※ 一部事業所では、店頭受付や地域媒体受付など、直接受付を行っております。



資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; お客さまとともに &gt; お客さまの声を社内で共有

## お客さまとともに

### お客さまの声を社内で共有

お客さまからいただく貴重な声を企業活動の羅針盤として活用し、よりご満足いただける商品やサービスの創出につなげています。

資生堂の「[お客さまセンター](#)」では、お客さまからのご意見やお問い合わせに真摯に耳を傾け、いただいた声がお客さまの喜びを生み出すさまざまな活動として反映されるよう、社内をナビゲートしていく中心的役割を担っています。

日々の誠実な対応が、当社への信頼や絆を創っていくということを常に心に留め、お客さまと向き合うよう、2006年度に「お客さま対応行動指針」を制定し、お客さまとのコミュニケーション品質の向上に努めています。

「お客さま窓口」をはじめとして、さまざまな切り口や方法での「お客さまの声の収集」にも積極的に取り組み、お客さまへの理解を深め、よりご満足いただける商品やサービスの改良や新たな開発に確実に反映させる「お客さま情報のマネジメント」にも力を入れてまいります。

#### ■ アンケート・モニターからの収集

「[資生堂ネット会員](#)」にご登録いただいているお客さまの中から、約1万人のアンケート・モニターを選出し、ご協力いただいています。資生堂が独自に開発したアンケートシステムにお答えいただくほか、モニター調査にご協力いただくなど双方向コミュニケーションによって得られる生の声を商品開発やサービス向上に活用しています。

#### お客さま対応 行動指針

SHISEIDO

「一瞬も一生も美しく」の実現に向けて、  
お客さまの美しさづくりをサポートします。

お客さまからのお申し出に対し、迅速かつ丁寧、的確に対応します。  
常に感謝とおもてなしの心を大切にし、お客さまにご満足いただけるよう努めます。

お客さまの声を、きめこまやかなサービス・魅力ある商品の創出につなげ、お客さまと資生堂の一生のお付き合いをサポートします。

#### お客さま対応行動指針

## ■ お客さまからご意見を投稿いただくサイト（アイデアガーデン）

「資生堂ウェブサイト」内に当社へのご意見・ご要望を投稿できるコーナーを2008年4月より開設しました。投稿いただけるのは資生堂ウェブサイトマイページ利用者限定ですが、その声を広く公開し一般の方々に投票していただくことにより、お客さまからの当社に対する期待を把握し、企業活動に反映しています。



## ■ お客さまの声の分析

お客さまからいただいたたくさんの声は「[ボイスネットC](#)」システムに集約され、社員が主体的にお客さまの声を分析し、より良い商品・サービスの提供につなげています。

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > お客さまとともに > お客さまの声を反映した商品づくり

## お客さまとともに

---

### お客さまの声を反映した商品づくり

お客さまに最後まで満足して商品を使用していただけるよう、お客さまからいただいた声を社内で共有し、寄せられた大切な情報は企業活動に生かしています。

こうした取り組みは、商品づくりにも反映されています。最近の主な事例をご紹介します。

これまでの主な事例は[こちら](#)をご覧ください。

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## お客さまとともに

### ユニバーサルデザインへの取り組み

あらゆる方々の生活環境に配慮したデザインが「ユニバーサルデザイン」です。この考え方は、すべてのお客さまに安心して心地よくお使いいただける商品づくりをめざす資生堂にとっても大きなテーマです。

当社では「ユニバーサルデザイン」の専門的理論や法律などを踏まえ、商品の特性に合わせた『資生堂ユニバーサルデザイン ガイドライン』を2005年にまとめました。6原則14項目にわたる内容で構成され、商品の企画部門、デザイン部門、設計部門が共有しながら商品づくりを進めています。ガイドラインの制定に当たって、実際の商品が「どのようなお客さまに」「どのようなシーンで」「どのように」使用されているかを正確に把握することが大きなポイントとなりました。また、できるだけ多くの場面を想定することも重要でした。

例えば「使い方が明瞭である」という原則の中に「直感との一致」というチェックポイントがあります。これは、誰が見ても「ここを握り、ひねれば栓が開く」ことが直感的に分かるということを示します。こうした点に配慮したデザインは「使いやすいデザイン」ということになります。反対に、いかにもそこを押すと開きそうなボタンがありながら、それはただの飾りで機能しない場合、直感を裏切ったことになり「使いにくいデザイン」という印象になってしまいます。

2008年秋に発売された『エリクシールプリオール』は、60歳以上の方を対象に開発されました。容器の開発にあたっては、数多くの対象年齢のお客さまとデザイナーが直接面談し、日頃の化粧行為で不便な点がないか、実際に容器を手にしていただきながらヒアリングしました。そこで出てきた要望を下の写真のようにデザインに反映しています。

今後もお客さまの立場からの視点を大切にしながら開発を進めてまいります。



ボトルとキャップの間にすき間をもたせ指がかりをつくることでキャップを回しやすくなる工夫をしている。



これまでは商品の正面にデザインとして英語で入っていた「化粧水」などのアイテム名称を裏面の見やすい位置に大きく表示。シールもはがしやすいよう、つまみやすくしている。

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > お取引先さまとともに

## お取引先さまとともに

得意先や購買先などすべてのお取引先さまとは、CSR活動においても良きパートナーシップの実現をめざしていきます。

資生堂の資材調達情報 をみる  
Collaboration & Creation

### 取引先との取り組み

資生堂では、化粧品を製造するための原料や香料、パッケージ、販売促進物などを外部の会社から購入しています。これらすべての取引先を「ともに新しい価値を創造していくパートナー」と考え、CSR活動の推進においても、相互理解を第一義に連携しています。

#### ■ 資生堂グループ・サプライヤー行動基準

これまで当社では、パートナーとともに環境活動への取り組みを積極的に進めてきました。2001年2月には「グリーン調達基準」に基づき、購買先に対して環境活動に関するアンケートを実施しました。その結果をもとに、環境方針をはじめとする「取引を行う前提としての7項目」を設定し、2003年4月時点で、全購買先からの同意をいただきました。

環境活動だけでなくCSR全般の活動へ拡大するため、2004年7月、コンプライアンス委員会の下部組織として「取引先分科会」を設置し、検討に入りました。そして2005年3月から、国内約400社・海外約200社の購買先を対象に、実態把握のためのアンケートを実施しました。アンケート結果や国連グローバル・コンパクト、先進的な他社事例などを参考に、2006年3月には「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」を策定、対象の購買先に配付しました。「法令順守」「労働（児童労働、差別、安全衛生等）」「知的財産の保護および機密の保持」「環境保全」「公正な商取引」について、基準を設けています。

これらの内容に沿って再度実施した2006年6月のアンケートから、当社の取り組みに対して理解・共感を得ることができました。

今後は、取引先決定の条件として「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」への合意を織り込むなど、お取引先とともに企業価値をさらに高める活動を進めてまいります。



資生堂グループ・サプライヤー行動基準

取引先とのパートナーシップ強化を目指して - 購買活動方針説明会の開催 -

資生堂は、「グローバルレベルの美しい生活文化の創造」の輪を広げることをめざし、調達活動を通じて「社会との共生」を図りながら、お取引先とともに成長し、「新しい価値の創造」を調達面からも実践することを明言しています。

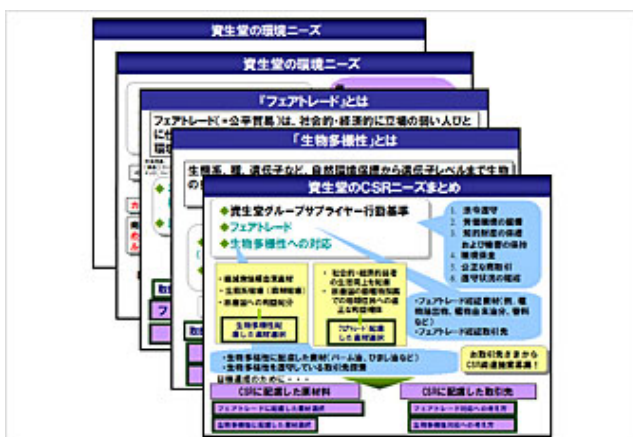
CSRの取り組みを進めるためには、お取引先への理解と連携が不可欠であり、今後、社会の要求に応じていくためにも、資生堂のCSRに対する考え方について、お取引先にさらに理解いただき、社会に対する真摯な姿勢で一緒にものづくりを進めていきたいと考えています。

そこで、お取引先とのパートナーシップ強化をめざし、調達部門では、毎年、お取引先との『購買方針説明会』および原料・香料、材料など分野別の『活動方針分科会』を開催し、資生堂の「企業の社会的側面（CSR）に対する考え方」をお伝えし、ともに取り組んでいくことを確認しています。

09年度は、約130社のお取引先にご参加いただき、資生堂の「環境ニーズ」と「CSRニーズ」を、より具体的にお伝えし、お取引先に協力を要請しました。



2009年度の『購買方針説明会』の様子



資生堂『環境ニーズ』、『CSRニーズ』の資料

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境活動株主とともに

## 株主とともに

---

「成長性の拡大と収益性の向上」により企業価値・株主価値の最大化をめざすとともに、株主の皆さまの理解と信頼を得るため、適時適切な情報開示や対話など、コミュニケーションの充実を図っています。

株主さま・個人投資家の皆さまへの情報は、専用ページでご案内しております。



[株主・投資家向け情報ページへ](#)



---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 社員とともに

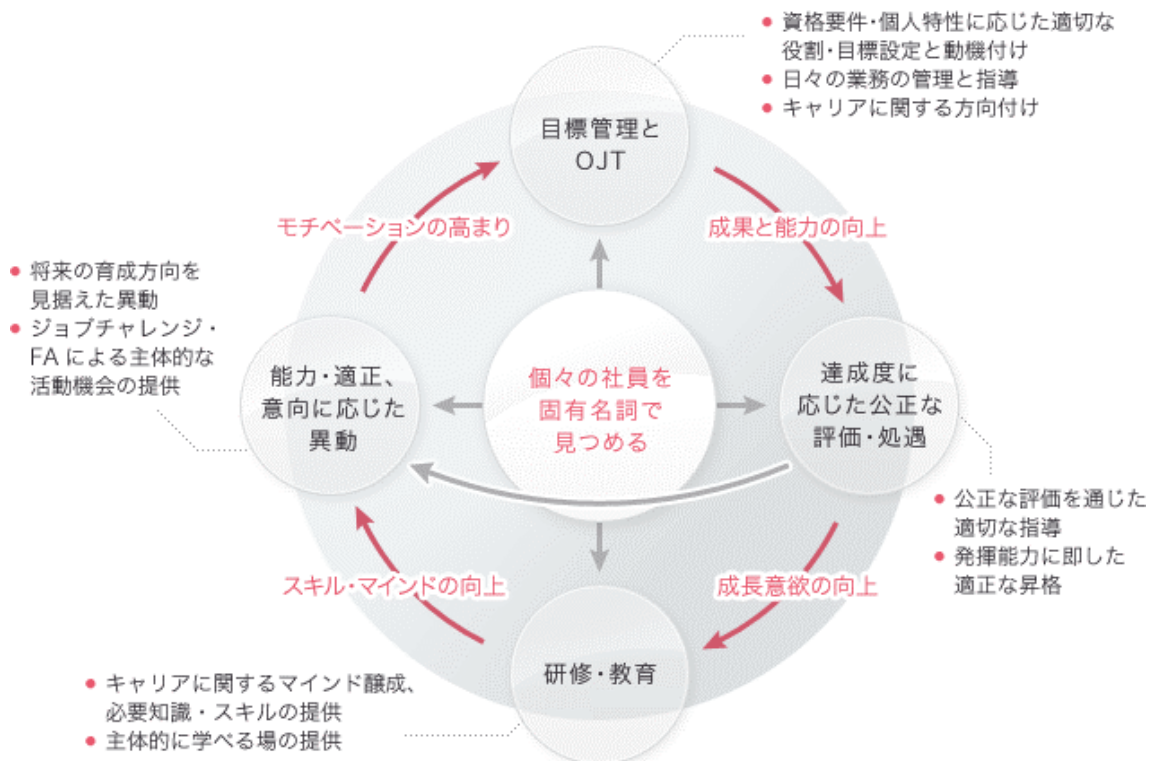
「魅力ある人」で組織を埋め尽くすことへの実現に向けて、  
資生堂で働くすべての人が、その能力を最大限に発揮できるよう環境を整備しています。

### 資生堂『共育』宣言

経営ビジョンの実現は、それを実践する「人」にかかっています。つまり「魅力ある人づくり」は経営に直結した取り組みともいえます。

資生堂は創業当時、世間から「書生堂」と呼ばれるほどに人材育成に熱心な企業でした。その社風は今日に至るまで受け継がれており、2006年には改めて原点に立ち返るため「資生堂『共育』宣言」を発表しました。この宣言は、「働く人の自己実現」と「会社の成長」とが重なり合って「人」を大切に育てていくことをめざしています。さらに「魅力ある人」の具体的な姿である資生堂人として育みたい能力と感性の指針を「美意識・自立性・変革力」と決めました。上司による日々の指導や研修、異動、評価などを通じて「ともに育ち合い、育て合う」環境整備を進めています。

### ■ 人材育成の基本フレーム





## エコール資生堂

「資生堂『共育』宣言」に基づき、人材育成方針の具現化と全社の研修機能を統括するため、2006年、企業内大学「エコール資生堂」を創設し、さまざまな研修がスタートしています。「エコール資生堂」では、分野ごとのプロフェッショナルを育成するための研修と、分野を横断した新入社員研修・管理職研修、経営幹部を養成する研修などを実施しており、2008年度には約100講座にも及ぶ研修を行いました。学長は社長が、各分野の学部長はその分野を担当する執行役員が就任することで、役員自らが魅力ある人材の育成を率先します。



## 社員一人ひとりの自己実現をバックアップ

執行役員 人事部長  
高重 三雄



企業にとって最も大切な経営資源は、唯一心を持ち、1のものを2にも3にも変えられる「人」と考えています。この考えをもとに、日常のOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）、公正な評価、教育研修、将来の育成方向を見据えた異動を、社員一人ひとり“個”でみつめて人材育成を図ります。自己実現に積極的に取り組む社員を強力にバックアップすることで、組織の活力を高めてまいります。

## 社員とともに

### 男女共同参画への取り組み

#### 男女共同参画の考え方と推進体制

資生堂の男女共同参画は、社員の活力を高め成果を上げ続ける組織風土づくりに向けての経営戦略のひとつとして推進しています。

人事課題に留まらず、法令順守を超えて「企業にとって重要なステークホルダーである社員の企業に対する信頼を高める」ことを目的として積極的に推進しています。また「資生堂らしい、先進的な取り組みをすることにより、社外からの企業評価を高める」レベルをめざしています。

2007年度より、社長を委員長とした企業価値創造委員会のもとに男女共同参画部会を設置、ここで男女共同参画アクションプランを決定し、進捗状況を確認しています。

#### 第2フェーズ「男女共同参画アクションプラン15」

2007年度から第2フェーズ「[男女共同参画アクションプラン15](#)」に取り組んでいます。「男女共同参画風土の醸成」「リーダーの育成・登用」「働き方の見直し」「仕事と出産・育児の両立支援」の4つの課題と「次世代育成のための社会貢献」に対応した15の項目に対して、全社をあげて推進しています。

#### 女性リーダーの育成・登用

資生堂では、部下を持ち評価をする職制管理職を「リーダー」と呼び、2009年4月現在、国内グループのリーダーに占める女性比率は18.7%となっています（「[人事関連データ](#)」参照）。化粧品メーカーという特性を考えると、この数値は決して高くありません。そこで、数値目標を掲げることで、比率の引き上げを図るよう取り組みを進めています。

具体的には、社員一人ひとりを念頭にOJT・評価・研修・異動を組み合わせることで、割り当て目標ではなく努力目標として、2013年までに30%までの引き上げを見込んでいます。

女性リーダーの育成・登用に当たっての課題は転勤の問題です。当社では、全国コースの女性が812人（2009年4月現在）と比較的多いため、男女に共通する制度を新たに設けました。女性優遇ではなく男女平等の原則に則って行えるよう、行動計画に盛り込んだアクションプラン15は例外的な女性のみを対象とした項目を除いて、男女双方を対象とするものとししました。

## 仕事と育児・家庭の両立支援を拡充

「男女共同参画アクションプラン15」に基づき、仕事と育児・家庭の両立を支援する7つの人事制度を2008年4月に新設・改訂しました。社員からの要望に応え、従来の制度では対応しきれなかった「小学校低学年の子どもを持つ社員」にまで支援対象を拡げることとしました。

また「育児・介護期にある社員の転勤に関するルール」の新設や、育児に関する既存制度を実態に即して社員が使いやすくなるように改訂を行い、より働きやすい職場環境をめざします。これらの取り組みにより、女性が出産・育児のために退職することなく仕事を続けることができる第2のステップにきています。

こうした活動が評価され、2008年には日本経済新聞社が主催する「第3回につけい子育て支援大賞（※）」を受賞しました。

今後は、子どもを育てながらキャリアアップを図れる会社をめざします。

※ 日本経済新聞社が2006年から主催する子育て支援に積極的に取り組む民間企業、地方自治体、民間団体、住民グループなどを顕彰する制度。

	制度	新設・改訂のポイント
1	新設 育児・介護期にある社員の転居を伴う異動に関するガイドライン	育児時間、介護時間を取得中の社員は、転居を伴う異動の対象外とする
2	新設 育児を目的とした配偶者同行制度	育児期(小学校3年生以下の子を持つ)社員の配偶者に国内転勤が発生した場合、配偶者の転勤地への同行を希望できる
3	新設 配偶者の海外転勤に伴う休業制度	社員の配偶者に海外転勤が発生した場合、配偶者の勤務地への同行を前提に、3年以内の休業を認める
4	新設 退職した正社員の再雇用後の取扱い内規	退職した正社員を再雇用した場合、再雇用後の正社員への登用の道を整備する
5	改訂 育児休業制度	特別の事情がある場合には、同一子に対して3回まで取得を認める (改訂前:同一子に対して原則1回)
6	改訂 子の看護休暇制度	半日単位で取得可能とする(改訂前:1日単位)
7	改訂 育児時間制度	取得期間を小学校3年生まで延長する (改訂前:小学校就学前)

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 社員とともに > ワークライフバランスの実現のために

## 社員とともに

### ワークライフバランスの実現のために

#### 社員の働き方の見直し

資生堂では、性別や年齢に関わらず社員一人ひとりが働きがいのある仕事に就いて、生きいきと働くことができるようにワークライフバランスの実現をめざしています。働き方を見直すことで効率を高め、創出された時間を使って個人生活や社会生活も充実させ、そこから得た多様な価値観や知識、人間観、美意識、情報・ネットワークなどを会社の仕事に反映させていくことで、会社も個人もより豊かに成長していくことを目標としています。

2007年度には会社経営方針の発表会において、社長からすべての部門長・事業所責任者に対し「働き方見直し」「男女共同参画」「人材育成」の3つの活動計画が指示されました。積極的に取り組んできた結果、各事業所から好事例も出てきました。また、2009年4月から本社部門で「22時消灯」（ワークライフバランス週間は20時消灯）を実施しており、働き方の見直しと同時に社員の健康面にも配慮しています。

今後も継続して事業所活動を推進し、資生堂グループ全体でワークライフバランスのとれた働き方を全社員が実感できるようにしていきます。

## TOPICS

## 東洋経済新報主催「第2回ダイバーシティ経営大賞 ワークライフバランス部門賞」を受賞

資生堂は、東洋経済新報社が主催する「第2回（09年）ダイバーシティ経営大賞 ワークライフバランス部門賞」を受賞しました。「ダイバーシティ経営大賞」は、多様な人材を重要な経営資源として活かす経営手法であるダイバーシティ経営を企業理念に掲げ、その実践を先進的に進める企業を表彰することを目的として2008年に創設されました。当社はワークライフバランスの考え方にに基づき、仕事と育児の両立支援に向けたさまざまな制度を導入し、成果を上げてきている点が高く評価され、今回の受賞となりました。

評価いただいた制度の主な内容は、事業所内保育施設「カンガルーム汐留」の設立（03年）と近隣企業への開放、育児時間を取得する美容職の代替要員を店頭へ派遣する「カンガールスタッフ体制」の全国導入（07年）、さまざまな業界からリーディング企業に参集いただき、総計34社でワークライフバランスの推進を議論していく「ワーク・ライフ・バランス塾」幹事企業としての活動（04年～06年度）等です。また、2008年度には、育児時間を取得中の社員は転居を伴う異動の対象外とし、さらに配偶者の国内転勤同行制度、海外転勤休業制度を導入するなど人事制度の新設・改訂や男性の育児参加促進キャンペーンなどを推進しています。

授賞式の挨拶で代表取締役副社長の岩田喜美枝は、「弊社では仕事と育児の両立支援に向けたさまざまなプログラムをいち早く実現し、現在では出産や育児を理由に辞める社員はほとんどいなくなった。しかしまだ課題はある。ひとつは、育児期の女性が制度に守られてかろうじて働くのではなく、職場復帰後に管理職へとキャリアアップできる環境を整えること。もうひとつは男性社員が子育てに当たり前に参画できる風土を醸成していくことだ。そのためには、長時間労働が評価の対象となるのではなく、一人ひとりの働き方を見直し、生産性をどう高めていくかが課題だと感じている。これまでは育児期にある女性の環境改善に注力してきたが、今後はすべての社員に対する働き方の見直しにまで進化させていくことが目標だ」と述べました。今後、当社はさらに取り組みを進め、すべての社員において仕事と仕事以外の生活の間に好循環を創出し、より高い価値の創造、生産性の向上をめざしてまいります。



「ワーク・ライフ・バランス塾」の成果の1つである書籍

(学習院大学経済経営研究所編著出版社：第一法規出版)



表彰を受ける代表取締役副社長の岩田喜美枝(左)

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 社員とともに > カンガルースタッフ1,000名体制へ

## 社員とともに

### カンガルースタッフ 1,000名体制へ

お客さまの応対活動に従事するビューティークンサルタント（以下、BC）が育児時間制度を利用する際、BCに代わって夕刻以降の店頭活動をサポートする「カンガルースタッフ」の派遣体制を2006年に導入しました。

この体制により、仕事と育児の両立が困難だったBCが安心して子どもを産み、育てながら「100%お客さま志向」に向けた活動に邁進できる職場環境が実現しました。

導入当初は、約500名の育児時間取得BCを約600名のカンガルースタッフにてサポートする形でスタートしましたが、2009年4月には育児時間を取得するBCが約650名となり、1,000名のカンガルースタッフにてサポートする体制に拡大しています。

#### 育児時間取得 BC

資生堂販売株式会社 首都圏支社 西東京支店  
福田 智子(ふくだともこ)



育児時間が取得できることで、仕事と育児の両立が図りやすくなりました。このような環境をつくっていただいたことや、サポートしてくれるカンガルースタッフさんには本当に感謝しています。今、育児経験が、お客さまとの話題やご提案内容に広がりを持たせているということを実感しています。このような経験を次の後輩BCにもつなげていきたいです。

#### カンガルースタッフ

資生堂販売株式会社 首都圏支社 西東京支店  
竹内 友佳理(たけのうち ゆかり)



この制度に共感し、カンガルースタッフとして活動をはじめました。最初は戸惑うことも多かったのですが、周囲の方に支えられ、今では育児時間を取得されているBCさんや、お客さまの笑顔をやりがいに充実した活動ができるようになりました。

## 社員とともに

### 心とからだの健康をめざして

「魅力ある人で組織を埋め尽くす」というビジョンの実現に向けて、資生堂では会社をあげて人づくりに取り組んでいます。それにはなによりもまず、社員一人ひとりが心もからだも健康で生きいきと輝いて活動することが大切であり、「健康づくり」は「人づくり」の基礎であると考えます。

社員の健康づくりは社員と会社の双方に利益をもたらすものとして、経営的視点で健康管理を捉えて推進する「健康経営」の実践を目標に掲げ、2007年5月、冊子『心とからだの健康をめざして』を発行し、全社員に向けて今後の方針を発信しました。この冊子は前田社長の巻頭言から始まり「資生堂健康管理基本方針」「健康管理体制の整備」「予防の概念と1次予防（疾病未然防止と健康増進）の重要性」を案内しています。

また「(1)生活習慣病対策」「(2)喫煙対策」「(3)メンタルヘルスケア」「(4)女性のための健康管理」の4つの健康事業の推進についても宣言しています。

#### (1)生活習慣病対策

- 生活習慣病予防に効果的な年代の集まる階層別研修（SIII昇格者対象のキャリア開発研修）にて生活習慣病予防のための啓発講演を実施

#### (2)喫煙対策

- 生活習慣病予防に効果的な年代の集まる階層別研修（SIII昇格者対象のキャリア開発研修）にてこれまでは世界禁煙デーにあわせ、全事業所一斉に終日全館禁煙を実施していたが、2009年6月より毎月1日に「資生堂禁煙デー」として実施  
希望者には禁煙支援プログラムを実施

#### (3)メンタルヘルスケア

- 社外の相談窓口に加え、専門カウンセラーと産業保健スタッフが連携する
- 社内メンタルヘルス相談窓口を2008年4月に開設

#### (4)女性のための健康管理

- 女性のライフサイクルに着目した、からだの変化やかかりやすい疾病などに関する健康啓発セミナーを2009年2月より実施
- 妊娠や出産、育児に関する働く上でのさまざまな健康上の不安や疑問に、産業医・保健師が対応するチャイルドケアサポートセンターを設置

これら4つの健康事業を資生堂グループ全体で共有しながら有効に機能させるため、年2回、グループ企業の人事責任者、産業医・保健師・看護師などの産業保健スタッフ、労働組合代表者、本社人事部ならびに健康保険組合が出席する「衛生協議会」（2008年1月発足）を開催し、全体的な健康事業の推進に関して協議しています。

## 社員とともに

### 知恵椿提案制度(業務改善提案制度)

会社の改革を強力に推し進めるのは、社員一人ひとりの挑戦とアクションであると資生堂は考えます。そこで、全社員がアイデアを出し業務改善を通じて改革に参画することを目的として、2006年6月より「知恵椿提案制度」を推進しており、これまでに集まった提案はすでに18万件を超えました。

この制度は、社員自らが工夫・改善した結果を提案し、それを評価する仕組みであり、高い評価を得た提案は社長をはじめとした役員に対して提案者が直接プレゼンテーションし評価・表彰されるほか、継続して積極的な提案活動を実践した個人や事業所についても表彰されます。

この取り組みを続けることにより、社員一人ひとりの意識や行動力を高め、小さなことでも自主的に改善・実行できる企業風土を実現するとともに、お互いを思いやる気持ちを根付かせることをめざしています。

また水平展開が可能な提案については、全社的にその取り組みを広げることにより、お客さまづくりや業務の効率化に役立てています。

### 「どのようにしたらお客さまにもっと喜んでいただけるか」を常に考えて活動しています

2008年度「年間個人提案賞(美容職部門)」第1位  
(株)アユーララボラトリーズ  
山本 晃子(アユーラパートナー)



店頭スタッフが一丸となり、「どのようにしたらもっとお客さまに喜んでいただけるか」「より多くのお客さまにご来店いただくにはどのような活動が必要か」を常に考えながら、よりよい店頭づくりに向け活動しています。

そんな中、知恵椿の存在が、失敗や小さな疑問をあやふやにせず、解決への機会に結びつける力となっています。

これからも、アユーラに立ち寄ってくださった全てのお客さまに、満足の笑顔でお帰りいただけるよう、店頭態勢を整え、小さな問題点や改善点を先輩スタッフ全員で共有しあいながら、その成果を知恵椿に提案していきたいと思えます。



## 知恵椿は自分の成長と職場の発展に欠かせない存在だと思います

2008年度「年間個人提案賞(一般部門)」第1位

久喜工場

山口 将人



職場の改善推進メンバーに選ばれたことをきっかけに、改善活動を活性化するためには、まずは自らが積極的に取り組むことが大切だと考え、自分自身の仕事を見直し、改善点がないかを常に意識するよう心がけてきました。

今では、私にとって知恵椿は自分の成長と職場の発展、そして仲間との信頼関係を築く大切な存在となっています。今後も更なる成長をめざし、改善活動を推進していきたいと思います。

## メンバーの想いが結実した「知恵椿」を、互いに認め喜びあい、更なる改善につなげています

2008年度「優秀職場賞」第1位

本社 中国事業部 事業推進部

中国事業部では、メンバー1人ひとりが、それぞれの課題をきちんと見つけ、「少しでも会社や業務をよくしたい」という強い気持ちで行動を起こし、思いを込めて「知恵椿」に提案してくれています。

部内では、知恵椿の提案書を手上司が部下にアドバイスをする姿がよく見られ、ひとつの改善で満足することなく、さらなる改善につなげています。また、部会場で各自の提案を共有し、その成果を互いに喜び合うことでモチベーションアップも図っています。(中国事業部 事業推進部長 片山琢美)



※ 年間個人提案賞 1年を通じて、継続的に提案活動を実践した社員に贈られる賞のこと。美容職部門と一般部門に分けて表彰しています。

※ 優秀職場賞 1年間を通じ、多くの社員が改善活動に参加し、数多くの提案をした事業所や部門に贈られる賞のこと。

## 社員とともに

### お客さま満足度アップ活動

資生堂では「100%お客さま志向の会社に生まれ変わる」ための改革を進めています。

その鍵となるのが、お客さまの声をもとに生み出された商品に最後の新たな価値を吹き込み、その価値を直接お客さまに伝えることのできる約1万人のビューティーコンサルタント（以下、BC）の活動改革です。

この一環として、2006年4月よりBCの売上目標をなくし、お客さまの接客や応対に対する満足度によって評価をする仕組みを導入しています。

お客さまからいただいた声は毎月一人ひとりのBCにフィードバックされ、BC自身の活動の振り返りや課題への気づきを通じ、応対レベルとお客さま満足度のさらなる向上につながっています。「今日、何人のお客さまに美しくなっていていただくお手伝いができたか」「応対や接客はご満足いただけましたか」。

日々、お客さまの満足と信頼を高めていくことを全社員の活動目標とし、一丸となって取り組んでいます。

### お客さまから信頼していただけるBCをめざして

資生堂販売(株) 中部第1営業本部  
藤井 理絵



私たちは、お客さまがアンケートはがきに記入してくださった、応対に関する声をととも大切にしています。

それは、お客さまが私たちにどのようなことを望まれ、どのようなことを期待しているのか、すべてそこに答えがあるからです。

ご来店いただく多くのお客さまが、私たちの応対にご満足され、商品をご購入くださり、満足して使い続けていただきたい。そのために、お客さまお一人おひとりの声は、私たちの宝物です。時には厳しいご意見をいただくこともありますが、そのお声を真摯に受け止め、応対

を改善できるよう、努めています。

常にお客さまと真剣に向き合い、信頼していただける活動をめざしています。

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 社員とともに > 誰もが生きいきと働ける職場をめざして

## 社員とともに

### 誰もが生きいきと働ける職場をめざして

#### 花椿ファクトリー

「誰もが生きいきと働くことができる職場づくり」をめざして、2006年1月、知的障がい者を中心とした特例子会社(※)「花椿ファクトリー(株)」を設立しました。

現在は墨田作業所、汐留事業所、大阪事業所の3カ所で、22名の知的障がい者が活躍しています。

墨田作業所では品質第一を目標に、『化粧惑星』『インテグレート』をはじめとするメーキャップ製品のレーベル貼りなどの加工・セット作業を行っています。汐留事業所、大阪事業所では、資生堂オフィス内の清掃、資源回収や機密書類処理などのオフィスサービス業務を行い、清潔で快適なオフィスづくりに貢献しています。

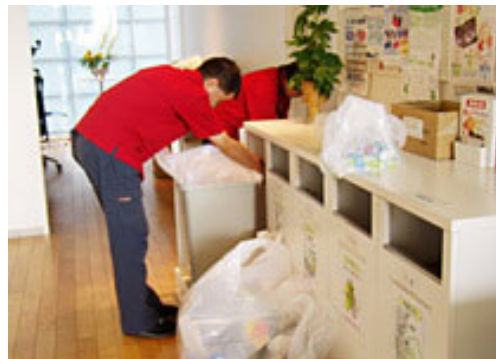
これらの活動が社内でも高く評価され「2007年度資生堂社長賞・特別功労賞」を受賞しました。

今後もさらなる職域開発に取り組み、障がい者の自立と雇用促進を実現していきます。

※ 特例子会社:国の特例子会社制度にもとづき、障がい者雇用を促進することを目的に職域や施設などに特に配慮して設立した会社のこと。



墨田作業所での生産作業



汐留事業所での資源回収作業



大阪事業所での帳票整理作業

## TOPICS

### 障がい者雇用優良事業所等全国表彰式で「厚生労働大臣表彰」を受賞

資生堂は、2009年9月2日に社団法人 東京都雇用開発協会による推薦のもと、平成21年度障がい者雇用優良事業所等全国表彰式にて「厚生労働大臣表彰」を受賞しました。

当日は、厚生労働大臣 舛添要一氏（当時）の祝辞の後、「障がい者雇用優良事業所等表彰」「障がい者雇用支援月間ポスター原画表彰」「障がい者雇用職場改善好事例表彰」の表彰状が授与されました。当社は、特例子会社の花椿ファクトリー株式会社の設立等による継続的な障がい者雇用活動を通じ、法定雇用率を上回っていること（2.88% 09年6月現在）、入社後のモチベーション向上支援として入社1・2年目フォロー研修、フォロー面談を実施していること、働きやすい環境づくりに向けた社内啓発活動や社屋・研修所などのバリアフリー化を推進していることが評価され、今回の受賞となりました。

当社は、「女性や高齢者、障がいのある方であっても、すべての人が生き生きと働く喜びをわかちあえる資生堂」をめざし、「ノーマライゼーションの実現」に取り組んでいます。障がいのある社員に対して、「本気で期待する」「必要な配慮はするが、特別扱いはしない」「一生懸命働きたい、情熱のある社員を積極的に応援する」ことを信念とし、これを社内に定着させ、補助的な役割ではなく積極的に仕事を任せ、やりがいのあるキャリア形成を図っています。今回の受賞に恥じないよう、今後も積極的な採用と働きがいのある職場づくりをめざしていきます。



表彰状を授与される人事部  
ダイバーシティ推進グループ 久保光司



花椿ファクトリー(株)の社員の作業風景

資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; 社員とともに &gt; 資生堂へ子どもを招待する日

## 社員とともに

### 資生堂へ子どもを招待する日

資生堂は、国の次世代育成支援対策推進法に対応し、2005年度より毎年夏休みの時期に「資生堂へ子どもを招待する日」として、社員の小・中学生の子どもを会社に招き、社長との交流会やお父さんお母さんの職場を訪問し、社員と名刺交換をする等の活動を行っています。

この活動は、「会社からの社員と家族への感謝」、「ワークライフバランスの推進」、「子どもたちの仕事への理解や興味を深め、自立への後押し」の3つをめざしており、毎年、さまざまなプログラムの構築を行っています。2009年8月21日に開かれた汐留オフィスでのプログラムは、名刺交換等に加えて「世界で1枚の宣伝ポスターを作ろう！」や「難民キャンプの子どもたちを知ろう！」といった活動を実施しました。

ポスター制作では、宣伝制作部のデザイナーのアドバイスによって、当社専属カメラマンが撮影した各々の子どもたちの好きなポーズの写真に、好きなコピーをつけながらデザインを行い、世界でたった1枚の自分の宣伝ポスターを作りました。難民の子どもたちを知るプログラムでは、子どもたちが世界の現状や国際協力について分かりやすく理解することを目的に、花椿基金支援団体の1つであるNGO「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」との協働により、ワークショップを開催しました。具体的には、「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」が支援したシエラレオネの少女の話を紙芝居で紹介しながら、難民支援活動について学びました。

なお、この「資生堂へ子どもを招待する日」は汐留オフィスだけではなく、工場、研究所、販売会社で社員が自主的に開催する等の広がりを見せ、2009年は、リサーチセンター、掛川工場、久喜工場、九州管理統括本部で開かれ、総勢、約200名を超える子どもたちと触れ合うことができました。



宣伝制作部社員(デザイナー)の指導のもとで「世界で1枚の宣伝ポスター」を制作(汐留オフィス)



「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」との協働による難民キャンプの子どもたちの暮らしぶりを追体験(汐留オフィス)



木綿繊維と化学繊維の判別、乳液中の水と油の状態、微生物観察を顕微鏡で体験(掛川工場)

資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; 社員とともに &gt; 人事関連データ

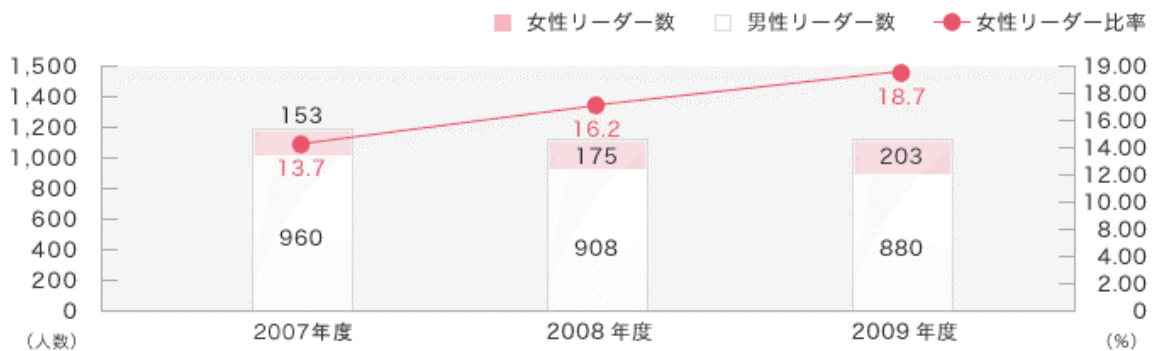
## 社員とともに

### 人事関連データ

資生堂グループ社員（国内人員構成）（2008年4月1日現在）

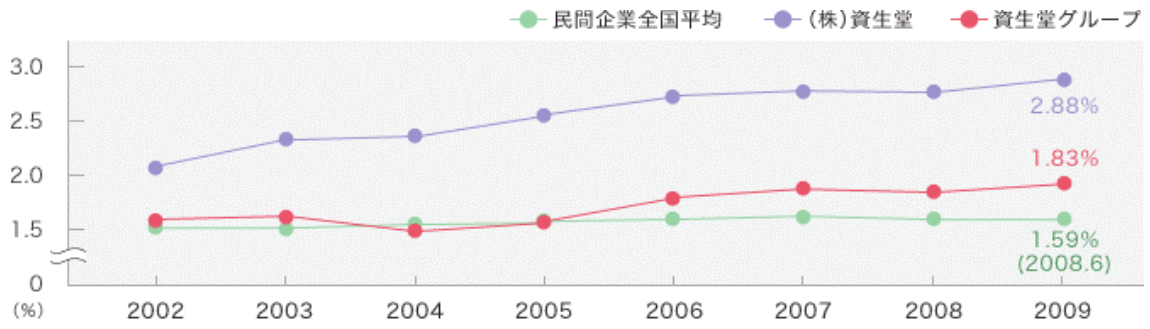
	男性	女性	計
管理職	1,556	320	1,876
総合職	1,691	2,686	4,377
美容職	9	6,622	6,631
その他（非常勤、嘱託・雇員）	124	84	208
関係会社社員	421	1,227	1,648
計	3,801	10,939	14,740
有期契約社員 ※定年後再雇用含む	717	10,746	11,463
合計	4,518	21,685	26,203

### リーダー数と女性リーダー比率の推移



※ リーダー資生堂では2006年度より、職能資格制度に基づく管理職資格者とは別に、ポストの総称として「リーダー」の定義を新たに定めています。部下を持ち、評価をする職制管理職のことを「リーダー」と呼びます。

## 障がい者雇用の推移



## 業務災害

	2004年 業務上 災害	2005年 業務上 災害	2006年 業務上 災害	2007年 業務上 災害	2008年 業務上 災害
本社	11	2	7	4	3
販売会社	5	12	20	9	6
工場・研究所	8	12	10	6	1
関係会社	22	29	27	4	0
総合計	46	55	64	23	10

※数値は発生報告申請数

資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; 社会とともに &gt; 社会活動 &gt; 社員主導の社会貢献活動

## 社会とともに

企業理念である「美しい生活文化の創造」の実現に向け、これまでに培ってきた知恵と技術を生かして、社会活動を推進しています。

### 社会活動 社員主導の社会貢献活動

資生堂は、企業行動宣言である「THE SHISEIDO WAY」の内の「社会とともに」の実践をめざし、社員の社会貢献に対する意識を高めるため、社員一人ひとりが社会問題解決の視点を持つような企業風土づくりに努めています。

#### SHISEIDO 社会貢献くらぶ -花椿基金-

2005年に創設した社員参加型の社会貢献支援組織。趣旨に賛同した資生堂グループ社員が毎月の給与から資金の積み立てを行い「女性」を取り巻く社会問題の改善「化粧によるQOL(Quality of Life=生活の質)の向上」「自然環境保護」の3つの観点から選定された社会活動団体に寄付を行っています。組織の運営は自薦・他薦によって選ばれた社員の手で行われ、災害時には社員の義援金募集窓口としても機能しています。

参加者の輪は社員のみならず、定年退職した社員や、株主優待制度から「社会支援団体への寄付コース」を選択された株主さまへと広がっており、会社からも「花椿基金」の積立金に応じて金品を支援先に寄付しています。2009年度は株主さまからいただいた寄付金392万5千円を「WWF（世界自然保護基金）」に寄付しました。

又、2009年5月22日は当社汐留オフィスにて「資生堂社会貢献くらぶ-花椿基金-」寄付金贈呈式を開催しました。当日は、以下の支援先8団体に対し、08年度下期の寄付金の贈呈式を行いました。支援団体の代表の方々からは、寄付に対するお礼の言葉と08年度の活動の結果報告、ならびに今後の寄付金の使用計画についてご案内いただきました。



各支援団体代表からの活動報告を聴く運営委員と支援団体の方々



08年度下期寄付金贈呈式 中島運営委員(左)より、XP連絡会・長谷川さま(中央)と塩沢さま(右)に目録贈呈



### 国連女性開発基金（ユニフェム日本国内委員会）

「UNIFEM」は、開発途上国の女性たちの自立とジェンダーフリーをめざす国連の機関で、女性の自立を支援するための技術・資金援助を行っています。特に日本からは、アジアの国々の女性へ向けた支援に力を入れています。寄付金は、アフガニスタンの女性センターで行われる、女性の教育（読み書きや職業訓練など）の教材やその活動費などに役立てられます。



### 全国女性シェルターネット

シェルターは、DV(※)被害から逃れた女性やその子どもたちの心身の回復と再出発を支える安全の家です。

日本女性の3人に1人はDV被害経験者といわれています。

シェルターでは、当事者たちの生活支援のほか、さまざまな手続きのサポート、こころのケアなども行っています。寄付金は、着の身着のままで逃げてくる女性に対し、生活用品（衣料品・医薬品）などに役立てられます。

\* DV(ドメスティック・バイオレンス)パートナー間のさまざまな暴力行為



### 資生堂社会福祉事業財団

次世代の担い手を育む児童福祉に特化した社会支援団体。大切な支援金は「資生堂児童福祉奨学金」と「子育てセミナー」に活用します。「資生堂児童福祉奨学金」は、児童虐待や離婚、死別などにより、児童養護施設で暮らしながら児童福祉分野での活動をめざし、大学などへ進学する優秀な学生（毎年5名程度）に対し、年間50万円を支給しており、協賛大学も増えています。「子育てセミナー」は、子育て中の親を対象に、児童家庭支援センターと共催で専門家を招き、全国15会場で開催、子育ての悩み解消や、友達づくりを応援します。



[詳しくはこちら](#)

### 全国色素性乾皮症(XP)連絡会

色素性乾皮症(XP)は、紫外線に当たると高い確率でがんになってしまう難病です。神経症状を併発する人も多く、歩行・呼吸障害などが現れ、成人前に亡くなる例も少なくありません。日やけ止めクリームや防御服などで紫外線に当たらないよう工夫することで、症状の進行を遅らせたいと願い、寄付金は防御服の制作費や日常生活の必需品（手袋、帽子、紫外線カットフィルム）、勉強会費用などに役立てられます。



2008年11月 XP全国大会

### WWF(世界自然保護基金)

地球全体の自然環境の保全に幅広く取り組み、生物の多様性を守る自然保護NGO団体です。インドネシア・スマトラ島の「テツ・ニロの森」などは豊かな熱帯雨林でありながら、化粧品原料でもあるヤシ油や紙パルプ原料を採るためのプランテーションの造成や違法伐採で森本来の姿が変えられ、急激にその面積を減らしています。寄付金は、この保全活動の一部に役立てられます。



©WWFジャパン

### 日本UNHCR協会 (国連難民高等弁務官事務所 国内委員会)

紛争や深刻な人権侵害によって故郷を追われた難民・避難民を、保護・支援する国連機関の日本の公式支援窓口です。

寄付金は、10万人以上ものブータン難民が避難生活を送っているネパールの難民キャンプでの生理用品の支給などに役立てられます。



©UNHCR

### セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

国連に公式に承認された、世界最大のネットワークを持つ子どものためのNGO団体です。国連が定めた「子どもの権利条約」を理念とし、世界の子もたちとその家族、地域全体を改善するため、現在120カ国以上でさまざまな活動を実施しています。寄付金は、アジア農村部の母子保健・子どもの栄養改善活動に役立てられます。



©SCJ

### 日本自然保護協会(NACS-J)

科学的な調査研究をベースにした政策提言と議論で、各地の自然保護問題を解決する自然保護NGO団体です。NACS-Jが考える自然保護は、日本全体の生物多様性を守ること、恵みの多い自然と人の生活の持続性を守ることです。寄付金は、群馬・赤谷の森、沖縄・泡瀬干潟など、各地の森・川・海の自然環境と人の暮らしを守るために役立てられます。



## TOPICS

## 色素性乾皮症(XP)患者ご家族に対してセミナーを開催

資生堂の社員有志による社会貢献支援組織「SHISEIDO社会貢献くらぶ-花椿基金-」では、寄付やボランティア活動を通じてNPOやNGOの活動を支援しています。

2008年11月1日～2日に、当くらぶの支援団体のひとつ「全国色素性乾皮症（XP）連絡会」主催の初の全国大会が愛知県あいち健康プラザにて開催され、当社の社員がボランティアとして参加しました。また、中部支社・中部第1・2営業本部のセミナー担当者などにより、XP患者ご家族を対象に「日やけ止め化粧品の使用法」についてセミナーを実施しました。

色素性乾皮症（XP）は、紫外線に当たると高い確率で皮膚がんになってしまう難病で、患者の方々は紫外線に当たらないよう日常的に日やけ止めクリームを塗り、防御服を着用するなどして生活しています。

当社では日やけ止めクリームが欠かせないXP患者ご家族を対象に2007年初めてセミナーを開催。

2008年は50組の患者ご家族に対して、日やけ止め化粧品の正しい塗り方・落とし方についてデモンストレーションを交えてご案内し、カウンセリングコーナーにて個別相談を行いました。

大会ではセミナーのほか、皮膚科専門医による講演、患者やご家族同士の交流や情報交換、XP啓発人形劇の上演などが行われ、ボランティア参加した社員はXP患者の子どもたちの遊び相手やお世話係として活躍しました。



セミナー「サンスクリーンの使い方」



カウンセリングコーナーにて個別相談

当社は2000年度よりXP患者の方々に対し、寄付金やアネッサなどの日やけ止め化粧品の支援を行うとともに、2005年度からは「SHISEIDO社会貢献くらぶ-花椿基金-」の支援団体のひとつとして、社員による寄付やボランティア活動、セミナー開催などを行いXP患者の皆さまを応援しています。

## 社員の社会活動支援制度

「社会をみつめ社会とのかかわりを通じて自らを高めていくことが、その社員一人ひとりの成長、ひいては会社の成長につながる」という信念のもと、社員の社会活動を支援しています。

### ■ ソーシャルスタディーズデー

---

1993年から始まった、年間3日を上限に社員の社会貢献を目的にしたさまざまな活動を「出勤扱い」とする制度です。2008年度の取得者は90名、取得日は90日で、ボランティア活動、社会活動に役立つ技術の習得、ドナー登録などに利用されています。

### ■ 商品マッチングギフト

---

1998年から始めた制度で、社員がボランティア活動で流した汗に見合った分だけ、資生堂もシャンプーや石けんなどの自社商品を福祉施設に提供しています。社員や定年退職した社員、またその家族の活動も対象にしており、2008年度は17件の活動がありました。

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 社会とともに > 社会活動 > 社員主導の社会貢献活動 > 2008年度 社会活動賞受賞者

## 社会とともに

### 社会活動 社員主導の社会貢献活動

#### 2008年度 社会活動賞受賞者



**留学生に日本語を教える活動**  
資生堂販売(株) 関越第1営業本部  
今井 幸子

1999年より国際大学の留学生に対し、日本語の日常会話や大学の授業のフォローなどのボランティア活動を行っている。



**婦人消防団班長としての活動**  
資生堂販売(株) 首都圏第2営業本部  
有田 美智代

2002年より婦人消防団に入団し、火災時出動警備や救助講習、女性消防団研修など、分団班長として地域防災活動に貢献している。(写真一番左)



**障がい者・老人福祉施設での歌のボランティア活動**  
資生堂販売(株) 近畿管理統括本部  
金森 麻衣

2003年より、障がい者・老人福祉・医療施設にてゴスペルグループメンバーとして歌のボランティア活動を行っている。入所者と共に歌謡曲や童謡なども歌い、お年寄りの方々と親交を深めている。



**約22年間にわたる献血活動**  
リサーチセンター 新成長領域研究開発センター  
佐久間 健一

1986年より22年間にわたり献血活動を行っている。2008年に累計100回を達成。



**地域ジュニアテニスサークルのコーチ ボランティア活動**  
リサーチセンター 化粧品素材研究開発センター  
上田 知典

1996年より地元のジュニアテニスサークルにて、コーチとして小学校2～3年生の子どもたち(80名程度)を指導している。



### 軟式少年野球の指導活動

鎌倉工場

川口 茂之

1989年より地元小学校児童を対象に、軟式野球の指導活動を行っている。夏合宿やプール大会など団の行事にも参加協力し、児童の健全育成に貢献している。



### ママさんバレーチームの指導者としての地域スポーツ振興活動

大阪工場

中村 雅史

2006年よりアメリカ村周辺、御津公園内を毎月1回チームを組んで清掃活動を行っている。



### 地域におけるクリーンアップ・プロジェクト活動

大阪工場

小崎 喜夫

2006年より地元養護学校のPTA外部組織として「おやじの会」を創設。学校祭でのバザー協力、知育玩具寄贈、花壇整備、高等部身だしなみ講座の企画など積極的に活動している。



### 養護学校「おやじの会」の創設と運営活動

久喜 工場

宮尾公望

2006年より地元養護学校のPTA外部組織として「おやじの会」を創設。学校祭でのバザー協力、知育玩具寄贈、花壇整備、高等部身だしなみ講座の企画など積極的に活動している。



### スポーツボランティア活動、 36年間にわたる献血活動など各種貢献活動

資生堂ビジネスソリューション(株)

坂井 敏夫

2002年より「東京シティーロードレース」や「東京マラソン」など各種大会にて運営ボランティアとして活動している。また、36年間にわたり献血活動を行い、AED講習会や人命救助講習会などにも積極的に参加している。(写真左)



### 小学生野球連盟本部審判員としてのボランティア活動

資生堂プロフェッショナル(株)

田中 智也

2005年より地元小学生野球連盟の本部審判員として、審判および運営活動を行っている。開会式など式の進行、会場の設営、チーム審判の指導教育も行っている。(写真右から三番目)



### 地域サッカースポーツ少年団でのコーチ、審判活動

(株)アユーララボラトリーズ

寺師 尚一郎

2000年より地元のサッカースポーツ少年団で子どもたちにサッカー指導を行っている。日本サッカー協会認定資格である4級審判を取得し、審判活動も行っている。(写真一番右)



### NPOを通じたホームステイ受入・運営協力活動

(株)エテュセ

村上 瑞美

2006年より「CISV」の活動を通じて、各国からの研修生のホームステイ受入や会報作成など広報協力の活動を行っている。



### 高齢者施設でのチャリティーバザーなどボランティア活動

資生堂大昌行化粧品有限公司

2007年より地元の恒例者施設において、美容サービスとあわせて、チャリティーバザーなどのボランティア活動を行っている。



### チャリティー活動を通じての寄付支援活動

ゾートスインターナショナルインク (ジェニーバ工場)

毎年1ヶ月間、チャリティーバザーなどさまざまなチャリティーイベントを実施し、寄付金集めの活動を行っている。フードブースやゲームコーナーなどを企画し活動。ウォークイベントにも参加し、多くの従業員(80人)がセネカ湖周辺を歩いて寄付を呼びかけた。



### 地域における貢献・ボランティア活動

ゾートスインターナショナルインク(ジェニーバ工場)

Jack O'Donnell

1986年より地域においてさまざまなボランティア活動に取り組んでいる。大学における会計クラス講座実施や、少年野球リーグのコーチ・審判活動などのほか、ウォークイベントなどさまざまなチャリティーイベントに参加。



### モンゴル孤児へのヘアカット・カット指導などボランティア活動

ゾートスインターナショナルインク(アルカディアオフィス)

Daniel Salce

2004年頃より「Lifeqwest International」の活動を通じて、家のない子どもたちなどモンゴルで支援を必要とする地域を実際に訪れてボランティア活動を行っている。食料支援や医療・衛生面での支援とあわせ、子どもたちにヘアカットを行うほか、現地の子どもたちに基本的なカット方法を指導している。



### 空港での旅行者に対する案内ボランティア活動

資生堂カナダインク(BPI)

Mary Lynn Oates

1991年より、カルガリー空港に到着する旅行者を出迎え、質問や相談に応えるなど困っている人をお手伝いするボランティア活動を行っている。



### ボーイ・ガールスカウトリーダーとしての地域貢献活動

資生堂カナダインク

Rose Ho

1991年より、カルガリー空港に到着する旅行者を出迎え、質問や相談に応えるなど困っている人をお手伝いするボランティア活動を行っている。



### 小児病院におけるがん患者サポートプログラム活動

資生堂カナダインク

Monique McDermott

2007年より小児病院にて、10代の若い患者やその家族に対し、スキンケアの重要性、特に、太陽から肌（皮膚）を守ることの重要性を教えている。また、治療によって失った眉毛やまつ毛を自然に見せるためのメイク技術指導なども行い、患者の子どもたちやその家族のQOL向上のために活動している。



## 社会とともに

### 社会活動 災害支援活動

#### インドネシア・スマトラ島沖地震

2009年9月30日に発生した「インドネシア・スマトラ地震」の災害復興支援として、「資生堂社会貢献くらぶ-花椿基金-」では、全社員を対象に義援金募集を行いました。

集まった義援金は、総額2,070,000円（支援賛同者4,140名）となり、全額「NPOジャパン・プラットフォーム（JPF）」へ寄贈しました。

義援金は、被災者への食糧・生活支援物資の配布、感染症予防のための医療支援、子どもたちの屋外授業用のテント、家屋の耐震性向上のための技術指導活動などに役立てられています。



#### ミャンマーサイクロン、中国・四川省大地震

2008年5月3日にミャンマー南部を直撃した大型サイクロン「ナルギス」災害および2008年5月12日に発生した中国・四川大地震災害に対し「SHISEIDO社会貢献くらぶ-花椿基金-」では従業員を対象に義援金の募集を行いました。集まった義援金はミャンマーサイクロン災害に対して3,428,416円（6,736名）、中国・四川省大地震災害に対して3,495,265円（6,884名）となり全額「ジャパン・プラットフォーム（JPF）」に寄贈しました。義援金は被災地の復興費として役立てられています。



## 中越沖地震

2007年7月16日に中越沖で発生した地震による災害に対し「SHISEIDO社会貢献くらぶ-花椿基金-」より全社員に呼びかけ、義援金として集まった総額4,043,000円(参加者8,086名)を「社会福祉法人 新潟県共同募金会」へ寄贈しました。義援金は被災地の復旧活動費の一部として役立てられました。



## 台風8号(モラコット)による台湾被災に対する支援

2009年8月8～9日にかけて台湾を襲った台風8号(モラコット)は、高雄・台南などの南部に大きな被害を与え、2009年9月8日時点で、確認された死者690人以上、行方不明者76人となりました。被災した街並みは、車や民家の屋根の近くまでが土砂で埋まり、軍によるボートでの必死の救援活動やボランティアの懸命な支援活動が行われました。



被災したお得意先さま店舗

台湾資生堂では台風の翌日の2009年8月10日に対策本部を立ち上げ、社員・お得意先さまの安否確認を行うとともに、台湾資生堂 董事長 李國祥をはじめ幹部社員による被災店慰問を開始するなどの対応を行い、中華民国赤十字社へ、「ホネケーキ石鹸」などの商品支援を含む約450万円相当の被災地に対する寄付を実施しました。この寄付は、台湾資生堂グループ従業員からの義捐金約400万円とともに贈呈されています。



台湾資生堂から赤十字社への寄付

また、台湾資生堂の社員は被災者宅も訪ね、救援活動を行いました。その際、被災者の方は「食事も水もとることができず、眠ることもできない。これから先の生活を思うと、毎日涙で顔を洗っています。台風から一週間もたったが、我が家を訪ねてきた人はあなたが初めてです」と感想を述べられました。

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 社会とともに > 社会活動 > 国内事業所での取り組み

## 社会とともに

### 社会活動 国内事業所での取り組み

#### ビューティーソリューション開発センターでの取り組み

##### 地域社会に出てみる化！「ビューティーアーティスト8名によるヘアカットボランティア」

ビューティーソリューション開発センターでは、社員個々が社会と自分との関わりを知り、さまざまな価値観に「気づき・受容」することを目的とした社会貢献活動「地域社会に出てみる化！」に、年間を通じて取り組んでいます。

2009年は、12月2日に「ヘアカットボランティア」として品川区の高齢者介護老人施設を訪問しました。[資生堂ビューティートップスペシャリストの西島・岡元](#)を含むビューティーアーティスト8名が、外出ができない健康状態の入居者20名と職員15名の方々に、年末年始をキレイにお過ごしいただくためにヘアカットを行いました。



はさみ1本で創り上げるビューティーアーティストならではの笑顔のお手伝い

#### 社団法人 シャンティ国際ボランティア会との活動

2008年9月5日に実施しました「途上国教育支援バザー」の収益金による絵本が2009年3月に発行されました。

民話絵本「父からの贈り物」

ビルマ語とカレン語で1,000冊ずつ出版。図書館、学校、病院などの施設にも配架され、子どもたちを中心とした14万人の難民の人々に読まれることに。本が圧倒的に不足している難民キャンプ生活での母語による絵本は、子どもたちの識字力・夢・希望・民族文化を運びます。



カレン語とビルマ語による『父からの贈り物』



2008年9月5日に実施されたバザーの様子

## 銀座・汐留オフィスでの取り組み

### NPO法人「TABLE FOR TWO」との活動

資生堂は「TABLE FOR TWO」の主旨に賛同し、2009年7月1日より汐留オフィスのカフェテリアで「TABLE FOR TWO」の活動に参加しています。

TABLE FOR TWO (TFT) は“食糧が余っている先進国”と“食糧が足りない開発途上国”、この「食の不均衡」を解消し、先進国と開発途上国の人々をともに健康にすることをめざし始まった、日本発の新しい社会貢献の仕組みです。

その仕組みは、社員食堂等で通常より低カロリーで栄養バランスの取れたヘルシーメニューに対して価格を20円上乘せして設定します。

その20円は寄付金としてTFTを通じてアフリカに送られ、現地の子供たちの給食費にあてられます。

20円という価格は、アフリカの子供たちが学校で食べる給食、1食分の値段です。

資生堂汐留オフィスのカフェテリアでは、TFTのコンセプトに合わせたメニューを1種“TFT参加メニュー”として設定し、毎日寄付活動を実施しています。

一人ひとりが食を通して活動に参加することで、自身の健康と飢餓問題について考えるよい機会となり、確実に定着しています。



(700Kcal以下、低塩・低脂肪、栄養バランスが適正)を導入し社員の健康対策に貢献しています。



## 花椿通り清掃活動

歴史と伝統を大切にしながら、つねに時代を先取りしている銀座。その銀座の7丁目と8丁目の境となる通りが「花椿通り」です。現在東京銀座資生堂ビルが建つ銀座8丁目界限は、江戸時代に松江藩が整備したことから、かつて「出雲町」と名付けられていました。1872年（明治5年）、この「出雲町」に創業した資生堂は、出雲にゆかりのある「出雲椿（ヤブツバキ）」を植え、いつしかこの通りは「花椿通り」と呼ばれるようになりました。1993年（平成5年）、この通りに出雲市から再び寄贈された8本の「出雲椿」を植え、「春」「夏」「クリスマス」「正月」の年4回、当社の宣伝部が制作したフラッグを掲げて、彩りを添えています。

また、通りでは、毎月第4火曜日、近隣企業や店舗の方々による清掃活動が行われています。当社からも、本社社員をはじめとして、資生堂パーラーやザ・ギンザの社員が毎月参加し、掃き掃除、ブラシやホースを使っての水掃除、放置自転車への撤去警告の表示などのクリーンアップに取り組んでいます。活動が始まってから、すでに16年。2009年10月で170回目を迎えました。参加者は総勢104人となり、当社社員は毎月20～30人が参加しています。

当社の創業者である福原有信の妻・徳は、晩年毎朝地元の銀座の散歩をするとき、通りのお店がたとえ閉まっても、決まっておじぎをして挨拶をしていたと伝えられています。「皆さんのおかげで銀座があり、銀座があるから資生堂がある」という福原徳の言葉にもあるように、資生堂が、銀座の町とともに生かされてきたことへの感謝の想いは、今も昔も変わりません。



花椿通り2009年のフラッグ



当社社員による「花椿通り」清掃活動

## カレンダーや手帳で、恵まれない子どもたちを支援するための活動

当社では、年末にお取引先さまにいただきながら、各自では使い切れないカレンダーや手帳を有効活用していくために、社内の他部門の人たちに分ける活動を行っています。

12月17日から25日にかけて本社汐留オフィス12Fカフェテリアで、『年末恒例「MOTTAINAI」（もったいない）をなくそう。カレンダーや手帳で、恵まれない子どもたちを支援！！』として、本社、研究所、工場、関東近郊の販売会社に呼びかけ、使い切れないカレンダーや手帳を集め、広く社員で分け合いました。

また、同時にこの期間中は、社員より1円からの「お気持ち募金」を募り、当社の社会活動の1つである「花椿基金」を通して子どもを対象にした支援先である「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」と「[資生堂社会福祉事業財団](#)」の2団体に、分割して寄付を行いました。

また、さらに分け切れなかったカレンダーは、日本各地から寄贈で集めたカレンダーのチャリティー販売を行っている（財）長崎県国際交流協会に寄贈しました。売上金は全額、学生国際NGO「BOAT」が長崎大学留学生センターを通じて、2008年5月にサイクロンの被害を受けたミャンマーの子どもたちへのえんぴつやノートなどの寄付、食料支援に役立てられます。

09年度は、総計702部のカレンダーや手帳を集めることができ、寄贈先である（財）長崎県国際交流協会からは「今年は集まりが良くないので助かっている」とのご連絡をいただきました。



たくさんのカレンダーや手帳が集まった会場



カレンダーや手帳を選ぶ社員たち

## 首都圏第2営業本部での取り組み

### NPO法人「柔道で世界と手をつなぐ育成クラブ」との活動

2008年9月19日、ビューティーコンサルタントらが使用した「資生堂サマーキャンペーン夏キャンTシャツ」1,264枚をNPO法人『柔道で世界と手をつなぐ育成クラブ』へ寄付しました。

キャンペーンなどで使用したTシャツは、これまでリスク管理の一環としてすべて回収することになっていましたが、社会のお役に立てるのではと考え、当社の首都圏第2営業本部ではキャンペーン終了後のTシャツを同法人に寄付しました。2009年春までにインドネシアの経済的に困難な状況にある子どもたちに少しずつ渡されます。

NPO法人『柔道で世界と手をつなぐ育成クラブ』はインドネシアで子どもたちに柔道を教え、柔道を通じた国際交流に貢献する活動を行っており、道場の練習生は小学生ら約150名が登録されています。今回の寄付に対して理事長の仙石元子さまより次のようなお礼の便りと写真が届きました。

『9月25日にTシャツを早速子どもたちに配りました。とても好評で子どもたちの親に欲しい、欲しいとねだられて大変です。取り急ぎ子どもたちが着て写真を撮りましたのをお送りいたしますので、バリの子どもたちが喜んでる姿と顔を見ていただければ、日本の子どもたちと違った笑顔を感じ取れるかと思えます。本当にありがとうございました。』

資生堂では、今後とも多くの人々との出会いや触れ合いを通して、私たち自身も成長していきたいと願っています。



## 社会とともに

### 社会活動 子どものための取り組み

#### 「ジュニア層へ向けた美容情報提供活動」

化粧品使用の低年齢化に伴い、自己流の化粧法によって肌あれなどを起こす子どもが増えていることを受け、資生堂では正しい手入れ法を身につけて末永く美しい肌を守っていただくために、洗顔方法や紫外線対策などの美容生活情報を子どもたちに向けて、わかりやすく発信しています。

- ウェブサイト「キッズのためのキレイクラブ」での美容生活情報発信活動
- 養護の先生を通じた洗顔フォーム、日やけ止めのサンプリング活動
- 学校の特別授業での対面啓発活動



学校の特別授業での対面啓発活動



## 「あいち子ども芸術大学」への参加

愛知県内の小中学生を対象に音楽、美術、ダンス、造形などさまざまな講座を開催している「あいち子ども芸術大学」において2008年、資生堂ビューティークリエーション研究所のヘアメーキャップアーティストが講師を務めました。

資生堂の美容表現の芸術性が認められ、講師として推挙されたのがきっかけです。

ビューティークリエーション研究所の活動である創作活動が、子どもたちの未来へとつながる社会貢献となるよう想いを込めて担当しました。

講座は「素材はわたし！？ショーメイクの世界」と題して、2008年9月20日に開催しました。

小学校5年生から中学生までを対象に、夢のある世界をモデルとして体験し、化粧の力と楽しさ、イメージ表現の豊かさを実感してもらいました。



上田美江子によるデモンストレーションの様子  
撮影:山内 亮二



ショーメイクで変身！  
撮影:山内 亮二

## お子さまにもメイクの力や楽しさを実感してもらいたい

ビューティークリエーション研究所・ヘアメーキャップアーティスト  
上田 美江子



お子さまへのメイク講座を担当したのは初めてでしたが、メイクの楽しさ、ヘアメイクによって大きくイメージが変わることを実感していただけるよう、いろいろと事前準備をして行いました。当日は創作メイクをお子さま本人に実習していただきましたが、とても楽しんでいただけたと思います。

## 大学生へ向けたキャリア育成支援活動

ビューティソリューションセンターでは、次世代を担う男女学生に対し、現在の先の見えずらい状況に少しでも役立てればという願いから、2009年11月からセミナーをスタートしました。

2009年11月、資生堂五反田ビルで立教大学女学生120名に、センター長・高須自らの経験に基づき、女性のキャリア形成、資生堂の歴史と人、そしてビューティサイエンスなどについて約2時間のセミナーを行いました。講座終了後も聴講した学生の多くから、質問と感謝のメッセージが寄せられ、大いに盛り上がりました。

その後、2010年1月には、愛知東邦大学の3年生に対し、訪問講座を行いました。今回も多く多くの学生の方に、仕事に対する考え方や資生堂という企業についてさらに理解を深めていただけるようで、大変有意義な講座として盛況を博しました。2月は昭和女子大学を招き、3回目の講座を開催します。

今後も複数の講座開催要請が寄せられており、積極的に開催していく予定です。



ビューティソリューション開発センター長の  
高須恵美子による訪問講座



質問を投げかける参加学生たち

## 行政機関の協力のもと行う次世代育成活動（小松小学校・藤の木中学校での活動事例）

### 「小松わくわく教室」に参加しました

大阪工場では、2010年1月30日に近隣の小松小学校で開催された「小松わくわく教室」に、資誠会軽音楽部による「音楽教室」と、技術部中味技術グループの「化粧品作り教室」で参加しました。当日は、近隣の行政機関や企業、PTAや地域の方々とも交流を図ることができ、大阪工場では今後も継続して子どもたちへの教育機会に参画していくこととしています。



「音楽教室」「化粧品作り教室」

### 日本経済団体連合会主催の「キャリア教育」を行いました

本社総務部CSR室では、日本経済団体連合会（日本経団連）が取り組む「教育と企業の連携推進」の趣旨に賛同し、2月10日（水）、横浜市立藤の木中学校にて1年生を対象に、キヤノン、日本アイ・ビー・エム、崎陽軒、富士通と共に、「キャリア教育」に関わる出前授業を実施しました。参加した生徒からは「日ごろ、何気なく見ているものも、作る過程で携わると、こんなに大変な作業なんだと実感できた」などの感想が寄せられ、職業に対する理解が深まった様子でした。



授業風景

## 職場体験学習支援活動

資生堂では地域社会活動の一環として、職場体験学習および学校訪問講座の支援活動をしています。2008年には、東京都品川区立の小中一貫校である日野学園の7・8年生の生徒が職場体験に訪れました。

また、2009年には日野学園市民科の授業で「笑顔講座（8年生・152名受講）」を担当しました。

「笑顔講座」は、インターネットや携帯メールの普及により、感情の交流が低下して人づき合いの苦手な子どもが増えていることから、表情研究を中学生向けにアレンジした講座です。

具体的な内容としては、人の顔と表情の大切さを学んだり、スマイル度チェックによって自分の笑顔について考えたり、笑顔によって印象が違ってくことを学びます。最後にはステキな笑顔づくりのために「SHISEIDOフェースエクササイズ」を全員で行います。

「笑顔講座」は、長年続けてきた表情（顔の魅力）研究から生まれた、資生堂ならではの次世代支援の一環として、今後も続けて行きたいと考えています。



職場体験学習の様子



訪問講座「笑顔講座」の様子



2009年6月  
品川区立小中一貫校日野学園で  
行われた「笑顔講座」の様子

## 職場体験を通して

日野学園8年生（2日間体験）

仕事って楽しいこともいっぱいあるし、大変なこともたくさんあるのだと感じました。

## 「笑顔講座」を通して

日野学園8年生

私たちに笑顔の大切さについて教えてくださいました。人間の最初の表情は「怒り」だったと聞き、驚きました。「笑顔」は争いを好まず、平和を望んでいることを表すということも知りました。

「笑顔」というものは自分だけが幸せを感じるだけでなく、周りの人にも良い印象を与えられる優れた表情なのだと、改めて感じました。

## 「研修旅行」支援活動

資生堂では、鳥取東高校の2年生を対象に「生徒一人ひとりが自らの進路について考え、自己理解を深める研修旅行」の目的に賛同し、2000年度から参加しています。研修は毎年10月に関東エリアで行われ、当日は約300名の生徒が、東京を中心とした約30施設から生徒自らが選択し、訪問します。

9年目を迎えた2009年度は、43名の生徒の皆さんをお迎えし、「資生堂の歴史」「紫外線と肌」「笑顔講座」「社員との進路についてのディスカッション」を実施しました。



社員が仕事についてを紹介



コミュニケーションを応援する笑顔講座

## TOPICS

### 資生堂アートハウス夏休み企画・子どものためのワークショップ 「うちわに日本画を描いてみよう」開催

資生堂アートハウスでは、地域社会における芸術文化への貢献・次世代育成活動の一環として、毎年、夏休みが訪れる頃、企画展にちなんで「子どものためのワークショップ」を開催しています。

2009年は、7月3日～9月27日に開催された「花鳥風月日本画の魅力」展にちなみ、2009年8月1日、2日の2日間、“子どもむけワークショップ「うちわに日本画を描いてみよう」”を開催しました。講師には当館が所蔵する日本画の修復を担当いただいている、古賀文子先生（日本画修復家・女子美術大学非常勤講師）を招き、小学生から中学生を対象に日本画を体験していただくワークショップを行いました。1日目は10名、2日目は9名の子供たちが参加し、日本画を初めて描きました。

最初こそ、普段触れることのない日本画の絵具に戸惑っていた子供たちでしたが、慣れてくると生き生きと絵具をつかいこなし、白地の団扇に自由に創作する工程では、スタッフも驚くほどの力作を描きあげました。子供たちの作品には自由な創造力やキラリと輝く可能性が感じられ、眩いばかりでした。完成後には、皆それぞれの団扇を笑顔で掲げながら、「塗るのが大変だったけど、すごく楽しかった」「粉が絵の具になったから驚いた」「来年はやらないの？やりたい！」などの感想を述べていました。また、同伴されていた保護者の方々からも「私も描いてみたい」「子供が本当に楽しそうで、うらやましかった」「来年を楽しみにしています」など多くの感想をいただきました。

日本画は連綿と続く日本史のなかで、屏風や掛け軸、ふすま絵などの形をとり、日本人と1000年以上もの長い年月を共に歩んできました。膠と顔料による日本画の絵具は決して扱いやすいものではなく、絵画自体も脆弱です。しかし、それ故に、自然がみせる一瞬の美しさを愛おしむ日本人の心を、表現するに最もふさわしいものといえるのでしょうか。ところが、現在、日本の美術教育においては、特別な学科（芸術科学科等）を除き、日本画を教えることはまずありません。今回のワークショップは参加した子供たちにとって貴重な体験になったと思われます。

資生堂アートハウスでは展示活動とともに今後もこのようなワークショップを通じ、子供たちに芸術文化の豊かさを伝えていきたいと考えています。



ワークショップ会場での子供たち



初めて、日本画材に触る子供たち

## 社会とともに

### 社会活動 事業所内保育所「カンガルーム汐留」

首都圏に勤務する子育て社員の「仕事」と「育児」の両立支援の一環として、2003年9月に事業所内保育所「カンガルーム汐留」をオープンしました。

“企業が連携して子育て環境を改善していく”という考えに基づき、主旨賛同の近隣企業へ定員枠の一部を開放しています。当施設により「いつでも安心して復職することができる」「子どもが近くにいる安心感」「迎え時間が不要なため、仕事に集中できる」など働き方の意識改革やワークライフバランスの実現へ大きく貢献しています。



### TOPICS

#### 皇后陛下が「カンガルーム汐留」を行啓

2009年5月15日、皇后陛下が同施設をご視察になられました。

お絵描きをしている4～5歳児や粘土遊びをする2～3歳児に一人ひとりに優しく話しかけられ、ままごと等の遊びを楽しむ0～1歳児にはその輪の中に入られるなど、子どもたちとのふれあいの時間をもたれました。

同施設を利用する保護者とのご懇談もあり、皇后陛下は仕事と育児の両立支援に取り組む当社の姿勢に高い関心をお示しになられました。



## 社会とともに

### 社会活動 資生堂社会福祉事業財団の活動

いつの時代でも、子どもは「人類の宝」です。資生堂では次世代を担う子どもたちの健全な育成のための支援を、社会の一員として当然の責務と考えています。1972年に設立された資生堂社会福祉事業財団では児童福祉施設職員の方々の人材育成など助成活動を通じ、子どもたちを取り巻く環境の改善に取り組んでいます。

#### 活動概要

##### 1. グローバル研修事業

#### 児童福祉施設の中堅職員の スキルアップを目的とした「海外研修」

写真は第34回海外研修ウエルントン市  
(ニュージーランド)

[PDFファイルでもご覧いただけます](#)



[グローバル研修事業 詳しくはこちら](#)

##### 2. 国内研修事業

#### 児童福祉施設職員の専門性向上を図る 「国内研修支援」

家庭相談員中央研修会  
(資生堂 湘南研修所)



家庭養成機能支援子育てワークショップ  
(資生堂 湘南研修所)



[国内研修授業 詳しくはこちら](#)



### 3. 地域活動

- (1) 子育てに不安や悩みを抱える父親、母親に  
子育て関連情報を提供する「子育てセミナー」

児童家庭支援センター あすなろ子育て広場  
(石川県)



[子育てセミナー 詳しくはこちら](#)

- (2) 地域密着型の相談窓口職員の援助技術向上を  
目的とした「実務者研修」

実務者研修  
(資生堂 湘南研修所)



[地域活動 詳しくはこちら](#)

### 4. 出版事業

グローバルな視点から児童福祉に関する情報を  
幅広く収集、発信して日本の児童福祉の向上に寄与する  
『世界の児童と母性』

情報誌『世界の児童と母性』  
(毎年4月、10月発行)

[PDFファイルでもご覧いただけます](#)



[出版事業 詳しくはこちら](#)

## 5. 自立支援事業

### (1) 児童養護施設入所児童と里子の社会的自立支援を目的とした『自立支援を祝う会』の助成

2009年は、「エチケット・マナー&ビューティーセミナー」を開催。

資生堂の社員の方々にもご支援いただき、盛大に行われました。

児童養護施設や里親の元で成長した子どもたちは、高校を卒業する時点で独立することになります。そうした子どもたちを対象に、「子どもたちの社会へのはばたきを祝う会」「里子の門出を祝う会」と共催で、2009年3月1日に資生堂汐留オフィスにおいて「エチケット・マナー&ビューティーセミナー」を開催しました。

当日は、関東近郊の4つの児童養護施設入所児童・里子のうち、高校を卒業する19人が参加しました。当社ビューティーソリューション開発センター所属のボランティアたちによる「社会人の身だしなみ」としての整容講座を受けたあと、記念撮影を行いました。続く懇親パーティーでは、子どもたちだけでなく、里親さんや施設の職員の方々と一緒に、ゲームやプレゼント大会、ミニコンサートなど楽しい時間を過ごしました。



当社執行役員および、当財団の理事長である内田隆文より「お祝いのことば」



ヘアのアレンジングテクニックに真剣に見入る男の子たち



当社専属カメラマンによる記念撮影。写真は後日、アルバムにして各自に手渡されました

### (2) 将来児童福祉分野での活動を目的として大学、短期大学、専門学校へ入学する高校生を資生堂児童福祉奨学生として支援

対 象: 児童養護施設入所児童及び里子で、  
2010年4月に入学予定の18歳児童

支援内容: 授業料の一部負担金として年間50万円を支給(返済不要)

期 間: 4年または2年

募集人数: 5名程度



## TOPICS

## クリスマスに母子施設のお母さんたちの“笑顔の花”がたくさん咲きました

現在、全国の母子世帯数は約75万世帯（05年現在）あり、5年間で20%増加しました。そのうち約4,500世帯が、全国に272ヵ所ある「母子生活支援施設」で暮らしています。

この母子生活支援施設は「配偶者のいない母子を保護し、お母さんたちの自立のための生活支援を行う施設」です。施設への入所者の多くは、夫などからのDV（ドメスティックバイオレンス、家庭内暴力）を体験しています。着の身着のまま家を逃げ出し、この施設にたどり着いた方々は、数年間の後に職を身に付けて自立していきますが、生活は貧しく、化粧品を購入する余裕など全くない状況です。

**財団法人 資生堂社会福祉事業財団**では、この支援施設に入所されているお母さんたちが一日も早く、新しい仕事に就いて「明るく元気なお母さん」をとり戻していただくための応援をしたいとの想いから、(株)資生堂の化粧品関連部門の支援を得て、全国の母子生活支援施設に資生堂主力スキンケア化粧品である「アクアレーベル」（リニューアル前製品）の製品セットを寄贈させていただきました。製品はラッピングされ、当財団よりお母さんたちへのメッセージを添えて、全国母子生活支援施設協議会を通じ、12月のクリスマス会に向けてお届けいたしました。

さまざまな事情で施設への入所を余儀なくされ、厳しい状況の中で子育てをしながら生活しているお母さんたちにとって、今回の化粧品の寄贈は、自分を振り返り明日につながる大きな活力となりました。

そんなお母さんからお手紙の一例です。<※原文のままです>

『この度は、すばらしい贈り物に心より感謝しております。私は母子家庭の期間が非常に長く、十数年間、鏡を見ることすらなく、メイクどころか、美容院にも行かず、日やけ止めすら塗らないまま、必死で働き続け育児をしてきました。子どもが成長して自分が40代を迎える頃、久しぶりにゆっくり鏡を見た時、本当にショックを受けました。いつの間にか、肌が老化していたのですね。

私は、子どもがもうすぐ巣立ちますので、そろそろ自分の人生についても考え始めています。「シミ」や「リフトアップ」と書いてある商品に、とても敏感になってきました。他の方々も同様だと思います。これからは少しでも“美”を取り戻す努力をしようと思っています。

私は、もうすぐ母子家庭卒業となり、自分で働いたお金で貴社の商品を購入することになるとは思いますが、これからもできる限り、母子家庭のお母さま方へのご寄付を続けてくださいますよう、お願い申し上げます。』

当財団では、従来の児童、女性福祉支援事業に加え、日々がんばって子どもと生活を支え合いながらも、母子生活支援施設で暮らすお母さんたちの「一瞬も 一生も 美しく」の実現に向けた活動に取り組んで参ります。



母子生活支援施設でのSLQセミナー



アクアレーベル寄贈品セット

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; 社会とともに &gt; 社会活動 &gt; 海外事業所での取り組み

## 社会とともに

### 社会活動 海外事業所での取り組み

#### 中国・陕西省で「簫史宮資生堂集团希望小学」建設支援

資生堂はこれまでに、国家規模のプロジェクト基金「希望工程基金」を介して、北京の現地法人が4校の「花之友希望小学校」建設を支援するとともに、上海の現地法人も含めて児童に文房具などを寄贈してきました。2009年は資生堂の社名の由来である『易経』に縁の地、陕西省宝鸡市岐山(きざん)・鳳翔地区の小学校建設を支援し、9月に開校、12月に現地で記念式典を行いました。なお、岐山地区は四川大地震の被災地でもあり、復興支援の意味も込めてこの場所が選定されました。



式典の様子

「簫史宮(しょうしきゅう)資生堂集团希望小学」と命名されたこの学校は、資生堂グループとしては5校目ですが、初めて「資生堂集团」の名前がついた小学校です。12月7日の式典には資生堂本社や現地法人の代表も出席し、学校と児童に文具や辞書などの備品を贈呈しました。

今後も学校に必要な用具等を寄贈するなど、これからの中国を支える子どもたちへの支援を続けていきます。

#### 資生堂スペイン 次世代を担う魅力的な人材育成の推進

学生の方々を自社に受け入れ、就労体験と就業意識の向上を促す機会を提供することは、資生堂にとって重要な責務のひとつであると捉えています。意欲ある学生の就職支援の一環として、資生堂スペインは、2009年4月22日、スペインの首都マドリードにおいて、現地のネブリーハ大学で開催されたジョブフェアに参加しました。卒業予定の学生を対象に、企業の事業内容をより理解いただくことが目的で開催され、ジョブフェアには32企業が参加しました。当社ブースには、関心を持ってくださる約300人の学生が訪れました。このことは、将来資生堂スペインの社員になるであろう魅力的な学生との新たな触れ合いの場にもなっています。



資生堂ブースでの様子

若い学生の皆さまの社会や資生堂に対する理解を深めていただくことはもちろん、受け入れることで職場の活性化といった相乗効果があると考えています。資生堂スペインは設立当初の1998年よりインターシップ制度を導入しており、1年に3人の学生を受け入れています。多くの

学生の皆さまには、資生堂スペインのプロモーションの企画立案等、主にマーケティング活動を経験してもらっています。

毎回、参加学生の方々から、このプログラムを通じて「化粧品ビジネスの奥深さを知った」という感想をいただいています。

企業としての果たすべき役割として、今後も資生堂グループはCSR活動の一環として推進していきます。

### 資生堂イタリア 女性がん患者を対象とした“La Forza e il Sorriso”(力と笑顔)プログラムの継続

2008年4月、資生堂イタリアは設立40周年を迎えたのを機に、「これまでの感謝の気持ちをこめて地域に貢献したい」と考え、がん患者を対象にスキンケアやメイクアップを行う無料プログラム “La Forza e il Sorriso” (力と笑顔) を開始しました。

抗がん治療中の女性に鏡の前の笑顔と、心の強さを取り戻してもらうことを目的に、がん治療研究機関 “IEO” (Istituto Europeo di Oncologia / 1994年設立)、がん患者支援非営利団体 “Attivecomeprima Onlus” (1973年設立) の2つの同協会が持つ会場に毎回6名のがん患者をお呼びしています。

現地スタッフらがカジュアルで心地よい雰囲気の中で、副作用で失われた眉毛の自然な描き方などを、自分でできるようになるまで丁寧に説明しています。

2008年度はミラノの他、諸都市にて3回開催され、18名参加いただきました。患者さまが喜び、感激してくださる姿を通して、現地スタッフからも「化粧の力」を再確認することができ、この活動に意義を感じています。

2009年に入ってから1か月に約1~2回のペースで開催 (2009年7月現在: 24名) しており、今後も積極的に継続していきます (後援: UNIPRO/イタリア化粧品工業会)。



スキンケアの様子



資生堂イタリアの社員(右)が一人ひとりに合ったメイクやアドバイスを提供

## 資生堂タイランドでの社会貢献活動

資生堂タイランドでは、社内に社会貢献グループを設置し、そのグループを中心に自由参加型のさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

2007年度の女性支援やエイズ施設支援に続き、2008年度は女性保護施設や老人ホームでの美容セミナーなどの活動を行いました。また、募金活動なども毎年継続して取り組んでおり、社員から集めた食料品、衣類、お金などを赤十字や養老院などを通じて、自然災害の被害者や恵まれない人々へ寄付しています。

今後も資生堂タイランドでは、社員一人ひとりの小さな真心を大きな社会貢献活動に発展させていきたいと願い、積極的に活動を推進していきます。

### ■「フェア(公正)、シェア(共有)、ケア(慈しみ)」をテーマにしたCSRデーを開催

2009年6月3日、資生堂タイランド（以下ST）はCSR活動の一環としてCSRI（Corporate Social Responsibility Institute）と協賛し、タイパットインスティテュート(王室助成タイ農村復興運動財団)のディレクターDr. Pipat Yodprudtikanを講師に迎えワークショップ「CSRデー」を行いました。

これは、社員のCSRの知識向上を図ることを目的に実施したものです。今回、STは常にCSR活動に重点を置いている企業として評価され、タイの企業50社のひとつに選ばれ奨学セミナーとして「CSRデー」を開催することができました。

STでは、この「フェア（公正）、シェア（共有）、ケア（慈しみ）」をテーマにCSR活動をすべての社員がいつでもできる日常業務として取り組み、優れたサービス提供をめざしたいと考えています。

同時に、お互いの協力によって活動のプロセスから終了後の寄付にいたるまで責任をもって遂行しています。

STの取締役社長の須藤達夫は、全社員に向けて同社のCSRの方向性を伝達し、業務に取り組む際には「おもてなし」を心掛けるよう「CSRデー」でスピーチしました。



CSRデーの様子



Pipat Yodprudtikan 氏(右)より  
“CSRデー終了証”の表彰状を授与された  
資生堂タイランド社長須藤達夫(左)

## ■ 資生堂タイランド 労働保護省主催の「女性労働保護ネットワーク」のメンバーに選ばれました

2008年6月末、資生堂タイランドは、タイの労働局所管の女性労働保護ネットワークのメンバーに選出されました。女性労働保護ネットワークには、社員の労働問題に関して、過去に違反事例がなく、かつ労働法を適正に順守している団体が選ばれています。

同社は年3回の会議に人事部の管理職をメンバーとして派遣し、まず、2008年11月に行われた第1回の会議に続き、2009年9月に行われた第2回の会議で、新労働法と労働者との関係を議題とした活発な意見交換に参加しました。

今回資生堂タイランドが選ばれた理由のひとつは、社員の大半が女性であり、女性の労働環境に関して、労働局の助言や他団体の状況に対する多くのアドバイスが提供できるという点です。労働者の労働条件や健康状態、安全衛生、仕事と生活の質などをケアするコンサルタントとしての仕事に取り組んでいます。

会議では、メンバーが各組織の好事例を共有し、将来の法案改正のアイデアを提案することで、政府+組織+女性労働者の三者間の調和を保つよう相互支援を行います。また、毎年さまざまな催しが行われる3月8日の「国際女性デー」にも、この活動ネットワークのメンバーが招待されています。



貧困などにより労働機会を逸した女性に労働訓練を行う協会でのセミナーの活動をする資生堂タイランド社員

## ■ 「Goodwill Group Foundation」への寄付と美容セミナー開催

2008年3月28日に、家庭の貧困や虐待により教育を受ける機会を逸した女性たちの社会進出を支援するために、IPSAチームがメイクの方法やキレイになる楽しさを伝えるワークショップを開催しました。





### ■ 老人ホームでの美容セミナー開催

2008年8月28日には、身寄りのない老人が保護されている老人ホームを訪問して、美容セミナーを開催しました。

また、社員からの寄付金や日用品も贈呈しました。



### ■ 婦人の地位向上協会でのワークショップ開催

2008年9月26日には、家庭内暴力や虐待された女性・子供を保護している施設を訪問し、化粧の楽しさを伝えるワークショップを開催しました。また、当日は社員からの寄付金、日用品の贈呈に加えて、施設にいる全員に昼食を提供しました。



### ■ SamuthprakarnでのPittayakom小学校との植林活動

2008年12月9日に、地元の小学生とともに、環境の悪化により減少しているマングローブの植林活動を行いました。



## 資生堂大昌行化粧品有限公司のCSR活動

### 香港でチャリティーセールを開催し、ユニセフへ寄付

資生堂大昌行化粧品有限公司は、CSR活動の一環として2008年11月9日～12月31日に、香港でチャリティーセールを開催しました。

このセールには「SHISEIDO」や「クレ・ド・ポー ボーテ」をはじめとした資生堂グループ15ブランドが参加。

運営費を除いた売上を、ユニセフ（国際連合児童基金）の中国女子教育プログラムへ寄付いたしました。

ユニセフでは、男女共同参画と教育の機会均等への支援を実施しています。特に中国では、女性の収入レベルの向上や、子どもと女性の生活状況向上をめざして活動している他、女児や女性に対する教育機会の提供も行っています。

今回のチャリティーセールは、店舗やカウンターでお客さまに募金を募り、サンキューギフトやサンキューカード、特別商品などをお渡しする形式を採用しました。さらに、2008年秋に全世界2,500本限定発売の「ロードゥ イッセイ パルファム シロウ クラマタエディション」4本のチャリティー販売を実施。この香水は、香港にはわずか10本しか入荷していないシリアルナンバー入りのプレステージリミテッドエディションです。

オープニングイベントには、本社長の前田が参加。資生堂のCSRの取り組みに関するスピーチを行い、多くの地元メディアに報じられました。



当社社長前田新造(右)によるスピーチの様子



資生堂大昌行化粧品有限公司より  
ユニセフの中国女子教育プログラムへ寄付



会場の様子

## 「中華シロイルカ保護プロジェクト」始動

資生堂の中国現地法人である資生堂麗源化粧品有限公司（SLC）は2008年7月、世界自然保護基金（WWF）香港と共同で「中華シロイルカ保護プロジェクト」を発足しました。中国内外の専門家の協力を得て、まだ不明な点が多い中華シロイルカの生態や生息状況を調査するとともに、これからどのように保護していくのか、その方法を研究します。

中華シロイルカは主にインド洋から西太平洋にかけての沿岸部に生息していますが、海洋汚染や海岸埋め立てなどによる環境の変化が原因でその数を減らし、現在では国際自然保護連合（IUCN）のレッドリストにも記載されています。中国でも絶滅危惧種として国家一級保護動物に指定され、その稀少さから「海のパンダ」「海の国宝」とも呼ばれています。

SLCでは、700店を超える中国デパート専用ブランド『オプレ』のカウンターで美容部員が中華シロイルカをデザインしたバッジを身に付け、お客さまに啓発リーフレットを配布するなどして、環境保護の大切さを呼びかけています。



プロジェクト発足式



プロジェクト発足式

## 資生堂ニュージーランドの社会貢献活動

資生堂ニュージーランド（以下、SNZ）では、これまで数年間に渡って「Look Good Feel Better活動」を支援してきました。

「Look Good Feel Better活動」では、癌治療を受ける女性患者を対象に、治療中や治療後の身だしなみを手助けすることを目的としてニュージーランド各地の会場でワークショップを特別に開催し、メイクアップの専門家が美容情報や指導のサービスを無料で提供しています。

SNZはこの活動を通じて年間約3,000品の化粧品を寄贈しています。贈った商品はワークショップで使用すると同時に、ワークショップの参加者が家に持ち帰って継続使用できるように配慮しています。

SNZの従業員グループは、最近、癌患者を対象としたこの特別ワークショップにボランティアとして参加できるよう、「Look Good Feel Better活動」のトレーニングセッションに参加しました。SNZでは、このワークショップへの参加を希望する従業員が勤務時間内にワークショップに参加できるように全面的にサポートしています。

また、寄付金を集めることを目的として年に1度行われるパーティーやオークション品の購入、「Fine Homes Tour \*」でのボランティアスタッフとして協力するなどの支援活動も行っています。



「Fine Homes Tour」でのボランティアの様子

### **Fine Homes Tour \***

美しくスタイリッシュな個人宅を巡るツアー。

参加者に自分の家のインテリアデザインなどを参考にしてもらうことを目的としています。

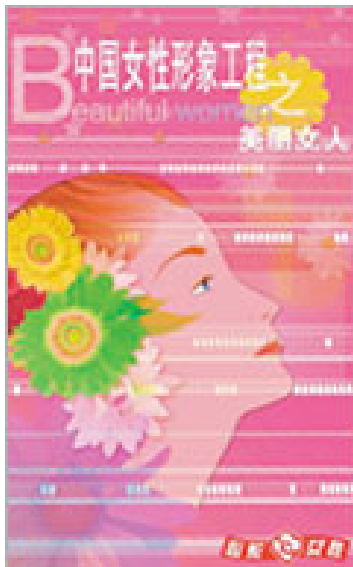
このツアーの参加費の一部はLook Good Feel Better活動に寄付されています。

## 中国での美容セミナー

「中華全国婦女連合会」が主催する国家プロジェクト「『心系女性』—中国女性形象工程」（中国女性イメージアップ・プロジェクト）の唯一の協賛ブランドとして資生堂の『オプレ』が選ばれました。

このプロジェクトは2008年の北京オリンピック開催に向け中国の女性を内面、外面から、さらに魅力あふれる女性に育成することを目的とし、これまで美容基礎情報を掲載した小冊子の発行（189万部）や、北京・上海など20都市での美容セミナーを開催（合計約600回、参加者のべ4万名以上）してきました。

2009年以降も引き続き「女性市長の会」や大学、一般企業でビューティーアップセミナーを実施するなど、さまざまな切り口で中国の女性へ「美しい身だしなみ」の提案をし、中国の女性の「美」に貢献していきたいと考えています。



『心系女性』プロジェクトの  
美容基礎情報小冊子



長沙市での『心系女性』セミナー

## TOPICS

## 2010年上海万博への協賛に調印しました

上海万博局と資生堂（中国）投資有限公司は、2008年12月26日上海において、正式に中国2010年上海万博「化粧品プロジェクトスポンサー」の調印を行いました。上海国際博覧会（上海万博）は、2008年の北京オリンピックに続く一大国家プロジェクトとして調和のとれた都市づくり「より良い都市、より良い生活（Better City, Better Life）」をテーマに、過去最大規模で開催されます。

資生堂は創業当時から高品質な商品を提供するとともに、お客さまに心も体も美しく、健康に、豊かになっていただくため「おもてなしの心」を大切に、きめ細やかなサービスも提供しています。当社の企業理念（私たちは、多くの人々との出会いを通じて、新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造します）が、上海万博のテーマと一致すると考え、協賛することとしました。当社は日系企業として初の上海万博スポンサーとなりました。

調印式には、上海政府副秘書長であり上海万博局長の洪浩氏が出席し「資生堂が上海万博プロジェクトスポンサーになったことは、資生堂が社会公益事業へ熱心に取り組んでいる姿勢と日本企業の万博への協力の表れだ。資生堂には万博に協力している他企業と力をあわせ、素晴らしく記憶に残る万博の成功に向け、十分に力を発揮してほしい」（※）と語りました。資生堂からは資生堂（中国）投資有限公司の宮川総経理などが出席し、当社の上海万博支援に対する前向きな姿勢を共に確認しました。

当社は中国において、甘粛省（かんしゅくしょう）蘭州市（らんしゅうし）における植林活動や、「中華シロイルカ保護プロジェクト」などに取り組んでおり、今後もさまざまな機会を通じて社会貢献を行っていきたいと考えます。



資生堂が中国2010年上海万博化粧品プロジェクトのスポンサーに

※出所：上海万博オフィシャルホームページ(<http://www.expo2010china.com/>)

文：徐笋 写真：徐潔晨 掲載日：2008年12月26日

資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; 社会とともに &gt; 学術支援活動

## 社会とともに

### 学術支援活動

資生堂では皮膚科領域の学術大会運営を継続的に支援しているほか、同領域の研究活動に対し40年以上前から助成を行い、その研究成果を積極的に公表することで、研究レベルの向上に貢献しています。

2008年度 研究機関および学会への助成実績

名称	助成内容	1件あたりの助成金	総件数および総額	助成開始時期
日本皮膚科学会基礎医学研究助成 (資生堂寄付)	日本皮膚科学会とともに皮膚科学領域の基礎および臨床医学研究を奨励	50万円	12件 600万円	1967年
日本研究皮膚科学会 フェローシップ資生堂賞	日本研究皮膚科学会とともに皮膚科学の基礎研究を奨励	100万円	2件 200万円	1998年
資生堂 女性研究者サイエンスグラント	自然科学領域の女性研究者の研究活動を支援	100万円	最大10件 最大 1,000万円	2007年
学会助成	皮膚科関連学会を中心に、学術大会、研究活動を助成	—	10件 208万円	—

\* 自然科学分野を専攻する優秀な女性研究者の研究活動を支援する「資生堂 女性研究者サイエンスグラント」の新設に伴い、2003年から開催してきた「資生堂 サイエンス研究グラント」は2006年度をもって廃止しました。

## 女性研究者支援

日本では「科学技術創造立国」を掲げる中「理系離れ」が深刻化しており、科学技術分野における優秀な人材の確保は喫緊の課題です。しかし、女性の社会進出が当たり前となった今でも、日本の全研究者に占める女性研究者の割合は、諸外国に比べ極めて少ないという現状もあります。これにはさまざまな要因が考えられますが、大きな理由のひとつに女性は男性に比べ「出産・育児・介護」といったライフステージの影響を受けやすいため、研究生活を断念せざるを得ないという点が挙げられます。

資生堂ではこうした状況を踏まえ、次世代の指導的女性研究者の育成に貢献することを目的に、自然科学分野を専攻する優秀な女性研究者の研究活動を支援する「資生堂 女性研究者サイエンスグラント」を2007年度に設立しました。当グラントは、支援対象者をより広げるため年齢制限などを設けず、研究分野も「自然科学全般」としました。さらに通常の研究助成では、助成金の使途は試薬や機器の購入などに限定されますが、女性研究者がライフステージの影響を受けずに研究を継続することをサポートすべく、研究補助員の雇用費用にも充てていただくことを可能にしています。

科学技術分野での女性研究者の活躍がますます重要となるであろう将来を見据え、優秀な女性研究者の方に当グラントを活用いただき、更なる活躍をしていただきたいと思います。

「資生堂 女性研究者サイエンスグラント」第2回 受賞者（敬称略、氏名五十音順）

氏名	所属	職位	研究テーマ
上田 真由美	同志社大学 生命医科学部 再生医療研究センター	講師	上皮細胞による炎症制御機構の解明
岡村 恵美子	姫路獨協大学 薬学部	教授	薬物のin-cell NMR: シグナルの非侵襲検出と輸送解析
佐藤 春実	関西学院大学 理工学部	博士研究員	バイオポリエステルメソ構造形成機構に おける弱い水素結合の役割
島田 緑	名古屋市立大学 医学研究科 細胞生化学講座	助教	老化を防止する医薬品開発をめざした細胞 老化の分子機構の解明
高橋 まさえ	東北大学 金属材料研究所 附属金属ガラス総合研究 センター	准教授	テラヘルツ電磁波の医学への応用のための テラヘルツ帯非調和大振幅振動の指紋完全 解析
竹岡 裕子	上智大学 理工学部 物質生命理工学科	講師	生分解性高分子を用いた環境低負荷型バイ オマテリアルの創製
寺西 美佳	東北大学 大学院生命科学研究 科	助教	CO <sub>2</sub> 削減効果上昇のための植物の紫外線耐 性機構の解明
三浦 晶子	京都大学 大学院医学研究科 内科学講座	日本学術振興会特 別研究員	乳歯由来歯髄幹細胞を用いた新たな骨粗鬆 症治療法の開発
山本 希美子	東京大学 大学院医学系研究科 システム生理学	講師	血流に応答する動脈硬化関連分子の探索と 生理機能解析
若山 清香	理化学研究所 発生・再生科学 総合研究センター	研究員	遺伝子挿入のない卵子由来の初期化因子を 用いた新しいiPS細胞樹立について



## 資生堂 女性研究者サイエンスグラントを受賞して

第1回 受賞者  
山口大学  
加治屋勝子 先生



本グラント受賞の連絡を受けたときは大変うれしく思いました。このグラントの特徴として、研究助成金が研究補助員の雇用費用として使用できることがあります。この制度は育児をしながら研究をしていくうえで、大変助かりました。また、2009年6月2日に開催されました本グラントの授賞式・研究報告会において、社外審査員の先生方および第1回・第2回の受賞者が一堂に会することができたことは、ロールモデルや同胞の少ない女性研究者にとって、非常に有意義であったと思います。今後もぜひ、このスタンスは貫いてほしいと思います。本グラントの研究助成期間は終了しましたが、このグラントで得られたさまざまなご縁をこれからも大切にしていきたいと思います。

第2回 受賞者  
上智大学  
竹岡裕子 先生



女性の憧れである御社から、このグラントをいただけることになって、私自身とても励まされた気分になり、科学研究費補助金（科研費）等の他の研究助成金とは別の感激を覚えております。また、授賞式では、多岐にわたる分野の女性研究者の方々と知り合うことができ、いろいろな話をし、刺激を受け、とても貴重な経験ができました。今回のグラントを活かして、頑張っ研究結果を出したい、と改めて決意した次第です。

## TOPICS

### 「資生堂 女性研究者サイエンスグラント」初の授賞式・研究報告会を開催

資生堂は、自然科学を専攻する女性の研究活動を支援することにより、科学技術分野での指導的役割を担う女性研究者の育成に貢献することを目的に、「[資生堂 女性研究者サイエンスグラント（※）](#)」を実施しています。（※グラントとは「研究助成金・補助金」の意の英語。）

6月2日、本グラント初めての授賞式を、第1回・第2回の受賞者をお迎えして、当社リサーチセンター新横浜にて開催致しました。また、授賞式と同時に、1年間の研究助成期間を終えられた第1回受賞者による研究報告会も開催致しました。

授賞式には、受賞者と社外審査員の先生方（北海道大学 有賀早苗教授、日本女子大学 小館香椎子名誉教授、東海大学 佐々木政子名誉教授）にもご出席いただきました。和やかな雰囲気の中、当社 代表取締役副社長 岩田喜美枝より、受賞者に受賞記念盾を贈呈致しました。

また、研究報告会では、第1回の受賞者から、1年間の研究成果をご報告いただき、当社研究員との活発な質疑応答が行われました。さらに、研究報告会後の懇親会では、研究のお話に加え、ワーク ライフ バランスなどについても活発な意見交換ができ、大変有意義な会となりました。

本グラントは、より多くの女性研究者に対象者となっていただくため、年齢制限などを設けず、研究分野も広く「自然科学全般」としています。

さらに、出産や育児などのライフイベントの際にも研究を継続していただけるように、助成金は「研究費」以外に「研究補助員の雇用費用」にも充てることができます。

10件の募集件数に対し、第1回（132件）・第2回（208件）と応募者は年々増え、非常に高い世評をいただいています。

資生堂は今後も女性研究者を応援していきます。



第1・2回資生堂女性研究者  
サイエンスグラント受賞者記念撮影

## 次世代を担う科学者の育成のためのスーパーサイエンスハイスクールへの協力

資生堂は、文部科学省が2002年から取り組んでいる未来を担う科学技術系人材育成を目的としたスーパーサイエンスハイスクール（以下、SSH）（※）の活動に協力しています。

2008年度にはSSH指定の3校の生徒合計53名がリサーチセンター（研究所）を訪れました。研究所内の見学に加えて、当社で研究を進めている皮膚科学、化粧品素材開発、皮膚特性の計測、香りの作用（アロマコロジー）などの化粧品科学を学んでいただきました。講義は実験なども取り入れながら、高校生にも化粧品科学に親しんでいただけるような工夫をしています。この体験を通して、化粧品は「基礎的な皮膚の研究や魅力ある素材の探索」「安全性の確保」「心理的作用」など、幅広い分野の最先端科学を結集したものであると理解していただけたようです。

このほか「日々研究に没頭する姿勢を、科学者をめざす卵たちに教えて欲しい」との依頼から、研究員を学校へ派遣しています。そこでは研究内容の説明から、日々の生活のなかにある科学のヒントまで、科学を身近に感じていただけるような講演を行っています。

これらの取り組みに参加した生徒からは「化学が嫌いだったが、研究の現場を見て興味が湧いた」「将来の進路に理系を考えるようになった」など、うれしい感想が寄せられています。

今後も当社の研究や化粧品科学の奥深さを知っていただくだけでなく、将来の日本を担う子どもたちに科学を身近なものとして認識していただき、新たな科学者・技術者の育成に関わっていきたいと考えています。

※ スーパーサイエンスハイスクール：科学技術・理科、数学教育を重点的に行う高等学校を指定し、理数系教育の充実を図る取り組み。2008年度は、日本全国で計106校が指定を受けている。

## 医療法人財団 花椿会 南青山皮膚科 スキンナビクリニック

高齢化社会の到来と医療を取り巻く環境や医療そのものの質が大きく変わろうとしている中、すべての方のQOL（Quality of Life＝生活の質）向上のために資生堂はなにをすべきかを考え、医療法人財団花椿会を寄付により設立し「南青山皮膚科 スキンナビクリニック」を開設しました。

いつまでも美しく健やかに、明るく生きたいという想いは、女性に限らずすべての人に共通する願いです。このクリニックでは当社のR&D（Research and Development）とのコラボレーションにより得られる皮膚科学の知見を美容医療や化粧品開発に生かすことで、より安全で効果の高い予防法や治療法を探求していきます。

これまでの美容皮膚研究の成果は、2004年より3年連続で日本美容皮膚科学会から表彰されており、グリコール酸を用いたケミカルピーリングやトラネキサム酸のイオン導入などの研究が新たな化粧品開発や美容医療に貢献しています。

## 社会とともに

### 動物実験と代替法に対する取り組み

#### 化粧品の動物実験廃止に向けた資生堂の取り組み

##### －2011年3月までに自社での動物実験廃止－

現在、資生堂は化粧品開発において、化粧品そのものを使った動物実験を行っていません。化粧品の原料については、法規で定められている場合や、動物実験の代替法の選択肢がまったくなく、商品の安全保証上やむをえない場合※1 以外は動物実験を行いません。

私たち資生堂は、お客さまに安心して化粧品をお使いいただけるよう安全性を厳格に守りながら、動物愛護の観点から化粧品における「動物実験」の廃止をめざします。さらに2011年3月までに自社での動物実験を廃止します。※2

今後は、動物実験廃止の取り組みに最も先進的であり2013年の廃止をめざしている欧州の法規（EU化粧品指令）※3にあわせ、資生堂は動物実験の廃止を推進していきます。

2013年に想定されている廃止までの期間は、日本化粧品工業連合会や欧州代替法検証センターなど、国内外の業界団体および代替法の検証機関との連携により代替法の開発を推進し※4、いち早い動物実験廃止の実現に努めます。

また、有識者、学術関係者、動物愛護団体の方々との意見交換の場を持ち、動物実験廃止に向けた議論を重ねていきます。

年	代替法開発・安全性評価に貢献した研究内容
2008	・SIRC細胞毒性試験と3次元培養真皮モデルを用いる試験の組み合わせによる眼刺激性評価法に関する研究
2005	・in vitro皮膚感作性試験:h-CLAT(human Cell Line Activation Test)の日本における共同研究 ・光毒性試験代替法における光源の影響に関する研究
2003	・培養細胞を用いる急性毒性試験代替法に関する研究
2002	・経皮吸収予測式の開発と感作性ポテンシャル予測への応用に関する研究
2001	・ヒト単核球細胞株THP-1のCD86およびMHC Class IIの発現を指標とした in vitro感作性試験法に関する研究
2000	・皮膚癌原物質による表皮における不定期DNA合成の誘発に関する研究
1999	・光細胞毒性試験における細胞種差に関する研究
1997	・皮膚刺激性試験代替法としての活用を目的とした難溶性物質を評価する細胞毒性試験に関する研究
1996	・皮膚刺激性試験代替法における活用を目的とした炎症性サイトカインの遺伝子発現定量化に関する研究
1994	・神経細胞における電気生理学的手法等を指標とするin vitro感覚刺激性評価法に関する研究
1992	・赤血球および酵母を用いる光毒性試験代替法に関する研究
1991	・ヘモグロビンを指標とした眼刺激性試験代替法に関する研究 ・角質脂質リポソームを応用した眼刺激性試験代替法に関する研究

(※1)商品の安全保証上やむをえない場合

化粧品原料の安全性を確認するために行われる動物実験の代替法が、すべて完成していれば、動物実験は必要ありません。しかしながら、現在の科学の水準ではすべての代替法が確立・承認されている訳ではなく、私たちがお客さまの安心・安全を保

証するためには、動物実験をとまなう安全性試験が必要となる場合があります。法規あるいは製品の安全性保証上、現在において動物実験が必要とされる場合は以下のとおりです。

- ・医薬部外品に配合する新規原料や化粧品に配合する紫外線吸収剤／防腐剤／タール色素(ポジティブリスト対象原料)において、安全性確認のための動物実験が求められる場合があります。

また、新原料だけでなく、すでに使われている原料についても、後世の新たな科学的知見により有害性リスクの可能性が明らかになり、動物実験を含めた安全性試験が要求されることがあります。

- ・アレルギー(皮膚感作性)等で安全性が懸念される原料については、法規で求められるもの以外にも、代替法が確立していないために、化粧品製造者の責任においてお客さまに提供している商品の安全性を保証する目的で、必要最小限度の動物実験を行うことがあります。

- ・中国においては、輸入化粧品の安全性を保証するために動物実験を含めた安全性試験が要求される場合があります。その他、韓国、台湾等でも法規によって動物実験が必要となる原料があります。

#### (※2) 自社での動物実験を廃止

やむをえず動物実験を行わなければならない場合には、社内に設置した「動物実験審議会」により、試験計画が日本学会議のガイドラインに記載された3Rs(Reduction=使用動物数の削減、Refinement=苦痛の軽減、Replacement=別の方法に代替)に準拠していることを厳正に審査しています。

2011年3月以降、法規などにより動物実験が避けられない場合は、「動物実験審議会」において十分に審議をしたうえで、外部の専門機関の厳重な基準・管理のもとで実施します。

#### (※3) 欧州の法規(EU化粧品指令)

現在、EU(欧州連合)では、「反復投与毒性」「生殖発生毒性」「薬物動態」等に関連する動物実験代替法が確立していないため、法規(EU化粧品指令)により、これらの試験のために動物実験を行った化粧品の発売禁止措置が2013年3月まで延期されており、2013年までの代替法の確立を目指して総合的な研究開発が行われています。

#### (※4) 代替法の開発推進

資生堂は、公的な安全性情報や文献情報、蓄積してきた安全性データベース、化学構造による安全性予測システム、in vitro試験(試験管内などの人工的に構成された条件下の実験)、ヒト試験による安全性評価結果を組み合わせて活用し、動物実験を最少にするために最大限の努力をしています。

日本においては、社外の研究者との共同研究体制(代替法コンソーシアム)を設置し、日本動物実験代替法学会との共催シンポジウムとして成果を公表しています。厚生労働科学研究班や日本動物実験代替法学会の評価研究には研究初期より積極的に参加し、動物実験代替法の普及・拡大に務めてきました。

海外においては、米国の代替法検証省庁間連絡委員会(ICCVAM)の専門家パネルとして、欧州では産官学のプロジェクトである欧州動物実験代替法パートナーシップ(EPAA)や欧州化粧品工業会(COLIPA)の代替法検討プロジェクトのメンバーとして、代替法の開発や評価に協力しています。

現在、化粧品原料の安全性評価において非常に重要な皮膚感作性試験については、花王株式会社と共同で培養細胞を用いる代替法(h-CLAT)を開発し、国内外の企業との共同研究の結果、欧州代替法検証センター(ECVAM)における検証研究が開始されつつあります。

今後も、国内では「日本化粧品工業連合会」「日本動物実験代替法学会」「日本代替法検証センター(JaCVAM)」、海外では「欧州化粧品工業会(COLIPA)」「欧州代替法検証センター(ECVAM)」「欧州動物実験代替法パートナーシップ(EPAA)」「米国化粧品工業会(PCPC)」「米国代替法検証省庁間連絡委員会(ICCVAM)」といった産官学との連携のもと、これまで以上に積極的に代替法開発に取り組んでいきます。

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 社会とともに > 資生堂ランニングクラブ

## 社会とともに

---

### 資生堂ランニングクラブ

>> 資生堂ランニングクラブ 詳しくはこちら  
[http://blog.shiseido.co.jp/run\\_topics/](http://blog.shiseido.co.jp/run_topics/)

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 環境への取り組み

### 環境方針 環境に取り組む意味

#### 社名に由来する創業の精神

#### 「資生堂」社名の由来

いたれるかなこんげん ばんぶつとりてしょうず  
至哉坤元 万物資生


大地の徳はなんと素晴らしいものであろうか。  
すべてのものは、ここから生まれる。

資生堂の社名は、中国の四書五経の1つ、易経の一節「至哉坤元 万物資生」（大地の徳はなんとすばらしいものであろうか、すべてのものはここから生まれる）に由来しています。

この一節の意味が表すように、地球の自然環境を尊重し、大切にすることを存在の拠り所としています。

大地の徳に感謝し、そこから新しい価値を発見し、社会の役に立っていくこと、それが地球から恵みを受けている資生堂の使命です。今後、資生堂が永続的にお客さまを美しくしてさしあげるためには、地球への恩返しをしながら共生していくことが何よりも大切と考えます。

#### コーポレートメッセージ

一瞬も 一生も 美しく 

資生堂のコーポレートメッセージは、地球との約束でもあります。

私たちは、美しい地球環境なくして、「美しく生きる」という一人ひとりのお客さまの願いに誠実に応えることはできません。

肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境の実現に向けて全力を尽くします。

## 環境への取り組み

### 環境方針 資生堂エコポリシー

資生堂は1992年度に定めた環境に関する経営方針「資生堂エコポリシー」を基本として、環境活動を推進しています。

#### ■ 資生堂エコポリシー

資生堂はすべての事業活動において地球環境の保全に努めるため、

1. 生態系に配慮し、資源・エネルギーを大切に利用します
2. 環境に負担をかけない新技術の開発と応用を促進します
3. 一人ひとりの環境保護意識の向上を図ります
4. 地域や社会との連携に努めます



## 環境への取り組み

### 環境方針 社会との約束

2008年度、資生堂は環境先進企業として、環境活動に取り組んでいくことを社会に約束しました。

まず世界に向けては、環境に取り組む強い意志を世界に表明する機会として、2008年11月、[国連グローバル・コンパクトの気候変動に関するイニシアティブ](#)「Caring for Climate」に賛同しました。

日本国内においては、2009年3月、化粧品業界で初めて、環境省から「エコ・ファースト企業」に認定されました。

今後は、環境大臣に約束した取り組みの進捗状況を、定期的にウェブなどを通じて公表していきます。

#### ■ 「エコ・ファースト制度」について

「エコ・ファースト制度」は、2008年4月に環境省が創設した「業界のトップランナー企業の環境保全に関する行動を更に促進していくため、企業が環境大臣に対し、京都議定書の目標達成に向けた地球温暖化対策など、自らの環境保全に関する取り組みを約束する制度」です。

認定企業は「エコ・ファーストマーク」（右図）を広報活動などに使用することができます。



エコ・ファースト・マーク

## ■ 資生堂は、環境大臣に対して3つの取り組みを約束しました。

1. 温暖化防止に向けた取り組みを積極的に推進します。
2. 循環型社会の実現に向けた取り組みを積極的に推進します。
3. ヒトと地球が美しく共生する社会を実現するための活動を、社内外へ積極的に提案します。

[資生堂、化粧品業界で初めて、環境省より「エコ・ファースト企業」に認定](#) [PDF: 1 MB]

### 環境省大臣室での認定式の様子（2009年3月9日）

環境省南川秀樹大臣官房長（左）、  
斉藤鉄夫環境大臣（中央）、  
当社社長前田新造（右）



## 環境への取り組み

### 環境方針 資生堂アースケアプロジェクト

#### ■ 資生堂アースケアプロジェクトとは

「資生堂アースケアプロジェクト」は、事業活動のすべてのプロセスにおいて、資生堂グループの全社員が全世界で取り組む「環境プロジェクト」です。

#### ■ 資生堂アースケアプロジェクトの使命

私たちが、地球の恵みを享受しながら新しい美しさを提案し続けていくには、地球への恩返しをしながら、地球と共生していくことが必要です。肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境を実現することが、地球とともに生きる資生堂の使命です。

「資生堂アースケアプロジェクト」は、資生堂の企業理念と環境における経営方針である「エコポリシー」に基づき、「人も地球も美しく共生する社会の実現」を使命としています。

#### ■ 資生堂アースケアプロジェクトの目指すもの

CO<sub>2</sub>の削減や省資源といった、社会的責任として当たり前に取り組むべき「基本的環境活動」に加え、「資生堂ならではの環境活動」を積極的に進めることで「美とエコをつなぐ新しいライフスタイル」の実現をめざします。



## ■ 資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマーク

---



## Shiseido Earth Care Project

このリングの表す意味、それは「地球」「循環」「約束」です。

「地球」 それは、私たちにさまざまな恵みをもたらしてくれます。

「循環」 それは、永遠に続く美のサイクルを表しています。

「約束」 それは、資生堂と社会、資生堂と地球との間に交わされたものです。

そして、マークの色である美しいブルーは、「水」の象徴です。地球の表面の約70%、人の身体の約60%を占めている水は、生態系にとってかけがえのない存在であるとともに、化粧品にとっても大切なものです。

この青いリングに、資生堂の象徴である椿の花を組み合わせ、私たちの企業活動と自然との共生を表現しました。

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境への取り組み > 環境目標と実績 > 環境目標

## 環境への取り組み

### 環境目標と実績 環境目標

#### ■ 数値目標

2010年度 CO2削減目標

事業所	目標
国内工場	1990年度比で 15%削減 (原単位)
海外工場	2007年度比で 10%削減 (原単位)

#### ■ 活動目標

[2009年度 活動目標と2008年度活動実績](#) [ PDF : 88 KB ]

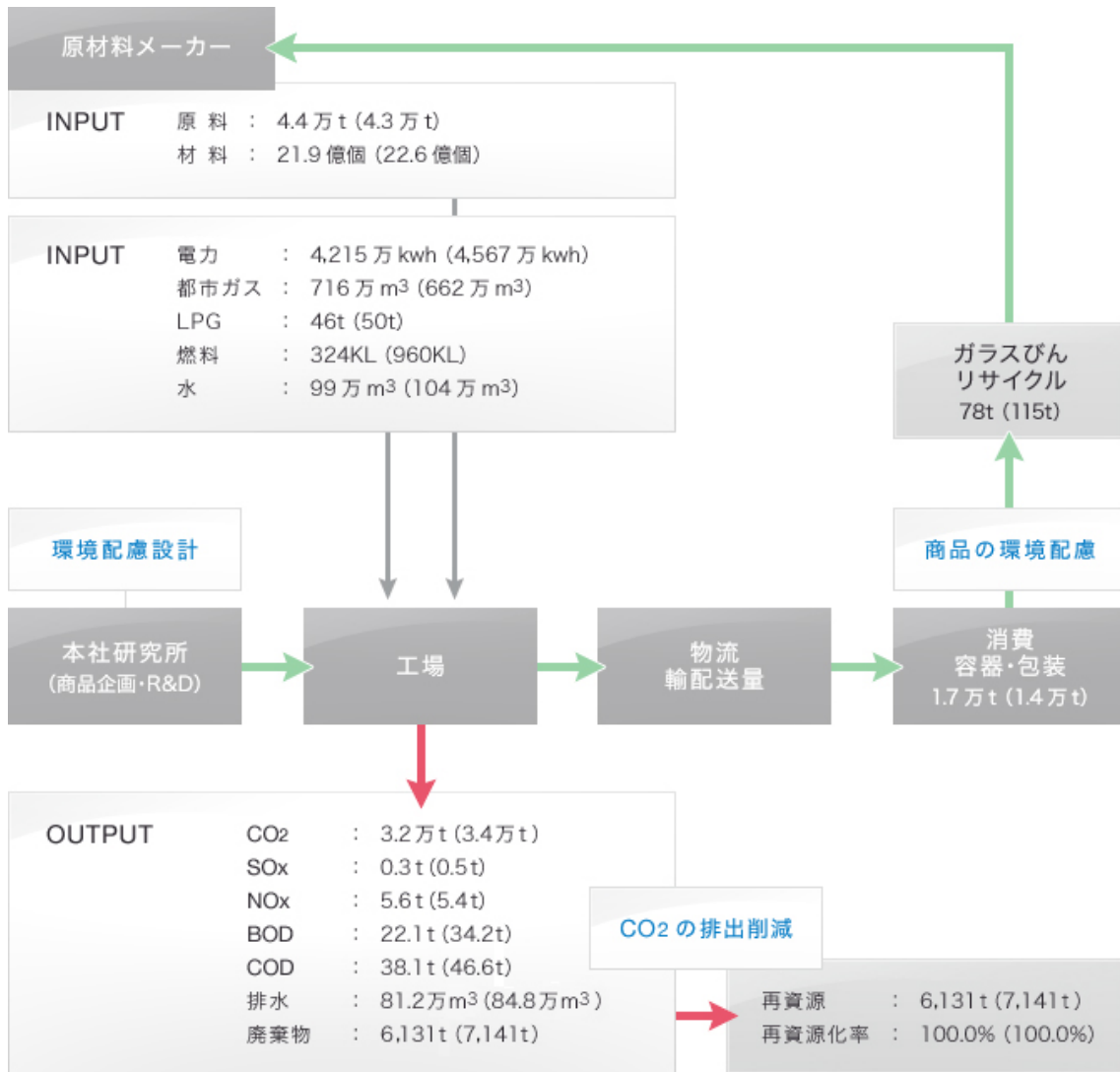
---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 環境への取り組み

### 環境目標と実績 2008年度環境負荷実績

2008年度の資生堂の生産活動全体における環境負荷実績です。



※ ( )内は前年度実績

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境への取り組み > 環境目標と実績 > 実績データ

## 環境への取り組み

### 環境目標と実績 実績データ

#### 環境会計

[環境会計](#) [ PDF : 200KB ]

#### ISO14001 取得事業所

[ISO14001 取得事業所](#) [ PDF : 371KB ]

#### 国内工場の環境方針

[国内工場の環境方針](#) [ PDF : 860KB ]

#### 国内生産事業所のエネルギー使用量

[国内生産事業所のエネルギー使用量](#) [ PDF : 87KB ]

#### 国内生産事業所のCO2排出量の年度別推移

[国内生産事業所のCO2排出量の年度別推移](#) [ PDF : 47KB ]

#### 国内生産事業所の廃棄物量とリサイクル率

[国内生産事業所の廃棄物量とリサイクル率](#) [ PDF : 86KB ]

#### PRTR法への対応（化学物質使用量）

[PRTR法への対応（化学物質使用量）](#) [ PDF : 140KB ]

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 環境への取り組み

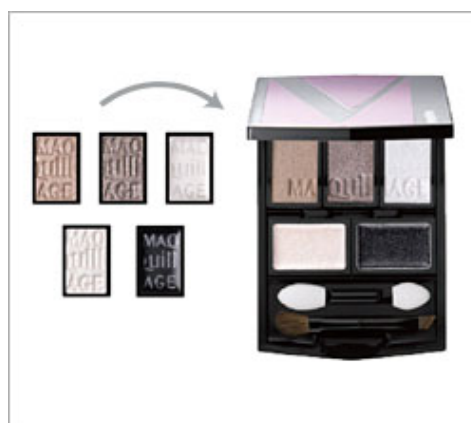
### 具体的な取り組み 商品での環境配慮

資生堂アースケアプロジェクトでは、資生堂グループの象徴的な環境活動に番号をつけて(ナンバリング)整理し、紹介します。ここでは、商品での代表的な環境活動を紹介します。

#### No.059 マキアージュ セットアイシャドーの単色レフィル発売

複数の色がセットになったアイシャドーは、一度にたくさん色が楽しめる一方で、色によって減り方が異なるので、すべてを十分使い切ることが難しいアイテムでもありました。

そこで、2009年1月発売のマキアージュ アイズクリエーター (3D) では、中味のカラーをすべて1色ずつ詰め替えられる設計にすることで、ムダなく使い切ることができると同時に、ケースを永くお使いいただくことが可能となりました。



一色ずつ詰め替えが可能

#### No.060 URARAポリ乳酸容器の実用化

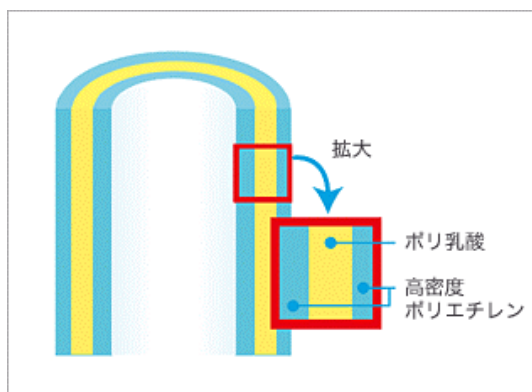
URARA (ウララ：中文名は「悠萊 (ヨウライ) 」) は、資生堂が中国の化粧品専門店事業での販売強化に向けて開発した、中国専用の総合化粧品ブランドです。

このたび、植物由来プラスチックである「ポリ乳酸」を50%以上使用した環境低負荷型プラスチック容器を開発し、シャンプーなど5品目を2009年9月に発売しました。

ポリ乳酸は、耐熱性、耐衝撃性、水分バリア性などの点が劣るため、ポリ乳酸を高密度ポリエチレンではさみ込む積層技術を開発して実用化しました。この積層技術については、URARAのために新開発したものであり、ポリ乳酸とポリエチレンの積層容器を発売したことは、大手化粧品メーカーとして世界初となります。



URARA(ウララ)



積層構造の断面図



### No.062 アクアレーベルのパッケージの樹脂量削減

「アクアレーベル」は、肌の「うるおい密度を高める」保湿スキンケア商品を2009年8月にリニューアル発売しました。このリニューアルにあたり、一部のアイテムを従来のプラスチック箱からフィルム包装に変更し、「約90%の省資源化（旧製品との比較）」を実現しました。

また、プラスチック箱を継続して採用している他のアイテムについてもプラスチックの厚みをより薄くするなど、ブランド全体で省資源に取り組んでいます。



### No.065 ZOTOS社 ヘアケア商品ボトルの樹脂再利用

資生堂グループの中でヘアサロン向け製品を製造しているZOTOS社（アメリカ合衆国・コネチカット州）では、商品の中味品質と安全性、ボトル外観の美しさを保持したまま、容器の未使用プラスチック使用量を低減することに成功しました。

これは、既存の樹脂ボトル成形技術を四層構造の成型技術（二層の再生プラスチックを未使用プラスチックで外側と内側からサンドイッチ）に発展させた技術革新から得られました。

その結果、再生プラスチックは最大70%まで使用可能となり、未使用プラスチックは年間で約75 t削減、CO2排出量は年間約360 t削減することが可能となります。



Joico(ジョイコ)

## 環境に配慮した商品づくり

資生堂では、商品開発・研究開発・購買・工場の設計部門などが連携して「環境に配慮した材料の選定」「過大包装の抑制、容器包装の減量化」「リサイクルしやすい容器の設計」を基本方針として環境に配慮した商品づくりを推進しています。



[上記の内容はPDFでもご覧いただけます \[ PDF 1ページ : 884 KB \]](#)

## 環境への取り組み

### 具体的な取り組み 環境リスクへの対応

環境に関わるリスクは多岐に渡り、法規制は世界各国において年々強化されています。

このような状況を踏まえ、資生堂では本社が中心となって新しい環境法規制に関する情報収集やリスクなどの分析を行い、関連部門と情報を共有化し、対応を図っています。

さらに、生産部門においてはISO14001のシステムに基づいて環境法規制などの順守評価を実施し、法順守を徹底しています。

#### ■ 廃棄物管理の徹底

廃棄物の不法投棄について、排出事業者の責任が厳しく問われている中、資生堂では国内全事業所に配置した「廃棄物管理責任者」を中心に、適正管理を推進しています。

また、定期的な「廃棄物管理責任者」への教育によって、基礎的な内容にとどまらず、変化する法規制の内容や対応方法の共有化を図ることで、管理レベルの強化に取り組んでいます。



廃棄物管理研修の様子

#### ■ 化学物質管理の徹底

資生堂は、PRTR法(化学物質管理促進法)で義務づけられた行政報告を実施するだけでなく、工場や研究所などで原料や試薬などの化学物質の使用と廃棄の自主管理を徹底しています。

また、労働安全衛生の観点から、PRTR法、労働安全衛生法などで指定された成分を含む化学物質を譲渡・提供する際に義務づけられている、MSDS(化学物質等安全データシート)交付に関して、半製品のMSDS発行をシステム化するなどの対応を図り、取引先へのMSDS交付を徹底しています。

## 環境への取り組み

### 具体的な取り組み 新しい象徴的な環境活動

資生堂アースケアプロジェクトでは、資生堂グループの象徴的な環境活動に番号をつけて(ナンバリング)整理し、紹介します。ここでは、最近の取り組みのなかで、商品以外の活動をご紹介します。

#### No.058 10面体段ボールでの配送を開始

資生堂は商品出荷用の段ボールを10面体に成型する機械と段ボールに商品を投入する機械を久喜工場に導入し、「TSUBAKI」「スーパーマイルド」「水分ヘアパック」「シーブリーズ」で採用しています。

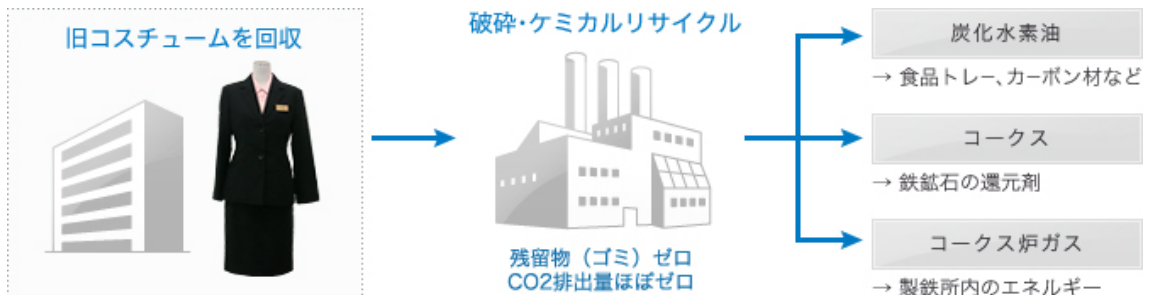
10面体の段ボール箱は側面の四隅を切り落とした形(上から見ると八角形)をしており、縦の支柱が増えることで強度が高まるため、段ボールの紙を従来より薄くできるほか、たくさんの商品をすき間なく詰めて配送効率を高めることが可能となります。

段ボール資材の減量と配送効率向上により、省資源化と年間800トン以上のCO2削減が可能となり、製造時に加えて出荷・配送時までを含めたトータルな環境活動を推進していきます。



#### No.061 ビューティーコンサルタント(美容部員)の制服のエコ処理化

貸与期間を終えたビューティーコンサルタントの制服の処理について、2009年度より、焼却時に発生する熱を再利用する「サーマルリサイクル」から、コークス炉化学原料化法による「ケミカルリサイクル」に移行しました。これにより、繊維を化学原料等に100%再生利用することが可能となり処理後の残留物(灰)もゼロとなります。また、リサイクル処理におけるCO2排出もほぼゼロとなり、従来の焼却処理に比べて大幅に削減することができました。



### No.063 植物由来発酵アルコールへの切り替え

資生堂では、国内4工場とリサーチセンターで使用しているすべての合成アルコールをカーボンニュートラルな植物由来（サトウキビ）発酵アルコールへ切り替えました。食糧とのバッティングを極力避けるため、原料をサトウキビに限定し、調達から出荷にいたるまでを分別管理して生産しているアルコールだけを選定。この切り替えにより、数千トンのCO2削減が可能となります。

### No.064 シャンプーの低エネルギー製造プロセスの開発

資生堂久喜工場ではシャンプーの製造プロセスを見直し、低エネルギー製造プロセスの開発に成功しました。

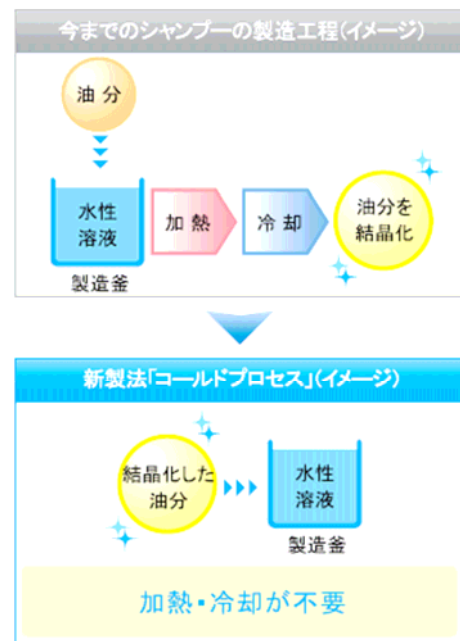
一般的にシャンプーは、髪に光沢感を出すための油分を水性溶液に混ぜて製造しますが、従来の製造プロセスでは、溶液中の油分を均一にするために製造釜を一旦加熱し、その後冷却して油分を結晶化させます。

このたび開発した低エネルギー製造方法では、すでに結晶化した油分を原料メーカーから調達し、これと水、洗浄成分、香料を製造釜に投入する順番とタイミングを工夫することで、「加熱」→「冷却」を不要としました。

これにより、久喜工場で生産されているシャンプー全量をこの製造方法に切り替えた場合、年間で約500 tのCO2排出量を削減できる見込みです。

また、CO2排出量の削減とともに製造時間の短縮も実現することが出来ました。

既に理・美容室用シャンプーの一部へ採用しており、今後は他の製品へ順次拡大していく計画です。



## No.066 マキアージュ 見本台・販売台の仕様変更

資生堂のメーキャップブランド・マキアージュでは、新製品発売前に商品見本を展示する「見本台」を従来のプラスチック製から紙製に切り替えると同時に発売後に商品を陳列する「販売台」の機能を付加し、1台で「見本台」としても「販売台」としても活用できる仕様を開発しました。

プラスチックから紙へと変更したことで樹脂使用量を年間で約27トン削減でき、従来は「見本台」と「販売台」をそれぞれ制作していたものを1台に機能を集約することで、紙・ダンボールの資材量を約20%削減するとともに輸配送量を年間で10トントラック96台分削減できる見込みです。



「見本台として展開」新製品発売前に見本のみ陳列 <テスターパーツ(1)、(2)を使用>



「販売台として展開」新製品発売後に見本と商品を陳列 <テスターパーツ(1)、(2)を手前部分にセットし、商品陳列パーツ(3)、(4)を後部にセット>

## No.067 スキンケア乳液の低エネルギー製造プロセスの開発

従来、乳液の製造は、すべての量の原料を一旦加熱して乳化してから冷却するという方法が一般的でした。

そのプロセスを見直し、一部の原料を加熱して「濃い乳液」を作り、それを常温の水分で薄めながら自然に冷却させるという製造方法を発案し、「加熱」のエネルギーを低減できることに加え、「冷却」のプロセスそのものが不要となり低エネルギー製造を実現しました。

これにより、製造時に排出されるCO<sub>2</sub>を年間で約22 t 削減でき(※)、中味ロスの低減と製造時間の短縮も図ることが可能となります。

現在、この乳液の低エネルギー製造は、ばら園ローズボディミルク RXに活用されています。

今後は、他の製品へも拡大を図っていく計画です。

※対象となる乳液をすべてこの製造プロセスに変更した場合



ばら園ローズボディミルク RX

## No.068 ZOTOS社 物流におけるCO2排出量削減

資生堂グループの中でヘアサロン向け製品を製造しているZOTOS社（アメリカ合衆国・コネチカット州）では、自社工場のあるニューヨーク州ジェニーバ市の協力のもと、工場敷地内にある古い貨物用線路を復旧し、原料輸送の一部を従来のトラック輸送から鉄道輸送にシフトしました。

鉄道へのモーダルシフトにより、1回でトラック40台分を運べる原料もあり、年間で約136,000Lの燃料を削減することができました。

また、界面活性剤の水溶液化技術によって、購買原料を濃縮タイプに変更し、輸送量および搬入回数を低減しました。その結果、年間で約26,000Lの消費燃料を削減しました。

これらによるCO2排出量の削減効果は、年間で約300tに上ります。

ZOTOS社では、これからも生産工程をひとつひとつ見直し、環境負荷を低減できるポイントを洗い出して、さらなる改善を図っていきます。



工場敷地内を走る鉄道

## No.069 KODAの研究

資生堂は住友林業株式会社との共同研究（※1）において、花芽(つぼみを形成する部位)の形成促進作用を持つ天然植物脂肪酸KODA（ $\alpha$ -Ketol-OctadecaDienoic Acid）が、挿し木の発根にも促進作用があることを発見しました。この働きを応用し、これまで発根が不安定とされてきたソメイヨシノの挿し木による増殖率を顕著に上げることに成功しました。

その後、住友林業と共同で、京都・霊艦時の300年以上の樹齢を重ねた樺の後継稚樹の増殖や、鎌倉・安国論寺の樹勢の衰えにより枯死することが危惧されていた樹齢350年の山茶花の後継稚樹増殖に成功しました。KODAの持つ発根促進作用により、絶滅危惧種を絶滅から救い、生物多様性の「種の多様性」の損失を防ぐことに貢献しました。

当初KODAの研究は植物の組織培養によって化粧品の成分を開発することからスタートしたのですが、現在は、農林水産省との共同プロジェクト（※2）で進めている、果樹の花芽着生制御技術の開発の他に、温暖化によるイネの収量低下の改善など農作物の分野でも研究が進んでおり、今後、地球温暖化が引き起こす気候変動による農作物への影響にも貢献が期待できます。

（※1）環境省のプロジェクト「地球環境研究総合推進費」の中での共同研究で推進  
課題名：森林造成技術の高度化による熱帯林のCO2シンク強化

（※2）農林水産省 生物系産業創出のための異分野融合研究支援事業  
「花芽形成促進物質KODAによる果樹の花芽着生制御技術の開発」



KODAIによるソメイヨシノ挿し木の発根促進効果

#### No.070 「椿の森」植林・保全活動

資生堂は、2009年2月、和歌山県の「企業の森」事業への参加に調印し、和歌山県西牟婁郡（にしむろぐん）白浜町椿の約1.7haの土地において、ヤブツバキ約3,000本を植林し、10年間にわたる森林保護活動をスタートしました。

2009年10月には、第1回目のボランティア活動を実施し、社員とその家族ら100名以上によって植樹と下草刈りを行いました。

今後も毎年ボランティア活動を継続し、「椿の森」の保全活動を続けていきます。



第1回ボランティア活動

#### No.071 営業車両に電気自動車を導入

資生堂の営業車両に同じエコファースト企業である日産自動車（株）の電気自動車「日産リーフ」を導入することを決定しました。

2010年後半の発売に合わせて、横浜エリアの事業所において現車両数の1/3程度の約10台を導入する予定です。

電気自動車は走行時に排気ガスやCO<sub>2</sub>を一切排出しないため、CO<sub>2</sub>排出量の大幅な低減が可能になります。

全国に当社の営業車両は約1,500台ありますが、リース契約のタイミングや充電施設の整備状況を勘案しながら、電気自動車の導入を順次拡大し、環境対応を進めていく計画です。



日産リーフ



## No.072 ベトナム工場環境対応

資生堂の15番目の工場、ベトナム工場が「アジアの環境モデル工場」として、2010年4月より稼動しました。

ベトナム工場では、省エネルギー対策として「中央エネルギー監視システム」を日本から導入し、工場内の消費エネルギーを視覚化することで消費エネルギーの最適化管理を行っています。また、照明器具や冷凍機、空調機においても日本や近隣諸国から導入するなどして、省エネルギー対策や環境に配慮した対応を図っています。

また、建設時の掘削により発生した残土を敷地外に廃棄せず、敷地内のランドスケープデザインに再利用したり、稼動時からゼロエミッション（廃棄物ゼロ）を達成しています。

これからも、ベトナム工場では環境への負荷を最小限に抑えることを目指して、省エネルギー、省資源、ゼロエミッションなど積極的に環境対応を図っていきます。



ベトナム工場

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境への取り組み > 具体的な取り組み > 今までの象徴的な環境活動

## 環境への取り組み

### 具体的な取り組み 今までの象徴的な環境活動

資生堂アースケアプロジェクトでは、資生堂グループの象徴的な環境活動に番号をつけて(ナンバリング)整理し、紹介します。ここでは、今までの取り組みのなかで、商品以外の活動をご紹介します。

#### No.001 「資生堂エコポリシー」を制定

#### No.002 フロンガス全廃達成

エアゾール製品の中味を噴射する際に用いるガスは大気中に放出され、環境に影響を与えます。

資生堂では、オゾン層破壊の原因となるフロンガスについては、1989年4月に全廃することを宣言し、翌1990年に全廃を完了しました。

#### No.012 久喜工場ISO14001認証取得

1997年10月、久喜工場が化粧品業界では国内で初めて認証を取得しました。

#### No.038 ガラスびんリサイクル全国展開

資生堂では、2001年4月より当社化粧品の使用済みガラスびんのリサイクル活動を全国で展開し、2009年4月で9年目を迎えます。限りある資源を無駄なく再利用するために、お客さま、お店、ガラスびんメーカーとともに資源循環の仕組みをつくり、リサイクルを推進しています。



■ カレットが化粧品ガラスびんの原料になるまで



回収量の推移

2008 年度 78 トン

2007 年度 115 トン

2006 年度 141 トン

2005 年度 121 トン

2004 年度 114 トン

2003 年度 97 トン

2002 年度 65 トン

### No.051 アメリカ工場に太陽光発電設備導入

米国ニュージャージー州イーストウインザーにある工場に太陽光発電設備を導入し、2007年5月より稼動しています。発電容量は699kWで、ニュージャージー州でも上位にランクされる規模の設備となっています。

稼動年月	2007年5月
総投資額	445万ドル
ソーラーパネル設置面積	43,960平方フィート(4,084m <sup>2</sup> )
発電容量	699kW
年間発電量	84万kWh
CO <sub>2</sub> 排出削減量	約270t/年



### No.053 中国における植林活動

2008年4月より、中国・甘肅（かんしゅく）省蘭州市にて10年にわたる植林活動をスタートしました。植林活動を通じて日中の友好関係を深め、CO<sub>2</sub>削減による環境保護など中国社会に貢献できる取り組みをめざします

場所	中国・甘肅省蘭州市 「資生堂集団援助 蘭州市城関区羅漢山環保生態林建設基地」
植林面積	約147,000m <sup>2</sup>
植林本数	約38,000本(2008年4月～2009年5月)
期間	約10年



No.057 環境省から「エコ・ファースト企業」に認定

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境への取り組み > トピックス > 10面体ダンボール箱が「2009日本パッケージングコンテスト」でロジスティクス賞を受賞

## 環境への取り組み

### トピックス

2009/11/13

#### 10面体ダンボール箱が「2009日本パッケージングコンテスト」でロジスティクス賞を受賞

埼玉県にある当社久喜工場（主な事業内容 石けん、シャンプー、リンス等の製造）で導入した「10面体ダンボール箱」が、「2009日本パッケージングコンテスト」でロジスティクス賞を受賞しました。

同コンテストは、国内の優れたパッケージとその技術を開発普及することを目的として、社団法人日本包装技術協会が毎年1回実施しており、包装分野における国内最大のコンテストです。材料、設計、デザイン、ロジスティクス、販売促進、アイデア、環境対応、適正包装等のあらゆる機能から優秀作品が選定されます。

今回、受賞しました10面体ダンボール箱はヘアケア商品である「ツバキ」「スーパーマイルド」などの詰め替え用商品に採用しています。

同箱は従来の直方体（6面体）の箱の4隅を切り落とし10面体にしたことが特徴です。これにより、側面が増えるため縦の支柱が増え、箱の強度が高まり、ダンボール紙の厚さを約10%薄くすることが可能となりました。

また、すき間なく商品を詰め込むことで箱のサイズを小型化することができました。

この結果、箱の重量が従来より58%削減され、小型化により商品の輸送効率が1.5倍となることで、ダンボール箱の製造と、商品の配送時に排出されるCO<sub>2</sub>を年間約840トン（一般家庭 約170世帯/年のCO<sub>2</sub>排出量相当）削減できる見通しになっています。



10面体ダンボール箱と「ツバキ」の詰め替え用商品



10面体ダンボール箱 中身

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境への取り組み > トピックス > 3事業所の環境への取り組みが表彰されました

2010/12/18

### 3事業所の環境への取り組みが表彰されました

資生堂の3事業所の環境への取り組みが横浜市と東京都中央区より表彰されました。

#### <横浜市より「環境行動賞」を受賞>

11月29日（日）に、資生堂リサーチセンター新横浜と資生堂リサーチセンター金沢八景の2事業所が横浜市より「横浜環境行動賞」を受賞し、分別優良事業所として認定されました。横浜市では「ヨコハマ30プラン」として、平成22年度における横浜市のごみ排出量を平成13年度に対し30%削減する目標を立て、ごみ減量やリサイクルに取り組んでいます。

三つ星事業所の認定基準は以下の3点です。

- ①分別の品目が適切である
- ②分別が徹底されている
- ③リサイクルできるものは全てリサイクルしている

リサーチセンターでは上記認定基準をクリアするとともに、廃棄物の分別に何か問題が生じた場合に、担当者が現場へ行き早期解決を図ったり、食堂で発生する生ゴミ等の削減策として、なるべく余らないよう食堂利用者の増減情報にあわせて食材量を事前調整したり、食堂から発生する生ごみを生ごみ処理機で堆肥化し、地域の希望者や研究所社員に無料で配布するなどの活動が評価されました。

#### <東京都中央区長より感謝状授与>

12月7日（月）に、資生堂（資生堂本社ビル）が新日本無線株式会社様と共に、東京都中央区長から「事業用大規模建築物所有者のエコ対応」として、感謝状を頂きました。

資生堂への贈呈理由は以下の3点です。

- ①テナントを含めたごみ減量組織を作ってビル全体でごみ問題に取り組んだこと
- ②リサイクル率が100%であること
- ③分別がわかりやすく管理されていること

今後も資生堂の各事業所において、ごみの減量をはじめとした様々な環境への取り組みを推進してまいります。



横浜市から贈呈された盾



中央区長より感謝状を受け取る  
当社執行役員内田隆文

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > 環境への取り組み > トピックス > エコプロダクツ2009へ出展しました

2009/12/25

## エコプロダクツ2009へ出展しました

資生堂は、12月10日（木）～12日（土）に東京ビッグサイトで開催された「エコプロダクツ2009」に参加し、小中高生やファミリー向けの特設テーマゾーン「ジュニアグリーンスクール」において、環境教育プログラムをワークショップ形式で行う「エコプロ教室」と、企業の取り組みを紹介する「ブース展示」を行いました。

「エコプロ教室」では、資生堂の環境への取り組みをレクチャーするとともに、洗顔料の泡だて実験を全員で行いました。

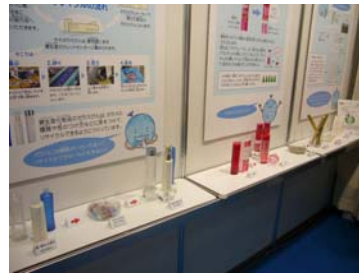
「ブース展示」では、環境対応商品やパネルの展示、また、日やけ止め効果の体験コーナーを設け、資生堂の環境活動への理解を深めていただきました。

参加された方からのアンケートでは、「化粧品の環境活動ってどんなものなのだろう？と思っていたので知る良い機会になりました。」「これからも、環境活動に取り組んでほしいです。応援しています。」といった声を多くいただくことができました。

資生堂は今後も環境への取り組みをより一層強化していくとともに、さまざまな方法で情報発信してまいります。



エコプロ教室



ブース展示①



ブース展示②

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.



資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; 企業文化活動・芸術文化支援(メセナ)活動

## 企業文化活動・芸術文化支援(メセナ)活動

企業理念である「美しい生活文化の創造」の実現に向け、これまでに培ってきた知恵と技術を生かして、社会活動を推進しています。

### 新たな美の創造を支援するメセナ活動 資生堂ギャラリー公募展「shiseido art egg」

<http://www.shiseido.co.jp/gallery/html/>

資生堂ギャラリーは1919年にオープンした、現存する日本最古の画廊です。2006年からは、新進アーティスト支援という資生堂のメセナの原点に立ち返り、広くギャラリーの門戸を開放する公募展、「shiseido art egg」を開催しています。毎回3名（3組）を選出、翌年に資生堂ギャラリーでそれぞれ21日間個展を開催します。

第4回目となる今回は、画家の曾谷朝絵さん、彫刻家の岡本純一さん、画家の村山悟郎さんの3名を選出し、2010年1月から3月までの期間で、それぞれ個展を開催しました。

「shiseido art egg」では、出品作家のさらなるステップアップのために、展覧会終了後にさまざまなジャンルで活躍する審査員3名によって、個展の成果が評価され、審査委員が最優秀と選んだ展覧会に「shiseido art egg」賞を贈ります。今後も同時代の創作表現を支援することで、未来に繋げる活動を続けていきます。

### 「shiseido art egg」賞を受賞して

第4回「shiseido art egg」賞 受賞者  
村山 悟郎さん

#### 受賞のことば

芸術の新たな価値の創造、そしてアートに関わる若い人間がその企てとして自ら展覧会を作ろうという美術的民度の向上という意味において、このshiseido art eggというプログラムが果たす役割は大きいと思います。

それは、新たな価値や試みというものが社会の持つ特権性によって常に原理的困難に曝されている中であって、古い歴史を持つこの資生堂ギャラリーがその門戸を開放するということ、そして展覧会企画自体を公募するという形式を持つこと、その二点からです。

願わくは、社会全体もそのような成熟した状況を志向してほしい、その為に私も活動したいと思います。



村山悟郎展《絵画的主体の再魔術化》  
撮影:加藤健

## 協賛活動

資生堂は、資生堂ギャラリーの開設以来、一貫して「新たな美の創造とその育成」をメセナ活動の理念としてきました。現在も現代美術を中心に演劇や舞踊、音楽など、同時代のさまざまな表現活動に対する協賛を行っています。なかでも大切にしているのは、作家個人との「絆」です。作家が世に出る後押しから、その後のフォローアップまでを継続的にを行い、息の長いサポートを心がけています。

2009年度は、資生堂ギャラリーやザ・ギンザアートスペースにて企画展を開催してきた作家の活躍を積極的にサポートしました。

### ○やなぎみわ「婆々娘々！」 2009年6月20日～9月23日

大阪の国立国際美術館で開催されたやなぎみわの個展に協賛しました。やなぎは、1947年より資生堂ギャラリーで継続開催している「椿会展」の現メンバーで、09年6月より開催されるヴェネチア・ビエンナーレの日本館代表として出品するなど、国際的に活躍する作家です。本展では、モデルとなる女性が自らの理想とする半世紀後の姿に扮する「マイ・グランドマザーズ」シリーズ全作品を一堂に展示するほか、ヴェネチア・ビエンナーレに出品される最新作も日本国内でいち早く紹介しました。



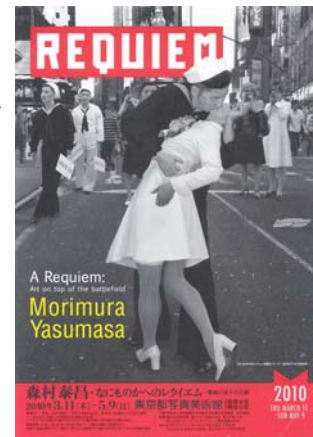
### ○田中信行展「生命の記憶-漆が喚起するもの」 2009年10月10日～12月23日

富山県の「発電所美術館」で開催された田中信行の個展に協賛しました。田中は、2001～05年に資生堂ギャラリーで開催したグループ展「life/art」の出品作家で、日本伝統の「漆」を素材に、現代アートの世界でも成立する造形を追求しています。本展では、発電用タービンや導水管がそのまま残る特異な展示空間に、初期作品から新作までを展示しました。



### ○森村泰昌「なにものかへのレクイエム」展 2010年3月6日～5月9日

東京都写真美術館で開催された森村泰昌の展覧会に協賛しました。森村は、名画の登場人物や映画女優などに自らが「なる」変身型セルフポートレイトを手がける美術家です。資生堂では、1993年に出版された著書『着せ替え人形第1号』への協賛をきっかけに、95年にはザ・ギンザアートスペースで個展を開催以来、継続して支援を行っています。本展では、報道写真をテーマに20世紀の男たちに扮する新作シリーズ「なにものかへのレクイエム」を完全版で紹介しました。



### 三影堂撮影芸術センターでの資生堂賞

「三影堂撮影芸術センター」(北京)は、2001年に資生堂ギャラリーで開催した「亜細亜散歩」展へ出品した中国人写真家・榮榮(Rong Rong)と、夫人の日本人写真家・映里(Inri)が、2006年に私財を投じて北京郊外に開設した写真専門のアートスペースです。中国人写真家が国際舞台で活躍するための発信の場となることを目指して活動しています。資生堂は、2009年にスタートした公募展「三影堂撮影賞」への支援に加え、「資生堂賞」を設定し、女性写真家を顕彰しています。



### マサチューセッツ工科大学の講義情報サイトにて資生堂の企業資料が公開中

<http://ocw.mit.edu/shiseido/>

米国マサチューセッツ工科大学(MIT)で資生堂が大正時代から戦前にかけて制作した化粧品の広告や店頭ツール、機関誌などのマーケティング資料が、近代日本の歴史や文化を学ぶ授業の教材として使用されています。MITが運営する講義情報公開サイト「オープンコースウェア(正規の大学授業で用いられる教材をインターネット上で無償公開するもの)」にて、2009年に取り上げられました。

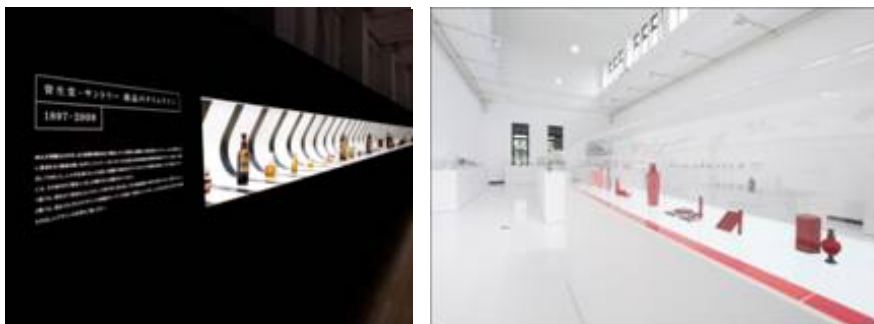


MITが日本の歴史や文化を学ぶ教材として、日本企業1社のマーケティング史を深く掘り下げてサイト公開するのは初めてのことであり、近代日本の歴史、文化を伝えるサイト「ビジュアルライジングカルチャーズ(Visualizing Cultures)」の中に、「黒船とサムライ」などと並び、7つめの教材として配置されています。

### 東京藝術大学第三回企業のデザイン展で「資生堂・サントリーの商品デザイン展」を開催

2009年5月13日より、6月1日まで東京藝術大学陳列館において、「資生堂・サントリーの商品デザイン展」を開催しました。資生堂とサントリーは、化粧品と飲料というようにジャンルは異なりますが、過去1世紀以上にわたって商品デザインを通して人々の生活に潤いをもたらしてきたという点では、非常に近い存在です。また、社内にデザイナーを持ち、常にデザインを重視した商品づくりを行っている点でも近いといえます。

今回両社合わせて400点を展示しましたが、1世紀以上の歴史を感じる見応えのある展示となりました。時代時代のデザイナーが、その理念をもとに「思い」をもって革新を積み重ねてきた結果を、商品のデザインを通して提示する展覧会となりました。



### 表現や創造力の豊かな社会を願い、現代詩を支援 現代詩花椿賞

「現代詩花椿賞」は、資生堂の芸術文化支援活動の一環として、1983（昭和58）年に創設しました。「美を伝えることばの力を高めたい」という思いから、文学のなかでもとりわけ「詩」の分野に焦点をあて、その創作を応援しています。2009年で27回目を迎えた現在では、特定の出版社や詩壇のグループに属さない賞として独自のポジションを確立しています。受賞作は資生堂が発行する企業文化誌『よむ花椿』で紹介します。

第27回は、岩成達也氏の『みどり、その日々を過ぎて。』に贈賞しました。

### 『花椿』

<http://www.shiseido.co.jp/hanatsubaki/>（日本語のみ）

1937年に創刊された、資生堂の企業文化誌『花椿』は、時代に先駆けた高感度な生活文化情報を発信し続けてきました。2007年7月号より、奇数月号はビューティーやファッションをビジュアル中心に表現した『みる花椿』、偶数月号は情報やエッセイなどの読み物を集めた『よむ花椿』としてリニューアル。両誌を交互に発行しています。また、1年分の花椿をまとめた『花椿合本』を部数限定で刊行しています。

## 本籍地銀座から、資生堂の美意識を発信 ハウス オブ シセイドウ

<http://www.shiseido.co.jp/house-of-shiseido/>

資生堂の美意識を伝える文化発信施設として2004年にオープンしました。当社の企業文化のエッセンスが詰まった引き出し式の「アーカイブテーブル」や、過去のCMなどが見られる「ミニシアター」、銀座の歴史や女性史などが学べる「ライブラリー」などを備えています。2009年からは銀座の魅力を伝える「銀座と資生堂の歩み」コーナーも加わりました。



## 資生堂アートハウス

<http://www.shiseido.co.jp/museum/> (日本語のみ)

1978年に静岡県掛川市に開館、資生堂ギャラリーで開催してきた「椿会美術展」や「現代工芸展」などに出品された絵画、彫刻、工芸品を中心に、約1,600点の美術品を収蔵しています。年に数回の展示替えを行いコレクションを一般公開するほか、全国の美術館への貸し出しも行っています。また、春休みや夏休みなどに地元の小・中学生を対象とした「子どものためのワークショップ」を開催。地域の子どもたちが本物の芸術に触れる機会を提供しています。

## 資生堂企業資料館

<http://www.shiseido.co.jp/museum/> (日本語のみ)

創業120周年を迎えた1992年に「資生堂アートハウス」に隣接して開館。1872年の創業当時から今日まで、資生堂が蓄積してきた商品パッケージ、ポスター、CMなどの企業文化資産や、創業地銀座に関する文献資料などを一元的に収集・保存しており、その一部を公開しています。また、定期的に研究紀要『おいでるみんな』を刊行し、研究成果を公表しています。

## 企業データ

### 会社沿革

#### ■ 沿革

- 1872 東京・銀座に「資生堂薬局」として創業
- 1888 日本初の練歯磨「福原衛生歯磨石鹸」発売
- 1897 化粧品業界へ進出（「オイデルミン」発売）
- 1915 商標「花椿」制定
- 1921 「資生堂五大主義」制定
- 1923 チェインストア制度採用
- 1927 合資会社を株式会社組織に変更 販売会社制度採用
- 1939 資生堂化学研究所設立
- 1949 東京証券取引所に株式を上場
- 1953 資生堂美容研究所を開設
- 1972 創業100年
- 1974 新卒者美容教室開始
- 1983 第1回転換社債発行  
北京市と技術協力協定締結
- 1985 ビューティサイエンス研究所発足
- 1988 服装の自由化・さんづけ運動
- 1989 「企業理念」制定  
コーポレートスローガン「ヒトを彩るサイエンス」発表
- 1990 選択型人材育成制度導入  
育児休業制度の導入  
リフレッシュ休暇制度の導入  
連続休暇制度の導入
- 1991 育児時間制度の導入
- 1993 介護休業制度の導入
- 1997 資生堂企業行動宣言「THE SHISEIDO WAY」制定  
企業倫理委員会発足  
資生堂企業倫理・行動基準「THE SHISEIDO CODE」制定

- 2000 新コーポレートメッセージ「共に。ART de VIVRE」発表
- 2002 育児休業者支援システムwiwiwスタート
- 2003 事業所内保育所開設  
資生堂企業倫理・行動基準「THE SHISEIDO CODE」改定
- 2004 CSR部（社長直轄組織）を設置  
CSR委員会発足  
次世代育成支援行動計画の策定  
国連グローバル・コンパクトへの参加
- 2005 新コーポレートメッセージ「一瞬も 一生も 美しく」を発信  
育児休業制度の改変  
子どもの看護休暇制度の導入
- 2006 「資生堂『共育』宣言」発表  
「エコール資生堂」創設
- 2008 上海に「資生堂中国研修センター」を開設  
資生堂ビジネスソリューション（株）設立

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 企業データ

### 会社沿革

#### ■ 社会活動

- 1919 資生堂ギャラリー開設
- 1924 『資生堂月報』創刊
- 1928 「資生堂美術展覧會 第一回」開催
- 1933 『資生堂グラフ』創刊
- 1937 資生堂花椿会が発足、『花椿』創刊
- 1947 「椿會第一回展覧會」開催
- 1949 高齢者、障がい者への「身だしなみ講座」開始
- 1964 「パラリンピック東京大会」支援
- 1972 「資生堂社会福祉事業財団」発足  
資生堂国際会議—光と皮膚のセミナー—開催
- 1977 「6人のパリ」開催
- 1978 資生堂アートハウス開館（静岡県掛川市）
- 1980 資生堂国際会議—皮膚と化粧品科学—開催
- 1983 「現代詩花椿賞」制定
- 1984 点字による美容テキスト（スキンケア）制作・提供
- 1985 資生堂国際会議—加齢と皮膚—開催  
ニューヨークで「資生堂広告美術展」を開催
- 1986 点字による美容テキスト（メーキャップ）制作・提供  
パリ広告美術館が「資生堂の美と広告1872～1986」展を開催
- 1987 視覚障がい者用美容情報テープ制作・提供  
資生堂ミュージカル「レ・ミゼラブル」協賛
- 1989 MGH・ハーバード皮膚科学研究所設立・共同研究開始  
資生堂国際フォーラム'89—サクセスフル エイジング—開催
- 1990 企業文化部新設
- 1991 低アレルギー米「ファインライス」の発売  
資生堂皮膚老化研究ファンド創設  
91資生堂国際フォーラム—サクセスフル エイジング心と体のつながり—開催



- 1992 あざや濃いしみをカバーする化粧法の開発  
社員の「社会活動賞」表彰開始  
資生堂創業120周年記念科学シンポジウム—ヒューマン・ヘルス・サイエンスと皮膚—開催  
資生堂企業資料館開館（静岡県掛川市）
- 1993 「ソーシャルスタディーズデー制度」導入  
93資生堂サイエンスフォーラム—サクセスフル エイジング心の活性化 創造性と自己表現—開催
- 1995 阪神大震災対策支援  
「資生堂パーフェクトカバー」発売  
資生堂フォーラム'95—サクセスフル エイジング 私の香りを考える—開催
- 1997 「パラリンピック長野大会」支援  
社員の「海外ボランティア活動体験制度」開始  
資生堂サイエンスシンポジウム'97—皮膚：生体のインターフェイススキンケアの新時代を拓く—開催  
資生堂フォーラム'97—サクセスフル エイジング最前線—開催  
パリで企業文化展「PARIS-TOKYO-PARIS SHISEIDO 1897-1997LA BEAUTE」開催
- 1998 「商品マッチングギフト制度」導入  
東京で企業文化展「美と知のミーム、資生堂展」開催
- 1999 資生堂国際フォーラム'99—よみがえる触覚—開催
- 2000 資生堂サイエンスシンポジウム2000スキンケア・ミレニアム〈皮膚と遺伝子：見えてきた接点〉開催  
ニューヨーク大学、グレイ・アート・ギャラリーにて  
「FACE TO FACE/Shiseido and the Manufacture of Beauty 1900-2000展」開催
- 2001 資生堂フォーラム2001—「時は、人を、磨く。」開催
- 2002 「経営倫理最優秀努力賞」受賞（経営倫理実践研究センター）
- 2003 朝日新聞文化財団「企業の社会貢献度調査2003」大賞を受賞  
資生堂フォーラム2003「年の重ねかた、老いの抑えかた」開催
- 2004 プライバシーマークの取得  
消費者志向優良企業に対する経済産業大臣表彰を受賞  
均等推進企業表彰の厚生労働大臣賞最優良賞を受賞  
HOUSE OF SHISEIDO開設  
国連グローバル・コンパクトへの参加を表明  
「経営倫理優秀努力賞」受賞（経営倫理実践研究センター）

- 2005 社会貢献組織「SHISEIDO 社会貢献くらぶー花椿基金ー」創設
- 2006 「BERC 第3回経営倫理優秀努力賞」受賞  
「資生堂ライフクオリティー ビューティーセンター」オープン  
花椿ファクトリー(株)設立
- 2007 メセナアワード2007「メセナ大賞」受賞  
「福原信三と美術と資生堂展」開催
- 2008 「第3回 につけい子育て支援大賞」受賞  
国連グローバル・コンパクト主催の世界人権宣言60周年記念の「CEO宣言」を支持
- 2009 「日本内部統制大賞2009」最優秀賞を受賞  
中国（上海）、台湾（台北・高雄）に「資生堂ライフクオリティー ビューティーセンター」を開設

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## 企業データ

### 会社沿革

#### ■ 環境活動

- 1989 フロンガス全廃宣言
- 1990 フロンガス全廃完了
- 1991 地球共生委員会（環境問題に関する全社的な審議・方向付けの機関）発足
- 1992 資生堂エコポリシー（環境に関する経営方針）制定
- 1993 「商品企画エコガイド」（環境配慮商品の企画&設計のためのガイドライン）策定
- 1996 環境データの公表を開始
- 1997 久喜工場でISO14001の認証取得（国内化粧品業界で初）  
「資生堂グローバル・エコスタンダード（商品開発編）」策定
- 1998 「環境報告書'97」発行（以降毎年環境レポートを発行）  
4つの環境目標を公表
- 1999 「環境シンポジウム」開催
- 2000 「地球環境大賞」において「環境庁長官賞」受賞  
国内外化粧品工場（15工場）でISO14001の認証取得  
容器包装におけるポリ塩化ビニル全廃
- 2001 使用済みガラスびん容器のリサイクルを全国展開  
久喜工場にコージェネレーションシステムを導入
- 2002 「地球環境大賞」において「文部科学大臣賞」を受賞
- 2003 すべての国内化粧品工場および銀座本社・汐留  
オフィスにおいてゼロエミッション達成
- 2004 「環境コミュニケーション大賞」において「奨励賞」受賞
- 2005 「サプライヤー行動基準（CSR調達基準）」の策定  
「リサーチセンター」にてゼロエミッション達成
- 2006 掛川・大阪工場のボイラー燃料転換実施（CO2削減）
- 2007 米国工場にソーラーシステム導入
- 2008 中国で植林事業開始  
国連グローバル・コンパクトの気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に参加表明

2009 環境省より「エコ・ファースト企業」に認定  
国内で植林事業開始（和歌山県白浜町）

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

## ステークホルダーとコミュニケーション

### 第三者意見



経済産業研究所 コンサルティングフェロー  
藤井 敏彦 氏

#### 1 グローバル企業への変革の加速がもたらす CSR 上の課題

「資生堂CSRビジョン」の冒頭、前田社長は次のように語っている。

「資生堂は、2008年から始まる新たな3カ年計画で、  
グローバル企業への変革をなお一層進めることを宣言しました。」

「グローバル企業への変革」に取り組み、成功を収めてきた日本企業の多くは自動車など大量生産組立型産業に属する。人々の価値観や文化的背景に深く根ざした製品やサービスを提供する「生活文化関連産業」の中でグローバルな存在感を示す日本企業は多くない。日本発の世界的生活文化企業としての資生堂の航海は海図なき航海と言える。

実際、今日まで同社は社会の持続可能性を確保したいと願うステークホルダーの多様な要請、日本企業が未経験の要請も含め、を受けてきた。今後もその傾向は続くだろう。「資生堂CSR」はグローバル・プレイヤーであるが故に問われる広範な社会的期待に応える用意がどこまでできており、実際にどこまで応えてきたのだろうか。

#### 2 応える用意はできているか

資生堂は多様なステークホルダーの意見を取り入れ、CSR活動に反映させるためのよく発達した社内の仕組みを有している。取締役会直轄の委員会としてCSR委員会が設置されている。同委員会はCSR検証、つまりステークホルダーからの要請に添ったものであるか、資生堂らしさを発揮しているかどうかなどの検証を行い、課題の設定と担当部署への計画立案要請の機能を担っている。さらに、資生堂CSRを裏打ちする規範として企業理念に加え「THE SHISEIDO WAY(資生堂企業行動宣言)」と「THE SHISEIDO CODE(資生堂企業倫理・行動基準)」を有している。これら3つの文書は必然的に一般的な内容となっているが、CSR委員会における具体的な事柄の検討と検討結果の実施にあたっての指針となるものである。加えて、国連グローバルコンパクトへの参加、「企業活動において人権を尊重しサポートするCEO宣言」署名など対外的にもトップのコミットメントを明確にしている。資生堂はステークホルダーの意見に耳を傾ける用意ができていると評価できる。

### 3 現実にどこまで応えてきたか

一例として人材面の取組みを見れば、カンガルススタッフの派遣や女性社員の登用努力に見られる「社員とともに」成長することへの活動は日本企業の中では傑出した水準にある。とりわけカンガルススタッフの派遣は少子化という深刻な社会問題に対するひとつの回答であると同時にワークシェアリングの一形態として高く評価したい。また、環境面でもさまざまな能動的対応が報告されている。

このように現になされている取組みは素晴らしい。他方、報告書（冊子およびウェブサイト）に記載されている取組みの広さが十分なものかと言えば、必ずしもそうとは言えないかもしれない。一例が動物実験の問題である。資生堂CSRの報告書の少なからぬ読者、とりわけ海外の読者が動物実験に関心を寄せていることは疑いない。しかし報告書は動物実験代替法の普及への同社の貢献に簡単に言及しているのみである。ステークホルダー会合についても、今後は動物実験についても取り上げることを期待したい。

特定の問題にいかなる対応をとるかとは判断の問題である。私は第三者として特定の「望ましい」判断を予断するものではない。しかし、同時に、最終的判断の内容に関わらず、重要な問題が提起されている限り、その事実を認識し関係するステークホルダーと対話することは不可欠の努力であると考えている。

### 4 CSR 課題に対する今後の対応

資生堂のCSRの社内体制はよく確立されており対外的なコミットメントも明確である。一方、一部の重要なCSR事項について説明責任の遂行が必ずしも十分ではない。このギャップはなぜ起こっているのだろうか。同社は、CSRを、法令遵守を中心とする「基本的CSR」と社会貢献が中核である「選択的CSR」に整理している。実は両者のちょうど狭間にもさまざまなCSR上の課題が存在している。典型例が地球温暖化の問題である。動物実験についてもそうであるが、社会的課題のすべてについて対応する法令・規制が存在しているわけではない。むしろ、多くの場合、問題に対処する有効な法令・規制が存在しない故に企業の社会的責任として提起される。

報告書を読んでいくと、資生堂・サプライヤー行動基準の設定や先に述べたカンガルススタッフの派遣など、法令遵守を超えた取組みも進められていることがわかる。今後、法令、規制の求めを超えて環境、社会問題の解決策を事業に統合するための努力を一層傾注することが資生堂CSRの課題となるだろう。

### 5 社会貢献活動の評価

資生堂CSRのひとつの重点は「資生堂ライフクオリティービューティープログラム」に代表される社会貢献活動に置かれている。欧米ではCSRと社会貢献を区別して整理されることが多いことから、ここでは社会貢献活動について独立した評価をしたい。「当社独自の美容ソフトと商品の提供を通じて生活の質向上をサポートする」資生堂の社会貢献活動は文字とおり「資生堂ならではの」取り組みである。ウェブサイトに掲載された活動内容からはトップがコミットメントし、社員が積極的に参加していることが伝わってくる。共感をもって高く評価したい。また、一層の国際的展開に期待したい。

## 6 資生堂 CSR への期待

以上の評価をもとに資生堂への今後の期待を3点述べたい。

### (1) 社会貢献活動と批判的意見に対する説明責任を一体とらえて強化する

社会貢献活動に関するメッセージは、同時に社に寄せられている批判的意見にも説明責任を果たしていくことによって、より正確に伝わる。自らが語ることを望むことだけを伝えようとするならば、対話は一方向になるからである。ステークホルダーとのエンゲイジメントの方法についてもこの観点から検討を加える余地があると思われる。

### (2) CSR の社内検討体制の一層の活性化を図るとともに透明性を向上させる

CSR委員会の担うCSR検証は、

「社会から要請されている活動」、

「当社が対応していない（できていない）活動」、

「当社が対応すべき活動」

の3つの視点からなされると記載されている。きわめて適切なアプローチである。

一方、検証の過程と結果は報告書からは明らかではない。当然のことながら、企業がそのさまざまなステークホルダーから寄せられる多様な期待や批判のすべてに応えることは現実的ではない。対応できない課題があることは自然なことである。しかし、であるが故に取り組む課題、取り組まない課題の取捨選択についての説明責任を果たすことが重要になる。CSR検証の過程の「見える化」を期待したい。

### (3) 新しい市場価値創造に向けたイニシアティブを強化する

最後に、「選択的CSR」の最上位に位置づけられている「新しい市場価値創造」への期待を述べたい。CSRを通じた社会の理解とビジネスを融合することによって新しい市場価値への道が開かれる。

社会的文化的文脈に根ざした商品を提供する資生堂にはとりわけである。

今、国際社会がグローバル企業に最も強く期待していることのひとつが後発途上国（ボトム・オブ・ピラミッド：BOP）における新しい事業価値の創造である。

国際連合のミレニアム開発目標は、貧困撲滅や女性の自立など2015年までに達成すべき8つの目標を掲げた。先進国政府にも当然大きな役割があるが、同様の期待が企業によせられている。BOPでの事業活動の持つ意味は、経済的観点での雇用創造にとどまらない。働くことは「誰かの役に立つこと」であり、途上国の多くの人々が希求してやまないもの、人生の意義と自尊心、をもたらしからである。そして新しい製品やサービスは新しい顧客に豊かさと希望を与えるからである。例えば、先に「資生堂ライフクオリティービューティープログラム」の一層の国際的展開への期待を述べたが、そのような努力の中から新事業の芽を見出すことができるかもしれない。ハリウッドのスター達がハイブリッドエンジンを歓迎したように、先進国の顧客は、グローバルな開発問題に対する資生堂ならではのコミットメントを好感するだろうと思う。

美しくありたいとの望みは普遍的である。

世界のどこに住んでいても、誰もが「一瞬も 一生も 美しく」あることができるとすれば、素晴らしいことである。

### 第3者意見をいただいて

執行役員 総務部長 内田 隆文

資生堂CSR活動についてご意見ならびにご提言いただき、感謝いたします。

資生堂は、お客さま、取引先、株主、社員、社会というすべてのステークホルダーとの関係を重視していくことが企業の持続的発展に不可欠であるとの考えから、取締役会直轄委員会として『コンプライアンス委員会』『CSR委員会』を設置し、全社的なCSR活動を推進しています。当社ならではのCSR活動に対する明確なトップコミットメント、CSRの社内体制、育児時間を取得する美容職の代替要員を店頭に派遣する「カンガルースタッフ体制」への取組み、資生堂ならではの本業を生かした社会貢献活動「資生堂ライフクオリティービューティープログラム」のグローバル展開について高い評価をいただいたことは大変嬉しく思います。

しかしながら、CSR検証の過程と結果、批判的意見に対する説明責任の開示が行われているか、あるいはすべての社員に、当社にとってのCSRの意味が浸透しているか、と問われれば、残念ながら十分であるとは言えません。我々としまでも、CSRが持つ社会性の認識を日常業務においてどのように具体化していくのかを模索している段階にあると捉えています。その事実を真摯に受け止め、社会環境の急激な変化による重要な課題やリスクを認識し、ステークホルダーとの対話を深化するために最大限の努力をしております。資生堂の強みを生かした具体的なCSR課題を抽出、体系化・見える化し、全社でマネジメントしつつ、明確な説明責任を果たせるよう、確実に推進していきます。

また、グローバル企業として大いに期待される国連ミレニアム開発目標と当社の「新しい市場価値創造」の関連性はまだ明らかになっておらず、当社のグローバルな社会課題解決に向けた事業活動と一体となったCSR活動を統合させていくことが必要と考えます。そのためには、社員一人ひとりが社会問題解決の視点を持つような企業風土づくりが大きな課題であると認識しています。「資生堂とは何者か」という本質的なものからも目をそらさずに、社会問題をビジネスに変えていくCSRを創造すべく、さらに努めていきます。

資生堂の企業使命である「私たちは、多くの人々との出会いを通じて、新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造します」を实践すべく、経済性ととともに、社会性、文化性、人間性を追求し、日本発の世界的生活文化企業に向けたイニシアティブをめざしてまいります。



資生堂 企業情報 トップページ &gt; CSR・環境活動 &gt; CSRレポート(ダウンロード) &gt; GRIガイドライン対照表

## CSR レポート(ダウンロード)

### GRI ガイドライン対照表

資生堂CSR2009を作成するにあたり、GRI「サステナビリティ レポーティング ガイドライン2006年版」を参考にしました。

資生堂CSR2009以外の媒体にて記載の場合は、その媒体の名称を記載しています。国連グローバル・コンパクトの原則についても、あわせて対照表に記載しています。

#### 1 戦略および分析

項目	指標	記載ページ	GC
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者(CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明	トップコミットメント	
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	会社概要/事業概要/ CSR活動の領域と 推進体制	

#### 2 組織のプロフィール

項目	指標	記載ページ	GC
2.1	組織の名称	会社概要/事業概要	
2.2	主要なブランド、製品および/またはサービス	会社概要/事業概要	
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	会社概要/事業概要	
2.4	組織の本社の所在地	会社概要/事業概要	
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	会社概要/事業概要	
2.6	所有形態の性質および法的形式	会社概要/事業概要	
2.7	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む)	会社概要/事業概要/ 有価証券報告書	
2.8	以下の項目を含む報告組織の規模 従業員数 純売上高(民間組織について)あるいは純収入(公的組織について) 負債および株主資本に区分した総資本(民間組織について) 提供する製品またはサービスの量	会社概要/事業概要/ 有価証券報告書	
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 株主資本構造およびその資本形成における維持および変更業務(民間組織の場合)	有価証券報告書	
2.10	報告期間中の受賞歴	社会・環境のあゆみ	

### 3 報告要素

#### 報告書のプロフィール

項目	指標	記載ページ	GC
3.1	提供する情報の報告期間(会計年度/暦年など)		
3.2	前回の報告書発行日(該当する場合)	2008年6月	
3.3	報告サイクル(年次、半年ごとなど)		
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	トップページ	

#### 報告書のスコープおよびバウンダリー

項目	指標	記載ページ	GC
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス 重要性の判断 報告書内のおよびテーマの優先順位付け 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定		
3.6	報告書のバウンダリー(国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー(供給者)など)		
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する		
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび/または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	有価証券報告書	
3.9	報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤		
3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明、およびそのような再記述を行う理由(合併/買収、基本となる年/期間、事業の性質、測定方法の変更など)	有価証券報告書	
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	有価証券報告書	

#### GRI内容索引

項目	指標	記載ページ	GC
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	GRIガイドライン 対照表	

#### 保証

項目	指標	記載ページ	GC
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	第三者意見	

## 4 ガバナンス、コミットメントおよび参画

### ガバナンス

項目	指標	記載ページ	GC
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造(ガバナンスの構造)	コーポレート ガバナンス	
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す(兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す)	コーポレート ガバナンス	
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび/または非執行メンバーの人数を明記する	コーポレート ガバナンス	
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	コーポレート ガバナンス/ 企業倫理	
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬(退任の取り決めを含む)と組織のパフォーマンス(社会的および環境的パフォーマンスを含む)との関係	コーポレート ガバナンス	
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	コーポレート ガバナンス	
4.7	経済的、環境的、社会的テーマに関する組織の戦略を導くための、最高統治機関のメンバーの適性および専門性を決定するためのプロセス	企業理念・ THE SHISEIDO WAY・THE SHISEIDO CODE/ コーポレート ガバナンス	
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則	企業理念・ THE SHISEIDO WAY・THE SHISEIDO CODE/ 企業倫理/ お取引先とともに	
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または順守を含む	CSR活動の領域と 推進体制	
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	コーポレート ガバナンス	

### 外部イニシアティブへのコミットメント

項目	指標	記載ページ	GC
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	CSR活動の領域と 推進体制	
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	企業倫理	
4.13	組織が以下の項目に該当するような、(企業団体などの)団体および/または国内外の提言機関における会員資格 統治機関内に役職を持っている プロジェクトまたは委員会に参加している 通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている 会員資格を戦略的なものとして捉えている	企業倫理	

ステークホルダー参画

項目		指標	記載ページ	GC
4.14		組織に参画したステークホルダー・グループのリスト		
4.15		参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	THE SHISEIDO WAY	
4.16		種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	/ お客さまとともに/ お取引先とともに/ 株主とともに/ 社員とともに/ 社会とともに	
4.17		その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	ステークホルダー ダイアログ	

5 マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

経済

項目		指標	記載ページ	GC
		マネジメント・アプローチ	有価証券報告書	

側面：経済的パフォーマンス

項目		指標	記載ページ	GC
EC1	中核	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	会社概要/事業概要/ 有価証券報告書	
EC2	中核	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会		
EC3	中核	確定給付型年金制度の組織負担の範囲		
EC4	中核	政府から受けた相当の財務的支援		

側面：市場での存在感

項目		指標	記載ページ	GC
EC5	追加	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した標準的新入社員賃金の比率の幅		
EC6	中核	主要事業拠点での地元のサプライヤー(供給者)についての方針、業務慣行および支出の割合	お取引先とともに	
EC7	中核	現地採用の手順、主要事業拠点で現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合		

側面：間接的な経済的影響

項目		指標	記載ページ	GC
EC8	中核	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	社会とともに/ 社会貢献活動 (福祉・地域社会活動)	
EC9	追加	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述		

環境

項目		指標	記載ページ	GC
		マネジメント・アプローチ		原則 7.8.9

側面：原材料

項目		指標	記載ページ	GC
EN1	中核	使用原材料の重量または量		原則 8.9
EN2	中核	リサイクル由来の使用原材料の割合		

側面：エネルギー

項目		指標	記載ページ	GC
EN3	中核	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量		
EN4	中核	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量		
EN5	追加	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量		原則 8.9
EN6	追加	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための優先取り組み、およびこれらの優先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量		
EN7	追加	間接的エネルギー消費量削減のための優先取り組みと達成された削減量		

側面：水

項目		指標	記載ページ	GC
EC8	中核	水源からの総取水量		
EC9	追加	取水によって著しい影響を受ける水源		
EC10	追加	水のリサイクルおよび再利用量が総使用水量に占める割合		

側面：生物多様性

項目		指標	記載ページ	GC
EN11	中核	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積		
EN12	中核	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明		
EN13	追加	保護または復元されている生息地		
EN14	追加	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画		
EN15	追加	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する		

側面：排出物、廃水および廃棄物

項目		指標	記載ページ	GC
EN16	中核	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量		
EN17	中核	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量		
EN18	追加	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量		
EN19	中核	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量		
EN20	中核	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質		
EN21	中核	水質および放出先ごとの総排水量		
EN22	中核	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	環境データ	
EN23	中核	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量		
EN24	追加	バーゼル条約付属文書I、II、IIIおよびVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出、あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合		
EN25	追加	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する		

側面：製品およびサービス

項目		指標	記載ページ	GC
EN26	中核	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度		原則 8.9
EN27	中核	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度		

側面：順守

項目		指標	記載ページ	GC
EN28	中核	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数		

側面：輸送

項目		指標	記載ページ	GC
EN29	追加	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響		

側面：総合

項目		指標	記載ページ	GC
EN30	追加	種類別の環境保護目的の総支出および投資	環境データ	原則 8

労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）

項目		指標	記載ページ	GC
		マネジメント・アプローチ	社員とともに	

側面：雇用

項目		指標	記載ページ	GC
LA1	中核	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	社員とともに	
LA2	中核	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳		
LA3	追加	主要な業務ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利		

側面：労使関係

項目		指標	記載ページ	GC
LA4	中核	団体交渉協定の対象となる従業員の割合		
LA5	中核	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間		

側面：労働安全衛生

項目		指標	記載ページ	GC
LA6	追加	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合		
LA7	中核	地域別の、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	社員とともに	
LA8	中核	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている、教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	社員とともに	
LA9	中核	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ		

側面：研修および教育

項目		指標	記載ページ	GC
LA10	中核	従業員のカテゴリ別の、従業員あたりの年間平均研修時間		
LA11	追加	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	社員とともに	
LA12	追加	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合		

側面：多様性と機会均等

項目		指標	記載ページ	GC
LA13	中核	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体(経営管理職)の構成およびカテゴリ別の従業員の内訳	社員とともに	原則 3.6
LA14	中核	従業員のカテゴリ別の、基本給与の男女比		

人権

項目		指標	記載ページ	GC
		マネジメント・アプローチ	企業倫理	原則 1.2.4.5.6

側面：投資および調達慣行

項目		指標	記載ページ	GC
HR1	中核	人権条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた重大な投資協定の割合とその総数		
HR2	中核	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム		
HR3	追加	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	企業倫理	原則 1

側面：無差別

項目		指標	記載ページ	GC
HR4	中核	差別事例の総件数と取られた措置	該当なし	原則 1.3

側面：結社の自由

項目		指標	記載ページ	GC
HR5	中核	結社の自由および団体交渉の権利行使が著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務と、それらの権利を支援するための措置	該当なし	原則 1.3

側面：児童労働

項目		指標	記載ページ	GC
HR6	中核	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策	該当なし	原則 1.5.6



側面：強制労働

項目		指標	記載ページ	GC
HR7	中核	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策	該当なし	原則 1.4

側面：保安慣行

項目		指標	記載ページ	GC
HR8	追加	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合		

側面：先住民の権利

項目		指標	記載ページ	GC
HR9	追加	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	該当なし	原則 1

社会

項目		指標	記載ページ	GC
		マネジメント・アプローチ	コーポレート ガバナンス	原則 10

側面：コミュニティ

項目		指標	記載ページ	GC
SO1	中核	参入、事業運営および撤退を含む、コミュニティに対する事業の影響を評価し、管理するためのプログラムと実務慣行の性質、適用範囲および有効性		

側面：不正行為

項目		指標	記載ページ	GC
HR2	中核	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数		
HR3	中核	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	企業倫理	原則 10
HR4	中核	不正行為事例に対応して取られた措置	該当なし	

側面：公共政策

項目		指標	記載ページ	GC
HR5	中核	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加およびロビー活動		
HR6	追加	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額		

側面：反競争的な行動

項目		指標	記載ページ	GC
HR7	追加	反競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	該当なし	

側面：順守

項目		指標	記載ページ	GC
HR8	中核	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	該当なし	

製品責任

項目		指標	記載ページ	GC
		マネジメント・アプローチ	お客さまとともに	

側面：顧客の安全衛生

項目		指標	記載ページ	GC
PR1	中核	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合		
PR2	追加	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載		

側面：製品のおよびサービスのラベリング

項目		指標	記載ページ	GC
PR3	中核	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合		
PR4	追加	製品およびサービスの情報ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載		
PR5	追加	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	お客さまとともに	

側面：マーケティング・コミュニケーション

項目		指標	記載ページ	GC
PR6	中核	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の順守のためのプログラム		
PR7	追加	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載		

側面：顧客のプライバシー

項目		指標	記載ページ	GC
PR8	追加	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	該当なし	

側面：順守

項目		指標	記載ページ	GC
PR9	中核	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	該当なし	

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.

資生堂 企業情報 トップページ > CSR・環境活動 > CSRレポート(ダウンロード) > バックナンバー

## CSR レポート

### バックナンバー

#### 資生堂 CSR ウェブサイト

[2008年度ウェブサイト](#) [ PDF : 7.4MB ]

[2007年度ウェブサイト](#) [ PDF : 4.8MB ]

#### 環境報告書・CSR レポート

[CSRレポート2007](#) [ PDF : 3.1MB ]

[CSRレポート2006](#) [ PDF : 5.2MB ]

[CSRレポート2005](#) [ PDF : 4.4MB ]

[CSRレポート2004](#) [ PDF : 4.8MB ]

[サステナビリティ・レポート2003](#) [ PDF : 7.4MB ]

[環境報告書2002](#) [ PDF : 5.3MB ]

[環境報告書2001](#) [ PDF : 1.8MB ]

[環境報告書2000](#) [ PDF : 893KB ]

[環境報告書1999](#) [ PDF : 681KB ]

[環境報告書1998](#) [ PDF : 480KB ]

[環境報告書1997](#) [ PDF : 2.3MB ]

---

Copyright (C) 1995-2009 Shiseido Co., Ltd. All rights reserved.