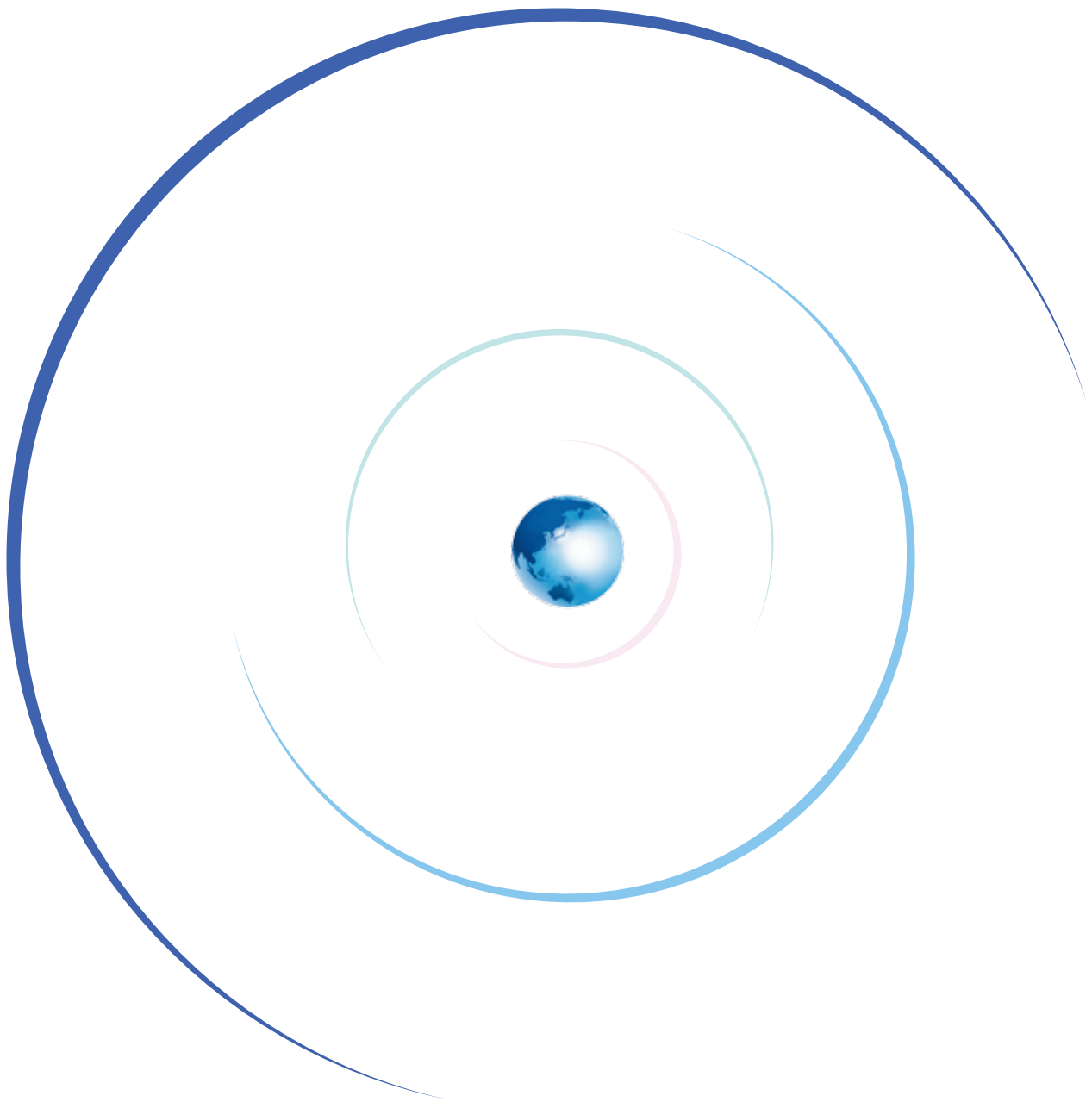




CSR REPORT 2013

Corporate Social Responsibility

企業の社会的責任報告書

【フルレポート版】

世界中の人々に 笑顔と感動をお届けしたい。

わたしたちはサイエンスに裏づけされたオンリーワンの商品とサービスを提供します。

美と健康をよく考え、世界の化粧文化の向上と地球環境の維持に貢献します。

世界中の誰からもいつまでも愛され信頼されるブランドを目指します。

そのために、わたしたちは人として目の前の真実に真摯に向かい合い、

人に喜ばれることに自らの喜びを見出し、

そして自身が会社でも家庭でも笑顔でいられる

生き活きた日々を送ります。



●報告対象組織

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス／株式会社ポーラ／POLA U.S.A. Inc.／POLA COSMETICS (THAILAND) CO., LTD.／
寶麗化粧品(香港)有限公司／上海寶麗妍貿易有限公司／POLA LLC／台湾保麗股份有限公司／宝麗(中国)美容有限公司／オルビス
株式会社／ORBIS KOREA Inc.／台湾奧蜜思股份有限公司／奧蜜思商貿(北京)有限公司／ORBIS CHINA HONG KONG LIMITED
／H2O PLUS HOLDINGS, LLC／H2O PLUS, LLC／CSW H2O Holdings, Inc.／H2O PLUS CANADA CORP.／Pola Orbis
Jurlique Holdings Pty Ltd／Pola Orbis Jurlique Pty Ltd／Jurlique International Pty Ltd／Jurlique Spa Pty Limited／J&J
Distribution Pty Limited／J&J Franchising Pty Ltd／Jurlique Holistic Skin Care Inc.／Jurlique USA Inc.／Jurlique UK Ltd
／ジュリーク・ジャパン株式会社／Jurlique Hong Kong Limited／Elvaa International Group Limited／Profit Joy Corporation
Limited／Beijing Cairunyuan Trade and Commercial Co., Ltd.／株式会社pdc／株式会社フューチャラポ／株式会社メディ
ラポ／株式会社オルラーヌジャポン／株式会社decencia／株式会社ACRO／ポーラ化成工業株式会社／株式会社ピーオーリアルエ
ーステート／株式会社ポーラファルマ／株式会社科薬／株式会社ピーオーテクノサービス／株式会社シノブインシュアランスサービス

※ 報告対象組織、ならびにポーラ・オルビスグループ全ての従業員の肩書きについては、2012年12月31日現在のものとさせていただきます。



目次

ポーラ・オルビスグループ理念	・・・P 01
目次、編集方針	・・・P 02
プレジデント メッセージ	・・・P 03
海外グループ企業からのメッセージ	・・・P 05
SPECIALレポート	
01 JurliqueのCSR活動	・・・P 07
02 H2O PlusのCSR活動	・・・P 09
03 ポーラのスポーツによる社会貢献活動	・・・P 11
04 オルビスの環境保全活動	・・・P 13
05 ポーラR&Mの研究開発	・・・P 15
06 ポーラ・オルビスグループの文化芸術支援活動	・・・P 17
ステークホルダー・ダイアログ開催報告	・・・P 19
ポーラ・オルビスグループのCSR	・・・P 26
2012年CSR活動実績	・・・P 29
2012年基本的CSR活動報告	・・・P 31
2012年事業的CSR活動報告	・・・P 37
2012年選択的CSR活動報告	・・・P 57
ポーラ・オルビスグループの組織	・・・P 63
ポーラ・オルビスグループの歩み	・・・P 64
第三者意見	・・・P 65
編集後記	・・・P 66
ISO26000及びGRIガイドライン対照表	・・・P 67

●編集方針

ポーラ・オルビスホールディングスでは、以下の編集方針に基づいて、「CSRレポート 2013」を作成しました。

1. 海外グループ企業のトップメッセージを紹介

海外グループ企業にCSR活動の理解促進を図るために、Jurlique、H2O Plusのトップメッセージを掲載しました。

2. グローバルなCSR活動の紹介

本格的なグローバル化のスタート年として、SPECIALレポートをはじめとするグローバルなCSR活動実績を掲載しました。

3. 報告スタイルをWEBと冊子に分けました

昨年同様報告スタイルをWEBと冊子に分け、それぞれ英語版を作成し、海外の従業員及び投資家などにも配布できるよう配慮しました。

●報告期間／2012年1月1日～12月31日

●発行日／2013年3月28日発行(前回：2012年3月29日、次回：2014年3月予定)

●お問い合わせ先 レポートに関する質問の窓口／(株)ポーラ・オルビスホールディングス CSR推進室 TEL:03-3563-5526

●WEBサイト／<http://www.po-holdings.co.jp/>

グローバル化、本格スタート。

創業以来変わらぬ「美」への想いを、
今、世界中の人々へ。

2012年、ポーラ・オルビスグループの海外展開は、本格的にスタートしました。

2012年は、私たちポーラ・オルビスグループにとって、グループ理念として掲げた「世界中の人々に笑顔と感動をお届けしたい。」を具現化する長期ビジョン、「高収益グローバル企業」の実現に向け、さらなる飛躍の年となりました。

2011年のH2O Plus(エイチツーオープラス)に続き、2012年2月には、オーストラリア、アジア、アメリカ、ヨーロッパにおいてオーガニックのスキンケア&ボディケアを展開するJurlique(ジュリーク)がグループに加わりました。

国内基幹ブランド7社に、JurliqueとH2O Plusの2社が加わったことで、さらに魅力的なブランドポートフォリオを構築できたと自負しています。

また、海外で競争優位に立てるブランド力と販売網の強化、グローバル人材の育成、世界をターゲットにした事業戦略など、様々なシナジー創出に向けた取り組みも開始されました。

海外2社とのシナジー創出によって、グループの未来が広がります。

Jurlique、H2O Plusがグループに加わって間もない頃より、私を含む多くの従業員が、H2O Plusの代理店会議への出席やJurliqueの全事業所訪問などを通じ、ともにブランド価値を高めていくという姿勢で、2社との積極的なコミュニケーションを心掛けてきました。グループ役員全員による、8月の香港でのグループ各社の店舗視察を通じて、世界中のブランドと競合しているという現状を肌で感じ、今までの平面思考から、より複眼的な球体思考に変化していかなければならないことを実感しました。少しずつではありますが、2社のグループ入りを契機に、私を含む従業員一人ひとりがグローバル化への意識を確実に変化させています。

また、販売戦略の面からは、Jurlique、H2O Plusの優れたブランドマネジメントや、多国籍を網羅するチャネル開拓に学ぶところが多くあります。私たちポーラ・オルビスグループの既存戦略に、2社が有するノウハウを取り入れることによって、海外展開はいっそう加速する



株式会社ポーラ・オルビスホールディングス

代表取締役社長 **鈴木郷史**

President Satoshi Suzuki

ことができるはず。現在アジアを中心に展開するポーラ、オルビスに加え、2013年にはACRO社により「THREE」のタイ進出が決定しています。

研究開発、技術開発の面では、共同製品開発の第一弾として、H2O Plusが得意とする海洋由来成分を用いたスキンケア技術と、ポーラ化成工業の得意とするアンチエイジングの知見を融合させた高級クリームが完成。2012年9月より発売し、現在、アメリカ、カナダ、タイ、マレーシアなど世界各国で販売しています。一方、Jurliqueとは、オーストラリアのバイオダイナミック農場で栽培されている膨大な種類の植物から抽出したエキスをもとに、共同での新成分開発がスタートしています。

海外2社とともに、世界中の皆さまに「笑顔と感動」をお届けすること、それがこれからのCSRです。

私たちポーラ・オルビスグループのCSRは、「基本的CSR」「事業的CSR」「選択的CSR」の3領域で実施され、最も力を入れているのが「事業的CSR」です。

CSRという言葉もまだない70年以上前から、化粧品販

売における「ポーラレディ」によって、女性の働く場を広く社会に提供するなど、事業を通じて社会の期待や要請に応える活動を実践してきました。

このたび新たにグループに加わったJurlique、H2O Plusも「事業的CSR」には大変力を入れて取り組んでいます。「オーガニック」を事業の中心と位置づけるJurliqueは、栽培される植物のための最良の自然環境を守り、持続的に育てるというCSR活動を、「海からの恵み」を事業の柱とするH2O Plusは、海洋保護や美化活動を中心としたCSR活動を実施しています。

私たちは、今や世界中のステークホルダーの皆さまをターゲットにとらえ、様々な社会の期待や要請に応えていかなければならない状況におかれています。2社のグループ加入は、事業面だけでなくCSR活動の面からも、グループに貢献するものとなりました。

今後は、Jurlique、H2O Plusとともに、今まで以上に、世界中の皆さまに笑顔と感動をお届けしてまいります。

何卒、皆さまのご支援ご指導を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

ともに進化し続ける未来へ。



株式会社ジュリーク
代表取締役社長兼最高経営責任者 (CEO)
Sam McKay
サム マッケイ

オーストラリアの大地から受け継いだ
植物エナジーとポーラ・オルビスグループの
世界に誇るサイエンスとの融合。

新たなイノベーションの可能性へ向けて、
2012年は節目の年。

Jurlique

Jurlique(ジュリーク)は、1985年にユルゲン・クライ
ン博士によって創設されました。

南オーストラリアで始まったJurliqueは、アデレー
ドヒルに独自の農場を拓き、バイオダイナミック農場
(オーストラリア持続的農業協会：NASAA〈認定〉)を
持つオーストラリア唯一のスキんケアブランドとなりま
した。全て人の手によって栽培される膨大な数の植物、
ハーブ、花々から得た大地のパワーが、140種の製品に
ブレンドされ、高いスキんケア効果を生み出しています。

Jurliqueは、世界的なスキんケアブランドとして25
年以上にわたって強力な有機バイオダイナミック成分を
発掘し続けています。独自の製造プロセスを開発し、純
粋な自然のパワーがあふれたスキんケア製品の開発を追
求してきました。バイオダイナミック農場における、豊
かな自然を革新的な視点からとらえ、植物の生命力と科
学を組み合わせることによって、非常に効果の高い製品
が生み出せることを明らかにしてきたのです。

現在 Jurliqueはオーストラリア全土に18店、19カ国
に60店以上のコンセプトストアを持ち、さらに、セルフ
リッジ、レーンクロフォードなどの超一流店を含む5,000

店舗で販売しています。

2012年は、Jurliqueがポーラ・オルビスグループの一
員となり、ブランドにとって節目の年となりました。

ポーラ・オルビスグループに参入したことは、153エー
カー(=619,200m²)の農場を含むアデレードヒルでの化
粧品製造をより強化し、さらに中国での事業を拡大させ
るなどの大きな変化をもたらすものととらえています。
事実、ポーラ化成工業の研究開発部門と協力して、先駆
的な製品開発をスタートすることもできました。

今後は、Jurliqueが数多くの市場で強力な流通ネット
ワークを利用できる好位置にあることも合わせ、アジア
と米国でのブランド認知の拡大、生産性の向上に焦点を
合わせていきます。

最後に、Jurliqueの全社員にとって、CSRはこれから
も大きなテーマです。これまで地域社会に多くの貢献
を行ってきましたが、2013年からは、さらに革新的な
CSRプロジェクトを計画しています。

今、新たな「美」の可能性を拓く。

海洋由来成分による独創的なスキンケア開発と
ポーラ・オルビスグループの
アンチエイジング知見との出会い。

2012年、共同開発した新製品の商品化実現に、
これからの未来を夢見て。



株式会社エイチツーオープラス
代表取締役社長兼最高経営責任者 (CEO)
Robert F. Seidl
ロバート F. セイデル
(2013年1月より株式会社ポーラ・オルビス
ホールディングス グローバル事業戦略室担当)

H2O Plus (エイチツーオープラス) は、世界の海から得られる天然成分を活かしたスキンケアの会社として、1989年にシンディ・メルクによって合衆国で設立されました。

海からの天然成分は設立当初から会社の基盤となり、女性の肌を美しくする優れた効果を持つ天然化合物を発掘して、今までにない個性的な製品を創出し続けています。H2O Plus 研究所と世界中の開発パートナーが、このために力を注いでいます。

H2O Plusの革新的な製品開発とブランド・マーケティングは広く周知されていますが、ブランドコンセプトを消費者に直接伝えて、実際の使用体験をしていただける直営店販売のパイオニア的存在でもあります。この販売のアプローチとテクニックは、今や数多くのブランドが世界展開のために採用しています。

現在、H2O Plusブランドは世界30カ国以上で販売されています。コンセプトストア30店を含む、世界の3,000店舗以上で販売されている他、世界で40,000室を超えるディズニーホテルのアメニティ オフィシャルサプライヤーともなっています。

2011年に、H2O Plusがポーラ・オルビスグループに参入したことは、ポーラ化成工業との技術共有、共同開発した新製品の商品化成功など、H2O Plusにとって多くのメリットをもたらしました。また、重要なグローバル市場、とりわけロシアとインドで事業を展開し、世界的なブランドインパクトの強化により、戦略的に大きく前進しました。

今後、H2O Plusは、グローバル市場での事業拡大と同時に、北米とアジアで販売力をさらに強化していきます。2013年の主要目標は、急速に成長し強い影響力を持ちつつある市場、ラテンアメリカでのブランド開発と市場浸透です。

また、CSRはH2O Plusにとって最も優先すべき事項です。2013年には、CSRに貢献する多くの革新的で意味深いプロジェクトを計画しています。具体的には、(1)海洋と海岸の復旧・保護に取り組む世界的機関 EarthEcho 及び Azure Worldwide への参加継続、(2)病気の子供を支援するドナルド・マクドナルド・ハウス・チャリティーズの後援、(3)全社的なリサイクル事業などがあります。

世界中の人々へ笑顔と感動を届けたい

SPECIAL レポート 01.

JurliqueのCSR活動

**「工場でナチュラルでピュアな化粧品を
つくることはできません。
だから私たちは大自然から育てるのです。」**

(Jurlique 創設者 ユルゲン・クライン博士の言葉)

環境と社会への約束を守る企業として、
自らが住む世界、そして、その世界とともに生きる人々のために働くことの
大切さを信じています。

環境に対する責任を長期的な視点から果たしていきます。

常に環境に優しいビジネスに注目し、実践している Jurlique (ジュリーク)は、植樹にも積極的に取り組んでいます。2012年9月14日、100人以上の Jurlique の従業員が、マイロー農場で植樹に参加しました。この日植樹された 2,000 本の木は、約69台の車からの排出に相当するCO₂を30年以上にわたって吸収します。この植樹によって、従業員の環境意識を高めるとともに、環境改善に貢献しています。現在では従業員は皆、自ら環境保護できることを喜び、この再緑化プロジェクトが育ってゆくことを楽しみにしています。

廃棄物管理の改善に取り組み、再利用とリサイクルを強化する方法を常に探しています。

自然からは必要な物だけを得る、この考え方は Jurlique のパッケージにも表れています。今後は、現在 95%を超えるパッケージのリサイクル率をさらに高め、2015年末には、エネルギー消費、水消費、埋め立て廃棄物を全て、2010年比で 20% 削減する予定です。またオフィスではリサイクルを容易にするために、ゴミ箱のラベルと色を全てオーストラリア標準で統一しました。廃棄物の分別方法が以前よりわかりやすくなり、埋め立て廃棄物をより削減することができました。特に工場では、使用済みプラスチックボックスを充填工程で必要な仕切り板にする、という再利用アイディアによりコストを半分に削減しました。

世界の女性を力づけ、教育への道を開く基金を運営しています。

Jurlique は、同じ世界に住む人々を支援することの大切さを信じ、世界の女性の教育を支援する「Jurlique's Ideas of Beauty Fund」を2011年に創設しました。この基金は、世界中の女性の生活をより良くするため、女性に公的な権利を与える取り組みの実施、またはその資金を援助するものです。2012年には、限定版 Jurlique 製品の企画販売によって、20万ドルを集めました。この内、10万ドルを、Jurliqueの世界的チャリティパートナーであるAustralian Indigenous Mentoring Experience (AIME)に提供し、残りの10万ドルを分配するパートナーシップを準備中です。AIMEはオーストラリアの慈善事業団体で、アボリジニとトレス諸島民の学生の卒業を支援し、オーストラリア全体と同じ卒業率にすることを目標に、大学生ボランティアとともに先住民高校生をサポートしています。



100人以上のジュリークスタッフが、マイロー農場での植樹イベントに参加しました。



あらゆる場所の、ゴミ箱のラベルと色を統一しました。



使用済みプラスチックボックスを仕切り板に再利用しています。



「Jurlique's Ideas of Beauty Fund」と「オーストラリア先住民メンタリング体験 (AIME)」は連携して、先住民高校生を支援しています。

世界中の人々へ笑顔と感動を届けたい

SPECIAL
レポート

02.

H2O PlusのCSR活動

人々の人生と美を輝かせる、
美しく色あざやかな
海—OCEANのある世界を守るために。

私たちの生命と美を高める

健康で力強い「海」を永続的に守るために、
海洋環境の保護と修復に、積極的に取り組んでいます。

子どもたちが海と地球を守り、修復するための活動に
参画していくことをサポートします。

H2O Plusは、米国有数の青年環境教育機関である Board of EarthEchoに参画しています。EarthEchoは、海の力について、また海が私たちの惑星と生活に不可欠に結びついていることについて理解を深め、私たちの水の惑星を、回復し保護するための知識やノウハウ、行動力を子どもたちに与えるものです。

H2O Plusは、2011年よりコーポレートアドバイザリーボードとして参画し、具体的なプログラムの内容開発に関わるだけでなく、自社のクライアントとのマッチングも行い、海を守るための教育機会の創造・普及に貢献しています。

海の保護運動、海の美化運動に従業員とともに積極的に参加しています。

H2O Plusは、Ocean Conservancyを通じて、海の美化運動にも積極的に参加し、環境保護及びその方法の開発を支援しています。

Ocean Conservancyは、米国で最も歴史のある海洋保護の組織で、International Coastal Cleanup Day には、米国だけでなく世界90カ国以上の国々から60万人のボランティアが参加し、2012年は、年間約700万トンのごみを回収しました。H2O Plusの従業員もこの活動に参加し、海の美化に貢献しました。

子どもたちの健康と福祉を直接改善するプログラムを支援しています。

H2O Plusは、ドナルド・マクドナルド・ハウス・チャリティーズ (RMHC) に製品を提供しています。RMHCの使命は、子どもたちの健康と福祉を直接改善する計画を策定、あるいは発見、支援することです。

RMHCと連携し、重病の子どもたちを支援するとともに、子どもの病気で困難な状況に直面している家族にヘアケアやボディケア製品を提供し、ともに支援しています。子どもの生活を変えることで、家族の生活が変わり、コミュニティが変わり、ついには世界が変わると、私たちは信じています。



H2O PlusはEarthEchoへの参画などの活動を通じて、海洋保護のための教育を支援しています。



海と海にすむ生物の健やかな環境を守るため、タバコの吸い殻、ペットボトル、キャップ、空き缶、ビニール袋などの多くのゴミを回収しました。



H2O Plusはシカゴの Ronald McDonald House に製品を提供しています。



世界中の人々へ笑顔と感動を届けたい

SPECIAL レポート 03.

ポーラのスポーツによる社会貢献活動

進化を続けるフェアリー ジャパン POLA。
ひたむきな美しさが輝きを増す彼女たちを、
「美」の応援でサポート。

世界へ羽ばたけ舞姫たち。

フェアリー ジャパン POLAの美容サポートを通じて、
世界中の人々に「笑顔」と「感動」そして「勇気」を届けます。

日本から世界へ羽ばたく女性たちを「美」の技術で応援しています。

ポーラでは、新体操ナショナル選抜団体チームとパートナーシップを組み、2007年から「フェアリー ジャパン POLA」として選手たちを美容面でサポートしています。きれいになりたい女性、夢に向かってチャレンジする女性を応援したいと願うポーラにとって、世界を目指す美の表現者に貢献することは大きな喜びです。

フェアリー ジャパン POLAならではのオリジナルメイクで世界に挑みました。

技の華麗さとともに見た目の美しさを競う新体操のメイクに求められるのは、遠くから見たときのインパクトある美しさが長時間くずれないことです。審査員から選手までの距離は15メートルもあり、目の印象と立体感の強調は欠かせません。よりメイクが映えるよう肌状態をベストに保つためのスキンケアも、選手ごとにスキンチェックからきめ細かくサポートしています。そして2012年、夏、7人の美容コーチとともに迎えた世界の大舞台では、日本女性の美しさを表現した新メイク「ジャパニーズ ビューティ」で世界に挑みました。選手たちは華麗な演技を披露し、見事、12年ぶりの7位入賞を果たしました。ポーラの技術力を注ぎ込んだサポートは選手たちの大きな自信となっています。

被災地で夢を追う女性と子どもたちの笑顔をサポートしています。

2011年に東日本を襲った大震災は、新体操に励む学生たちの日常も変えてしまいました。練習場所を失い、道具やレオタードも失ってしまった悲しみを少しでも癒すため、日本体操協会は2011年と2012年に被災地である仙台で交流会を開き、フェアリー ジャパン POLAは活動に協力しました。小さなお子さんから高校生まで大勢の人々と演技を楽しみ、新体操への思いをひとつにしました。

悲しみの中でも演技に顔をほころばせる彼女たちの姿に逆に選手たちが励まされ、日本の代表としての決意を新たにしました。美の追求という志を同じくする者として、ポーラはフェアリー ジャパン POLAの活動を通して新体操の発展を目指し、夢を追う日本の女性と子どもたちを応援していきます。



第8期フェアリー ジャパン POLAの選手たち。
笑顔が素敵です。

Rimako Takeuchi



ポーラの社員から選ばれた美容コーチが一人ひとりに合わせてメイクします。



仙台での交流会ではリボンの演技を子どもたちと同時に行いました。

世界中の人々へ笑顔と感動を届けたい

SPECIAL
レポート

04.

オルビスの環境保全活動

「I am 地球市民。

すべてのアクションは地球につながる。」の信念のもと、
美しい緑の森の保護と再生の願いを込めて。



Supported By
ORBIS JAPAN

紙資源をもたらしてくれる森に還元したい、次世代につなげたい。

11年前、そんな思いからスタートした森づくり活動は、

再生を繰り返す強い森づくりへと発展しています。

行政・NGO・企業が協働した支援活動の先駆けとして 森づくり活動は始まりました。

通信販売をメインとするオルビスでは、チラシやカタログなどで大量に紙を消費します。だからこそ、限りある森を守るため何かしたい。そんな思いから森づくり活動は始まりました。

オルビスは、アジア・太平洋地域で環境保全活動を推進する公益財団法人オイスカに賛同。その活動を支援する形で活動に踏み出し、2002年、甲府市の森林公園「武田の杜」で最初の植林を行いました。当時、ほとんど前例のなかった、行政・NGO・企業の三位一体の試みとして、この実績は大変に注目され、その後多くの官・民一体の取り組みにつながりました。

続いて2007年からは、病虫害に悩む富士山の人工林を自然に近い状態に戻す「富士山の森づくり」プロジェクトに参加。さらに2012年には、山梨県甲州市の里山を再生する「甲州市オルビスの森」にて、人間と自然の共生を目指した総合プロジェクトが始動しました。

オルビスの森づくり活動、環境保全活動への支援は海外にも広がっています。

オルビスは2002年から、現地の子どもたちに森の大切さを教えるオイスカの「子供の森」計画に賛同し、環境破壊が日本よりも深刻なフィジー共和国の植林活動や環境教育への支援を開始しました。フィジーでは、海の森とも言われるマングローブ林の減少や、海水温の上昇、海に流れ込んだ土砂などの影響でサンゴ礁の白骨化が進んでいます。それは、住民たちの自然や森の大切さへの理解が十分でないままに開発が進んだことも要因のひとつでした。社員が渡航して植林をしたり、また2012年には来日したフィジーの子どもたちがオルビスを訪問し、その後の植林地の様子を報告するなど、海を越えた交流が続いています。

オルビスの環境活動は、事業との一体化をより強め、さらに飛躍していきます。

オルビスの森づくり活動は、単に木を植えるだけに留まらず、森自体の再生力を上げる活動へと発展してきました。

これまででも、化粧品業界ではどこよりも早く簡易包装やつめかえ用商品を導入するなど、本業での環境負荷低減に努めてきました。そして2012年、社員の行動指針である「オルビススタイル」の中に、「I am 地球市民。すべてのアクションは地球につながる。」を掲げました。今後は社会にとってメリットのある価値をさらに積極的に提供していけるよう、事業と一体化した環境活動を推進します。



2012年「甲州市オルビスの森」人と森をつなぐプロジェクトに、従業員やその家族81名が参加しました。



2002年と2008年の2度、社員がフィジーに渡航。植林活動とともに、木々を育ててくれている小学校の子どもたちとも交流を図りました。

2012年5月、支援先のフィジー共和国から子どもたちがオルビスを訪れました。



オルビスはどこよりも早く、過剰な包装や外箱を省いた簡易包装とつめかえ用商品を導入しました。

世界中の人々へ笑顔と感動を届けたい

SPECIAL
レポート

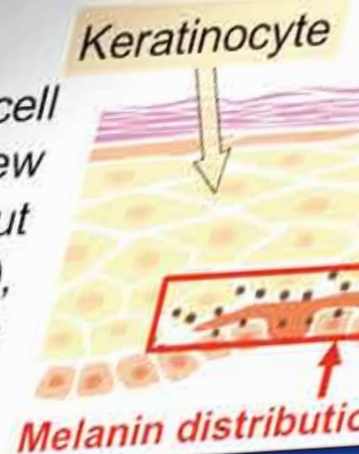
05.

ポーラR&Mの研究開発

最先端の肌科学として世界が認めた
限りない「美」への探求。
世界中の美しくなりたい女性を応援したい。

Purpose

To identify new factors related to dendrite distribution, based on their role as the primary cell responsible for melanin transport in melanocytes. Few dendrites are seen under steady-state culture conditions (a), but melanocytes show increased numbers of dendrites (b), and the area of melanin distribution. We assumed that this change plays a pivotal role in melanin accumulation.



Conclusion

Adrenomedullin (ADM) plays a pivotal role in pigment distribution and UV-induced pigmentation.

Discussion

- ADM was identified as a novel melanocyte-activating factor.
- ADM markedly increases the number of dendrites in melanocytes.
- Higher levels of ADM were detected in UV-irradiated skin.

Identified using 45,015 genetic probes as a new factor that increases dendrite distribution.

Skin model



Microarray analysis
whole human genome



Candidates
26 genes



New factor
Adrenomedullin

成果をお客さまに少しでも早くお届けし、
より高い満足を実感していただきたい。

私たちの研究開発は、その思いを根底に続けられています。

お客さまの喜ぶ顔を願う研究者の努力の成果は、国際的にも高い評価を受け続けています。

ポーラ・オルビスグループの研究開発部門となるポーラ化成工業は、独創的で高品質な化粧品や美容関連商品を次々に生み出す研究開発力、技術開発力の強化に取り組み、現在に至るまで国内外で高く評価されています。

世界中の研究開発実績が集まる IFSCC (国際化粧品技術者会連盟)主催の学術大会では、1986 年 IFSCC バルセロナ大会での優秀賞以来、数々の受賞を誇ります。しかし、こうした受賞歴はポーラ・オルビスグループの研究開発部門にとって、ひとつの過程に過ぎません。その成果を速やかに製品に反映し、お客さまのもとにお届けして喜んでいただいてこそ、研究開発の目的が達成されると考えています。

2012 年 10 月の IFSCC ヨハネスブルグ大会では、ポーラ・オルビスグループが創業以来一貫して取り組んできた、「美白」に関する新しいアプローチが、難関のポスター発表部門で最優秀賞を受賞しました。そしてその成果はすでに、ポーラの美白化粧品「ホワイトショット CX」に活用され、お客さまに今まで以上にご満足していただいています。

Jurlique、H2O Plusとのシナジーでメイド・イン・ジャパンの品質を世界中へ届けます。

2012 年は、新たにグループに加わった Jurlique、H2O Plusとの研究開発シナジーに期待が高まる年となりました。Jurliqueは「オーガニック」、H2O Plusは「海洋成分」、というそれぞれが持つ明確なブランド価値を、ポーラ化成工業の研究開発力によってさらに高めていきます。

実際に 2012 年 9 月、H2O Plusとポーラ化成工業のシナジー製品第一弾が誕生しました。この製品はポーラ化成工業のアンチエイジングについての研究開発力と、H2O Plusのブランド力を融合させた高級クリームで、H2O Plusから発売。今後のポーラ・オルビスグループの海外展開にとって重要な第一歩となりました。

これからもポーラ化成工業は、世界中のお客さまから求められる、いわば、メイド・イン・ジャパンの品質を代表する存在として世界中に高品質な製品を提供するため、また常にお客さまの美しくありたいという願いを叶えるために、日々の研究開発、技術開発に取り組んでいきます。



2012 年 10 月には、IFSCC (ヨハネスブルグ大会)ポスター発表部門最優秀賞を受賞しました。

IFSCC大会での主な受賞歴

- 1986 年 IFSCC バルセロナ大会優秀賞「粉体の光学的研究とシワ隠し効果」
- 1994 年 IFSCC ベネチア大会最優秀賞「化粧品の精神神経免疫学的ベネフィット」
- 1996 年 IFSCC シドニー大会優秀賞「角質層の光学特性の研究とナチュラルルッキングメイクアップ化粧料の開発」
- 1998 年 IFSCC カンヌ大会最優秀賞「真皮線維束構造の再構築による新しい老化改善方法へのアプローチ」
- 2008 年 IFSCC バルセロナ大会最優秀賞「表皮タイトジャンクション：The Master Skin Barrier Regulator」
- 2012 年 10 月、IFSCC ヨハネスブルグ大会ポスター発表部門最優秀賞「新規メラノサイト活性化成分アドレノメジュリンの同定とそのメカニズム」



2012 年 9 月、H2O Plusとポーラ化成工業のシナジー商品「トータルソースナイトクリーム」が発売されました。



世界中の人々へ笑顔と感動を届けたい

SPECIAL
レポート

06.

ポーラ・オルビスグループの
文化芸術支援活動

ポーラ・オルビスグループにおける文化活動は
創業以来の「美」への想いに支えられ
日本全国各地に息づき、そして世界へ。

日本の伝統文化の継承、美術分野における助成と 美術品の展示・公開を行う財団法人への支援を通じて、 豊かで平和な社会、文化の向上を支援しています。

女性と化粧の文化を探り、日本の伝統を未来に伝える ことから、文化支援活動はスタートしました。

第一次オイルショックを経て 1970年代後半、社会に不安な空気が蔓延する中で、ポーラ創業家二代目であり、当時社長であった鈴木常司は「美と健康にかかわる事業を通じて、豊かで平和な社会の繁栄と文化の向上に寄与する」という企業理念を掲げ、文化芸術支援活動に着手しました。

1976年にポーラ文化研究所を設立。「化粧・女性・美意識」をテーマに東西の化粧史・風俗・美人観などについての幅広い研究を続け、その成果を発表することで広く社会に貢献しています。

1979年のポーラ創業50周年の年には、日本の伝統文化が未来に伝承されていくことを願い、「公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団」の支援を開始しました。当財団では各地域に残る伝統芸能、民俗行事、伝統工芸技術など各分野の顕彰、助成、保存記録の作成などを行っています。

国際的な文化交流を積極的にサポートしています。

1996年には、「公益財団法人ポーラ美術振興財団」の支援を開始。「美」を通じた社会貢献の一環として、美術館職員の調査研究助成の他、若手芸術家の海外での研修を援助、助成し、創作活動を奨励する支援活動を行っています。また、外国人美術家や研究者、学芸員等を招聘したシンポジウム、セミナーの開催など、美術に関する国際的な活動を援助し、文化交流の活性化を支援、広く世界に目を向けた活動に力を入れています。

豊かな自然美の中、世界中の美と芸術に触れる喜びを 伝えます。

2002年9月には、「箱根の自然と美術の共生」のコンセプトのもとポーラ美術館が誕生しました。

ポーラコレクションによる展示会で、多くの人々に本物の「美」を堪能していただくことに加え、企画展では毎回「ギャラリートーク」として、一般の方に美術をわかりやすく解説するイベントを実施し、夏休みなどは子どもたちに絵画の楽しみ方を教えるイベントも開催しています。また、美術館を取り巻く森の中の遊歩道や屋外彫刻の公開も始まりました。ポーラ美術館では、これからも地域の皆さまへ、そして世界中へ、「美」の発信を続けていきます。

①



ポーラ文化研究所は、時間を豊かに演出する国内外の美しい化粧道具の研究にも取り組んでいます。



ポーラ伝統文化振興財団では、日本の伝統と文化をわかりやすく伝えるため、毎年、機関誌「伝統と文化」を発行しています。

②



③



ポーラ美術館では、西洋絵画から日本画、東洋陶磁他、幅広いコレクションを鑑賞することができます。



ポーラ美術館では、シーズンごとに自然の中で楽しむイベントやコンサートなどを開催しています。

①「ガラス化粧セット」1900年頃 サン・ルイ フランス

②ピエール・オーギュスト・ルノワール「髪かざり」1888年

③横山大観「山に因む十題のうち 霊峰四趣 秋」1940年(昭和15)

ステークホルダー・ダイアログ 開催報告

ポーラ・オルビスグループでは、社会が求める企業のあり方とは何か、私たちの企業活動が社会の期待や要請と一致しているかを検証するため、社外のステークホルダーの皆さまと対話を行いました。2012年も2011年と同様にグループ主力企業であるポーラとオルビスで抱えている課題をテーマに実施しました。その概要について報告します。

ステークホルダー・ダイアログ：企業を取り巻く様々な利害を有する関係者（ステークホルダー）と対話し、見解の一致点・相違点や背景などを確認・理解し合い、可能な限り合意点を見出そうとする試み。企業の側はその合意点をもとにして企業経営に反映させ、企業と社会の相互発展を目指す取り組み。



討議テーマ

女性を応援する企業であり続けるために

2011年(第2回)のステークホルダー・ダイアログでは、有識者の方々から以下の3点を課題としてご指摘いただきました。

①「AAA宣言」の本質は、年を重ねることを肯定する考え方であるとして、女性の生き方の美しさを強く打ち出すことが重要。

②女性の支援をどのようなターゲットに実施するべきか、女性が応援されていると実感できる取り組みが重要。

③多様な情報発信を通じて、「AAA宣言」のコンセプトに合致するアンバサダーによる、女性の活躍の紹介が重要。

2012年のステークホルダー・ダイアログでは、こちらを踏まえて、2012年に実施した「AAA宣言」2年目の活動についてご説明し、改めて、有識者の方々からご評価をいただきました。

また同時に「AAA宣言」を通じてポーラの企業価値や企業文化を、より多くの方に「共感」していただくための効果的な伝え方についても、有識者の方々から貴重なご意見をいただきました。

AAA宣言

AAA宣言：アンチエイジングアライアンス宣言の略。今の自分に自信を持ち、明日の自分をもっと好きになること。そのために小さくても確かな情熱を積み重ねていくことこそ、真のアンチエイジングだと私たちは考えています。「いつも、いつまでも美しくありたい」と願う全ての女性たちのために、この宣言に共感し、共鳴してくれるメディア、企業、地域社会をはじめとする様々な分野とのアライアンス(同盟)を組み、すばらしい本物たちとの出会いを創造していきます。

ご参加いただいた ステークホルダー代表の皆さま



渥美 由喜 氏
内閣府 男女共同参画会議 専門委員



福沢 恵子 氏
ジャーナリスト(一般財団法人 女性労働協会 専務理事)



麓 幸子 氏
日経BP社 ビズライフ局長

●日 時：2012年10月10日(水)

16:00～18:00

●会 場：ポーラ 本社 5F 大会議室

●参加者：

〈ステークホルダー代表(有識者)〉

渥美 由喜 氏 内閣府 男女共同参画会議 専門委員

福沢 恵子 氏 ジャーナリスト(一般財団法人 女性労働協会 専務理事)

麓 幸子 氏 日経BP社 ビズライフ局長

〈ポーラ参加者〉

小西 尚子 常務取締役(AAA推進オーナー)

江田 守 CSR推進責任者 人事担当 執行役員

青柳 勲 訪販化粧品事業・エリア担当 執行役員

及川 美紀 商品企画・宣伝担当 執行役員

〈司会〉

小澤ひろこ 氏 新日本有限責任監査法人

(肩書きは全て実施当時のものです。)

課題1 「AAA宣言」が伝えるべきもの

様々な企業とアライアンスを展開する一方で、今一度ポーラがもともと持つ「財産」に目を向け、その価値を再評価する必要があります。



ステークホルダーからのご意見・ご指摘

「ポーラレディ」という、他社にはないポーラだけの財産を「AAA宣言」の実践としてアピールすべきです。20代から90代までいるポーラレディの中でも、とくに年を重ねても最前線で活躍する方を、日本社会の未来を象徴するロールモデル^{*}として紹介することは女性への支援であり、また「エイジング」に価値を創出することにもつながります。(麓氏) ^{*}ロールモデル：役割モデル、模範、手本のこと。

ポーラレディが長く働き続けるその原動力とエイジレスな美しさの源はワークライフバランスのとれた生き方です。仕事と生活の両立に悩む女性たちへの回答として、ポーラレディの考え方やワークスタイルを明確に紹介することで、消費者に自分のこととしてとらえてもらいながら具体的なアプローチへと進めてはどうでしょう。(福沢氏)

ポーラの回答

現役で働いている80代以上が約5,000人、90代の方が500人ほどおります。彼女たちのすばらしさは社内でも認識しておりましたが、麓先生のおっしゃるような「日本社会の未来像」として、世の中の女性に元気を与える存在であるという見方は、新しい気づきでした。その価値を広く伝えるべく、90歳以上のポーラレディを紹介する書籍の刊行(11月『美婆伝』)を予定しています。

ポーラレディは、「お客さまの喜び＝自分の喜び」という理念を持っています。単に物やサービスを売るのではなく、社会や人と関わることに価値を見出すことは、「美しくなることを販売する」に通じるものです。書籍やイベントなどの場を活用してポーラレディの考え方やワークスタイルを紹介し、多くの方々に共感を持っていただけるようにしていきます。

課題2 「AAA宣言」の発信に新たな視点を

一年間、「AAA宣言」の理念を発信してきましたが十分な浸透には至っていません。正攻法だけでなく、柔軟な姿勢で新たな視点を持つことが重要です。



ステークホルダーからのご意見・ご指摘

効果的な広報活動をするには、まず現実利益でユーザーを誘導することが大切です。その意味で『POLAの美肌食堂』の出版は素晴らしいと思います。それは「どのように、いつ、何をしたら良いのか」の情報提供と、消費者の「こういうことをしたい」という欲求に対応する具体的なアプローチがあるからです。(福沢氏)

活動している女性にはパートナーの支援が不可欠です。女性の活躍を進めるには男性を巻き込む必要もありますから、たとえば、女性の支援も含めたバランスの良いワークライフを実践している男性社員の実例を紹介するといった取り組みもできると思います。(渥美氏)

ポーラの回答

「AAA宣言」のメンタルな部分を伝えようとするあまり、これまでは現実利益に目が向いていなかった部分があります。今後は2011年に刊行した『美人伝心』などの書籍や、雑誌、WEBなどのメディアを通して、女性たちが「知りたい」ことを伝えていく取り組みをしていきます。

ポーラレディの中には、パートナーの支援を受けながら自己実現をしている女性たちがたくさんいます。男性社員がどれだけワークライフバランスを実践しているのか、まずは実態をしっかりと把握した上で、社内の男性にもパートナーとして「AAA宣言」を実践する意識を促していきたいと思っています。

課題3 「AAA宣言」の効果的な伝え方

情報発信力を高めるには、ポーラとお客さまが交流するコミュニティの形成が効果的です。コミュニティの中でロールモデルを伝えていく必要があります。



ステークホルダーからのご意見・ご指摘

「AAA宣言」の情報発信に欠けているのは双方向コミュニケーションです。ポーラレディが情報を発信し、ユーザーが声を返すようなコミュニティの仕組みをつくることをお勧めします。ポーラレディの持つ公私取り混ぜた情報は、これからの社会に対しとても大きな発信力となります。(麓氏)

コミュニティができるとやがて実際に会って話しくなります。これは、女性たちが、価値観を共有したり、「人生の手本となるような女性に出会いたい」と思っているからです。御社にはロールモデルとなるすばらしいポーラレディが全国各地にいるのですから、求めている女性たちに実際に出会わせる仕組みをつくることも重要です。(麓氏)

ポーラの回答

ポーラレディが価値ある存在であることは確かであるものの、その価値をどう発信すべきか明確にできていないという現状がありました。本日のご意見を踏まえ、今後はポーラレディの持つ情報を把握し、それをどのように発信していくべきか考えていきたいと思います。

今後はロールモデルとなる全国各地のポーラレディと、人生のロールモデルを求めている女性たちとの出会いの場を積極的に増やし、何らかの形で双方向のコミュニケーションの実現も視野に入れていきます。

株式会社ポーラ 常務取締役 小西 尚子

ポーラの価値を伝える強いメッセージの発信を。

「AAA宣言」は、今後ポーラが90年、100年と永く企業活動を続けていくために、自らが持つ価値を世の中に広めることで、女性たちの輝く生き方を応援したいという志のもとに始めました。その背景には、「女性の美しくありたいという気持ちに生涯応えられる企業でありたい」という企業理念と、ポーラレディという女性の社会での活躍を永きにわたり応援してきたという歴史があります。

今回の皆さまのご意見を受け、まずは自分たちの持っている価値が再認識できました。またそうした価値をどう打ち出せば社会に共感していただけるのか迷いがありましたが、そこがとてもクリアになりました。また、これまで「AAA宣言」で様々な取り組みを行ってきましたが、全てを串刺しにした強い、また差別化されたメッセージが打ち出せていないということも、明らかになりました。そして、「AAA宣言」に双方向コミュニケーションが成り立つようなコミュニティづくりをどう盛り込んでいくのか、これも重要な課題として再認識いたしました。今後はこれらにしっかり取り組み、ある意味社会現象ともなるような大きな波を世の中に起こせる活動にしていきたいと思います。ありがとうございました。



討議テーマ

オルビスならではの社会的価値提供を目指して

2011年(第1回)のステークホルダー・ダイアログでは、有識者の方々から以下の2点を課題としてご指摘いただきました。

- ①モノづくりだけでなく、オルビスが社会に対して何をしてくれるのかという期待に応える必要がある。
- ②オルビスでは様々な社会貢献活動を実施しているが、社外的なアピールが控えめである。伝えるべきことは活動の詳細ではない。何を目標として社会からどう見られたいのか、を発信していくべき。

2012年のステークホルダー・ダイアログでは、こちらを踏まえて、2012年に実際に取り組んだ活動についてご説明し、改めて、有識者の方々からご評価をいただきました。

また同時に、オルビスのブランド価値をより進化させるために掲げた「オイルフリー派ダ」宣言を中心に、オルビスの社会的価値は何か、それをどのように伝えていくべきか、などについても、有識者の方々から貴重なご意見をいただきました。

ご参加いただいた ステークホルダー代表の皆さま



足達 英一郎 氏
株式会社日本総合研究所 理事



白土 謙二 氏
株式会社電通 執行役員



三浦 佳子 氏
消費生活コンサルタント

「オイルフリー派ダ」 宣言

【オイルフリー派ダ】宣言：オルビスは創業当時から「肌にとってほんとうに必要なのは、油分よりも水分である」と考え、100%オイルカットスキンケアを開発し発売してきました。そして、新たに「オイルカット環境が、人の肌が持つ酵素の活性を高める」ことを見出し、25年前から確信していたオイルカットスキンケアの真価を改めて新ブランドステートメントに込めました。「フリー」には、既成の常識や制約を解き放ち、肌とからだに良いものを突き詰め、提案し続けていくという情熱と、新たな「美しさ」を実現する決意・覚悟を込めています。

●日 時：2012年11月14日(水)
10:00～12:00

●会 場：オルビス 本社 1F 講堂

●参加者：

〈ステークホルダー代表(有識者)〉

足達 英一郎 氏 株式会社日本総合研究所 理事

白土 謙二 氏 株式会社電通 執行役員

三浦 佳子 氏 消費生活コンサルタント

〈オルビス参加者〉

町田 恒雄 代表取締役社長

阿部 直子 商品管掌執行役員

橋本 祥永 経営管理部長 CSR事務局長

穂吉由布香 通販事業部課長(環境チームリーダー)

〈司会〉

小澤ひろこ 氏 新日本有限責任監査法人

(肩書きは全て実施当時のものです。)

課題 1

オルビスの理念「誠実」について



オルビスは創業以来、企業理念として「誠実」を掲げてきました。これまで作り上げた多くの財産やお客さまからの信頼を守りつつ、「誠実」を進化させて新たな価値を創造していく必要があります。

ステークホルダーからのご意見・ご指摘

オルビスの強みは、誠実さを追及し、「返品はしづらい」などのお客さまの気持ちや悩みを想像して、対応しているところだと思います。今の市場は、女性視点でお客さまに主導権があります。そして価値観は、外から内へ、人から自分へ（自分らしく）、広告イメージではなく実質的・科学的な価値や、「Value for Money = 価格に対する価値」へと変化しています。オルビスの軸足はこうした世の中の変化に合っていると思います。（白土氏）

これからのCSRにおいては、企業の良い面だけでなくネガティブな影響も認識した上で、そのことに配慮した取り組みを行うことが重要です。良いものを良いという誠実さだけではなくて、悪いものを認めた上でそれを変える誠実さについても大きな関心が払われるようになってきています。（足達氏）

オルビスの回答

今、いろいろな判断軸・情報があるお客さまに対して、こちらから伝えるべき情報発信が消極的になってしまっている部分もあると思っています。「ただ真面目に誠実にやっていたらわかってもらえる」のではなく、時代とともに変わっていく市場環境や価値観に柔軟に対応し、世の中に対して積極的に価値提供していけるよう、取り組んでいきたいと思っています。

オルビスの森づくりは、お客さまにカタログを提供する際に大量消費する紙＝森林資源への負荷に配慮し、消費の一部分でも返したいという思いから始まりました。今後も、このような負の部分もしっかりと受け止め、きちんとお伝えし、配慮しながら活動していきます。

課題 2

現状と課題認識について



社会環境はCSRからCSV[※]へと変わりつつあります。企業は社会課題の解決に向けて、新しい視点を取り入れる必要があります。

ステークホルダーからのご意見・ご指摘

企業と社会貢献の関係をどう考えるかについては、今、CSRを進化させたCSVという概念が注目されています。企業は本業を通じて社会貢献すべきとの考えで、企業は自身の持つ資源をいかに社会課題と結びつけて、その解消に貢献していくかを考えることが重要です。（足達氏）

※ CSV：Creating Shared Valueの略。企業の利益と社会における価値の両立を目指し、事業活動を通して社会課題を解決し、競争力を強化させるという経営理念。

企業の善意の取り組みとしてのCSRから、本業と一体化した社会貢献が求められる。今後は、社内における全ての活動に一貫性を持つことが重要です。どこに向かい、どういう企業になりたいのか、未来を設定して、ばらばらの餅に串を通して一本の団子にするようなイメージで、全ての活動を串刺しすることが重要です。（白土氏）

オルビスの回答

社会貢献を事業とは別ものとして考えるのではなく、商品やサービスそのもので社会課題を解決するという視点を、今後の取り組みに取り入れ、追求していきたいと思っています。それによって、オルビスだからこそできる社会貢献を実現することを目指します。

2012年、オルビスはブランドメッセージ「オイルフリー派ダ」宣言で、既成の常識や制約から解放された革新的な価値創出の実現を宣言しました。これを基軸とし、過去の成功体験にとらわれることなく、チャレンジとイノベーションを繰り返していくことで、本業そのもので優れた社会的価値を提供する企業への進化を目指します。

課題3 課題解決プランについて

現在抱える課題の解決に向かって新たなスタートを切るには、今を生きる女性に広く共感される価値観を提示し、より強力に発信していくことが重要です。



ステークホルダーからのご意見・ご指摘

40代後半の世代にアクティブシニアが増えている中で、40代に対して、まだまだオイルカットの価値がしっかり伝わっていない印象があります。エイジングケアが普及する中で、年齢に関係なくその人の肌の力を引き上げることが、結局は一番良いということをもっと伝えていく必要性を感じます。(三浦氏)

マーケティングでは、利用者をセグメントし、その像をはっきりさせて、そこを狙うのが効率的という考え方がありますが、一人の人でも、家庭にいるとき、会社にいるとき、休日で、自分らしさがそれぞれ違います。これからはひとつに決め打ちではなく、一人の中にある多様性やシーンに、どう答えていくかが重要ではないでしょうか。(白土氏)

オルビスの回答

40代にまだまだオイルカットの価値が伝わっていないということは認識しており、そのイメージの払拭は現在の最重要テーマととらえています。まずは、30代に向けてスマートエイジングというメッセージを発信して、オルビスならではのエイジングへの取り組みをお伝えしています。今後はさらに40代や50代以上に向けても、価値ある商品や情報を発信していく計画です。

「自分が自分らしくある」「自分のものさし、センスで選ぶ」ということをオルビスの価値に共感してくださる「ターゲット」として、お客さまを再設定するキーワードと考えています。大学の研究者との市場分析なども行っていますが、「一人の中の多様性」を、女性のニーズに応える重要な視点として取り入れたいと思います。

オルビス株式会社 代表取締役社長 町田 恒雄

社会にとって、環境にとって、お客さまにとっての良い会社となるように。



簡易包装やつめかえ用の導入は、業界での前例もなく、大きな決断でしたが、これを後押ししてくださったのがお客さまのお声でした。会社としてはこの分を品質やサービス向上に役立てることができる、お客さまにとっては無駄がなくてお得、さらに、省資源とゴミの削減という社会的メリットを生んでいます。

本日、皆さまから率直なご意見をいただく中で、お客さま、社会、企業がともにメリットを分かち合い、持続可能なサイクルを生み出すことが我々企業としての責任と再認識しました。「オイルフリー派ダ」宣言のもと、お客さまのお声を聞きつつ、既存の常識を打ち破る新たな社会的価値を生み出していくことを目指します。

ポーラ・オルビスグループのCSR

【CSR憲章】

ポーラ・オルビスグループは、創業以来培ってきた「喜ばれることに喜びを」の精神で、
愛され信頼されるブランドを目指してきました。この精神を育みながら、
「良き企業市民として、社会に対して責任を果たし、貢献していく」、
これがわたしたちがめざす CSR (Corporate Social Responsibility) 活動です。
そのために、わたしたちは法令及び社会倫理を遵守するとともに、
社員一人ひとりが「喜ばれること」を世界中に広げていく行動の拠りどころとして
CSR憲章を定め、これを実践します。

お客さまとともに

わたしたちは、サイエンスに基づいた高品質な商品と一人ひとりを見つめたサービスを通して、美しく健やかな生活を実現します。

お取引先とともに

わたしたちは、すべてのお取引先と公平で公正な関係を維持し、良きパートナーとして共に発展します。

従業員とともに

わたしたちは、一人ひとりが笑顔で生き活きと働きながら、その能力を存分に発揮し成長できる職場をつくります。

株主とともに

わたしたちは、美と健康に関わる事業をグローバルに展開し、企業価値を継続的に高めます。

環境とともに

わたしたちは、環境保全に積極的に取り組み、持続可能な地球環境づくりに努めます。

社会とともに

わたしたちは、芸術・文化・ボランティア活動を通して、心豊かで美しい社会・地域づくりに貢献します。

CSR

Corporate Social Responsibility

企業の社会的責任

CSRは、日本語では「企業の社会的責任」と訳され、企業が事業活動において利益を優先するだけでなく、お客さま、お取引先、従業員、株主、環境、地域社会などの様々なステークホルダーとの関係を重視しながら、社会に対して果たすべき「責任」のことをいいます。

【ステークホルダーとCSR活動】

ステークホルダーとの信頼関係を企業経営に活かしています

ポーラ・オルビスグループの事業活動は、企業をとりまく様々なステークホルダーごとに

仕組みや運用を構築して責任を果たし、対応していく体制で進めています。

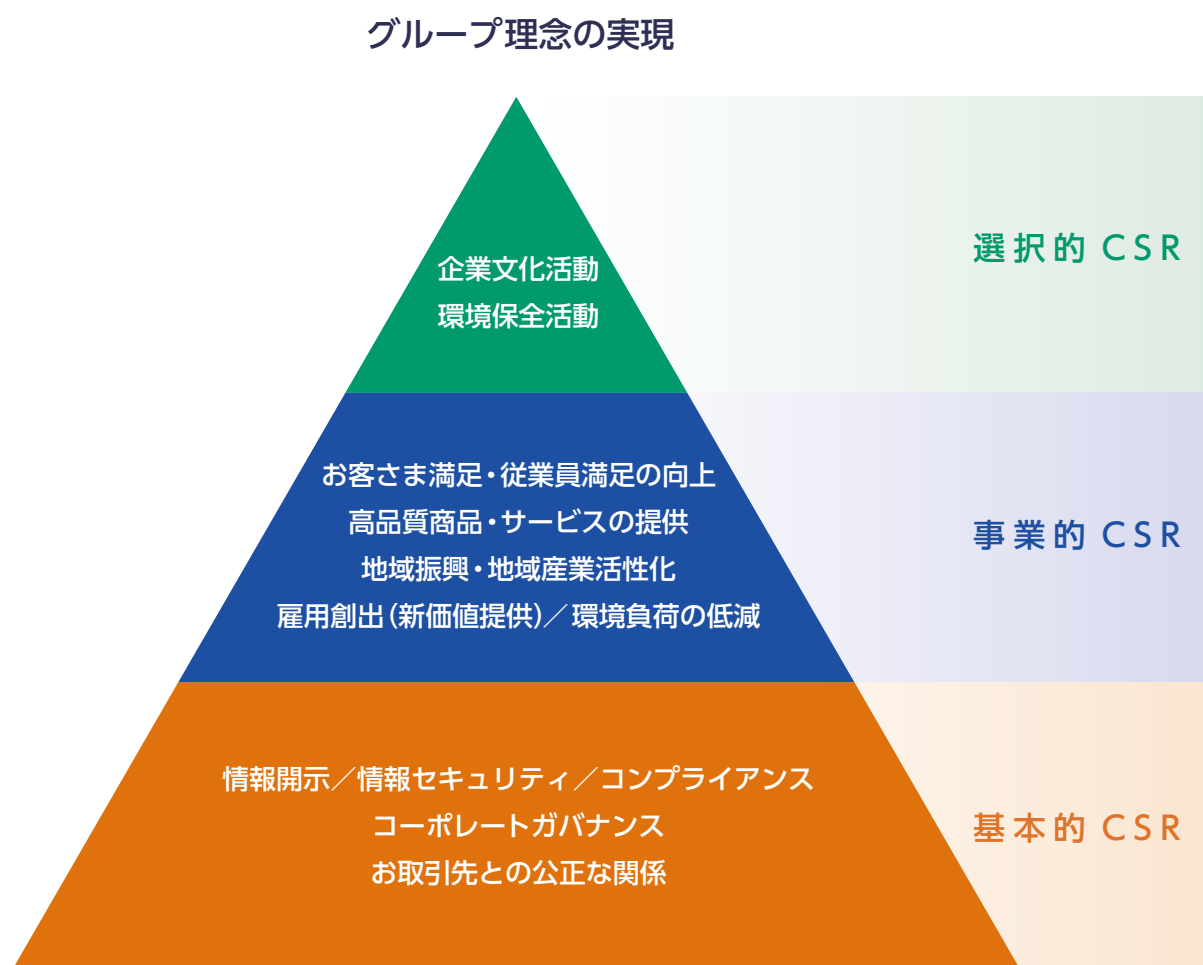
また、ステークホルダーの意見や要望に積極的に耳を傾け、企業経営に反映していくよう努めています。

主なステークホルダー	主な責任	主な対応
お客さま 	●安全・安心で価値ある商品・サービスの提供 ●お客さまへの適切な対応 ●商品情報の適切な提供 ●お客さま満足の向上 ●お客さま情報の適正な管理 ●ユニバーサルデザインの推進 ●環境配慮型商品・サービスの提供	お客さまコールセンターやアンケート調査など様々な場面でお客さまの声によく耳を傾け、サービスや商品開発に反映させています
お取引先・ビジネスパートナー 	●お取引先の成長・業績向上 ●調達取引先の公平な選定と公正な取引 ●オープンな取引機会 ●CSR 遂行への協力要請 ●CSR 遂行のための支援	ビジネスパートナーである販売レディ、出店先施設、購買先などのお取引先とともにさらなる成長を目指しています
従業員 	●人権の尊重 ●多様性の尊重 ●公正な評価・処遇 ●多様な働き方の支援 ●人材の活用と育成 ●職場での安全衛生確保と健康への配慮 ●従業員の個人情報の適正な管理	従業員満足度調査を実施し、従業員の意見を取り入れた、働きやすい職場環境を目指しています
株主 	●企業価値の増大 ●利益の適正な還元 ●適時・適切な情報の開示 ●株主総会の活性化	長期安定的な配当還元を行い、株主とともに発展を続けられるよう努力しています
環境 	●環境保全 ●環境美化 ●環境負荷の低減 ●地球温暖化防止	事業活動を通じて環境負荷低減と地球温暖化防止に取り組み、環境保全・美化を目指したボランティア活動を実施しています
社会 	●地域の文化や慣習の尊重 ●事業場での事故・災害防止 ●周辺地域での災害時支援体制構築 ●地域社会への貢献活動	地域産業の活性化を促し、地域の方々との様々な交流を通じて地域社会への貢献を推進しています
政府・自治体 	●法令の遵守 ●税金の納付 ●化粧品品の輸出入、製造販売に関する適切な許可申請	各種申請業務をはじめとした、企業としての責任を果たしています
NPO・NGO 	●世界的諸問題の解決に向けた協働・支援 ●社会貢献活動の重点分野における協働	NPO・NGO と協働し、TFT 活動、清掃、植林活動、エコキャップ推進運動など、社会に貢献する活動に取り組んでいます

写真提供：TABLE FOR TWO (TFT)

【3つのCSR活動領域】

「基本的」、「事業的」、「選択的」の3つの領域に整理し、実践しています



ポーラ・オルビスグループのCSRの3領域

基本的 CSR

法令や社会倫理を守る「コンプライアンス」、企業の経営基盤に関わる「コーポレートガバナンス」、企業の説明責任を果たす「情報開示」など、企業として取り組むべき基本的な活動。

事業的 CSR

持続的発展のためのお客さま及び従業員満足の向上、高品質商品・サービスの提供、地域振興・地域産業活性化、新価値の提供による雇用創出など、本業を通じてのステークホルダーとの協働による活動。

選択的 CSR

企業文化活動、環境保全活動などに積極的に取り組み、本業を豊かにするとともに、社会に大きな貢献を果たす活動。

ポーラ・オルビスグループ 2012年CSR活動実績

01. コーポレート ガバナンスの整備

(1) CSR経営体制の推進

- ① ガバナンス体制の整備による盤石の経営

P.31

02. コンプライ アンスの強化



(1) CSRの理解と基本方針の遵守

- ① 全従業員に対する、CSRの周知及び遵守の徹底
- ② 社内表彰によって、CSR活動の理解を促進

P.32

(2) リスクマネジメントの強化

- ① PDCA サイクルを通じたリスク低減化計画の実践
- ② 内部統制の徹底を図り、リスクマネジメントを強化
- ③ BCP(事業継続計画)の策定によるグループ全体訓練の実施
- ④ 情報セキュリティ簡易診断の実施と改善計画の進捗管理
- ⑤ SNSへの対応を検討し、ルールの整備を開始

P.34

(3) CSR教育の継続

- ① 全役員・従業員を対象にしたe-ラーニング、セミナーの実施

P.36

(4) モニタリングの実施

- ① 従業員意識調査による課題の抽出及び改善
- ② ヘルプラインによる、リスク低減と違反防止

P.36

03. お客さま満足の 向上を目指して



(1) 品質保証体制の強化

- ① 基本方針に沿い、品質保証体制を強化

P.37

(2) お客さま対応力の向上

- ① お客さまの声を事業活動に反映し、より良いサービスを提供
- ② 電話対応のスキルアップを継続し、サービスの質を向上

P.38

(3) お客さまの声を反映したサービスの実現

- ① お買い物に不便を感じているお客さまのための移動型店舗「ムービングサロン」を全国展開
- ② お客さまの声に応じて全国一律翌日配送と関東・関西主要都市即日配送を実現
- ③ 新製品の発売と同時にお客さま座談会を実施し、お客さまの生の声を把握
- ④ 皮膚病無料相談&市民公開講座を開催
- ⑤ 女性向けアンケートを実施し、主要ビルの運営品質を向上

P.39

04. お取引先との協働で さらなる発展を



(1) お取引先・ビジネスパートナーとの連携強化

- ① 次世代を担う女性企業家、女性リーダー作りを支援
- ② 出店先さまとともにお客さま対応を強化し、サービスを向上

P.41

(2) ビジネスパートナーとともに女性の生き方を応援

- ① 女性の生き方応援活動の一環として、「AAA大賞」をスタート
- ② 出版社とともに、年齢に関係なく輝き続ける女性を紹介する書籍を刊行
- ③ 女性の夢・生き方を応援する「サクセスウーマン講座」を開催

P.42

05. 従業員満足の 向上を目指して



(1) 全ての人が快適に働ける環境の整備

- ① ワークライフバランスに配慮し、働く環境を整備
- ② 障がい者が安心して働ける職場環境を整備
- ③ メンタルヘルスケアに対するグループ全体での取り組み
- ④ 職場に対するご家族の理解を得るため、職場参観日を開催
- ⑤ 子育て支援に継続的に取り組み、認定マーク「くるみん」を取得

P.43

(2) 女性を応援する環境の整備

- ① 女性従業員のキャリアアップを積極的に支援
- ② 働く女性のからだところを守る健康セミナーを開催
- ③ 社員食堂のメニューで、女性の美しさと健康をサポート

P.45

(3) 将来を見据えた人材教育

- ① 従業員一人ひとりの成長を支援

P.46

06. 株主・投資家の 理解を得るために



- | | |
|--------------------------------|------|
| (1) 長期ビジョンの策定 | P.47 |
| (2) 株主・投資家との良好なコミュニケーション | P.48 |
| ①株主総会の実施 | |
| ②株主還元・株主優待の充実 | |
| ③投資家向け説明会を拡充し、積極的なコミュニケーションを図る | |

07. 環境への配慮



- | | |
|---------------------------------|------|
| (1) オフィスにおける環境への配慮 | P.49 |
| ①グループ各社でエネルギー使用量を削減 | |
| (2) 生産部門における環境への配慮 | P.50 |
| ①生産活動における環境配慮を継続的に実施 | |
| ②生産活動におけるCO ₂ 排出量の削減 | |
| ③環境との調和を考えた太陽光発電システムを導入 | |
| ④産業廃棄物の資源化を推進 | |
| ⑤環境配慮型の商品開発を継続 | |

08. 地域社会との協働



- | | |
|-----------------------------------|------|
| (1) 地域振興・地域産業の活性化 | P.53 |
| ①日本が誇るものづくりを未来へ「3・9プロジェクト」を継続 | |
| ②生産者の方々とのパートナーシップを継続 | |
| (2) 地域社会への貢献 | P.54 |
| ①全国の施設や病院での美容ボランティアを継続的に実施 | |
| ②スキンチェックを機会に、子宮頸がん検診の普及に貢献 | |
| ③地域社会における事業の理解を深めるため工場見学対応を充実 | |
| ④皮膚科女性ドクターを応援するコミュニティ「美肌 Café」を運営 | |
| (3) 子育て支援・教育支援活動 | P.56 |
| ①小学生から大学生までを対象に、様々な教育支援を実施 | |
| ②音楽を通じて、子育て世代の親子や地域のオーケストラを支援 | |
| ③子育てマンションでの支援活動としてイベントを開催 | |

09. 社会への貢献



- | | |
|---------------------------------|------|
| (1) 東日本大震災の復興支援 | P.57 |
| ①東日本大震災復興支援として、被災地特産品の販売を継続 | |
| ②復興支援プロジェクト「いつもプロジェクト」の活動を継続 | |
| ③被災地の母子を励ますために化粧品他を寄付 | |
| (2) 環境美化・保護活動 | P.58 |
| ①創業記念日に全国一斉クリーン活動デーを実施 | |
| ②富士山の天然水を使用した化粧品発売を機に富士山清掃を実施 | |
| ③清掃活動「銀座通りクリーン作戦」に参加 | |
| ④地域に密着した環境美化活動や清掃活動を継続的に実施 | |
| ⑤東京都ヒートアイランド防止イベントに参加 | |
| (3) 国際的な社会貢献活動 | P.60 |
| ①開発途上国の飢餓解消への支援としてTFTを継続して実施 | |
| ②世界中の女性の健康を守るピンクリボン活動を支援 | |
| ③世界の子どもたちにワクチンを届けるエコキャップ推進運動を継続 | |
| ④タイのマングローブ植林活動と女性の社会進出支援を継続して実施 | |
| ⑤韓国クアナクサンで環境整備活動を実施 | |
| ⑥ラオス、ガーナの教育活動支援のために寄付販売を実施 | |
| (4) 文化・芸術支援活動 | P.62 |
| ①美術・芸術をもっと身近なものにする、銀座ギャラリーを運営 | |
| ②化粧と文化の研究成果を広く社会に提供 | |
| ③日本各地の伝統文化振興のため「伝統文化ポーラ賞」の贈呈を継続 | |
| ④若手芸術家への助成とポーラ美術館運営を支援 | |

01. コーポレートガバナンスの整備

(1) CSR経営体制の推進

① ガバナンス体制の整備による盤石の経営

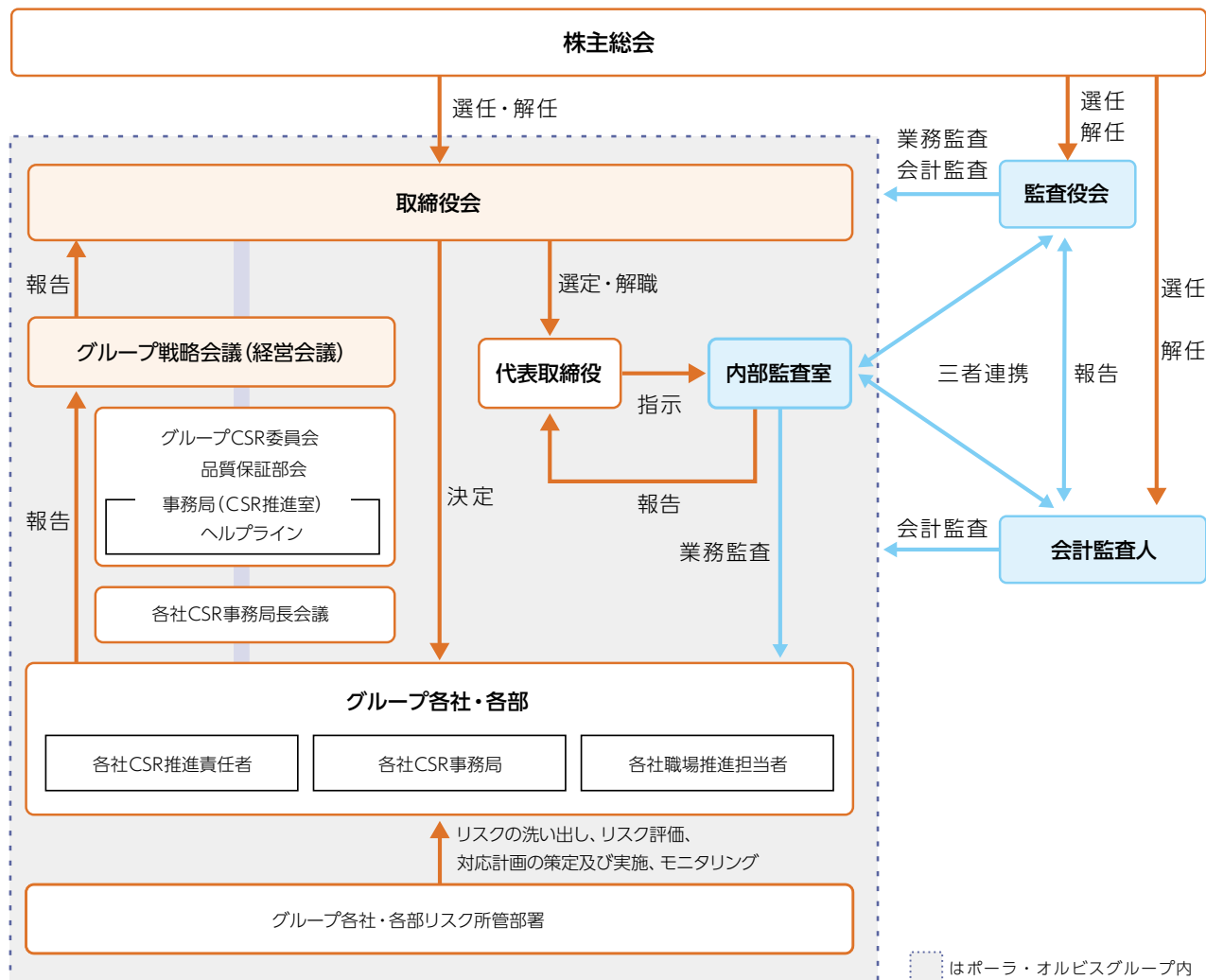
グループ全体の利益と発展を目的として、「グループ戦略会議(経営会議)」を開催し、重要事項について報告・審議を行っています。

経営全般を監査する「監査役会」は、監査役3名(うち2名は社外監査役)で構成され、「株主総会」、「取締役会」、「グループ戦略会議」などへの出席や、取締役・従業員・会計監査人からの報告、収受などを行い、取締役の職務執行を監督しています。

また、「内部監査室」は、業務上発生する可能性のあるリスクを評価し、改善のための助言を行うとともに、会計監査と連携を図り、監査の効率的な実施に努めています。

また、CSR活動の推進は、各社のCSR推進責任者を中心に、CSR推進責任者の活動を支援するための各社CSR事務局及び職場推進担当者が担っています。

[2012年の〈ポーラ・オルビスグループの基本的ガバナンス体制〉]



はポーラ・オルビスグループ内

02. コンプライアンスの強化

(1) CSRの理解と基本方針の遵守

ポーラ・オルビスグループのコンプライアンス経営の基本方針

1. 取締役及び執行役員などの経営者は、行動綱領の精神の実現が自らの役割であることを自覚し、率先垂範するとともに、社内外の声を常に把握し、実効性のある社内体制を整備し、社内に徹底の上、取引先などに周知します。法令違反その他行動綱領に反するような事態が発生した場合は、経営トップ自ら問題解決にあたり、原因究明の上、早急に是正処置を講じ、再発防止を図り、必要に応じて自らを含めて厳正な処分を行います。
2. 全役員、従業員は『ポーラ・オルビスグループ行動綱領』を遵守します。
3. コンプライアンスを含むCSR全般についてのグループ全体の推進役として、担当役員(責任者)を任命し、担当部署としてCSR推進室を設置し、教育・研修プログラムの実施、ヘルプライン(相談窓口)の運営などを行います。
4. アンケートやヒアリングなどを通じての社内モニタリング調査、社内外の各種監査を実施し、改善策を策定し、スパイラルアップを図ります。必要に応じて人事考課への組み込みも実施します。
5. コンプライアンスを基本としながらも、基本的CSR、事業的CSR、選択的CSR活動領域を、グループ全体、あるいは、ビジネスパートナーや取引先企業と一体的に取り組みます。

① 全従業員に対する、CSRの周知及び遵守の徹底

CSR憲章を実践するための行動の規準を定めたポーラ・オルビスグループ行動綱領(以下、「行動綱領」)を制定し、全役員・従業員は、法令と社会倫理を尊重し、行動綱領に定められた規定を遵守しています。

行動綱領などを記載した「ポーラ・オルビスグループCSRハンドブック」を全ての役員、従業員に配布し、これを遵守する旨の誓約書を取得し、周知及び遵守の徹底を図っています。また、表紙にはチェック欄を設けて、半期ごと各人による読み合わせなどを実施し、チェックしています。



ポーラ・オルビスグループ
CSRハンドブック

02. コンプライアンスの強化

② 社内表彰によって、CSR活動の理解を促進

CSR活動に積極的に取り組んでいる部門、グループ、個人の努力を称え、その活動を支援するとともに、グループ内での周知を目的とした「ポーラ・オルビスグループCSR賞」を設けています。2012年度は、社長賞1件、優秀賞2件、努力賞3件などが受賞しました。



2012年度ポーラ・オルビスグループCSR賞を受賞された皆さん

[2012年度(第6回) ポーラ・オルビスグループCSR賞(社長賞・優秀賞)]

受賞	受賞テーマ	受賞理由	関連ページ
社長賞	シミ発生に関わる新しい遺伝子を世界で初めて発見し、お客さま満足及び企業価値向上へ貢献  ポーラ化成工業(株) 肌科学研究部 本川智紀	2012年IFSCCヨハネスブルグ大会において、ポスター発表部門最優秀賞を受賞し、国内外に当グループの技術力の高さを示しました。	p16
優秀賞	日本最大級の「顧客満足度調査」で2年連続通信販売部門第1位 ＜～2012年度JCSI(日本版顧客満足度指数)調査＞  オルビス(株) 通販事業部 課長 大川真樹	2011年に続いて2012年も1位を連続獲得。創業時から全社をあげてお客さま満足を追及してきた結果として、外部機関からの高評価をいただき、企業のイメージ、認知度アップに貢献しました。	p38
	書籍「美婆伝」発刊を機に、改めて生涯現役でイキイキ活動するポーラレディを紹介、応援  東東京エリア 東急小杉営業所 所長 岩田信江さん(93歳) ※年齢は取材時のものです	ポーラでは、創業以来ポーラレディによる「女性の就労機会」と「女性にとって働きやすい仕事環境」を継続的に提供してきました。長く活躍している90歳以上のレディ11名を「美婆」と名づけ、そのイキイキした仕事ぶりや人生観を『美婆伝』として出版し、ポーラの「女性応援」活動を広く社会に発信しました。	p42

(2) リスクマネジメントの強化

① PDCAサイクルを通じたリスク低減化計画の実践

ポーラ・オルビスグループでは、コンプライアンスを法令遵守だけではなく、法の精神や企業理念や行動綱領までを含めてとらえ、公明正大な事業活動を実践しPDCAサイクルを回すことで、リスクの低減化を図っています。

〔CSR活動におけるPDCA〕

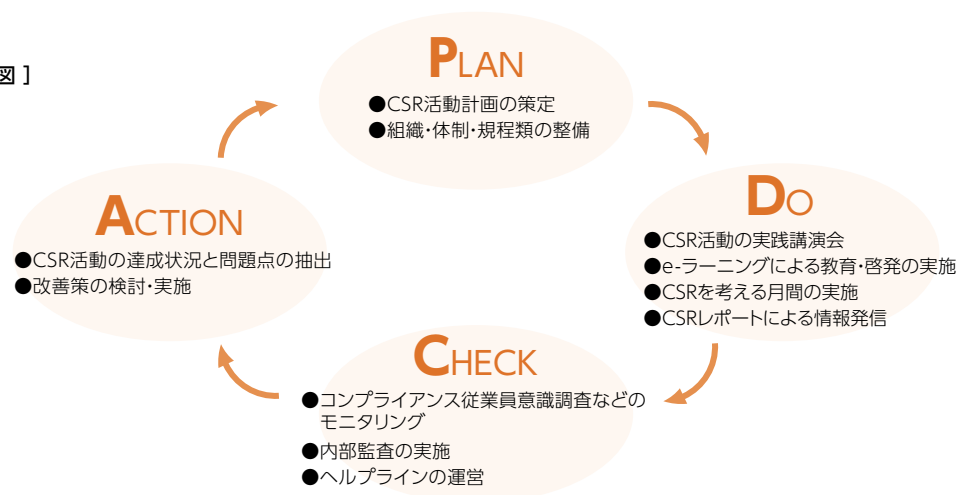
PLAN = 活動計画の策定

DO = 計画に沿った実践

CHECK = モニタリング評価による現状把握

ACTION = 問題点や課題の抽出、改善の実施

〔PDCA サイクル図〕



② 内部統制の徹底を図り、リスクマネジメントを強化

事業活動における様々なリスクを把握し、適切に対応するリスクマネジメント体制を構築・整備し、運用するため、会社法の考え方に則り「内部統制システムに関する基本方針」を定め、全ての従業員が十分に理解できるよう社内イントラネットの活用などを通じて啓蒙、啓発しています。

グループ各社では、毎年コンプライアンス意識調査結果などを通してリスクの見直しを実施し、重要なリスクを選択して優先順位をつけて「リスク低減化計画」を策定し、四半期ごとにCSR事務局長会議にて進捗管理を実施し、PDCAを回しています。



ポーラ・オルビスグループ CSR 事務局長会議

02. コンプライアンスの強化

③ BCP(事業継続計画)の策定によるグループ全体訓練の実施

ポーラ・オルビスグループでは、2011年の東日本大震災の経験を活かして、グループ各社の初期対応に関する事業継続計画(BCP)を策定しました。

2012年には策定したBCPの初期対応についての有効性を検証するために、グループ全体でBCP訓練を4月17日に実施しました。その結果、各社から多数の課題が抽出され、その主要な課題についてはグループ全体で課題対応管理表を作って共有化し、進捗管理を行っています。特に従業員の安否確認に時間がかかり、グループ全体で迅速な把握が必要であることがわかりました。安否確認システムのグループ全体での管理運営を行うために、導入の検討を行い、2013年4月からの運用を予定しています。



第1回BCP訓練

④ 情報セキュリティ簡易診断の実施と改善計画の進捗管理

ポーラ・オルビスグループでは、2011年11月から12年4月にかけて、各社単位で情報セキュリティ実態を客観的・専門的に調査・分析するために、ISMS準拠による外部機関(富士通エフ・アイ・ピーさま)を通じたグループ国内13社の情報セキュリティの診断を実施しました。その結果、各社ごとに情報セキュリティの脆弱性など多数の課題を見出し、改善計画を策定し半期ごとに進捗管理しています。



情報セキュリティ
診断サービス報告書

⑤ SNSへの対応を検討し、ルールの整備を開始

ポーラ・オルビスグループでは、お客さまの、SNS(ソーシャルネットワークサービス)を活用した購買行動へのシフト、企業との双方向コミュニケーションを望む声、またスマートフォンの急速な普及によるネット利用者の増加等を踏まえ、ソーシャルメディアを活用しながら、企業、従業員を守るためのルールの整備を開始しました。

具体的には2012年10月に、ポーラ・オルビスホールディングス内に部門横断のワーキングチームを発足し、ソーシャルメディアポリシー及びガイドライン案の作成に取りかかりました。2013年度より、ソーシャルメディア教育と組み合わせた啓蒙をグループ全従業員に実施していく予定で進めています。



オルビス facebook トップページ

(3) CSR教育の継続

① 全役員・従業員を対象にしたe-ラーニング、セミナーの実施

全役員・従業員を対象にコンプライアンスの理解と浸透を図っています。2012年は、グループに所属する全役員・従業員を対象に「もし大地震が発生したら～一人ひとりが知っておきたいこと～」の講演会を13回実施しました。また、当日出席できなかった従業員には、後日、その講演を撮影した映像を見せるなどのフォローを行い、全従業員に対して理解の徹底を図りました。e-ラーニングは「ポーラ・オルビスグループのCSR活動」「情報管理にご用心」「防災とBCP」「みんなが働きやすい職場づくり」の4つのテーマで実施しました。ネット環境を利用できない従業員に対しては、e-ラーニングの要約である「CSRポイント集」を配布し勉強してもらいました。

また、9月の1カ月間を「CSRを考える月間」に設定し、各社ごとにコンプライアンスを含むCSR課題を掲げ、改善活動を実施しました。



「もし大地震が発生したら」講演会

(4) モニタリングの実施

① 従業員意識調査による課題の抽出及び改善

コンプライアンスの浸透度などを客観的に評価するため、グループ全体で「コンプライアンス従業員意識調査」を実施し、課題を明らかにしています。

2012年の調査結果から、情報セキュリティ、有給休暇の取得しづらい職場環境、改善傾向ではあるがハラスメントの存在などが課題であることを確認できました。これらの課題について各社ごとに考察し、それぞれ改善のためのアクションプランを策定し、改善を図っています。



コンプライアンス従業員意識調査

② ヘルプラインによる、リスク低減と違反防止

グループ全役員・従業員を対象に通報や相談ができる体制を構築し、社内のリスク情報を直接把握してリスクの低減や違反防止につなげています。2012年では、職場環境に関する通報・相談が80%以上を占め、その多くが、本社から離れた部門で発生していることを確認しました。

〔ヘルプラインの仕組み〕



03. お客様満足向上を目指して

(1) 品質保証体制の強化

品質保証の基本方針

ポーラ・オルビスグループでは、「お客様満足」を第一に考え、お客様が安全に安心してご使用できるよう、各社のブランドに相応しい高品質で高機能な商品を提供します。

1. お客様満足を最優先にお客様の声に真摯に向き合い対応し、さらなる品質向上に努めます。
2. 最新の科学で効果と安全性を実証し、お客様に安心してご使用していただける商品の製造販売に努めます。
3. 企画段階からお客様の手元で使い終わるまで、商品のライフサイクル全体を通じた品質保証に努めます。
4. 企業活動のあらゆる場面で法令を遵守するとともに、行政の施策に協力し、研究・製造・販売に努めます。
5. 経営者は透明性の高い経営体制の構築に努め、適切な品質保証を実践します。

① 基本方針に沿い、品質保証体制を強化

品質保証の基本方針に従い、横断的な組織としてグループCSR委員会内に「品質保証部会」を設置しています。グループ各社の品質保証責任者を中心に、グループ全体の対応や諸規定・規約・ルールなどの統制環境の整備と品質課題の抽出、各社の品質保証体制や実施しているモニタリング結果及び改善計画の進捗管理などを実施しています。

グループでは、「品質に関する検討会」をはじめ「生産設計評価会議」、「品質推進委員会」などによって、組織的な品質保証体制を構築するとともに、販売後のお客様からの品質に関する情報の把握に努め、必要に応じて改良を行い、商品のライフサイクルを通じたお客様満足向上に努めています。

2012年は、事業所別のISO9001を統合し、一本化を実現。さらなる品質向上を目指して、第三者機関を通じた新たな視点での品質改革活動「クオリティ・A（ファースト）」を開始しました。また、生産部門での品質に関する課題や問題点を週ごとに一覧化し、週報としてまとめて関係部門と情報共有化を実施しています。



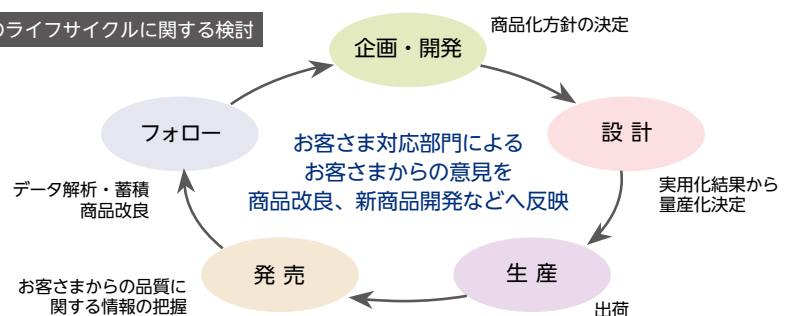
品質マニュアル各種

〔ポーラ・オルビスグループの品質保証の特長〕

品質に関する検討

- ①安全性
- ②安定性
- ③使用性
- ④有用性
- ⑤表示
- ⑥容器・外装保証

商品のライフサイクルに関する検討



(2) お客さま対応力の向上

① お客さまの声を事業活動に反映し、より良いサービスを提供

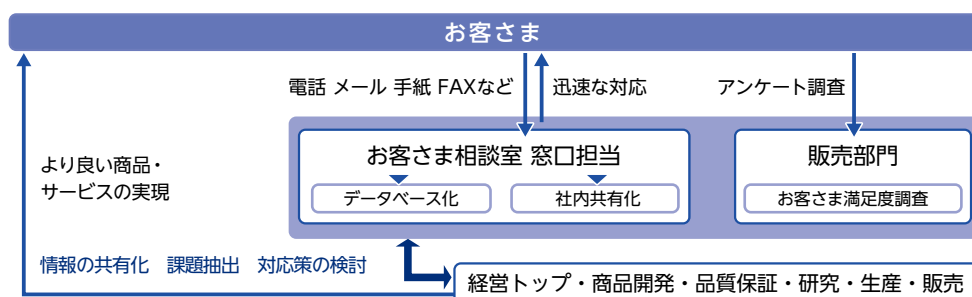
ポーラでは、お客さまからの商品・サービスへのご意見・ご要望を反映するため、お客さまからのクレームを週報でフィードバックし、毎月の経営会議でも報告しています。また、商品企画部門、研究開発部門、生産部門などへも迅速な情報提供を行い、新たな商品設計への反映、商品機能の向上、内容物や容器の改良、表示や広告の適正化など様々な改善を行っています。

2012年は、お客さま相談件数が20,867件(前年比103.1%)でやや増加しました。また、お客さまにより良いサービスを提供できるよう、新製品のPRポイントや電話対応話法などの勉強会を毎月実施し、スキルアップを図りました。さらに、グループ全体でお客さま相談室交流会を年2回(8月・12月)開催し、お客さまの肌トラブルへの対応や、商品品質に対する質問への対応などについて情報の共有化を行いました。



ポーラお客さま相談室

【お客さまの声を活かす仕組み】



② 電話対応のスキルアップを継続し、サービスの質を向上

オルビスでは、お客さまと直接電話で接するオペレーターの応対品質を重要と考え、ミステリーコール、電話対応コンクール、お客さまへのアンケートなどを実施し、サービスの質の向上につなげています。

2012年、日本電信電話ユーザ協会が主催する「企業電話対応コンテスト(コールセンター部門) 東京南地区大会」で優秀賞を受賞。また、サービス産業生産性協議会が実施した日本最大級の顧客満足度調査において、通信販売部門で顧客満足度1位を2年連続で獲得しました。これは、女性の立場に立って徹底的に利便性を迫及したサービスや、電話応対品質が評価された結果ととらえています。



オルビスのコールセンター

03. お客様満足向上を目指して

(3) お客様の声を反映したサービスの実現

① お買い物に不便を感じているお客様のための移動型店舗「ムービングサロン」を全国展開

ポーラでは、ふだん百貨店、高級ブティック等でのお買物が困難な地域にお住まいのお客様に、ラグジュアリーな空間での楽しいお買い物の時間をご提供できるよう、2011年10月に運営開始した移動型店舗「ムービングサロン」が2012年の6月から2台体制となり、12月の沖縄県内での開催で全47都道府県の訪問を達成し、全国津々浦々のお客様のもとへ商品をお届けしてきました。ムービングサロンはお客様のもとへ直接商品をお届けするというポーラの原点回帰とも言える取り組みです。事前にお客様のニーズを把握して品揃えを充実させるなど、きめ細やかなサービスが大変好評を得ています。

【ムービングサロン これまでの実績】

実施会場数(2011年10月～2012年12月末):351会場(2011年:54会場、2012年:297会場)
来場者数(2011年10月～2012年12月末):19,301名(2011年:3,062名、2012年:16,239名)
総走行距離:86,649km(1・2号車合計距離、2011年10月～2012年12月末)



2台目のムービングサロンバス

② お客様の声に応じて全国一律翌日配送と関東・関西主要都市即日配送を実現

オルビスでは、2012年2月に最先端のITデジタル技術を駆使した、西日本で自社初の物流拠点となる「オルビス西日本流通センター(兵庫県西宮市)」を稼働させました。また関東では3拠点あった流通センターを「オルビス東日本流通センター(埼玉県加須市)」に集約しました。これにより東西2拠点体制とすることで、全国一律配送、関東・関西主要都市での即日配送、商品のトレーサビリティ、物流コストダウン、大災害時のリスク低減を実現されました。また、自宅以外での宅配便受け取りのニーズに応え、ヤマト運輸と提携して「注文した商品をお客様が選択したコンビニエンスストアで受け取れる」という配送サービスも開始し、利便性を向上させました。



オルビス東日本流通センター

③ 新製品の発売と同時にお客さま座談会を実施し、お客さまの生の声を把握

decenciaでは、2012年も毎年恒例のお客さま座談会を実施。3月と9月の新製品発売のタイミングでお客さまをご招待し、新製品のご紹介とともに、肌の悩みについてのカウンセリングもさせていただきました。会場でお客さまからいただいた新製品のご感想、decenciaへのご要望は社内に持ち帰り、今後の商品開発、サービス提供に反映していきます。



decencia のお客さま座談会

④ 皮膚病無料相談&市民公開講座を開催

ポーラファルマでは、アトピー、ニキビ等に悩む方々のため、「いいひふの日」を前にして2012年11月10日に沼津市にて、皮膚病の無料相談及び美容相談会「肌に優しいメイクアップアドバイス」を実施。同時に沼津市立病院秦先生の講演『足に関する豆知識～意外と知らない足のこと～』を開催し、約120名ほどのお客さまに参加いただきました。



市民公開講座の実施
ポスター

⑤ 女性向けアンケートを実施し、主要ビルの運営品質を向上

ピーオーリアルエステートでは、2012年はよりいっそうのサービス向上を目指して、ビル利用者の皆さまへ常に快適な環境をお届けするため、テナントビルの女性従業員の方々にアンケートを実施。オフィスの清掃やトイレのリニューアルなど、お客さまのニーズに応えたビル管理、運営に反映しました。



ポーラ渋谷ビル

お客さまに喜んでいただけるよう制作したパッケージデザインが、国内外で高く評価されました

フューチャーラボ 「ホワイトダイヤモンド ビューティハンドエッセンス」

- 日本パッケージングコンテスト
グッドパッケージング部門賞 化粧品包装部門賞 受賞
- TOKYO PACK 2012
優秀作品として一般展示

魅力ある製品を実現するため、容器印刷会社の新技術を取り入れました。社内デザイナーと取引先とともにいくつもの課題を乗り越えた結果、低コストで高い質感のパッケージデザインの開発を実現しました。今回はデザインへの高い評価を獲得し、歴史あるパッケージデザインの賞を初受賞することができました。



ポーラ「B.A RED」

- 日本パッケージングコンテスト
化粧品包装部門賞 受賞
- 世界包装機構 (WPO)
ワールドスター賞 受賞



ポーラ「B.A ザ メイク」

- レッドドット デザイン アワード2012
レッドドット賞 受賞
- ペントアワード2012 受賞
- iFデザイン賞 受賞



pdc「ラブフィュー」

- 日本パッケージングコンテスト
化粧品包装部門賞 受賞



04. お取引先との協働でさらなる発展を

(1) お取引先・ビジネスパートナーとの連携強化

① 次世代を担う女性企業家、女性リーダー作りを支援

ポーラでは、全国約14.5万人のポーラの販売員（ポーラレディ）が結婚、出産、育児など女性のライフステージの中で、継続して長く活躍することができるよう、個別の都合に合わせた販売活動が可能なプログラムや、エステやメイクなどの技術を学べる豊富な教育カリキュラムを整備して、女性の就労機会を提供し、社会進出を応援しています。

2011年からは、ポーラレディのうち年商1億円を超える店舗経営者（営業支店長）の育成を、同じポーラレディであるトップクラス営業支店長自らが担当する「営業支店長大学」を開講。2年目となる2012年は、42名のポーラレディが受講しました。女性が活躍する企業だからこそ醸成された「事業の成功を応援したい」「女性起業家を育成したい」という思いを大切に、次世代の女性リーダー作りを支援していきます。



営業支店長大学講師 本庄営業支店長

② 出店先さまとともにお客さま対応を強化し、サービスを向上

オルビスでは、大手ショッピングセンターなどの出店先さまとともに、日々お客さま対応の向上を目指し、様々な接客サービスコンテストに参加しています。2012年は下記のような優秀な成績を収めることができました。スキルアップのためのこうした積極的な取り組みが日々の接客に活かされています。

- 日本ショッピングセンター協会主催「ショッピングセンター接客ロールプレイングコンテスト」
新百合ヶ丘エルミロード店／関東・甲信越大会準優勝、イオンモール神戸北店／近畿大会準優勝
- イオン同友店 ロールプレイングコンテスト
イオンモール神戸北店／阪神・神戸ブロック大会優秀賞、近畿大会入賞、全国大会出場
- ミステリーショッパー館内コンテスト
イオンモール神戸北店／ランキング1位、イオンモール高知店／ランキング1位
ゆめタウン高松店／ランキング1位



オルビス・ザ・ショップは全国に約110店を展開

VOICE

～ヴォイス～

ショッピングモールをお客さまに喜んでもらえる魅力的な場所にしていくためには、「接客」というのは大変重要なキーワードになります。



イオンモール神戸北
ゼネラルマネージャー
小林 純一氏

私たちは、お客さまが快適にお過ごしいただける環境をつくらなければならないと思っています。それとともに、ご出店されている各店のスタッフが接客しやすい環境をつくること、また、接客の重要性について認識できる環境やその向上を目指す環境をつくることも大きな役割だと思っています。

オルビスさんの熱心な取り組みに大変共鳴しております。それは、オルビスさんだけでなく、イオンモール神戸北にご出店されている他の多くの店舗にも大きな影響をもたらしてもらっています。これからも多くのお客さまに喜んでいただけるように一緒に取り組み続けていきたいと思っています。

(2) ビジネスパートナーとともに女性の生き方を応援

① 女性の生き方応援活動の一環として、「AAA大賞」をスタート

ポーラでは、2012年よりビジネスパートナーの皆さまを表彰するAAA大賞をスタートさせました。この賞は社会・地域に貢献する活動を続け、存在感を高めるポーラの営業所や、年齢に関係なく輝き続けるポーラレディに対して贈られます。

2012年のAAA大賞 組織部門グランプリは、「お世話になっている地域の皆さまへ恩返しをしたい」という気持ちで、平成4年から20年以上にわたり240回もの美容ボランティア活動をしている、北東北エリア あきたさくら営業所の皆さまが受賞しました。個人部門グランプリは、ポーラ歴53年、81歳の現在も多くのお客さまに愛され、後輩の育成にも熱意を燃やして、ポーラレディのトップランナーとして輝き続ける、千葉エリア 東市川中央営業所 森本早苗さんが受賞しました。森本早苗さんの座右の銘は「行動」、愛車で1日40km以上を走るなど、バイタリティにあふれる姿はまさにAAAの理想です。



あきたさくら営業所のレディの皆さんと介護施設「桜の園」の皆さん



千葉エリア 東市川中央営業所 森本早苗さん

② 出版社とともに、年齢に関係なく輝き続ける女性を紹介する書籍を刊行

株式会社講談社とアライアンスを組んで2011年11月に刊行した、輝きを失わず生きる女性15人を取り上げた書籍『美人伝心』(びじんでんしん)に続いて、2012年11月には、90歳を超えてなお、現役ポーラレディとして活躍中の11人の女性を紹介した書籍『美婆伝』(びばでん)を刊行しました。

昭和4年創業以来、84年にわたり「女性の就労機会」と「女性にとって働きやすい仕事環境」を継続的に提供しているポーラには、長い間仕事を続けている女性が大変多く、90歳以上で活躍している女性も多く存在しています。『美人伝心』『美婆伝』の刊行により、年齢にとらわれない女性の活躍を広く紹介することで、多くの女性に勇気と感動を与えることができました。



『美人伝心』美しく生きていく「極意」が詰まった、AAAのバイブル。植島啓司監修 講談社刊



『美婆伝』90歳を超えても美しく働き続ける11人の物語。土本真紀著 講談社刊

③ 女性の夢・生き方を応援する「サクセスウーマン講座」を開催

2012年はプランニングプロデューサー次屋妙子さんとアライアンスを組み、女性のための夢を叶える大人の学校「サクセスウーマン講座×AAA」を開催しました。4月は和紙デザイナーの堀木エリ子さん(東京開催)、11月は俳優で歌手の夏木マリさん(東京・仙台・名古屋開催)をお迎えして、多くの女性にエールを送りました。また7月～12月には全国各地のポーラレディを対象に、女性の生き方応援セミナー「AAAカレッジ」を開催。全国12カ所で開催し、のべ2,390名のポーラレディに元氣と勇気を届けました。



4月に開催された「サクセスウーマン講座」

05. 従業員満足の向上を目指して

(1) 全ての人が快適に働ける環境の整備

① ワークライフバランスに配慮し、働く環境を整備

ポーラ・オルビスグループでは「リフレッシュ休暇制度」「ノー残業デー」の普及に努め、ワークライフバランスに配慮した働く環境整備に努めています。グループ平均での年次平均有給休暇取得率は、2012年は54.5%でした。また1人当たりの月次平均残業時間は2012年は10.6時間と、2.3時間の削減となりました。

ポーラでは、ワークライフバランス推進への意識を高めるために、5月(役員・管理職向け)、8月(一般職向け)に「ワークライフバランスセミナー」(小室淑恵氏講演)を実施しました。さらに下期には管理職向けに「働き方見直し勉強会」を全3回開催し、管理職約20名が参加してチームレベルでの働き方マネジメントについて考察を深めました。



小室淑恵氏によるワークライフバランスセミナー

② 障がい者が安心して働ける職場環境を整備

ポーラ・オルビスグループでは、障がいを持つ従業員が安心して働ける職場環境づくりに取り組んでいます。特にポーラ化成工業では、2012年、施設の充実に積極的に取り組み、袋井工場のデモルーム入口トイレを障がい者用に整備し、また横浜研究所では厚生棟の1Fから2Fへ昇降機を設置しました。

2012年12月現在、障がい者雇用率はグループ主要企業であるポーラは1.61%、オルビス 1.67%、ポーラ化成工業 2.32%でした。今後とも雇用率アップに努めます。



ポーラ化成工業 横浜研究所厚生棟昇降機

③ メンタルヘルスケアに対するグループ全体での取り組み

ポーラ・オルビスグループでは、グループ全体でメンタルヘルスケアに取り組み、心身の健康について電話、メール、直接面談によって相談できる専用窓口を設け、「健康管理センター」で専門医から助言や治療が受けられる環境を整えています。ストレスチェックの実施やその結果に基づくEAPへの誘導等、メンタルヘルス不調者発症予防などの対策も開始しています。また休職復職基準についてもグループ全社で策定しています。



メンタフチェックの Web ページ

④ 職場に対するご家族の理解を得るため、職場参観日を開催

ポーラでは、8月にグループ初の試みとして、従業員のご家族を対象にした職場参観日(ファミリーデー)を開催しました。今回は小学生のお子さま22名と引率のご家族5名が参加し、職場での名刺交換や実験教室を通じて、職場に対する理解を深めていただきました。参加した従業員からは「母親が仕事をしている姿を見て子どもが家でも協力的になった」「働くことに理解が深まったように思う」、ご家族からは「子どもは父親の職場を見てとても嬉しかったようだ。私はメークレッスンが楽しかった」などの声が上がリ、従業員家族にとって大変有意義な催しとなりました。



ポーラ職場参観日(ファミリーデー)

⑤ 子育て支援に継続的に取り組み、認定マーク「くるみん」を取得

ポーラ・オルビスグループでは継続的に子育て支援に取り組んでおり、ポーラでは2010年4月より継続して、ポーラ化成工業では2012年12月に、厚生労働省が子育て支援企業を認定するマーク「くるみん」を取得しました。具体的には、育児フレックス対象となる子どもの上限年齢の引き上げ、リフレッシュ休暇の導入、週に1日のノー残業デーの導入、育児休業取得率の向上などを実施し、さらには育児休業後の職場復帰をスムーズにするため、休職中に情報やアドバイスを受けられるコミュニケーションの場やネットワークづくりをするなど、積極的な取り組みを続けています。



厚生労働省子育て支援企業認定マーク

VOICE

～ヴォイス～

育児に取り組むことで、日々新しい自分を発見しています。

ポーラ化成工業株式会社
営業部営業Ⅱ課
春田 亮



娘が産まれて1カ月後に、育児休業を取得させていただきました。妻も仕事に復帰する予定だったため、夫婦で協力して子育てしようとかねてより話し合っていたので、私にとって育児休業取得はごく自然な流れでした。いざ育児がスタートすると、授乳や夜泣きなど妻(母親)でなければできないことが多くあり、自分は何ができるのか戸惑いました。しかし、育児休業を取得し、妻と一緒に育児に取り組むことで、子どもの面倒のみならず、妻への気遣いや思いやりも重要だということに気づきました。夫婦ともに初めてのことばかりなので、妻が不安なときには、自分がしっかりサポートするよう努めました。

今では娘も1歳半になり、育児休業の恩恵が毎日「パパ、パパ」と呼んでくれます。娘の成長が私の仕事の活力になっています！

05. 従業員満足の向上を目指して

(2) 女性を応援する環境の整備

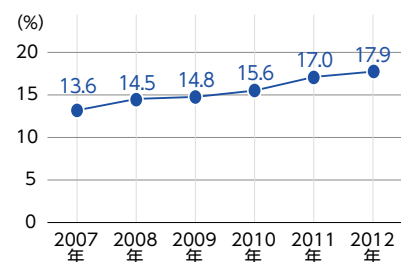
① 女性従業員のキャリアアップを積極的に支援

ポーラ・オルビスグループでは、意欲と能力のある女性従業員の活躍の場の拡大や、女性採用枠の拡大、管理職への登用などを推進しており、性別、国籍、中途採用、年齢を問わず、能力を十分に発揮してキャリアを構築できる環境づくりに努めています。

国内グループ全体での女性管理職比率[※]は、ホールディングス体制になった2007年の13.6%から2012年には17.9%(役員含む)に上昇しました。

※女性管理職比率 日本平均11.9%(2013年1月7日 日経新聞より)

〔国内グループ全体の女性管理職比率の推移〕



② 働く女性のからだところを守る健康セミナーを開催

ポーラでは、働く女性の心身の健康を守るため、年齢や環境によって様々な変化が現れる女性のからだところの、変化のカギを握る女性ホルモンとそのバランス、婦人科検診の重要性などについてウィミズ・ウェルネス銀座クリニック理事長 産婦人科医の対馬ルリ子先生を講師に迎え、社内セミナーを開催しました。参加した従業員からは「女性特有の病気について詳しく知ることができて大変有意義だった」「婦人科検診には今まで行ったことがなかったが重要であるとわかった。今後はぜひ検診を受けようと思う」などの声が多くあり、健康管理の意識向上につながりました。



対馬ルリ子先生による「働く女性のからだところ」セミナー

③ 社員食堂のメニューで、女性の美しさと健康をサポート

ポーラの社員食堂では、からだの中から美しくなることにこだわったメニューを提供しています。メニューは、栄養バランスが良く美肌に効果的と言われる栄養素を含む食材がふんだんに使用されていて、カロリーも控えめに作られています。

2012年4月には、ポーラの社員食堂で女性従業員に大好評の美肌レシピの中から、選りすぐりの132品を掲載した『POLAの美肌食堂 体の中から美しくなるアンチエイジングレシピ』を出版しました。社外の方々にご家庭でこだわりレシピを試していただければと考えての出版です。



『POLAの美肌食堂』
(株)ポーラ著
ワニブックス刊



社員食堂のこだわりメニュー

(3) 将来を見据えた人材教育

① 従業員一人ひとりの成長を支援

ポーラ・オルビスグループでは、グループ横断で行う教育・研修機会として、30～40代を対象に次期経営幹部を育成する「経営幹部養成講座」、20代後半を中心に未来の幹部候補養成を行う「未来研究会」など、グループ全社から人材を選定し、グローバルに活躍しうる経営人材の育成に取り組んでいます。さらにグループ各社では、階層に応じた能力開発の機会として、階層別研修やマネジメント力強化研修などを実施。また、業務やキャリアに応じて自己啓発を目的に約150講座を用意した通信講座も展開しています。



経営幹部養成講座

〔人材育成のための教育体系〕

対象層	育成目的	研修プログラム		自己啓発支援	その他
役員層	経営者としての研鑽	グループ横断で実施	グループ各社にて実施	通信講座 受講援助 e-ラーニングによる自己啓発プログラム	CSR・コンプライアンス教育
基幹職層	次世代経営者に求められる能力獲得	経営者育成 役員候補育成プログラム	マネジメント力強化研修		
スタッフ層	多様な経験を通じた能力拡大	経営幹部養成講座 未来研究会	各種階層別研修 各種課題別研修		
新入社員	ビジネスパーソンとしての基礎力習得		新入社員研修		

VOICE

～ヴォイス～

「経営幹部養成講座」を通じ、自身の成長を企業の成長につなげるということを意識しました。

オルビス株式会社
商品企画本部長
熊本 宏美



講座は「視座を高める」という課題との格闘でした。その中でも、最も印象深いのは、経営トップとの対話です。個人の業務改善提案に対し、厳しくもきめ細やかな質疑応答が繰り広げられます。経営理念の意味、あるべき経営者像、見えないものを見る目の重要性など、経験に裏打ちされた言葉から、貴重な示唆を得ることができました。経営者である前に、一人の人間としてどうあるべきか？ということ肝に銘じ、これからもチャレンジし続けたいと思います。

06. 株主・投資家の理解を得るために

(1) 長期ビジョンの策定

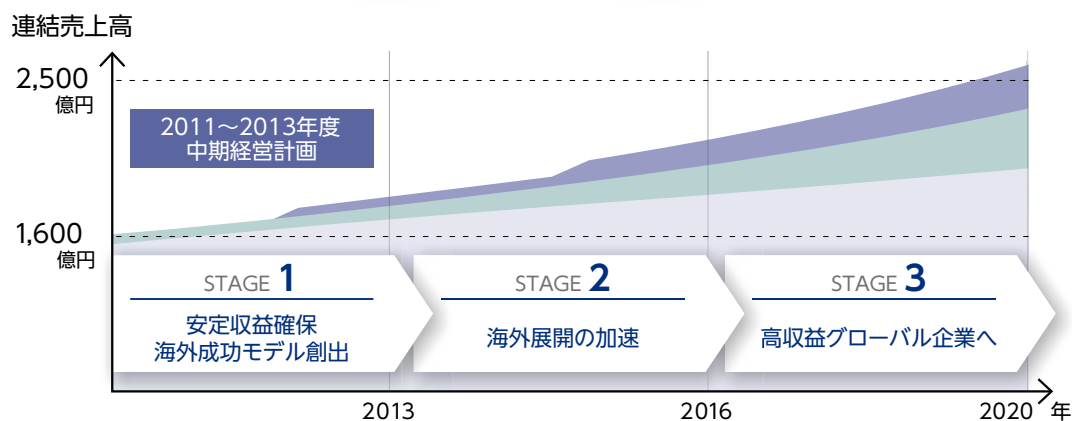
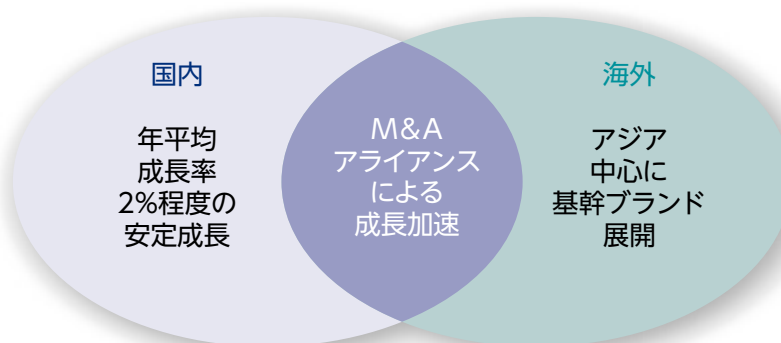
長期ビジョンー 2020年の目指すべき姿ー

さらなる成長と企業価値創造に向け、2020年までの長期ビジョンを策定しています。ダイレクトマーケティングと研究開発力という強みを活かしつつ、国内での安定成長を維持するとともに、基幹ブランドを中心とした海外展開を加速し、「美と健康」分野のグローバル企業を目指します。

連結売上高
2,500億円以上

営業利益率
13～15%(業界トップレベル)

海外売上比率
20%以上



(2) 株主・投資家との良好なコミュニケーション

① 株主総会の実施

ポーラ・オルビスグループは、2012年3月29日に品川プリンスホテルにおいて第6期定時株主総会を開催しました。当日は700名を超える株主の皆さまにご出席いただき、意見交換をすることで、有意義なコミュニケーションを図ることができました。また株主総会後には「ビューティーセミナー」を開催し、女性投資家の皆さまを中心にお楽しみいただきながら、当社グループへのご理解をいただけるよう努めました。



第6期定時株主総会

② 株主還元・株主優待の充実

ポーラ・オルビスグループでは、1株当たり40円の安定配当をベースに、増益に応じた増配を目指します。2012年12月期は、年間配当50円(中間配当25円、期末配当25円)と、2011年12月期より5円の増配を予定しております。

また、株主優待として、1単元(100株)以上保有の株主さまに、保有株式数、保有年数に応じてポイント(1ポイント=100円相当)を進呈。より株主さまのお好みにあった商品をお届けするため、いくつかのコースからお好きな商品を選んでいただけるようにしました。優待商品は株主さまからのご意見を参考に、男性向け商品や、2012年2月にグループ入りしたJurliqueの商品を加え、さらにポーラ・オルビスグループに親しんでいただけるよう工夫しました。



株主優待商品の例

③ 投資家向け説明会を拡充し、積極的なコミュニケーションを図る

ポーラ・オルビスグループでは、上場企業としての社会の公器性を強く認識するとともに、株主・投資家の皆さまとの積極的なコミュニケーションを図っています。

2012年は、計24回の個人投資家向け説明会を実施。1,800名を超える個人投資家の皆さまに、事業戦略や今後のビジョン等をご説明させていただきました。また当社独自の取り組みとして、実際に当社グループの商品やサービスに触れていただきながら、より当社を理解していただくことを目的に、スキンケアレッスンなどを加えた女性のためのIRセミナーも定期的 to実施しております。

毎回、数多くのご応募をいただき、多くの女性投資家にご来場いただいております。



スキンケアレッスンを加えた女性向けIRセミナー

07. 環境への配慮

ポーラ・オルビスグループの環境方針

1. 商品のライフサイクルを通じて環境負荷の低減に努めます。
2. 環境目標を設定し、技術的、経済的に可能な範囲で継続的改善と汚染未然防止に努めます。
3. 地球環境を保全・向上させるために環境に優しい商品開発や事業所での省資源、省エネルギー、廃棄物の抑制に努めます。
4. 環境に関する法律、県市町村条例・協定及び自主基準等を遵守します。
5. 地域、社会との共生に努め、環境保全・向上活動を推進します。

(1) オフィスにおける環境への配慮

① グループ各社でエネルギー使用量を削減

ポーラ・オルビスグループでは、環境方針に従い、グループ各社のオフィスにおけるエネルギー使用量の削減を進めています。従業員の省エネへの協力やノー残業デーの実施に伴う節電などにより、2012年はオフィスでのCO₂排出量が3,325tとなり、対前年比で10%の削減を達成しました。グループ全体でも震災後の節電活動を継続実施しています。

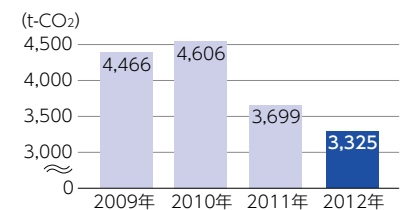
特にポーラでは、蛍光灯削減とLED導入、自動販売機削減、エレベーター稼働台数減、通路の本数削減、夏期設定室温28℃による空調抑制等の厳格運用を実施しました。

科薬では省エネ委員会を設置し、従業員から節電アイデアを募集して節電パトロール(照明、設定室温28℃など)、冷蔵庫や自販機の削減、デマンドコントローラー設置による電気使用量チェック、電気使用量見える化(日々使用料のグラフ掲示)などを行い、取り組みを継続した他、昨年に引き続き、土曜日に操業して月曜日に休む「夏期休日シフト」を組み、全社をあげて平日の電力削減に協力しました。

ACROでは、エアコンに空気循環用ファンを設置し、エアコン設定温度28℃をルール化して節電に取り組みました。

さらに、pdc、ポーラファルマ、ピーオーテクノサービスでも、積極的な夏期節電を実施しました。

〔ポーラ・オルビスグループの
オフィスにおけるCO₂排出量の推移〕



科薬 省エネ委員会

(2) 生産部門における環境への配慮

① 生産活動における環境配慮を継続的に実施

ポーラ・オルビスグループでは、環境マネジメントシステムISO14001に基づき、生産部門の環境負荷の現状（P51図参照）を把握し、「地球温暖化防止」、「資源循環」、「リスクマネジメント」、「コミュニケーション・教育」の4つの目標を掲げて環境活動に取り組んでいます。

〔ポーラ・オルビスグループの生産活動における環境目標と実績〕

重点推進課題	2012年目標項目 及び目標値	2012年実績	自己評価
地球温暖化 防止	CO ₂ 排出量 2009年比 3% 削減 (7,633t-CO ₂ 以下)	CO ₂ 排出量 7,818t で目標未達成 今後エネルギー消費の大きいコンプレッサーの効率化で目標達成を目指す	★★
	設備更新・改善による省エネ	①オフィス空調機更新他 ②太陽光発電システムを導入 ③街路灯・現場照明のLED化	★★★★
資源循環	総廃棄物量 2010年比 1%削減 1,546t 以下	総廃棄物量 1,630t で目標未達成 今後、生産ロス低減で、目標達成を目指す	★★
	有価率 2010年比 1%アップ 32.7%以上	有価率 32.5% で目標未達成 今後、資材運搬で発生する木パレットを肥料化し、有価率の向上を図る	★★
	廃棄物減量推進及び 循環活用の促進	生産ロス削減策(歩留率向上)や排水汚泥の減量化の取り組みを継続 駐車場輪留めに当社排出の廃プラ加工品を活用	★★★★
リスク マネジメント	アスベスト対策	耐火材(吹付けロックウール)の封じ込め対策を実施 (対策面積: 971m ²)	★★★★
	化学物質の管理徹底	化学物質管理の教育、有機溶剤の取り扱い講習を実施	★★★★
コミュニケー ション・教育	積極的な情報開示	①地域環境新聞の発行(1回) ②工場周辺の自治会、意見交換会(5月)	★★★★
	外部交流	①袋井市環境企業交流会への参加(2月) ②海岸清掃や花の植替え作業など、ボランティア活動に参加 ③学校出前環境教育(静岡県廃棄物協会中遠支部企画) ④クリーンウォーク活動(11月)	★★★★
	環境教育・啓発の実施	①他企業見学の実施 ②社内従業員向け環境セミナー(2回) ③環境内部監査員育成教育、レベルアップ教育の実施 ④社内エコ検定の実施(2回) ⑤環境キッズ教育の開催…夏休み工場体験学習	★★★★

※ 有価率=有価売却量/廃棄物総量

〔自己評価について〕 ★★★★★:成果がありました ★★★★:あと一歩でした ★★★:もう少し努力が必要でした

07. 環境への配慮

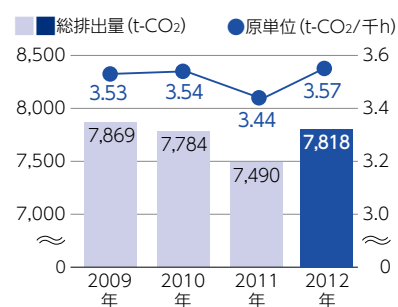
[2012年ポーラ・オルビスグループの生産活動における環境負荷]



対象範囲はポーラ化成工業 静岡工場及び袋井工場とします
(外注先工場、海外工場は含みません)

② 生産活動におけるCO₂排出量の削減

ポーラ化成工業の生産部門では、2010年よりエネルギー管理を統括する「エネルギー委員会」を設立し、国の目標である「2050年にはCO₂排出量50%削減」を見据え、2020年までに生産部門全体で、「CO₂排出量25%削減」を目指しています。2012年のCO₂排出量は7,818tで目標未達成となりました。

[生産CO₂排出量の推移(静岡・袋井工場合算)]

③ 環境との調和を考えた太陽光発電システムを導入

ポーラ化成工業は、袋井工場の管理棟屋上に80kW能力の太陽光発電システムを導入しました。太陽光で発電された電力は、管理棟で消費される照明・パソコン・空調の電力に全量活用され、年間10万kWhの発電量を見込んでいます。袋井工場は操業開始より、緑化にも積極的に取り組んでおり(内閣総理大臣賞受賞工場)、自然との調和を目指してきました。今後も太陽光発電システムの活用を検討し、自然との共生を考えながら生産活動を行います。



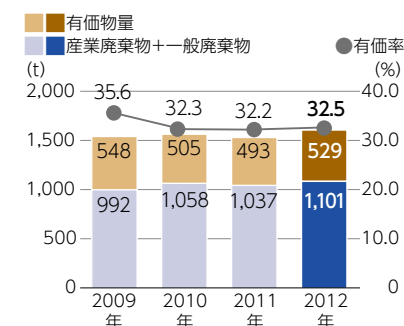
ポーラ化成工業 袋井工場の太陽光発電システム

④ 産業廃棄物の資源化を推進

ポーラ化成工業は全産業廃棄物の再資源化に取り組み、2003年にゼロエミッションを達成し、さらに産業廃棄物の有価化・減量化に継続的に取り組み、削減効果をあげています。また、地域団体の主催する清掃活動に積極的に参加したり、自発的に地域清掃活動を行い、地域との共生に配慮した活動を実施しています。2012年はこのような取り組みが評価を受け、袋井工場が産業廃棄物適正処理推進功労者に対する静岡県知事褒賞を受賞しました。

今後も環境スローガンで掲げる「もっときれいな未来がみたい」を実現するため、活動を継続的に実施していきます。

〔廃棄物と有価率の推移(静岡・袋井工場合算)〕



⑤ 環境配慮型の商品開発を継続

「内容物エコスタンダード」、「容器包装エコスタンダード」の2つの自主基準を設定し、商品企画・設計段階からどのような環境対応が必要か検討し、原材料の調達からお客さまが使用後の容器を廃棄されるまでの、商品のライフサイクルに合わせた環境配慮型商品づくりを実施しています。2011年より低エネルギー製法を可能とする処方及び工程設計の研究を目標化し、2012年は3品の量産化に成功しました。

■内容物エコスタンダード

業事法や業界自主基準に則り、以下のような原料について自主基準を定め、環境対応を徹底しています。

- 環境ホルモン対象物質
- 資源枯渇の恐れのある動植物由来の原料
- PRTR法対象原料
- 大気やオゾンに影響のあるフロン
- 難分解性原料

■容器包装エコスタンダード

以下の3つの基本的考え方に沿って、環境への配慮に取り組んでいます。

1. 過大包装をやめ、減容を考える
2. リサイクルしやすい容器形態や素材を選ぶ
3. 資源枯渇に配慮した原料を選ぶ

さらに、容器包装ごとの材質・重量による基本指数に、材料の減量化、リフィル化、再生資源の使用、部材・パーツの削減などの環境配慮度を加えた「容器包装エコ指数」を規定し、指数向上を目標にして環境対応を推進しています。

ゴミの減量

リフィル(つめかえ用商品)や部材を簡略化し、廃棄量を減らしています。



ポーラ B.A. ザ クレンジング クリーム
リフィル
オルビス クリアローション (つめかえ用)

再生資材の利用

容器には再生ガラスを、外箱には再生紙や非木材紙を使用し、資源の有効活用に努めています。



ポーラ ホワイティシモ 薬用ローション ホワイト (再生ガラス使用)
ポーラ ホワイティシモ (外箱) (ケナフ使用)

分別の容易化

部材ごとに分解し、分別して廃棄できるようにし、リサイクル率の向上に寄与しています。



廃棄するときにノズル部分を取り外して分別することが可能。
ポーラ イデアスタイル ダブルデザイン フォーム

08. 地域社会との協働

(1) 地域振興・地域産業の活性化

① 日本が誇るものづくりを未来へ「3・9プロジェクト」を継続

ポーラでは、日本が誇るものづくりを守り、育てるため、地域産業の活性化に貢献する「3・9(サンキュー)プロジェクト」を2009年より実施しています。2012年は、長い伝統に培われた最高の技術とモダンなデザインが融合した「BITOWA 会津塗」とポーラの美意識とが出会い、本漆ならではのツヤと美しい高蒔絵が日常生活に華を添える、ジュエリーボックスとハンドミラーを発売しました。

また、2013年度のサンクスプレゼント[※]品として、和紙デザイナー堀木エリ子さん監修のもと、和紙で制作したインテリア雑貨の開発に取り組みました。インテリア雑貨として提供することで、和紙そのものを日常生活に浸透させるとともに、約1500年の歴史を持つ越前和紙の魅力を伝え、一度産業が途絶えた京都・世屋での和紙の産業復興活動をバックアップしています。

[※]サンクスプレゼント：日頃大変ご愛顧いただいているお客さまに、ポーラオリジナルのプレゼント品をお選びいただいております。



日本 世界 地域 匠
デザイン 伝統 革新 発見
経済 持続 もてなし 協働

日本のよいものを未来まで

3・9プロジェクトは企業活動を通じて、日本が誇るものづくりの真髄を社会に向けて提案し、地域産業の活性化に貢献するプロジェクトです。



会津塗の伝統工芸士、本多 充さん



BITOWA 会津塗
ジュエリーボックス

② 生産者の方々とのパートナーシップを継続

ACROが2009年より展開する化粧品ブランド「THREE(スリー)」は「地産地消」「身土不二(その土地でその季節にとれたものを食べるのが健康に良いという考え方)」の2つの考えのもと、日本国内においてこれまで活用されていない素材や特産物に注目し、各地の生産者の方々と協働して、国産素材を活かした化粧品原料の開発に積極的に取り組んでいます。

2012年には、石川県「加賀太きゅうり」、福井県「らっきょう」、京都府「完熟苦瓜」、和歌山県「南高梅」、兵庫県「丹波黒豆」を、2013年度展開予定の新商品の原料に採用しました。

実際にひとつひとつの生産地を訪れて生産者の方々とお会いして原料を調達することで、生産者の皆さまとのより良いパートナーシップを築き、お客さまに、より安心・安全な商品の提供を目指しています。



石川県「加賀太きゅうり」



京都府「完熟苦瓜」

(2) 地域社会への貢献

① 全国の施設や病院での美容ボランティアを継続的に実施

ポーラでは、いつもお世話になっている地域の方々への感謝の気持ちを込めて、エステやメイクの技術を生かして、介護施設や病院などで美容ボランティアを行っています。スキンケアやメイクを通して患者さんやお年寄りにおしゃれの楽しさを思い出してもらい、外部の人たちとの交流で生活にハリを感じていただきたいとの思いで毎年活動を行っています。

2012年は、介護老人保健施設「桜の園」や「あさかぜリハビリセンター」など、全国でのべ360件の美容ボランティア活動に取り組みました。



恒例のメイクアップのボランティアを行う、あきたさくら営業所の皆さん

VOICE

～ヴォイス～

幸せを運ぶポーラの皆さまに感謝。

介護老人保健施設
「桜の園」
小川 律子 事務局長



当施設で行う月1度の誕生会へ、ポーラあきたさくら営業所の皆さまにご入所者のメイクアップボランティアにいらしていただき、職員ともどもとても感謝いたします。

普段ほとんどお化粧することのないご入所者は、最初は少し緊張気味ですが、ポーラの皆さまが優しく声をかけながらメイクを進めていくと、微笑みも出てきて口紅をさし終わる頃には鏡の中のご自分にうっとり。その様子を見ている私たちもとても幸せな気持ちになります。幸せを運んでくれるポーラの皆さま、本当にありがとうございます。

② スキンチェックを機会に、子宮頸がん検診の普及に貢献

ポーラでは、子宮頸がんの啓発を行う「ティール&ホワイトリボンプロジェクト（以下、TWR）」のチャリティやボランティアの活動を支援しています。これは2010年にポーラレディの発案により自主的にチャリティを始めたことがきっかけです。お客さまのスキンチェック1件につき10円を募金させていただくことで、子宮頸がんのワクチン接種や検診の普及に貢献しています。2012年12月現在までに総額1,452万円[※]を寄付としてTWRにお届けしました。[※]2011年2月～2012年12月現在



もっと、知ってほしい、女性のこと

子宮頸がん啓発キャンペーン

ティール&ホワイトリボン

08. 地域社会との協働

③ 地域社会における事業の理解を深めるため工場見学対応を充実

ポーラ化成工業では、お取引先、地域、行政等外部のお客さまをはじめとした各方面からの工場見学に対応し、製品、生産技術、肌分析技術の優秀性、安全性について、工場見学を通してPR活動しています。わかりやすく充実した工場見学を目指して、2012年には、説明資料や見学ルート、海外からの見学者対応にも改善を図りました。

2012年の見学者数は過去最高の2,200人(対前年156%)(件数は対前年146%の73件)となり、特に肌分析センターの見学者数は、昨年の865人に対し今年は1,880人と1,000人以上増加(対前年217%)しました。



袋井浅羽東公民館の皆さまによる袋井工場見学

④ 皮膚科女性ドクターを応援するコミュニティ「美肌Café」を運営

ポーラファルマでは、医師として、女性として、いつまでも輝いて活躍していただきたい。そんな思いを込めて、皮膚科女性ドクターのコミュニティをサポートしています。現在、約1,000名のドクターが参加しており、会員誌「美肌Café通信」を通じて診療のお役立ち情報、最新美容科学情報、女性のヘルスケア情報などを発信するとともに、「美肌Caféセミナー」や交流会の開催などにより、ドクター同士のコミュニケーション、ネットワークづくりを支援しています。2012年は10月に東京にて、講演「正しい姿勢でビューティフルエイジング～美習慣を身に付けて女性ホルモン変化に負けないカラダを作りましょう～」(講師：中村格子先生)を開催、11月には大阪にて、講演「輝いて美しく生きるための健康習慣～女性ホルモンとカラダとお肌の変化～」(講師：対馬ルリ子先生、エリカ・アンギャルさん)を開催し、総数約100名の方が参加されました。



中村格子先生による、「正しい姿勢でビューティフルエイジング」セミナー

VOICE ～ヴォイス～

学会とは一味違った情報提供に今後も期待しています。

高野医科クリニック
院長
畑 三恵子 先生



2012年の美肌 Café 講演会は、整形外科医・中村格子先生(国立スポーツ科学センター医学研究部)に「ロコモティブシンドローム」などの疾患情報や実技について教えていただき、大変すばらしい内容でした。専門の皮膚科以外の疾患や、女性特有の疾患情報は大変興味深い内容です。また、患者さんからアンチエイジングの相談を受けることも多いので、化粧品の研究開発の話なども聞いてみたいですね。

(3) 子育て支援・教育支援活動

① 小学生から大学生までを対象に、様々な教育支援を実施

ポーラ化成工業では、様々な教育支援活動に取り組んでいます。2012年は、静岡県環境教育プログラムに参画し「環境キッズ教育」を継続開催しました。また、静岡、神奈川での中学生の職業体験＆職業講話にも継続して協力し、簡単な乳化実験や講義などを通して化粧品の基礎を学んでもらいました。2012年は1月、9月、11月に、合計3校で実施しました。

さらに、近県の高校や大学からインターンシップを受け入れました。2012年は、7月から8月に高校生8名、9月に大学生3名10月に中学生2名が、袋井工場で化粧品の製造過程を実習。生徒たちに未来の仕事について考える機会を提供しました。



横浜市立舞岡中学校での職業講話

② 音楽を通じて、子育て世代の親子や地域のオーケストラを支援

オルビスは、女性支援及び芸術文化活動の一環として、7月に東京、名古屋、大阪の3都市で、「オルビス・ザ・キッズコンサート」を開催しました。本格的なクラシックコンサートを観賞する機会の少ない子育て世代の親子計1,100名をご招待し、本物の音楽を楽しんでいただきました。また、12月には、各地域の交響楽団への資金面の支援活動の一環として、全国5都市で「オルビス・ザ・コンサート 2012」を開催。計9,000名のお客さまに、美しい音色に包まれた豊かな時間を過ごしていただくと同時に、音楽普及活動に貢献しました。



オルビス・ザ・キッズコンサート

③ 子育てマンションでの支援活動としてイベントを開催

ピーオーリアルエステートでは、2010年8月に建設した子育て支援賃貸マンション「ブローテ大倉山」が、「子どもの産み育て支援デザイン 地域・社会部門」で、2012年度(第6回)「キッズデザイン賞」を受賞しました。「ブローテ大倉山」は、子どもに安心・安全な住環境や広い遊び場を提供し、親の子育てストレスを解消しています。また、住宅内、地域の活性化にもつながるコミュニティづくり、認可保育園の誘致による地域への貢献など、社会貢献度の高い共同住宅を目指しています。2012年は、入居者同士のコミュニケーションを深めるために「母と子のクッキー教室」、「クリスマスリース作り」などのイベントを開催。また、防災訓練や小児用AED訓練も実施しました。



ブローテ大倉山で行われた「クリスマスリース作り」

09. 社会への貢献

(1) 東日本大震災の復興支援

① 東日本大震災復興支援として、被災地特産品の販売を継続

ポーラでは、2012年も被災地の物資販売支援を継続実施しました。5月よりお中元商品の販売を全国の営業所へ働きかけ、多くの賛同をいただきました。

また、8月の全国大会ではお中元で販売していない商品を加え、完売商品も出るほどの大盛況でした。ポーラの想いに触れ、被災地のメーカーの方々からも感謝の言葉をいただきました。



福島やない製麺「手より麺」涼味

② 復興支援プロジェクト「いつもプロジェクト」の活動を継続

オルビスでは、被災地の皆さんが、少しでも早く「いつも」の日常を取り戻すことができるよう、2011年より「いつもプロジェクト基金[※]」を立ち上げ、2012年も引き続き募金活動を行いました。

基金を利用した復興支援活動としては、大津波で壊滅的な被害を受けた宮城県名取市の海岸林の再生を目指した「海岸林再生プロジェクト」、震災により野外での活動が制限された東北の子どもたちのために、社員ボランティアの派遣も含めた「森のつみ木広場」などの様々な活動をサポートしています。

※いつもプロジェクト基金残高(2012年12月31日時点)
70,712,884円(累計 112,240,234円)

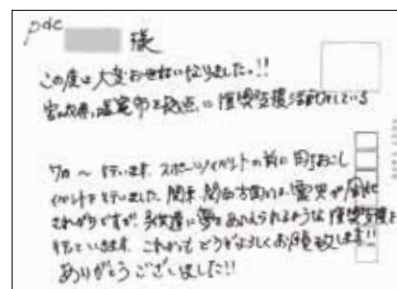


気仙沼市での「森のつみ木広場」

③ 被災地の母子を励ますために化粧品他を寄付

pdccでは、2012年も被災地支援の一環としてスポーツ少年団への化粧品プレゼントを行いました。本年は3回の支援となり、計2,424個をお届けしました。(2011年度 計31,426個 2年間の通算 33,850個)

また、2012年7月1日に塩釜で実施されました「塩竈浦戸のリフェスティバル」にて、気仙沼産のヨシキリザメから抽出したコラーゲンを使用した「モイスト&ドロップ」他商品をチャリティー品としてご提供しました。



元オリンピック選手の方からいただいたお礼の手紙

(2) 環境美化・保護活動

① 創業記念日に全国一斉クリーン活動デーを実施

ポーラは、創業記念日となる9月18日に「全国一斉クリーン活動デー」として、全国の営業所と本社が協力し、一斉に各営業所近隣地域の清掃活動を行いました。全国一斉での実施ははじめてとなり、約2,520店が参加しました。ポーラでは2011年から「いつも、いつまでも美しくありたい」と願う全ての女性たちとともに、様々なアライアンス活動を通じて、女性たちの輝く生き方、そして前向きな日常を応援する活動「アンチエイジングアライアンス(AAA)」をスタートさせています。

今回の活動もその一環で、「肌もキレイに、街もキレイに」を合言葉に、地域への日頃の感謝を込めてポーラ創業記念日に実施することとし、地域美化活動に組織一体となって取り組みました。



ポーラ本社ビル周辺でのクリーン活動の様子

①南東北 ミロード営業所

日ヤケ対策も万全!レディ全員が集合して、地域をクリーンアップ

②北関東 岩宿営業所

遺跡公園を清掃、雑草も刈りました

③北陸 PB砺波店

日頃お世話になっている地域への感謝を込めて、全員参加

④千葉 南藤代営業所

地元に愛されるお店を目指して、長く続けていきます

⑤静岡 沼津営業所

街路樹も道路も、気持ちもすっきり!爽やかな汗をかきました



⑥兵庫 エステインばある営業所

雨の日も清掃は決行! 地域の方との触れあいも楽しみ

⑦名古屋 エステインスナ営業所

子ども連れレディも参加して、和気あいあい



⑧四国 NAKA営業所

お遍路のお寺を皆でクリーンにし、住職さんも喜んでくれました



⑨北九州 佐賀営業所

皆がひとつになったクリーン活動が、新聞にも取り上げられました



② 富士山の天然水を使用した化粧品発売を機に富士山清掃を実施

pdcaは、2012年2月の富士山の天然水を原料に使用したスキンケアシリーズ「キメキュート」発売をきっかけに、富士山の美化や生態系を守るために、NPO 法人富士山クラブの指導のもと、6月に清掃活動を実施しました。当日は、従業員ボランティアと関係者の計34名が参加し、可燃性ごみを中心にタイヤ、家庭ごみなど総重量約200kgを回収しました。活動に参加した従業員は、清掃活動の意義を深く実感しました。

また、pdcaは「キメキュート」の販売を通じて、キレイな富士山を守る活動「富士山ECOプロジェクト」にも参加しています。



富士山裾野の朝霧高原での清掃活動の様子

09. 社会への貢献

③ 清掃活動「銀座通りクリーン作戦」に参加

ポーラ・オルビスホールディングスでは、2012年5月と10月、銀座通連合会と東京国道事務所主催の「銀座通りクリーン作戦」に参加しました。この清掃活動は、1992年から春・秋の2回実施しており、今回で20年目。ポーラ・オルビスホールディングスの参加は3年目となります。銀座通りが安全でよりいっそう快適になるようお願いを込めて、ポーラ銀座ビル付近の歩道を中心に清掃を行いました。

10月5日の清掃では、銀座通連合会と東京国道事務所合わせて約1,000名の参加があり、ポーラ・オルビスホールディングスからは約20名が参加しました。



銀座通りクリーン作戦

④ 地域に密着した環境美化活動や清掃活動を継続的に実施

ポーラ化成工業、ポーラ流通センター、ピーオーテクノサービスが共同で、地域に密着した清掃活動や環境美化活動を継続して実施しています。2012年には、1月のエコパの花の郷 桜追肥作業と、6月・11月の愛野メモリアルロード花壇の植替え奉仕作業に参加し、地元の方々とともに花壇の手入れをしました。また、6月から10月までの間には、毎年恒例となった静岡市主催の興津川、大浜海岸などの清掃活動に従業員が家族とともに参加。公益社団法人静岡県産業廃棄物協会の主催による、御前崎不法投棄回収作業、不法投棄防止啓蒙作業にも取り組みました。



愛野メモリアルロードの花壇植替え作業

⑤ 東京都ヒートアイランド防止イベントに参加

ピーオーテクノサービスでは、2012年8月、東京都のヒートアイランド防止イベントである「打ち水大作戦 2012」の一環として、中央合同庁舎第7号館（清掃業務請負施設）付近の打ち水に参加しました。「打ち水大作戦 2012」は、お風呂の残り湯などの二次利用水を、「ひしゃく」や「じょうろ」を使い、皆で一斉に“打ち水”をすることで、夏の東京の温度を少しでも下げようという、毎年推定600万人以上が参加するイベントです。



東京都打ち水大作戦のポスター

(3) 国際的な社会貢献活動

① 開発途上国の飢餓解消への支援としてTFTを継続して実施

ポーラ・オルビスグループでは、2007年秋より、社員食堂のある全事業所において、ヘルシーメニューを注文すると1食につき20円がアフリカの子どもたちの学校給食費として寄付される日本発の社会貢献活動「TABLE FOR TWO(TFT)」を継続して実施しています。2012年の10月16日の世界食料デーには、ポーラのAAA活動の一環として「TFT& AAAメニュー」と名づけられたポーラオリジナルの美肌レシピも加わり、活動を盛り上げました。

2012年までの寄付金額合計は、5,318,800円(マッチングギフト含む)。子どもたちに約26.5万食の学校給食を届けることができました。



ポーラ五反田本社ビルの社員食堂でのTFT&AAAメニュー

② 世界中の女性の健康を守るピンクリボン活動を支援

ポーラ・オルビスグループでは、オフィス内の自動販売機での飲料の売上の一部を寄付し、乳がんの早期発見、早期治療を推進する国際的な女性支援プロジェクトである「ピンクリボン運動」に参加しています。2012年はグループ全体で228,860円を寄付しました。



ポーラ化成工業 横浜研究所の自動販売機

③ 世界の子どもたちにワクチンを届けるエコキャップ推進運動を継続

ポーラ・オルビスグループでは、ペットボトルのキャップを売却して世界の子どもにワクチンを届ける「エコキャップ推進運動」に参加。2012年末までにグループ全体で累計12,184,791個のキャップを回収し、15,041名分のワクチン寄付につなげました。



ポーラ・オルビスホールディングス オフィスでの回収BOX

09. 社会への貢献

④ タイのマングローブ植林活動と女性の社会進出支援を継続して実施

ポーラでは、タイに進出して約50余年となる経験を活かし、感謝の気持ちを込めて地元社会への貢献活動を続けています。環境保全の取り組みとしてタイのマングローブ林での植林活動を継続。また、女性の社会進出を支援するため、営業所約600拠点において女性が活躍できる職場の提供も継続しています。2012年は3月17日、18日にペップリー県の植物公園にて植樹を行い、41名の従業員とその家族が参加しました。



タイのマングローブ植林活動

⑤ 韓国クアナクサンで環境整備活動を実施

韓国オルビスでは、韓国のNPO団体「生命の森」、「冠岳山（クアナクサン）森作りボランティア」と共同で、環境活動の一環として、5月にクアナクサンの小川の整備を行いました。韓国オルビスの社員総出でスコップを持ち、小川に溜まった泥や葉っぱなどを取り除く作業に参加。また、10月には雑草除去の作業も行いました。今後も継続して、様々な活動を行っていく予定です。



韓国クアナクサンでの環境整備活動

⑥ ラオス、ガーナの教育活動支援のために寄付販売を実施

pdcaでは、発展途上国での学校建設及び教育活動を行うNPO法人「MEKOGA」に賛同し、ラオス、ガーナの学校開設を支援するため、地域密着を目的とした慶應義塾大学のイベントブースにて「ナチュリナ肌色UVクリーム」の寄付販売を11月に行いました。寄付販売成果は、10,500円となり、ラオス ノンサワン小学校の教室に電気を通す費用として活用されることになりました。小学校では、天候及び時間に関係なく学ぶことができるとともに、視力の低下も防げます。将来的にパソコンやテレビを使用した授業も可能になります。



ラオス ノンサワンの小学校での授業風景

(4) 文化・芸術支援活動

① 美術・芸術をもっと身近なものにする、銀座ギャラリーを運営

ポーラ ミュージアム アネックスでは、芸術をより身近に感じていただくため、年間を通じて、現代アートの企画展示などを無料実施しています。特に若手アーティストたちに発表の場を提供することで、創作活動を支援しています。2012年は、過去にポーラ美術振興財団での助成を採択された女性アーティストのグループ展などを開催。『華やぐ色彩』をテーマに美術評論家の木島俊介氏選考のもと、4名の女性アーティストによる色彩豊かな作品がギャラリーを彩りました。



『2012 華やぐ色彩展』
野口香子「あるひとつの折り」(2003年在外研修生)

② 化粧と文化の研究成果を広く社会に提供

ポーラ文化研究所では、ポーラ美術館の化粧道具展示以外に、全国の美術館や博物館での展覧会の企画支援、所蔵コレクションの無償貸し出しをし、地域支援とともに大人から子供まで広く化粧文化の理解拡大を行っています。2012年は東京・静岡などで4つの展覧会を実施。研究所発足以来36年間の継続的な活動は、各地域の文化活動に貢献するとともに、企業文化の形成、ブランド価値、グループ価値の向上に寄与しています。



「浮世絵美人くらべ」展(2012年)

③ 日本各地の伝統文化振興のため「伝統文化ポーラ賞」の贈呈を継続

ポーラ・オルビスグループが支援するポーラ伝統文化振興財団では、日本の伝統文化を明日へと継承する活動を行っています。「伝統文化ポーラ賞」は、伝統文化の分野で貢献し、今後も活躍が期待できる個人・団体に贈られます。2012年度は「蒔罨(きんま)の制作・伝承」(山下義人氏)と「人形浄瑠璃文楽人形の伝承・振興」(吉田玉女氏)が優秀賞に輝いたのをはじめ、奨励賞2件、地域賞5件が受賞しました。



第32回伝統文化ポーラ賞贈呈式

④ 若手芸術家への助成とポーラ美術館運営を支援

ポーラ・オルビスグループが支援するポーラ美術振興財団は、若手芸術家の在外研修、美術館職員の調査研究、美術に関する国際交流への助成を行っています。2012年度は35件の助成を行いました。また、箱根のポーラ美術館にて、一般の方々に美術品の展示・公開を行うとともに、作品の調査研究や教育普及活動にも取り組んでいます。2012年は、開館10周年記念展「コレクター鈴木常司ー美へのまなざし」などの企画展を開催しました。



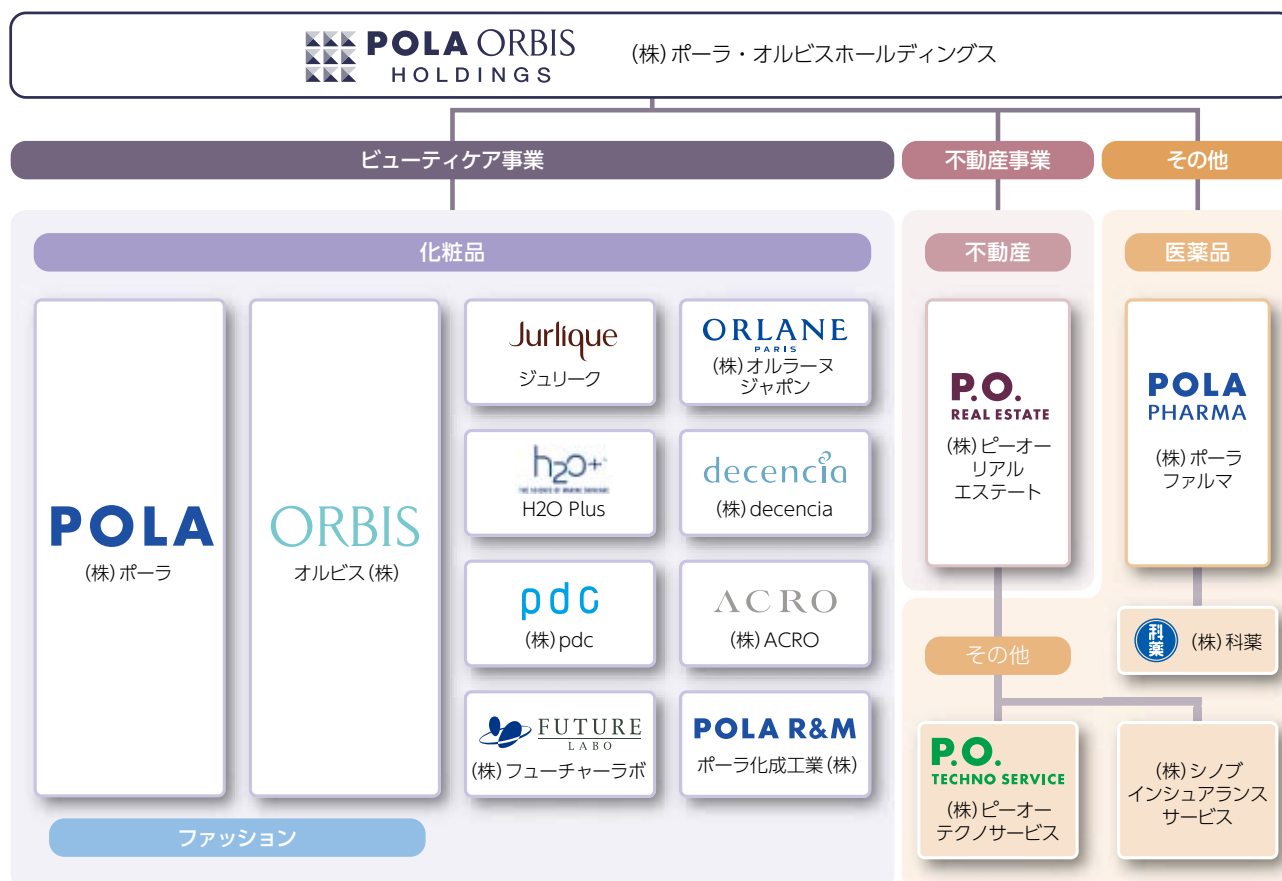
平成24年度採択者への目録贈呈風景

ポーラ・オルビスグループの組織

● ポーラ・オルビスホールディングス会社概要

名称	：株式会社ポーラ・オルビスホールディングス 東証第一部 4927
事業概要(連結)	：化粧品、ファッション、医薬品、不動産、その他
代表者	：鈴木 郷史
設立	：2006年9月29日
所在地	：〒104-0061 東京都中央区銀座 1-7-7 ポーラ銀座ビル
電話番号	：03-3563-5517(代表)
資本金	：100億円
URL	：http://www.po-holdings.co.jp/
従業員数(連結)	：4,490名
臨時従業員数	：2,154名(2012年12月31日現在)

[ポーラ・オルビスグループ主要企業組織図]



ポーラ・オルビスグループの歩み

- 1929 (昭和 4) 年 鈴木 忍が静岡で創業
- 1940 (昭和 15) 年 ポーラ化成工業 (株) を設立
- 1946 (昭和 21) 年 (株) ポーラ化粧品本舗を設立
- 1954 (昭和 29) 年 静岡工場完成
- 1960 (昭和 35) 年 ポーラ銀座ビル完成
- 1964 (昭和 39) 年 横浜研究所完成
- 1971 (昭和 46) 年 ポーラ五反田ビル完成
- 1976 (昭和 51) 年 ポーラ文化研究所開設
- 1977 (昭和 51) 年 袋井工場完成
- 1983 (昭和 58) 年 (株) 科薬へ資本参加 医薬品事業分野に進出
- 1984 (昭和 59) 年 オルビス(株)を設立
- 1992 (平成 4) 年 中央研究所完成 (現 横浜研究所)
- 1994 (平成 6) 年 第18回 IFSCC (国際化粧品技術者会連盟) 学術大会
ベネチア大会にて最優秀賞受賞
- 1997 (平成 9) 年 静岡工場・袋井工場「ISO9002」認証取得
- 1998 (平成 10) 年 第20回 IFSCC 学術大会カンヌ大会にて最優秀賞受賞
静岡工場・袋井工場「ISO9001」認証取得
- 2000 (平成 12) 年 静岡工場・袋井工場「ISO14001」認証取得
- 2002 (平成 14) 年 (株) ポーラ「新創業宣言」
- 2004 (平成 16) 年 袋井工場が緑化優良工場として内閣総理大臣賞受賞
- 2006 (平成 18) 年 純粋持株会社ポーラ・オルビスホールディングス設立
- 2007 (平成 19) 年 ホールディングス体制がスタートし、CSR推進室設置
- 2008 (平成 20) 年 第25回 IFSCC 学術大会バルセロナ大会 (基礎研究部門)にて最優秀賞受賞
- 2009 (平成 21) 年 (株) ポーラにて地域産業の活性化を目指す「3・9 (サンキュー) プロ
ジェクト」の活動開始
創業80周年事業の一環として新「ポーラ銀座ビル」完成
ポーラ ミュージアム アネックスにて特別企画「美術を変えた9人の画家」展 開催
- 2010 (平成 22) 年 (株) ピーオーリアルエステートの「子育て支援マンション (賃貸)」が
横浜市地域子育て応援マンションに認定
(株) ポーラ・オルビスホールディングスが東京証券取引所 市場第一部に上場
- 2011 (平成 23) 年 H2O PLUS HOLDINGS. LCC (米国イリノイ州シカゴ市) を子会社化
- 2012 (平成 24) 年 Jurlique International Pty Ltd (豪州南オーストラリア州) を子会社化
第27回 IFSCC 学術大会ヨハネスブルグ大会 (ポスター発表部門)にて最優秀賞受賞



創業当時、クリームのはかり売りで
使用した天秤



1965年頃の静岡工場



1977年、袋井工場完成



1992年、中央研究所 (現 横浜研究所)
完成



2008年、第25回 IFSCC 学術大会
バルセロナ大会 最優秀賞受賞



2009年、ポーラ銀座ビル
リニューアル



2012年、第27回 IFSCC 学術大会
ヨハネスブルグ大会 最優秀賞受賞

第三者意見

ポーラ・オルビスグループが取り組んでいる
様々なCSR活動に対して、ご意見を
いただきました。



ジャーナリスト
一般財団法人 女性労働協会
専務理事
福沢 恵子氏

朝日新聞記者を経て1990年にジャーナリストとして独立。その後東京家政大学人間文化研究所助教授、日本女子大学客員教授を歴任。2011年より一般財団法人女性労働協会専務理事、2012年より昭和女子大学特命教授。専門領域は女性の就業支援を中心に、キャリア開発論、メディアリテラシーなど。

私たちは企業の活動をその製品やサービスの利用、そこで働く人の存在、メディアでの露出などを通じて認識しています。しかし、CSRについては、そのひとつひとつの活動がメディアで詳細に取り上げられることはむしろ稀であり、それゆえに各企業の取り組みは独自の報告書で伝えることが必要になってきます。今回、この報告書で伝えられているポーラ・オルビスグループのCSR活動の具体的内容については、おそらくグループ内でも「これを読んで初めて知った」という方々が多いのではないのでしょうか。社員数やグループ企業が増えれば増えるほど、自分の所属する部門以外がなかなか見えにくくなっていくのは、どこの企業でも共通した状況です。

ポーラ・オルビスグループのCSRへの姿勢は、第三者の立場から見ると非常にオーソドックスで奇をてらわない真摯さを感じます。CSRを「基本的CSR」「事業的CSR」「選択的CSR」の3つの領域に整理し、各領域の明確な区分を設けているところ、さらには「事業的CSR」の中に「地域振興、地域産業の活性化」「雇用創出(新価値提供)」を挙げているところは、事業活動が自社の中だけで完結するのではなく、地域とのつながりの中でその立ち位置を確固たるものに行っていることがうかがえます。

また、事業内容を直接的に反映したCSR活動である介護施設や病院などでの美容ボランティア、皮膚科の女性ドクターを応援するコミュニティ「美肌 Café」の運営などは、多くのステークホルダーの共感をえられるものだと思います。

さらには、環境活動のひとつである「オルビスの森づくり」も、事業活動で紙を大量に使用することが取り組みのきっかけとなっている点など、CSRが日常の業務と密接

な関連性を持ち、自然な形で発展している点が結果的に説得力のあるものとなっています。

通常第三者がこのようなレポートを目にする機会はそれほど多くはなく、おそらくは投資関連での情報収集、研究者や学生などによる事例の収集、NPO・NGOが将来の協力関係先の候補を探すといった場合が多いと思われます。しかし、今回このレポートを拝見して感じたことは、たとえ直接的な利害関係がなくとも、一企業グループのCSRの活動を知るとは、その事業活動を総合的に理解することにつながるということでした。

私は大学でビジネスに関連した授業を担当していますが、ビジネスが単なる「モノやサービスを提供する」ということに留まらず、社会を変革し、新たな価値や可能性を作り出すというミッションを担っていることを、このCSRレポートは伝えてくれるように思います。これから社会に羽ばたいていく女子学生たちにとって、ポーラ・オルビスグループの女性管理職比率が17.9% (日本の平均は11.9%) であるということは、おおいに励みになることですし、「くるみん」の取得や体系化された階層別の研修が実施されていることも心強いことではないかと思います。このような情報は求人サイトでも公開している企業も見受けられますが、CSRレポートに着目すれば、その企業の経営理念や姿勢を具体的な行動に落とし込んだ形で見ることができるので、今後は就職活動の際の企業研究を行う学生のために閲覧を勧めたいと思いました。

このCSRレポートが、企業の存在と活動理念を伝えるための重要なツールとして、社内の各部署の相互の理解や社内外との適切な連携につながることを、私も一人の読者として期待しています。

編集後記

「CSRレポート2013」はグローバル化をテーマに以下の点に注力しました。また昨年の「CSRレポート2012」に対する第三者意見及び読者からのご意見などを参考に、誌面の充実を図りました。今年も皆さまのご意見やご感想をお待ちしています。

① WEBで詳細なフルレポートを、冊子でハイライトを掲載しました。

WEBではCSR専門家、SRI評価者、NPO・NGOなどを想定し、ガバナンスやパフォーマンスデータなどを充実。冊子は、従業員、お取引先、お客さまを想定し、ハイライト的なものとし、2つを使い分けることにしました。

② 報告書を日本語版と英語版の2種類作成しました。

CSRレポート2013は、日本語圏以外のステークホルダーを意識して、フルレポート版、ハイライト版ともに日本語版と英語版の2種類作成しました。

③ グループの本格的なグローバル化をCSRの視点から報告しました。

プレジデントメッセージ、及びそれに続く、Jurlique、H2O Plus 2社からのメッセージにて、グループが本格的なグローバル企業へと進化をとげていくことを、CSRの視点から報告しました。

④ グループ紹介の意味を込めて巻頭に6件のSPECIALレポートを掲載しました。

2012年の主だったCSR活動とそれを支える歴史的背景を、冊子巻頭に写真を大きく扱って読み物風に掲載。今回初めて当グループを知る海外のステークホルダーを意識して、グループのCSR活動の概要とその歴史について紹介しました。

⑤ ステークホルダー・ダイアログを開催しました。

CSRレポート2012に続き、CSR活動のグローバルスタンダードであるISO26000(ガイドライン)で重視されているステークホルダー・ダイアログ(対話)を開催し、その内容を掲載しました。

⑥ UCDAの認証を取得し、伝わりやすい誌面づくりに努めました。

CSRレポート2012に続きUCDA認証「伝わるデザイン」*を取得し、高齢者や色覚の違いなど様々な方の読みやすさを第一に、文字の大きさや色づかいに配慮しました。

*一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会(UCDA)が、第三者の公正な審査を経て、ユーザーにとって伝わりやすいデザインであると認証したもの。

今後ともグループ全体で事業的CSRのいっそうの飛躍を目指したいと考えています。

最後に、お取引先、ビジネスパートナー、NPO・NGOなどの皆さまに、CSRレポート作成の趣旨をご理解いただき、ご協力いただきましたことを、この場を借りてお礼申し上げます。

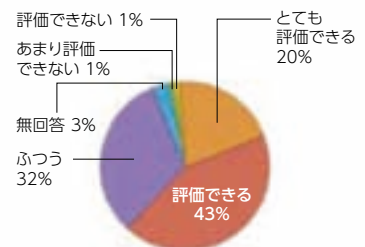
株式会社ポーラ・オルビスホールディングス CSR推進室

CSRレポート2012 読者アンケート結果のご報告

全体評価では、とても評価できる20%、評価できる43%を合計すると63%でした。また、CSR活動への評価では、とても評価できる20%、評価できる46%の合計が66%となりました。

- 私たちが思っている以上に社会(世界)に働きかけていること、その中の一人として自分も関わっているということで、仕事に対する取り組みが変わりました。
- 多方面で企業努力をしているということを理解し、私たちポーラレディもお客さまに喜んでいただけるよう努力します。
- 東日本大震災への取り組みが、わかりやすく良かったです。
- 全体的には難しく大変でした。何回か読まないと理解しにくかったです。
- 高齢なので字が小さくて読みにくいので、もう少し読みやすくしてほしいです。

〔全体評価〕



ご協力ありがとうございました。

〈アンケートのお願い〉

弊社WEBサイト(ホームページ)にて「CSRレポート2013読者アンケート」へのご協力をお願いしております。ぜひご意見・ご感想をお聞かせください。 <http://www.po-holdings.co.jp/>

ISO26000及びGRIガイドライン対照表

[illegible]

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
3. 報告要素			
【報告書のスコープおよびバウンダリー】 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 ・報告書内のテーマ、優先順位付け	・編集方針 ・編集後記	P2 P66	
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)	・報告対象組織	P1	
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			
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)			
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			
3.12 報告書内の標準開示の所在場所を示す表	・ISO26000及びGRIガイドライン対照表	P67-76	
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	P65	
4. ガバナンス、コミットメントおよび参画			
【ガバナンス】 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)	・ガバナンス体制	P31	6.2 組織統治
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)	・ガバナンス体制	P31	6.2 組織統治
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	・ガバナンス体制	P31	6.2 組織統治

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
4. ガバナンス、コミットメントおよび参画			
【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	・ステークホルダーとCSR活動 ・株主・投資家との良好なコミュニケーション	P27 P48	6.2 組織統治
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			6.2 組織統治
4.6 最高統治機関が利益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			6.2 組織統治
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			6.2 組織統治
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	・ボーラ・オルビスグループ理念 ・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域 ・行動綱領の制定及び遵守 ・長期ビジョンを策定	P1 P26 P28 P32 P47	6.2 組織統治
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遵守を含む）	・ガバナンス体制	P31	6.2 組織統治
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			6.2 組織統治
【外部のイニシアティブへのコミットメント】 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	・生産活動における環境目標と実績（リスクマネジメント）	P50	6.2 組織統治
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			6.2 組織統治
4.13 組織の（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			6.2 組織統治
【ステークホルダー参画】 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	・ステークホルダーとCSR活動	P27	6.2 組織統治
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			6.2 組織統治
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	・ステークホルダー・ダイアログの開催報告 ・ステークホルダーとCSR活動	P19－25 P27	6.2 組織統治
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・ダイアログの開催報告 ・ステークホルダーとCSR活動 ・お客さまの声を事業活動に活かす仕組み	P19－25 P27 P38	6.2 組織統治

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
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】 ◆マネジメントアプローチ 目標とパフォーマンス 方針 追加の背景状況情報			6.2 組織統治 6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展
【経済パフォーマンス指標】 ◆経済パフォーマンス EC1 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 EC2 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 確定給付型年金制度の組織負担の範囲 EC4 政府から受けた相当の財務的支援	・東日本大震災の復興支援	P57	6.8.3 コミュニティへの参画 6.8.7 富及び所得の創出 6.8.9 社会的投資
◆市場での存在感 EC5 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な新入社員賃金の比率の幅 EC6 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 EC7 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			6.4.4 労働条件及び社会的保護 6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展 6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展 6.8.5 雇用創出及び技能開発 6.8.7 富及び所得の創出
◆間接的な経済的影響 EC8 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 EC9 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	・地域振興・地域産業の活性化 地域社会への貢献 ・東日本大震災の復興支援 ・環境美化・保護活動 ・国際的な社会貢献活動 ・子育て支援・教育支援活動 ・文化・芸術支援活動	P53ー56 P57 P58ー59 P60ー61 P56 P62	6.3.9 経済的、社会的及び文化的権利 6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展 6.8.3 コミュニティへの参画 6.8.4 教育及び文化 6.8.5 雇用創出及び技能開発 6.8.6 技術の開発及び技術へのアクセス 6.8.7 富及び所得の創出 6.8.9 社会的投資
◆経済パフォーマンス EC9 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			6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展 6.8.5 雇用創出及び技能開発 6.8.6 技術の開発及び技術へのアクセス 6.8.7 富及び所得の創出 6.8.9 社会的投資

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
【環境】 ◆マネジメントアプローチ 目標とパフォーマンス	・ 2012年CSR活動実績（環境への配慮） ・ 生産活動における環境目標と実績	P29－30 P50	6.2 組織統治 6.5 環境
方針	・ CSR憲章 ・ 3つのCSR活動領域 ・ 環境方針	P26 P28 P49	
組織の責任	・ ガバナンス体制	P31	
研修および意識向上	・ CSR教育 ・ 将来を見据えた人材教育	P36 P46	
監視およびフォローアップ	・ ガバナンス体制 ・ モニタリング ・ ヘルプライン ・ 生産活動における環境目標と実績	P31 P36 P36 P50	
【環境パフォーマンス指標】 ◆原材料 EN1 使用原材料の重量または量	・ 2012年生産活動における環境負荷（原材料）	P51	6.5 環境 6.5.4 持続可能な資源の使用
EN2 リサイクル由来の使用原材料の割合			
◆エネルギー EN3 一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	・ 2012年生産活動における環境負荷 〔エネルギー（重油・都市ガス）〕	P51	
EN4 一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	・ 2012年生産活動における環境負荷 〔エネルギー（電気）〕	P51	
EN5 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	・ オフィスにおける環境への配慮 ・ 生産活動における環境目標と実績（地球温暖化防止）	P49 P50	
EN6 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率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	・ 太陽光発電システムの導入	P51	
EN7 間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	・ オフィスにおける環境への配慮	P49	
◆水 EN8 水源からの総取水量	・ 2012年生産活動における環境負荷（水資源）	P51	
EN9 取水によって著しい影響を受ける水源			
EN10 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			

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
【環境パフォーマンス指標】 ◆製品およびサービス EN26 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	・環境配慮型の商品開発の継続	P52	6.5 環境 6.5.4 持続可能な資源の使用 6.5.6 自然環境の保護及び回復 6.7.5 持続可能な消費
EN27 カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	・産業廃棄物の資源化の推進	P52	6.5 環境 6.5.4 持続可能な資源の使用 6.7.5 持続可能な消費
◆遵守 EN28 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			6.5 環境
◆輸送 EN29 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			6.5 環境 6.5.4 持続可能な資源の使用 6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進
◆総合 EN30 種類別の環境保護目的の総支出および投資			6.5 環境
【労働慣行と公正な労働条件】 ◆マネジメントアプローチ 目標とパフォーマンス	・2012年CSR活動実績(従業員)	P29-30	6.2 組織統治 6.4 労働慣行 6.3.10 労働における基本的原則及び権利
方針	・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域	P26 P28	
組織の責任	・ガバナンス体制	P31	
研修および意識向上	・CSR教育 ・将来を見据えた人材教育	P36 P46	
監視およびフォローアップ	・ガバナンス体制 ・PDCAサイクル ・モニタリング ・ヘルプライン	P31 P34 P36 P36	
【労働慣行と公正な労働条件パフォーマンス指標】 ◆雇用 LA1 雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力			6.4 労働慣行 6.4.3 雇用及び雇用関係
LA2 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 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	・全ての人が快適に働ける環境の整備	P43-44	6.4 労働慣行 6.4.3 雇用及び雇用関係 6.4.4 労働条件及び社会的保護
◆労使関係 LA4 団体交渉協定の対象となる従業員の割合			6.4 労働慣行 6.4.3 雇用及び雇用関係 6.4.4 労働条件及び社会的保護 6.4.5 社会対話 6.3.10 労働における基本的原則及び権利
LA5 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			6.4 労働慣行 6.4.3 雇用及び雇用関係 6.4.4 労働条件及び社会的保護 6.4.5 社会対話

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
【労働慣行と公正な労働条件 パフォーマンス指標】 ◆労働安全衛生 LA6 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			6.4 労働慣行 6.4.6 労働における安全衛生
LA7 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			
LA8 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	・メンタルヘルスケア	P43	6.4 労働慣行 6.4.6 労働における安全衛生 6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展 6.8.3 コミュニティへの参画 6.8.4 教育及び文化 6.8.8 健康
LA9 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			6.4 労働慣行 6.4.6 労働における安全衛生
◆研修および教育 LA10 従業員のカテゴリー 別の、従業員あたりの年間平 均研修時間			6.4 労働慣行 6.4.7 職場における人材育成及 び訓練
LA11 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	・将来を見据えた人材教育	P46	6.4 労働慣行 6.4.7 職場における人材育成及 び訓練 6.8.5 雇用創出及び技能開発
LA12 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			6.4 労働慣行 6.4.7 職場における人材育成及 び訓練
◆多様性と機会均等 LA13 性別、年齢、マイノリ ティ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 ゴリー別の従業員の内訳	・障がい者雇用率 ・女性管理職比率	P45 P43	6.3.7 差別及び社会的弱者 6.3.10 労働における基本的原 則及び権利 6.4 労働慣行 6.4.3 雇用及び雇用関係
LA14 従業員のカテゴリー別 の、基本給与の男女比			6.3.7 差別及び社会的弱者 6.3.10 労働における基本的原 則及び権利 6.4 労働慣行 6.4.3 雇用及び雇用関係 6.4.4 労働条件及び社会的保護
【人権】 ◆マネジメントアプローチ 目標とパフォーマンス	・2012年CSR活動実績(従業員)	P29—30	6.2 組織統治 6.3 人権
方針	・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域	P26 P28	
組織の責任	・ガバナンス体制	P31	
研修および意識向上	・CSR教育 ・将来を見据えた人材教育	P36 P46	
監視およびフォローアップ	・ガバナンス体制 ・PDCAサイクル ・モニタリング ・ヘルプライン	P31 P34 P36 P36	

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
【人権パフォーマンス指標】 ◆投資および調達に関する慣行 HR1 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			6.3 人権 6.3.3 デューディリジェンス 6.3.5 加担の回避 6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進
HR2 人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー（供給者）および請負業者の割合と取られた措置			6.3 人権 6.3.3 デューディリジェンス 6.3.5 加担の回避 6.4.3 雇用及び雇用関係
HR3 研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	・全ての人が快適に働ける環境の整備	P43ー44	6.3 人権 6.3.5 加担の回避
◆無差別 HR4 差別事例の総件数と取られた措置			6.3 人権 6.3.6 苦情解決 6.3.7 差別及び社会的弱者 6.3.10 労働における基本的原則及び権利 6.4.3 雇用及び雇用関係
◆結社の自由 HR5 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			6.3 人権 6.3.3 デューディリジェンス 6.3.4 人権に関する危険な状況 6.3.5 加担の回避 6.3.8 市民的及び政治的権利 6.3.10 労働における基本的原則及び権利 6.4.3 雇用及び雇用関係 6.4.5 社会対話
◆児童労働 HR6 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			6.3 人権 6.3.3 デューディリジェンス 6.3.4 人権に関する危険な状況 6.3.5 加担の回避 6.3.7 差別及び社会的弱者 6.3.10 労働における基本的原則及び権利
◆強制労働 HR7 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			
◆保安慣行 HR8 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			6.3 人権 6.3.5 加担の回避 6.4.3 雇用及び雇用関係 6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進
◆先住民の権利 HR9 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			6.3 人権 6.3.6 苦情解決 6.3.7 差別及び社会的弱者 6.3.8 市民的及び政治的権利 6.6.7 必要不可欠なサービスへのアクセス

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
【社会】 ◆マネジメントアプローチ 目標とパフォーマンス 方針 組織の責任 研修および意識向上 監視およびフォローアップ	・ 2012年CSR活動実績(地域社会との協働) ・ CSR憲章 ・ 3つのCSR活動領域 ・ ガバナンス体制 ・ CSR教育 ・ 将来を見据えた人材教育 ・ ガバナンス体制 ・ PDCAサイクル ・ モニタリング・ヘルプライン	P29—30 P26 P28 P31 P36 P46 P31 P34 P36	6.2 組織統治 6.6 公正な事業慣行 6.8 コミュニティへの参画及び コミュニティの発展
【社会パフォーマンス指標】 ◆コミュニティ SO1 参入、事業展開および撤退を含む、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	・ 地域振興・地域産業の活性化 地域社会への貢献 子育て支援・教育支援活動 ・ 環境美化・保護活動	P53—56 P58—59	
◆不正行為 SO2 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 SO3 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 SO4 不正行為事例に対応して取られた措置	・ リスク低減化計画 ・ CSR教育 ・ 将来を見据えた人材教育	P34 P36 P46	
◆公共政策 SO5 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 SO6 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			
◆反競争的な行動 SO7 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			
◆遵守 SO8 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			6.6 公正な事業慣行 6.6.3 汚職防止 6.6 公正な事業慣行 6.6.4 責任ある政治関与 6.8.3 コミュニティへの参画 6.6 公正な事業慣行 6.6.4 責任ある政治関与 6.8.3 コミュニティへの参画 6.6 公正な事業慣行 6.6.5 公正な競争 6.6.7 財産権の尊重 6.6 公正な事業慣行 6.6.7 財産権の尊重 6.8.7 富及び所得の創出
【製品責任】 ◆マネジメントアプローチ 目標とパフォーマンス 方針 組織の責任 研修および意識向上 監視およびフォローアップ	・ 2012年CSR活動実績(お客さま満足) ・ CSR憲章 ・ 3つのCSR活動領域 ・ 品質方針 ・ ガバナンス体制 ・ CSR教育 ・ 将来を見据えた人材教育 ・ ガバナンス体制 ・ お客さまの声を事業活動に活かす仕組み	P29—30 P26 P28 P37 P31 P36 P46 P31 P38	6.2 組織統治 6.6 公正な事業慣行 6.7 消費者課題

GRI指標	記載事項	ページ数	ISO26000の中核主題・課題
5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
【製品責任のパフォーマンス指標】 ◆顧客の安全衛生 PR1 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	・品質保証体制 ・品質保証活動 ・環境配慮型の商品開発の継続	P37 P37 P52	6.3.9 経済的、社会的及び文化的権利 6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進 6.7 消費者課題 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費
PR2 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			
◆製品およびサービスのラベリング PR3 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			6.7 消費者課題 6.7.3 公正なマーケティング、情報及び契約慣行 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費 6.7.6 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決 6.7.9 教育及び意識向上
PR4 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 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	・お客さま満足度調査	P38	6.7 消費者課題 6.7.4 消費者の安全衛生の保護 6.7.5 持続可能な消費 6.7.6 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決 6.7.8 必要不可欠なサービスへのアクセス 6.7.9 教育及び意識向上
【製品責任のパフォーマンス指標】 ◆マーケティング・コミュニケーション PR6 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遵守のためのプログラム			6.7 消費者課題 6.7.3 公正なマーケティング、情報及び契約慣行 6.7.6 費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決 6.7.9 費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決
PR7 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			
◆顧客のプライバシー PR8 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			6.7 消費者課題 6.7.7 消費者データ保護及びプライバシー
◆遵守 PR9 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			6.7 消費者課題 6.7.6 費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決



「CSR REPORT 2013」は、地球環境と読みやすさに配慮して制作いたしました



この報告書は、一般社団法人 ユニバーサル コミュニケーション デザイン協会が、第三者の公正な審査を経て、ユーザーにとって 伝わりやすいデザインであると認証したものです。