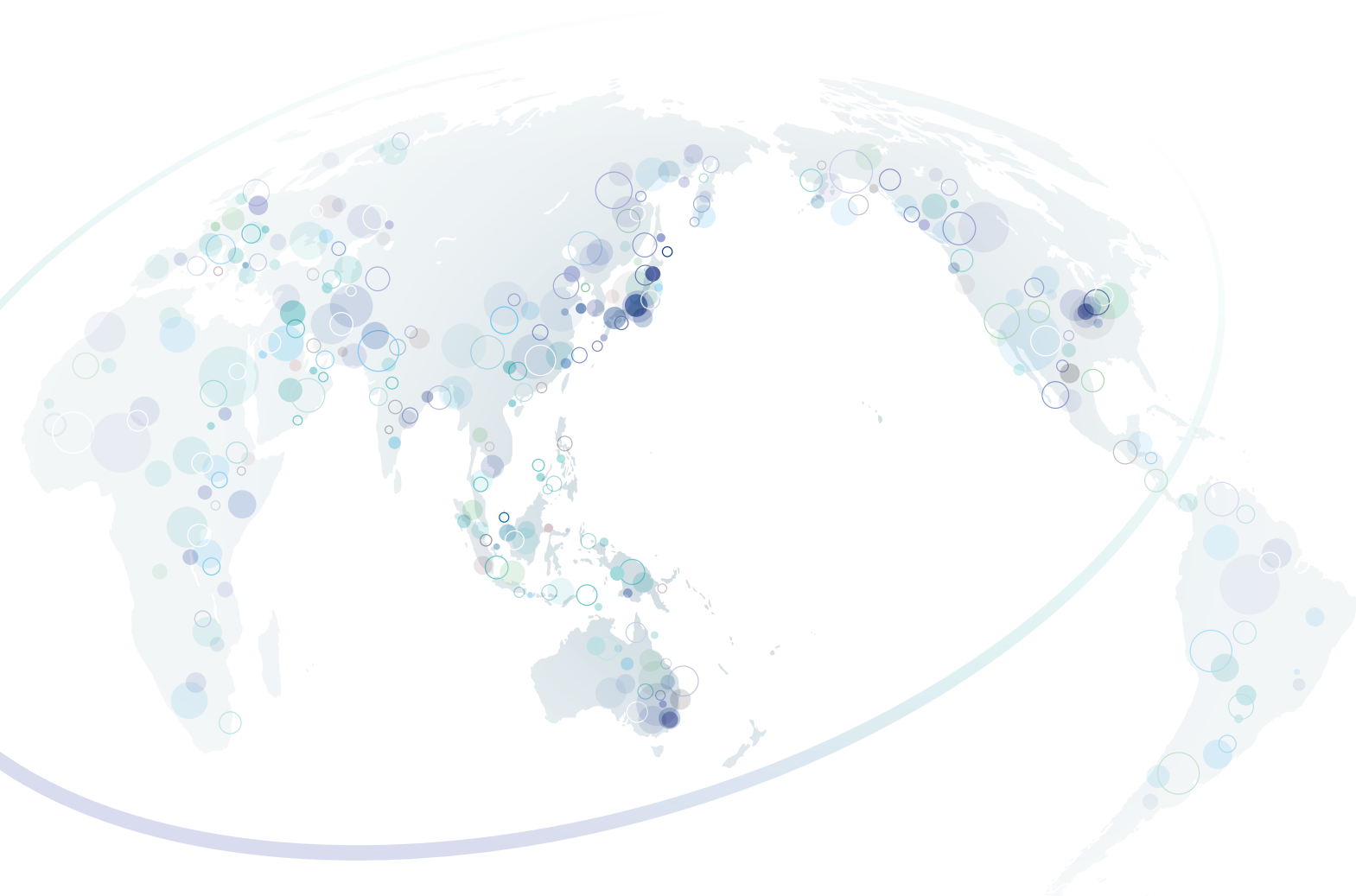




# CSR REPORT 2012

Corporate Social Responsibility

企業の社会的責任報告書

〔ハイライト〕

# 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。



写真提供：  
TABLE FOR TWO(TFT)

## 報告対象組織 グループ会社 29社

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.／株式会社pdc／株式会社フューチャーラボ／株式会社メディアラボ／株式会社オルラヌジャパン／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、2011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 1  |
| 目次、編集方針                 | P 2  |
| トップコミットメント              | P 3  |
| 特集1 ステークホルダー・ダイアログの開催報告 | P 5  |
| 特集2 東日本大震災と私たちの取り組み     | P 11 |
| ポーラ・オルビスグループCSR         | P 17 |
| 基本的CSR活動報告              | P 18 |
| 事業的CSR活動報告              | P 19 |
| 選択的CSR活動報告              | P 28 |
| 第三者意見／編集後記              | P 30 |

### 編集方針

ポーラ・オルビスホールディングスでは、3つの編集方針に基づいて、「CSRレポート 2012」を作成しました。

#### 1. 報告スタイルをWEBと冊子に分けました

CSRレポート 2012は、フルレポート(詳細内容)としてのWEB版とそのハイライトを掲載した冊子版の2つを作成し、読み手に合わせた使い分けができるよう配慮しました。

#### 2. ISO26000(ガイドライン)に対応

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。

#### 3. 東日本大震災への取り組みを掲載

震災が事業に与えた影響とともに、グループ各社や従業員の自発的な取り組みを掲載し、社会の課題と向きあう従業員一人ひとりの思いを伝えました。

本レポートを通じて全てのステークホルダーとのより良い関係構築を進めてまいります。

### 報告期間

2011年1月1日～12月31日

### 発行日

2012年3月29日発行

### 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

#### ウェブサイト

<http://www.po-holdings.co.jp/>

トップコミットメント

# 持続的な成長に向けて 新たな一歩を

ポーラ・オルビスグループは、時代のうねりを果敢にとらえ、  
変化を新たな価値の創造につなげるとともに、社会に役立つ企業を目指します。

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**

先の東日本大震災で被災された皆さまに心よりお見舞い申し上げます。皆さまが一日も早く生活を再建され、元の暮らしを取り戻されることを切にお祈りいたします。

## 株式上場を新たな飛躍の場に

ポーラ・オルビスホールディングスは、2010年12月に東京証券取引所 市場第一部に上場しました。上場は企業が「社会の公器」としての使命を帯びることであり、それにふさわしい持続的な成長に向けたビジネスモデルの变革を成し遂げなければなりません。

上場承認後、私たちは150社以上の機関投資家と面談を行い、グループを貫く事業理念とそれを具現化した事業戦略の達成に向け、「自らが自らを変革していく力」こそが強みであるとお話ししました。また、2011年には上場後初の株主総会を開催し、株主の皆さまと直接お話す機会を得ました。私は、グループで大切にしている“おもてなしの心”をもって丁寧な議事進行を心がけ、自らの言葉で分かりやすく報告するよう努めました。

株主の皆さまからは多数のご質問やご意見とともに、躍進の参考となる貴重なお声を数多くいただきました。

今後の経営に生かしていきたいと考えています。

株主の皆さまに評価をいただいているという緊張感をグループ全体で共有し、期待に応えてまいります。

## 高収益グローバル企業を目指し、海外展開へ

国内の化粧品市場は成熟期を迎えつつあります。一方、海外に目を向ければ、この市場が有望な成長分野であることは明らかです。

ポーラ・オルビスグループは、長期ビジョンとして、2020年に売上高2,500億円以上、海外売上高比率20%以上、金額で500億円の達成、営業利益率においても13~15%の業界トップ水準を目指しています。そのために、ポーラ、オルビスを中心とした既存事業の強化とM&Aによる成長加速という2つの戦略に取り組んでいます。

2011年7月、M&Aによりナチュラル・スキんケア製品ブランドを展開するH2O PLUS HOLDINGS, LLC(米国イリノイ州シカゴ市)を子会社化しました。また11月には、豪州をはじめとしてアジア・米国・欧州においてオーガニック原料由来のスキんケア及びボディケア製品



ブランドを展開するJurlique International Pty Ltd (豪州南オーストラリア州)のグループ入りを発表し、2012年2月に完全子会社化の手続きを完了しました。

今後はこれら2社との連携を強めつつ、新興国を中心とした海外市場に目を向け、グループ内経営資源の活用によるシナジーを創出しながら、ポーラ及びオルビスなど基幹ブランドとのアライアンスによりグローバル企業への歩みを着実に進めてまいります。

また、海外事業への参入により社内でのグローバル化を推し進め、それにふさわしい人材の育成に当たります。

私は国際人に必要な資質として、①自立していること、②柔軟性、③コミュニケーション能力が高いこと、④日本人としての自覚があること、⑤タフなこと、などが必要と考えています。こうした人材こそが海外展開の成否を握るものととらえ、この課題に全力を挙げて取り組んでまいります。

一方、CSR活動についても、グローバルスタンダードに沿った対応が必要と認識しています。2010年11月、CSRのグローバルスタンダードであるISO26000が公開され、2011年にはグローバル企業の多くがISO26000

に沿った対応を進めています。今後、重要性が増していくものと考え、グループにおけるCSR活動もISO26000の内容に沿って拡充しているところです。

### 震災の教訓を生かし、事業継続計画を策定へ

最後に、東日本各地を襲った大震災は、ポーラ・オルビスグループにも少なからず被害をもたらしました。詳しくは、本レポートの特集記事に記載させていただきました。その中でも多くの従業員が被災地の復興に役立ちたいという思いを抱き、グループ会社及び従業員一人ひとりが、社会の課題に目を向け、貢献していくとするCSR活動の実践が図られました。

また、化粧品の製造販売をコア事業とするグループとしては、今回の大震災の教訓を踏まえ、グループ全体で事業継続計画(BCP)における基本的見直しを完了することができました。今後、訓練を繰り返しながら、策定したBCPの有効性を検証し、実効性を高めていきます。

今後とも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。



# ステークホルダー・ ダイアログ<sup>※1</sup>の開催報告

## Convening of Stakeholder Dialogue

ポーラ・オルビスグループでは、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、社会が求めるより良い製品・サービスの提供とは何かを検証するため、社外のステークホルダーの皆さまと対話を行いました。その概要について報告します。

※1 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）が対話し、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。

### 第1回 ステークホルダー・ダイアログの開催報告

#### 討議テーマ ORBIS

## お客さま満足の向上を目指して

ポーラ・オルビスグループは、お客さま満足の向上をCSR活動の大きな柱の一つに掲げています。通信販売を中核事業とするオルビスでは、お客さま対応の充実に取り組んだ結果、日経ビジネスアフターサービスランキング(ネット通販)で3年連続一位を獲得するなど評価されました。ステークホルダーの皆さまの率直な声の中から多様化するお客さまのニーズを探り、サービスのさらなる向上を図るため、第1回のステークホルダー・ダイアログでは、オルビスのCRM<sup>※2</sup>の取り組みについて、有識者の皆さまのご意見をうかがいました。

※2 CRM：Customer Relationship Managementの略。情報システムを活用してお客さまとのより良い関係を築く手法。顧客データベースを元に、商品の販売から問い合わせ、クレーム対応など、お客さまのニーズにきめ細かく応え、利便性と満足度を高めることを目的としています。

#### 実施日時、実施場所及び参加者

日時：2011年9月2日(金)  
16:00～17:30

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  
ESGリサーチセンター長  
三浦 佳子氏 消費生活コンサルタント  
山田 メユミ氏 株式会社アイスタイル 取締役  
@cosme主宰

##### ●オルビス参加者

高谷 成夫 代表取締役社長  
上野 伸隆 CSR事務局長  
和田 恵里子 カスタマーコミュニケーション部  
部長  
野部 祥子 カスタマーコミュニケーション部  
お客様満足推進チーム 課長  
右近 雅美 マーケティング推進部 ウェブコ  
ミュニケーション開発担当

##### ●司会

小澤 ひろこ氏 新日本有限責任監査法人

※実施当時の肩書きとさせていただきます。

ご参加いただいた  
ステークホルダー  
代表の皆さま



足達 英一郎 氏  
株式会社日本総合研究所 理事  
ESGリサーチセンター長



三浦 佳子 氏  
消費生活コンサルタント



山田 メグミ 氏  
株式会社アイスタイル 取締役  
@cosme主宰

## 討議した課題と主な回答

第1回のステークホルダー・ダイアログでは、以下の3つの課題について討議を重ねました。

### 課題

## お客さまとのコミュニケーションについて

1

オルビスが重要と考えている「誠実さ」について、お客さまに十分に伝わっていない現状を変えていくにはさらにきめ細かなコミュニケーションが必要です。

#### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ① オルビスは、お客さま(消費者)を大切に、誠実に対応する取り組みが行われておりファンも多いと思います。しかし、対外的なアピールがまだ足りないのではないのでしょうか。オルビスをまだ知らない消費者に「誠実さ」をアピールしていく必要があります。(三浦氏)

- ② 新興国をはじめとする海外に進出する場合、化粧品という商材を通じた社会課題の解決に寄与するなど先駆的なチャレンジを期待します。また、その取り組みを対外的にアピールし、コーポレートブランドの充実を図ってください。(足達氏)



#### オルビスの回答

- ① まだ、アピール不足だと認識しています。「誠実さ」に取り組む背景や理由を説明するとともに、ウェブサイトのページ上部に「誠実さ」を示すことができるコンテンツを配置するなど、コンテンツ設計を工夫します。

- ② 化粧品事業を通じて社会問題の課題解決に努めています。東日本大震災の復興支援では、「いつもプロジェクト」を立ち上げ、被災者の“いつも”を取り戻す様々な支援をスタートしています。今後、海外での活動についても同様に検討していきます。それらを踏まえて「ブランド再構築」にも努めます。

### 課題

## 高感度な情報発信を

2

お客さまにオルビスを共感いただくには、ブランドの個性に則した情報発信の工夫が必要です。

#### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ① 工場見学など親子で参加できるプログラムや社会活動などの企業情報を分かりやすく伝える工夫が必要です。また、これらの取り組みをマスコミに登場させるなど社会に露出させていくことも重要です。(三浦氏)



#### オルビスの回答

- ① 企業情報を分かりやすく伝えていくように努めます。ウェブサイト上で、化粧品の製造過程が分かる「バーチャル工場見学」のコンテンツを設けるなどのアイデアを検討しています。

## 課題 2 高感度な情報発信を

### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ② オルビスの従業員が実名で情報を伝えていくなど情報の注目度を高めていくことが大切です。(足達氏)
- ③ 海外では、専門スタッフが実名で消費者からの質問に回答し、FAQとして公開している事例もあります。SNS（人と人のつながりを促進するコミュニティ型のWEBサイト）などを活用した個人の情報発信力を重視し、活用を進めるべきです。(山田氏)



### オルビスの回答

- ② お問い合わせへの回答は、製品ごとに開発担当者が行うなど実名での対応を検討しています。
- ③ SNSを活用した双方向のコミュニケーションを検討します。

## 課題 3 お客さまの要請にいかに応えるか

- 3 多様化するお客さまの声(要請)に応える  
“応答能力”をさらに向上させる必要があります。

### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ① CSRのR[Responsibility]は、「Response(応答する)」と「ability(能力)」の造語で「応答能力」ととらえるべきで、この「応答能力」は、ステークホルダーからの要望に対し「Comply with or Explain(これに従うかまたは説明する)」であり、消費者の要望に従う、もしくは説明することを指しています。この考え方は、グローバルスタンダードになりつつあります。昨今は、お客さま(消費者)の要望に従うことよりもきちんと説明責任を果たすことが求められています。(足達氏)



### オルビスの回答

- ① 今後はホームページや媒体で経営者自身がオルビスのあるべき姿を語り、企業活動についての説明責任を果たしていきます。また、「応答能力」については、誠実な対応になっているかどうかを中心に評価し高めるよう努めます。

- ② 寄せられた声を、「お客さまの声」か「社会の声※」かを聞きわける必要があります。社会の声への対応は社会や時代の変化などを考慮しながら、適切に判断していくことが重要です。(足達氏)

※ 社会の声(ソーシャルセンシング): 目の前のお客さまだけのことを考えるのではなく、お客さまを広く消費者全体ととらえ、何が求められているか判断し、対応することが求められています。

- ② オルビスに寄せられる年間約9万件の声を経営者自らが把握し、全社で共有して「お客さまの声」と「社会の声」に振り分け、対応策を考えます。  
また、外部識者との対話の機会を定期的に設け、社会が必要としていることを認識した上で情報発信に努めます。

## ダイアログを終えて

今回のダイアログは、外部の客観的な声を聞くまたとない機会となりました。有識者の皆さまからは、ウェブコンテンツの充実、電話対応能力の向上のほか、「社会の声」にいかに対応するかなど貴重なアドバイスを頂戴しました。現在、オルビスはブランドの再構築中であり、このダイアログで得られた様々な意見を参考にし、ブランドに共感いただけるお客さまを増やすため、情報発信力の向上に努めてまいります。



## 第2回 ステークホルダー・ダイアログの開催報告

討議テーマ **POLA**

# 女性を応援する企業で ありつづけるために

いつまでも「美しくありたい」と願う全ての女性たちを、お客さま・ビジネスパートナー・社会とのアライアンスをとおして、より深く、より広く、より強くサポートするのがポーラの女性応援(AAA宣言)活動です。

第2回のステークホルダー・ダイアログでは、ポーラの女性応援の取り組みが、社会や消費者の皆さまにどのように映り、どのような成果を上げてきたのか、昨年の活動を評価いただくとともに、消費者の視点で欠けているところはないかなど、さらなる飛躍に向けて有識者の皆さまのご意見をうかがいました。



**AAA宣言：**アンチエイジングアライアンス宣言の略。今の自分に自信をもち、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考えています。芸術、技術、知性、感性、そして人。本物にどれだけ触れるかで人は心も体もより美しく、豊かになります。「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。

### 実施日時、実施場所及び参加者

日 時： 2011年11月9日(水)  
15:00~17:00

会 場： ポーラ 五反田第二ビル  
地下第三会議室

参加者：

#### ● ステークホルダー代表（有識者）

矢野 貴久子氏 株式会社カフェグローブ・ドットコム  
代表取締役社長

福沢 恵子氏 ジャーナリスト  
財団法人女性労働協会  
専務理事

渥美 由喜氏 内閣府男女共同参画会議  
専門委員

#### ● ポーラ参加者

小西 尚子 常務取締役

及川 美紀 商品企画部長

末吉 誓子 販売企画部長

山本 史織 人事部

#### ● 司会

小澤 ひろこ氏 新日本有限責任監査法人

※実施当時の肩書きとさせていただきます。

ご参加いただいた  
ステークホルダー  
代表の皆さま



矢野 貴久子 氏  
株式会社カフェグローブ・ドットコム  
代表取締役社長



福沢 恵子 氏  
ジャーナリスト  
財団法人女性労働協会 専務理事



渥美 由喜 氏  
内閣府男女共同参画会議専門委員

## 討議した課題と主な回答

第2回のステークホルダー・ダイアログでは、以下の3つの課題について討議を重ねました。

### 課題 AAA宣言のあるべき姿について

- 1 AAA宣言には、女性の生き方を応援するメッセージが込められていますが、より広く浸透させるために、もっと強く打ち出す必要があります。

#### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ① 「AAA(アンチエイジングアライアンス)」の「Anti」は否定的な印象を与える可能性があります。年齢を重ねることを肯定する「Accept」の考え方が重要であり、「Accept」の考え方が含まれていることを打ち出していくべきです。(福沢氏)
- ② 昔は、年配の女性が積極的に社会に出ることが少なかったため、素敵に年を重ねた50～60代の女性像がイメージしにくい状況でした。年齢を重ねることに誇りを持ち、そうした生き方の「美しさ」をAAAのメッセージとして打ち出すことが重要です。(福沢氏)



#### ポーラの回答

- ① 確かに社内でも否定表現について賛否両論ありました。ご指摘いただくことで、AAAの本質が浮かび上がってきます。それを意図してあえて「Anti」とした経緯があります。真意はまさに「Accept」ですから、まだまだ打ち出し方が弱いと考えています。
- ② AAAを通じて、年齢にかかわらず生き活きた人生を美しく過ごしておられる人を紹介するなど、「生き方としての美しさ」をメッセージとして伝えます。

### 課題 AAA宣言について

- 2 どのような女性に、どのような支援が必要かなどの仕組みづくりを検討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

- ① AAA活動の対象となる女性の範囲を広げるのはどうでしょうか。例えば、以下のような様々な背景を持つ女性を「応援」してはいかがですか。
- 例) 競技時にメイクが必須ではないスポーツ選手の女性/力仕事などの男性が多い仕事に従事している女性/ジェンダーの問題が深刻な国で頑張っている女性など。(渥美氏・福沢氏)



#### ポーラの回答

- ① 誰に対して、どのように応援していくのか、明確にする必要があります。2年目に入り、もっとターゲットを明確にして、その方々にふさわしい支援のあり方を模索していきます。今後、様々な背景を持つ女性の対象ごとに取り組みを整理し、フェーズをつくりながら進めていきます。

## 課題 2 AAA宣言について

### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ② 女性が「応援されている」と実感できる取り組みが重要です。例えば、管理職に女性枠を設けるクォータ制度の導入や女性管理職のロールモデルを示すことなどが挙げられます。(矢野氏)



### ポーラの回答

- ② 昨今、「生き方・働き方」の価値観が多様化している中、昇進・昇格だけでなく、自分らしく働き続けたという女性・男性が増えています。多様な価値観を持つ社員を応援するには、多様なロールモデルを示していく必要があります。社員が「応援されている」と実感する施策についても検討しているところです。

## 課題 3 AAA宣言の情報発信について

### 3 多様なメディアを使った情報発信による女性応援活動の展開が求められています。

### ステークホルダーからのご意見・ご指摘

- ① 情報発信の軸を持ちつつ、様々な媒体を通じて情報発信するのはどうでしょうか。例えば、ソーシャルメディアや雑誌などを通じて情報発信し、最終的にはAAAのホームページに集約させるなどが考えられます。(矢野氏)



### ポーラの回答

- ① 情報発信については、すでに新聞広告や雑誌で記事掲載を行うなど、女性支援につながる文化芸術活動、チャリティ活動、あるいは社内外のイベントやセミナーなどを通じて進めていますが、まだ十分ではありません。今後も多様なメディアを使った情報発信や女性応援活動に取り組みます。

- ② お客さまにとって身近な存在であるポーラの社員がAAAのコンセプトを紹介するのはどうでしょうか。  
例) ビューティーアドバイザーや研究職などの専門家が美しさを保つ秘訣を発信・紹介する／AAAのコンセプトに合致した女性社員をアンバサダーとして紹介し、生き方や考え方、あるいは食生活など、美しくなる秘訣を発信する。(渥美氏・福沢氏)

- ② 社員自らがAAAを語ることにより、ポーラのダイバーシティ化人事制度、女性の登用、訪問販売現場における女性の活躍などを紹介してまいります。

## ダイアログを終えて

ポーラの女性応援活動は、1937年に京都で最初のポーラレディが誕生した時に始まりました。ポーラは過去70年間で延べ数百万人の女性の就労機会を生み出し、その活動を支援する中でポーラ自身も大きく発展することができました。そして現在、女性の社会進出で生き方・働き方も多様となり、そのあり方も大きく変わりつつあります。女性応援活動も大きく変化し、その活動を単なる支援から、アライアンスを通じた活動へと深化させていこうと考えています。ステークホルダー・ダイアログから得られたご指摘について検討を加え、ポーラらしさを実感できる女性応援活動にしたいと思います。

特集 2

# 東日本大震災と 私たちの取り組み

## Progress after The Great East Japan Earthquake

2011年3月11日、東日本を襲った大震災は各地に大きな爪痕を残し、今なお多くの人々に不自由な生活を強いています。ポーラ・オルビスグループでは、震災直後から人的支援、義援金、生活必需品の送付などの支援活動を実施しました。また、ポーラでは被災地の特産品を販売、オルビスでは被災地の皆さまが日常を取り戻すための「いつもプロジェクト」を立ち上げ、従業員個人が復興支援活動を行うなど社会的課題に目を向けたCSR活動が行われました。

## グループへの影響と対応

### (1) 人的被害について

グループ全従業員の安否確認の結果、グループ従業員1名が負傷したものの、家族などの無事が確認できましたが、ポーラのビジネスパートナーである営業所長及びポーラレディ12名が亡くなり、21名が行方不明になるなど、尊い犠牲がありました。心からご冥福をお祈りいたします。

### (2) 施設などの被災状況について

#### ■ 本社及び事業所

- グループ各社の本社及び事業所における施設の損壊はひび割れなど軽微なものにとどまりました。ポーラ東東京エリア水戸教育センターは、液状化現象による地盤沈下で事務所を移転しました。

#### ■ 営業拠点

- ポーラのビジネスパートナーが運営する営業所では、全国約4,500店のうち全壊は7店舗、半壊は15店舗となりました。福島第一原子力発電所の事故による避難は12店舗に及びました。被災地の罹災商品の返品手続きの簡素化や特別貸付金制度の創設などにより復興に向けた対応を取りました。
- オルビスのオルビス・ザ・ショップの全国約110店のうち5店舗が一時営業休止となったものの5月上旬までに全店舗の営業再開を果たしました。また、被災地の百貨店2店舗が一時営業休止したことによる影響がありましたが、3月26日までに営業を再開しました。

#### ■ 生産・研究拠点

- ポーラ化成工業の2工場(静岡市・袋井市)、1研究所(横浜市)、ポーラファルマの生産子会社である科薬の2工場(ふじみ野市・所沢市)とも被害は最少で正常稼働させることができました。

#### ■ 物流拠点

- オルビス羽生流通センター(埼玉県)では、倉庫で天井損壊、倉庫保管ラックからの商品落下、ピッキングライン損傷などの被害がありました。バックアップの結果、復旧を果たしました。

## グループとしての被災地支援

### (1) 支援物資について

グループの主力会社であるポーラ、オルビスを中心に約19万点にのぼる支援物資を宮城県女川町、登米市など計9カ所に送りました。主な内訳は以下のとおりです。

|        |           |          |
|--------|-----------|----------|
| ポーラより  | ヘアケア・衛生用品 | 約55,000個 |
|        | 女性用下着     | 約30,000点 |
|        | 食品(粉末スープ) | 約51,000個 |
| オルビスより | ヘアケア      | 約10,000個 |
|        | 女性用衣類     | 約9,100点  |
|        | 化粧品・食品類など | 約36,500個 |



多くのエリアから集められた救援物資をトラックに積み込む



救援物資を積み込んだ4トントラック2台が五反田ビルを出発

### (2) 義援金について

- 日本赤十字社を通じての寄付：総額156,386,934円

|                           |             |
|---------------------------|-------------|
| グループ会社からの義援金              | 30,000,000円 |
| 従業員・役員の自発的な募金             | 53,326,934円 |
| ポーラの3～4月の売上金額に対する一定相当額の寄付 | 73,060,000円 |

- ポーラのビジネスパートナー向けの義援金：35,623,156円(2011年5月17日現在)

### (3) 被災地特産品の販売による支援

#### お客さまの力を借りて被災地支援を実施

ポーラでは、多様化拡販部 直販・展示販売チームが中心となって被災地の物資販売支援を実施。7月より全国各地で開催する展示販売会の各会場において、宮城県や岩手県産素材を使ったバッグやアクセサリ、岩手県宮古の焼き桐筆筒など、約20品目を販売し、産業復興の側面から支援を行いました。被災地の産業支援と雇用の確保に尽力しました。



被災地の生産品である宮古の焼き桐筆筒を販売

#### 被災地の産業復興に役立ちたい

昨年7月まで仙台に赴任しており、私自身も被災しました。震災の影響により被災地の産業は大きな痛手を受け、何かできることはないかと思っていました。被災地に少しでも元気をと、産業復興と雇用確保につながるよう、全社の協力の下、被災地特産品の販売を実施しました。多くの関係者やお客さまにご賛同をいただき、被災地の皆さまにポーラの思いを伝えることができました。



鹿野 直哉  
ポーラ  
多様化拡販部  
直販・展示  
販売チーム

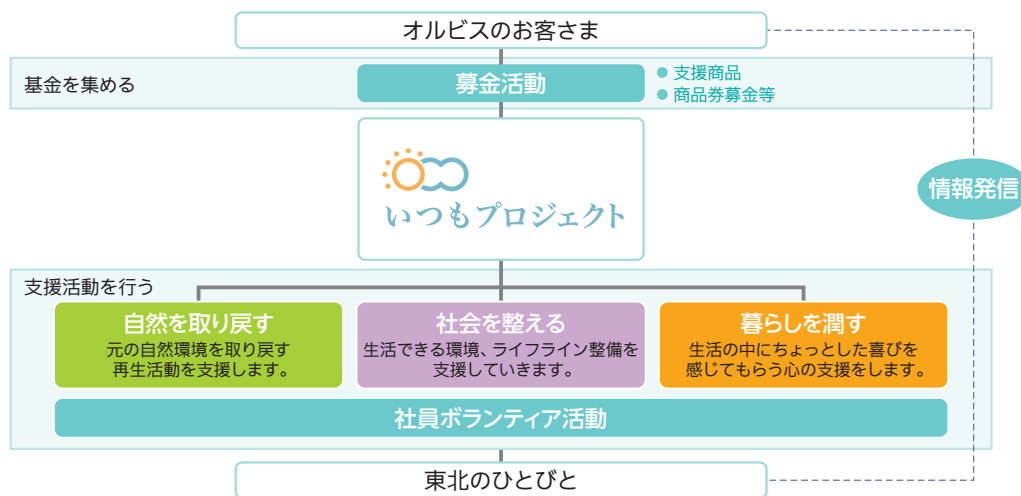


#### (4) 被災地を支援するオルビスの「いつもプロジェクト」

オルビスでは、対象商品1点につき10円及び限定商品のお買い上げ金額の一部の寄付のほか、通信販売ご利用のお客さまに差し上げた商品券(オルビス商品購入券)をお客さまの意思で支援金として寄付、また店頭販売でのポイント募金などにより、「いつもプロジェクト基金」を運営し、被災地の復興支援に役立てる活動を実施しています。

支援活動の対象分野として、「自然を取り戻す」「社会を整える」「暮らしを潤す」の3つを設定し、お預かりした基金でそれぞれの活動を支援していきます。2011年12月31日現在の累計は67,227,084円。オルビスのホームページでは、「いつもプロジェクト」に対するご意見やご提案も募っています。

[ いつもプロジェクト全体図 ]



##### 〈プロジェクト事例から〉仮設住宅の壁をアートで彩る

「いつもプロジェクト」の一環として一般財団法人 JustGiving Japan™を通じて「くらしのある家プロジェクト」をサポートしました。9月に宮城県石巻市の仮設住宅で行われたこの取り組みでは、無機質な壁面をハートフルに彩りました。



##### これからも良きパートナーとして

オルビスの皆さまは、私たちの理念に共感していただき、JustGiving Japan™を通じた社員によるファンドレイズ(寄付集め)活動に取り組んでおられます。震災発生後は、JustGivingを通じて「くらしのある家プロジェクト」と協働し、被災地に「いつも」を取り戻す活動に取り組んでおられます。無機質で自分の家の見分けもつかない仮設住宅に、アートの力を活用して一緒に絵を描くことで彩りや温もりのある「普段の生活」を取り戻すものです。オルビスの皆さまには、これからも良きパートナーとしてお力添えをいただけたら幸いです。



佐藤 大吾 氏  
一般財団法人  
JustGiving  
Japan™ 代表理事

## 従業員とビジネスパートナーによる取り組み

希望があれば元気になれる——

東日本大震災の後、当グループの従業員たちは

ビジネスパートナーの皆さまと連携しながら、様々な自発的取り組みを始めました。

ここに取り上げたのは、グループ会社、部門、個人の垣根を越えて取り組まれた支援活動の一部です。

### 被災地の人々の中へ

この震災では、一人ひとりがグループ行動綱領にある「社会貢献を通じた企業市民として」の責務を果たしています。それぞれの思いの中から生まれた活動について紹介します。

#### 仮設住宅でハンドマッサージなどを実施

ポーラの京都エリアでは、東山崎営業支店長の橋口和子さんを中心に33名の有志がボランティアチームを組み、宮城県仙台市内の仮設住宅(5カ所)でハンドマッサージやフェイシャルマッサージ等を実施しました。南東北エリアの仲間が事前にチラシを配布し、開始前から行列ができ、被災者の方々からたくさんの感謝の言葉と“笑顔”をいただきました。



ハンドマッサージ風景

#### ひたすら前を向いて

自分たちができることは何かと考え、幾度となくミーティングを重ねて、ハンドマッサージ及びフェイシャルマッサージ等を実施しました。東北へ関心を持つ人が増えることで復興への手助けになればと願って計画しました。東北の皆さんのたくましい姿に感動し、逆に励まされ、“生かされていること”に感謝の気持ちを強くしました。私たちがひたすら前を向いて生きていこうと誓いました。



橋口 和子  
ポーラ東山崎  
営業支店 支店長

#### 「フェアリー ジャパン POLA」が復興支援演技会を開催

ポーラがビューティサポートを行っている新体操ナショナル選抜団体チーム「フェアリー ジャパン POLA」が、5月22日に被災地で復興支援演技会を開催しました。被災して練習できない中学生・高校生など500名が参加、演技だけでなく、“新体操クリニック”も実施し、交流を深めました。



復興支援演技会後の記念撮影で子供たちと喜びを分かち合うフェアリー ジャパン POLA

#### いただいた勇気と希望

震災後、地域一帯は津波による瓦礫野原になり、もう新体操はできないかもと落胆していました。しかし、日本を代表する選手たちが本校に来てくださったことは、本当に感激でした。体育館の破壊や住居の流出、計り知れない被害を受けましたが、生きる勇気と希望をいただきました。その後の応援を通じた交流により、子供たちは見違えるように上達していきました。



松浦淳子先生(仙台市立高砂中学校 新体操部顧問)と新体操部の皆さん

## 被災地の人々の中へ

### 陸前高田への物資支援

ポーラファルマの伊藤貴子さんは、スポーツを通じて交流のあった陸前高田市のために、仲間21名とともに陸前高田応援団を結成。仲間とその友人たちの協力で、ダンスや押入れに眠る未使用衣料品などや、節約募金（節約した額を募金する）で現地に必要なものを送付しました。



地元民のニーズを把握して行われる  
災害ボランティアの活動

### 継続を力に、息の長い取り組みを

スポーツを通じて知り合ったメンバー数人が震災で亡くなり、生き残ったメンバーも難儀な生活を強いられています。何か役に立ちたいと、仮設生活での不足品の支援を6回、現地でのボランティア活動を6回実施しました。被災地が復興するには10年以上かかると思いますが、すでに対岸の火事や遠い記憶になりつつあるようです。現地では忘れ去られることを心配する声もあります。周囲の皆さんと連携して今後もボランティアを続けていきたいと思っています。



伊藤 貴子  
ポーラファルマ

### 炊き出し&マッサージサービス

ACROの石川雅子さんは、4月に友人30名とともにマイクロバスで往復14時間かけて石巻へ。オルビスに協力を仰ぎスキンケア、シャンプーなど約5,000個や衣料品、日用品を届けました。また、ボランティアとして、炊き出しとプロのセラピストによるマッサージサービスを行いました。



炊き出しの様子

### 得意分野で友人達と協力

石巻中学校で避難生活をしていた知人に現地で何が必要かを確認し、大人用の衣料、子供服、スキンケアなどを友人たちと付き合いのある企業に協力依頼しました。予想以上に善意が集まりました。現在、「ふんばろう東日本」の「ミシンでお仕事プロジェクト」で被災された女性たちの雇用や収入創出のための活動を続けています。



石川 雅子  
ACRO

### バンド活動で被災地支援

科薬の恒成貴司さんは、仲間とともに特技を生かした歌やバンド活動を通して被災地への支援プロジェクトを立ち上げました。ライブを開催し、お客さまが購入したチケットの収益金を全額寄付しました。職場で協力してくれた仲間とともに、当日のお客さまとの「絆」も確認し、素晴らしい公演となりました。募金活動とチケット代で計115,228円を寄付しました。



会場で書いてもらったメッセージフラッグ

### 仲間とともに、できることから

バンドの仲間や職場のボランティア活動チームの協力が得られ、自分でも貴重な体験ができました。会場で書いてもらった被災地へのメッセージフラッグには、子供からお年寄りまで沢山のコメントが寄せられました。感謝の気持ちで一杯です。



恒成 貴司  
科薬

## 明日につなげる課題

突然の予期せぬ災害は、私たちに多くの課題を突き付けています。  
震災の教訓を風化させるのではなく、そこから得られた経験や反省をベースに、  
私たちは災害に強い社会の発展に役立ちたいと考えています。  
この震災から私たちが得た教訓や成果は以下のとおりです。

- ① 営業拠点が多数被災したポーラでは、対策本部が中心となって様々な支援活動が行われました。しかし、グループ会社全体を取りまとめるマニュアルの整備などに課題を残しました。
- ② 取引先の一部に被災が及び、新製品の発売などに計画の変更が生じました。今後予想される災害に備え、持続的な事業継続の観点から初期対応を含めたBCP(事業継続計画)を策定しました。また、ポーラ化成工業を中心にサプライチェーンを巻き込んだBCPの策定にも着手しています。
- ③ 初期対応においては、震災用備品の確保や帰宅困難者への対応など反省すべきところもあり、あらためて初期対応を見直しました。
- ④ 予期せぬ原発事故をきっかけに、計画停電の実施とそれに伴う節電対策が大きな課題となりました。グループでは、政府による大口・小口需要家と一般家庭に対し一律15%の節電対策に対して、独自に掲げた25%の削減目標を上回る成果を達成することができました。今後も継続的な対応を進めていきます。

## BCP(事業継続計画)の策定

東日本大震災におけるグループの被災状況は、幸いにも事業の継続に大きな支障を及ぼすものではありませんでした。しかし、今後新たな大規模自然災害に備えて、従業員の安否確認や帰宅困難者の帰宅判断など初期対応に万全を期することが重要課題となっています。

グループでは、2011年6月よりグループ主要会社における事業継続に関わる対応状況について現状調査を行い、課題と対策を検討しました。その結果、グループ各社の事業継続計画(BCP)における基本的見直しを完了することができました。今後、訓練を繰り返しながら、策定したBCPの有効性を検証し、実効性を高めていく予定です。



震災後に行われた消防及び避難訓練。初期対応の重要性を再確認した

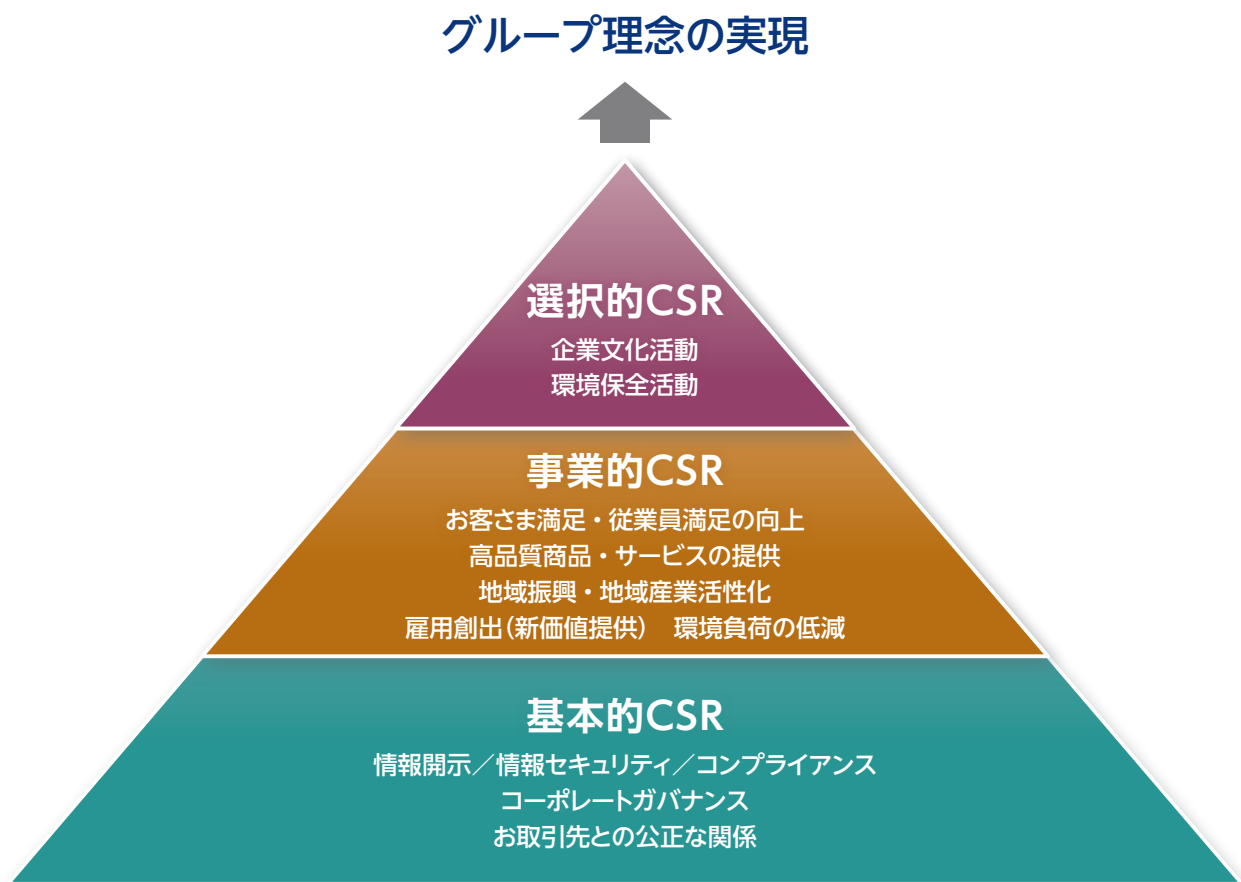


銀座連合会主催の地域の防災訓練

# ポーラ・オルビスグループのCSR

## 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およ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。



# 基本的CSR活動報告

## Fundamental CSR

### 信頼される企業であるために

ポーラ・オルビスグループでは、透明性の高いガバナンス体制を構築し、コンプライアンス経営の基本方針に沿った経営の基盤づくりに全力をあげています。

[ 2011年の基本的CSR活動概要 ]

| テーマ             | 2011年の<br>取り組み計画 | 2011年の主な活動実績                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 自己<br>評価 | 次年の主な活動計画                                                                                                                           |
|-----------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| コンプライアンス<br>の強化 | CSRの理解浸透         | <ul style="list-style-type: none"> <li>行動綱領及びCSR憲章の理解を深めるための『CSRハンドブック』の配布と誓約書の取得、読み合わせの実施</li> <li>グループCSR賞表彰制度を実施</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     | ★★       | <ul style="list-style-type: none"> <li>『CSRハンドブック』読み合わせの徹底</li> <li>グループCSR賞表彰の継続実施</li> </ul>                                      |
|                 | リスクマネジメントの強化     | <ul style="list-style-type: none"> <li>リスク低減化計画を策定し、進捗管理を実施</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>全社リスクマネジメントの進捗管理の継続実施によるリスク低減化</li> </ul>                                                    |
|                 | CSR教育の展開         | <ul style="list-style-type: none"> <li>新入社員CSR導入研修の実施(各社CSR事務局)</li> <li>新任コンプライアンス職場推進担当者及び事務局員などへのコンプライアンス学習と理解度テストの実施(7月11日～8月22日)</li> <li>管理職昇格者へのコンプライアンス学習と理解度テストの実施(7月11日～8月22日)</li> <li>ポーラ中国現地スタッフに対するCSR研修の実施(11月24日、12月16日)</li> <li>CSR・コンプライアンス講演会の実施(テーマ:インサイダー取引 9月2日～20日)</li> <li>CSR・コンプライアンスe-ラーニングの実施(テーマ:CSRの理解、東日本大震災から学ぶべきこと、インサイダー取引、働きやすい職場環境とは 8月22日～9月30日)</li> </ul> |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>各種階層別研修、講演会、e-ラーニングなどを通じたCSR・コンプライアンス教育の継続実施</li> </ul>                                      |
|                 | モニタリングの実施        | <ul style="list-style-type: none"> <li>「コンプライアンス従業員意識調査」及び「従業員満足度調査」の実施(6月9日～23日)</li> <li>ヘルプライン制度の周知・運用</li> <li>モニタリング結果により次年度改善計画の策定と全社リスクマネジメントへの反映</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>「コンプライアンス従業員意識調査」及び「従業員満足度調査」の継続実施</li> <li>ヘルプライン制度の周知徹底</li> <li>リスクマネジメント体制の充実</li> </ul> |
| 情報セキュリティ<br>の強化 | 情報資産の<br>管理徹底    | <ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の棚卸による現状把握の実施(2回/年)</li> <li>企業情報の管理徹底(外部記憶媒体の管理徹底など)</li> <li>プライバシーマークの4度目の更新(オルビス)</li> <li>情報セキュリティ外部診断の実施(11月28日～12月14日:グループ5社)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                         | ★★       | <ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の棚卸の継続実施</li> <li>5社以外のグループ各社の外部診断の実施</li> </ul>                                         |

【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

# 事業的CSR活動報告

## Business CSR

### 事業をととして社会への責任を担う

ポーラ・オルビスグループでは、品質保証の基本方針に従い、高品質な商品・サービスの提供に努め、  
本業を通じて社会に責任を果たせるよう事業の深化を目指しています。

[ 2011年の事業的CSR活動概要 ]

| テーマ                | 2011年の取り組み計画               | 2011年の主な活動実績                                                                                                               | 自己評価 | 次年の主な活動計画                             |
|--------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------|
| お客さま満足の向上          | グループ品質保証体制の強化              | ● 品質保証部会を通じたグループ品質保証体制の充実                                                                                                  | ★★   | ● グループ全体での品質保証の強化                     |
|                    | お客さま対応力の向上                 | ● お客さま満足度調査を実施し、結果を次年度計画へ反映<br>● ミステリーコール(顧客を装った調査員が電話をかけて、センターの応対品質を調査)などによる外部評価を実施                                       |      | ● お客さま満足度調査の継続                        |
|                    | お客さまの声を反映した商品やサービスの開発      | ● お客さまの声を反映した商品開発                                                                                                          |      | ● 継続的なお客さまの声を反映した商品・サービスの開発           |
| お取引先・ビジネスパートナーとの協働 | お取引先・ビジネスパートナーとの連携強化       | ● ビジネスパートナーに対する支援の充実<br>● お取引先と連携したお客さま満足の向上                                                                               | ★★★  | ● お取引先・ビジネスパートナーとの協働の継続               |
| 従業員満足の向上           | 女性の活性化による働く環境の整備           | ● 「仕事と育児の両立」をテーマにしたワーキングマザーによるミーティング(10月)の実施(ポーラ)<br>● 女性管理職比率の増加(グループ全体で対前年13.1%の増加)                                      | ★★   | ● 女性管理職比率の向上                          |
|                    | ワークライフバランスの充実による働きやすい職場づくり | ● グループ全体での残業削減やリフレッシュ休暇制度の充実などを通じたワークライフバランスの啓発を実施<br>● 月次平均残業時間の減少(グループ全体で対前年16%の減少)<br>● 年次平均有給休暇取得率の向上(グループ全体で対前年6%の増加) |      | ● ワークライフバランスの充実<br>● 残業時間の減少、有休取得率の向上 |
|                    | 人材育成のための教育体系の充実            | ● 従業員のキャリア形成の支援(経営幹部養成講座、未来研究会の実施)                                                                                         |      | ● 従業員のキャリア形成の充実                       |
| 株主・投資家への理解促進       | 株主・投資家との良好なコミュニケーション       | ● 実績に応じた株主還元の実施<br>● 各種投資家向け説明会の実施                                                                                         | ★★★  | ● 継続的な株主還元の実施<br>● 投資家向け説明会の充実        |
| 環境への配慮             | オフィスでの環境配慮                 | ● 震災後のオフィスでのCO2排出量23.2%削減を実現                                                                                               | ★★★  | ● オフィスでの環境対応の継続                       |
|                    | 生産部門での環境配慮                 | ● 化粧品製造工場でのCO2排出量を2009年比で5%を削減<br>● ポーラ、オルビス、pdc等グループ全体でのエコ基準達成(内容物エコ基準、容器包装エコ基準)                                          |      | ● 再生可能エネルギーの導入<br>● エコ基準達成            |
| 社会との協働             | 地域振興・地域産業活性化               | ● 地域の特産物を活用したオリジナル素材の開発による地域産業への貢献(ACRO)                                                                                   | ★★★  | ● 地域社会と協働作業を通じた事業展開の継続                |
|                    | 地域社会への貢献                   | ● 美容ボランティア、ムービングサロン事業などによる地域社会への貢献<br>● 生産部門における地域貢献(環境教育など)                                                               |      | ● 地域社会への貢献活動の継続                       |

【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

# お客さま満足の向上

お客さまを起点とした事業の深まりに向けて

## 品質保証の基本方針

ポーラ・オルビスグループでは、「お客さま満足」を第一に考え、お客さま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. お客さま満足を最優先にお客さま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、お客さま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. 企画段階からお客さま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。

## グループ品質保証体制の強化

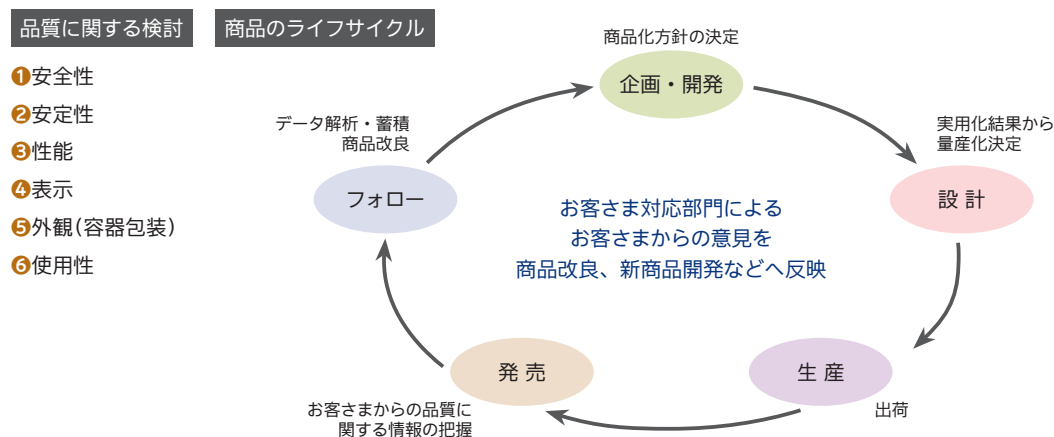
品質保証体制の信頼性と有効性をより確かなものにするため、品質保証の基本方針に従い、横断的な組織としてグループCSR委員会内に「品質保証部会」を設置しています。グループ各社の品質保証責任者を中心に、品質保証に関するグループ全体の対応や諸規定・規約・ルールなどの統制環境の整備と品質課題の抽出、各社の品質保証体制や実施しているモニタリング結果及び改善計画の進捗管理などを行い、グループ全体の向上につなげています。

また、グループ各社では、「適正な企画開発、製造管理及び品質管理」、「品質トラブルなどの処理」、「お客さまからのご意見・ご要望などへの対応」など各種の品質に関するマニュアルを整備し、運営について自己点検を進めるとともに、品質に関わる課題を定期的に経営ボードに報告しています。

## 商品のライフサイクルを通じた品質保証活動

「品質に関する検討会」をはじめ「生産設計評価会議」など組織的な品質保証体制を構築しています。とりわけ、販売後の品質に関する情報把握に努め、必要に応じて改良を続けるなど、お客さま満足の向上に努めています。

〔ポーラ・オルビスグループの品質保証体制〕



## お客さま対応力の向上

お客さま相談室、コールセンター、アンケート調査、座談会など様々な場を通じて、お客さまのご意見・ご要望を取り入れています。また、お客さまの声をより迅速に事業活動に反映するため、グループ各社でお客さま窓口の機能向上と人材育成および組織づくりに努めています。

### お客さまの声を事業活動に生かす仕組みを実現(ポーラ)

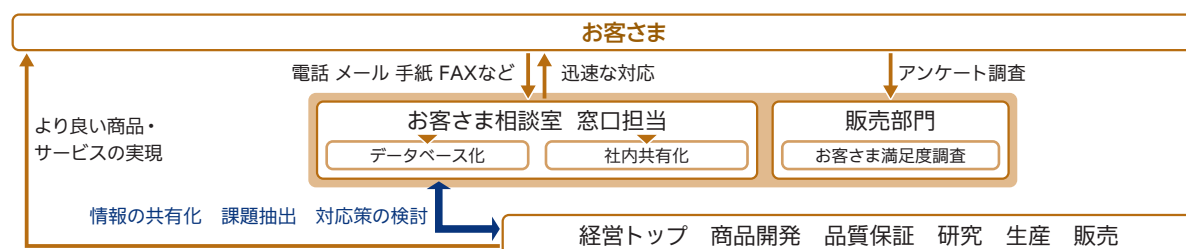
お客さまからの商品・サービスへのご意見・ご要望を反映するため、商品企画部門、研究開発部門、生産部門などへ迅速な情報提供が行えるよう仕組みづくりを進めています。新たな商品設計への反映、商品機能の向上、内容物や容器の改良、表示や広告の適正化など様々な改善が行われています。

また、お客さまにランダムに満足度調査を実施し、商品への希望や美容意識、ポーラへの要望などを詳細に調査。2011年は1,150名のお客さまから回答をいただきました。お客さまの声は社内でも共有され、積極的に取り入れられています。



より良い商品・サービスの実現に向けてお客さまの電話、メール、手紙などに対応するポーラのお客さま相談室

〔お客さまの声を生かす仕組み〕



### 電話対応のスキルアップに努める(オルビス)

コールセンターにおけるオペレーターのスキルアップなどを図るため、ミステリーコール、電話対応コンクール、CSスペシャリスト検定、お客さま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。

2011年、(財)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。「日経ビジネスアフターサービス満足度ランキング(ネット通販)」において3年連続1位を獲得しました。また、サービス産業生産性協議会が実施した顧客満足度調査において、ネット通販・通販業界部門で顧客満足度1位を獲得しました。



電話対応のスペシャリストたちがお客さまの電話にお応えするオルビスのコールセンター

### お客さまの声を商品・サービスの向上に(decencia)

コールセンターを通じて吸い上げられたお客さまの声を月単位で共有し、チームごとに改善策の検討を進めています。ご指摘をもとに改善提案を行うだけでなく、お褒めの言葉も共有し、より良い商品・サービスの提供に努めています。

また、2011年は新製品発表会にお客さまをご招待し、いち早く新製品を知っていただける機会を設けました。「decenciaをより身近に感じられた」など喜びの声を多数いただきました。



新製品発表会にお客さまをご招待

# お取引先・ビジネスパートナーとの協働

パートナーとともに成長を目指す

## お取引先、ビジネスパートナーとの連携強化

ポーラ・オルビスグループでは、ビジネスパートナーである訪問販売員、店舗販売での出店先施設などとともに、情報交換及び研修などを重ね、さらなる業績向上に努めています。

### 約13万人の「ポーラレディ」が長く活躍できるよう支援(ポーラ)

全国24カ所の販売エリアを担当するポーラのエリアマネージャーと、約13万人のポーラレディがパートナーシップを築き、お客さまに真心を込めたサービスと最高の商品をお届けしています。

ポーラレディが結婚、出産、育児など女性のライフサイクルの中で長く活躍できるよう、各自の都合に合わせて販売活動が可能なプログラムとなっています。また、お手入れやメイク、エステティックなどの必要な技術、知識を身につけられる教育カリキュラムなども整備して、女性の就労機会の提供と社会進出を応援しています。



ポーラのビジネスパートナーとして、お客さまのキレイを応援する、ポーラ ザ ビューティ関内店の皆さん

### VOICE 人生のサクセスロードを仲間たちと

もっと速く、  
もっと大きく、  
前へ

杉浦 満美  
名古屋エリア  
プライム営業支店長



営業所長になって23年。この間、失敗しては学ぶの繰り返しでした。私に一番影響を与えたのはポーラレディの先輩でもあった母親です。子供の頃、弱音を吐いたりすると「できないのはやらないからでしょう」と常に言われました。人生の大先輩でもある母親の後ろ姿が私の目標だったのです。一昨年、私たちの営業支店からポーラ史上初となる20代の営業支店長が誕生しました。彼女を見ていると、目標もスケールも大きいのが一目で分かります。私自身ももっと変わって、仲間づくりに励もうと思っています。

〔ポーラ全国大会(ハワイ)誓いの言葉より抜粋〕

### 出店先と協力しお客さま満足向上につなげる(オルビス)

大手流通業が運営するショッピングセンター(SC)などにおける接客サービスのコンテストで、今年もオルビスの接客が高い評価を受けました。日本SC協会主催の『SC接客ロールプレイングコンテスト中国・四国地区大会』で準優勝、同『近畿大会』で審査員特別賞を受けたほか、接客品質を調査するミステリーショッパーでは、イオンモール榎原アルル店(248店舗中)、ららぽーと横浜店(233店舗中)など7店舗で1位となっています。



全国に約110店舗を展開する、オルビス・ザ・ショップ。お客さまにご満足いただける接客で、いつでも心地よいお買物ができるように努めています



# 従業員満足の向上

一人ひとりがいきいきと働けるように

## 女性の活性化による働く環境の整備

ポーラ・オルビスグループは、女性のお客さまのサポートだけでなく、女性従業員たち一人ひとりが成長を続けられるよう支援をしています。性別などの垣根を越え、女性たちがいきいきと働いてこそ、企業も持続的な成長を図れると考えています。

### 「前向きに、美しく輝く女性社員を増やす」AAA活動（ポーラ）

ポーラでは「AAA（アンチエイジングアライアンス）宣言」の発表後、従業員自身も、より美しく前向きに過ごすための施策を継続的に実施しています。2011年10月には「仕事と育児の両立」をテーマとしたランチミーティングを本社勤務のワーキングマザー32名を対象に実施したほか、スキンケア・メイクなど、従業員向けの美容セミナーの開催や、社員食堂において低カロリーで美容に効果的な『TFT※×AAAコラボメニュー』の提供するなど、女性の働きやすい職場づくりに力を入れています。



マッサージやメイクテクニクを実践

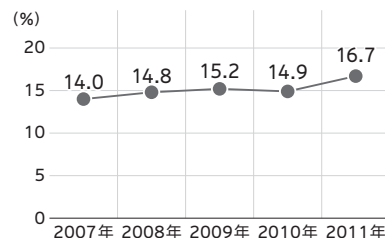
※1 TFT活動：ポーラ・オルビスグループでは、2007年秋より社員食堂のある事業所全てにおいて、ヘルシーメニューを注文すると1食につき20円がアフリカの子供たちの学校給食費として寄付される「TABLE FOR TWO(TFT)」活動に参加しています。

### 女性従業員が長く活躍できる環境づくりに力を

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。

グループ全体での女性管理職の比率は、ホールディングス体制になった2007年の14.0%から2011年には16.7%に上昇しました。

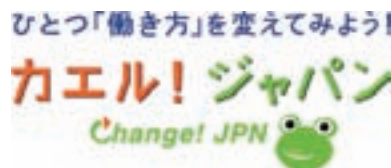
〔女性管理職比率の推移〕



## ワークライフバランスの充実による働きやすい職場づくり

### リフレッシュ休暇※2の普及とノー残業の推進

2008年にポーラが導入した「リフレッシュ休暇制度」は、その後グループ各社へと広がりました。オルビスではリフレッシュホリデー制度の導入により計画的な休暇の取得が可能になりました。年次平均有給休暇取得率は、グループ平均で2010年の49.9%から2011年は53.9%と向上しました。また、内閣府が推進する「カエル! ジャパン」や、終業ベルと同時にサッと帰る「ベルサの日」(ポーラ)などのノー残業キャンペーンも実施。その結果、月次平均残業時間は2010年の15.4時間/人から2011年は12.9時間/人と、2.5時間の削減となりました。



※2 リフレッシュ休暇：有給休暇、所定・法定休日、特別公休2日を組み合わせると1週間前後の長期休暇が取得できる制度

## 株主・投資家への理解促進

成長を持続し、企業価値を高めます

### 長期ビジョンを策定

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生かしつつ、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。

#### 長期ビジョン

—2020年の目指すべき姿—

#### 連結売上高

2,500億円以上

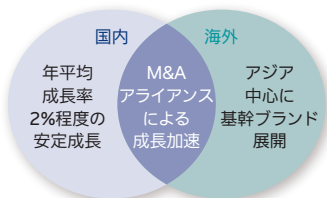
#### 営業利益率

13～15%(業界トップレベル)

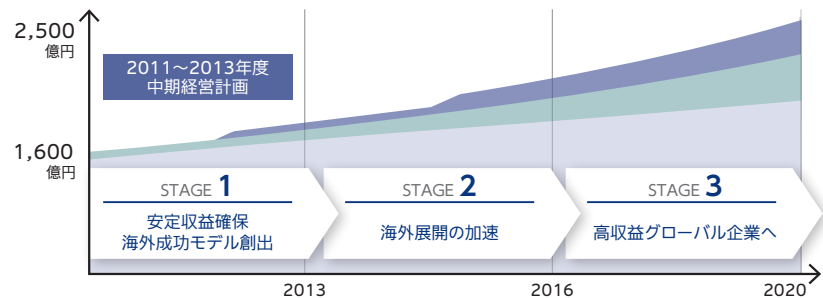
#### 海外売上比率

20%以上

[ 長期ビジョン —経営指標— ]



連結売上高



### 株主・投資家との良好なコミュニケーション

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。

#### 株主還元・株主優待について

1株当たり40円の安定配当をベースに、業績に応じた配当を目指します。2011年12月期は中間配当制度を導入し、年間配当45円(中間配当20円、期末配当25円)を実施。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=約100円相当)を進呈。グループをご理解いただけるよう、いくつかのコースからお好きな商品をお選びいただけるようにしました。

#### 各種投資家向け説明会を拡充

機関投資家を対象とした決算説明会や個別取材に加え、国内外の投資家を積極的に訪問しました。また、投資家からのご質問・ご意見を経営にフィードバックするなど、IR活動の充実に努めています。

個人投資家の皆さまには、証券会社の協力により個人投資家向け会社説明会を全国各地で開催。また、女性のための説明会など、グループの独自性を生かしたIR活動に努めています。

# 環境への配慮

美しい地球を次世代に届けるために

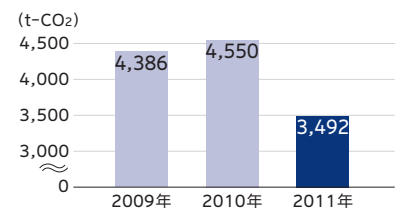
## ポーラ・オルビスグループの環境方針

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。

## オフィスでの環境配慮

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、2011年はオフィスでのCO<sub>2</sub>排出量が3,492トンとなり、対前年比で23.2%の削減を達成しました。グループ全体で取り組んだ震災後の節電活動が大きく貢献しました。

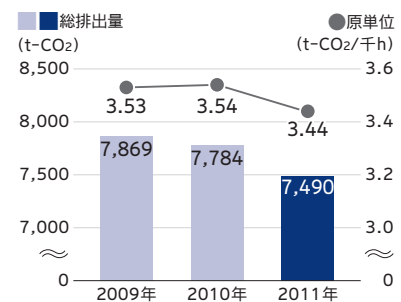
[ ポーラ・オルビスグループの  
オフィスにおけるCO<sub>2</sub>排出量の推移 ]



## 生産部門での環境配慮

グループの生産部門では、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CO<sub>2</sub>排出量50%削減」を見据え、2020年までに生産部門全体で、「CO<sub>2</sub>排出量25%削減」を目指しています。2011年は太陽光発電システムの導入について具体的な検討を開始しました。

[ 生産CO<sub>2</sub>排出量の推移(静岡・袋井工場合算) ]



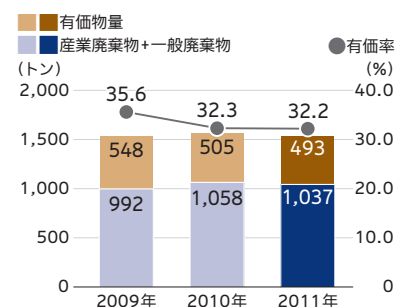
## 新たな技術、設備の導入によってCO<sub>2</sub>削減を実現

原料を加熱・冷却する際のエネルギー効率を大幅にアップさせる「LEE製法」を導入。製造1回のCO<sub>2</sub>排出量を30%削減できるようになりました。この製法による品目の拡大を進めています。ポーラ化成工業の静岡工場では、事務棟に高効率マルチエアコンを導入。約30トンのCO<sub>2</sub>削減を実現しました。

## 廃プラスチックの資源化を推進

生産部門では、廃棄物の再資源化(有価資源化)を推進しています。従来、工場から排出される廃プラスチックは一括廃棄処分していましたが、2007年よりそれらを材質ごと(PP、PE、PSなど)に分別することで再資源化を実現しています。活動を始めた当初はストレッチフィルム、PPバンド、チューブ容器の3種類でしたが、現在は約10種類にまで拡大しています。廃プラスチックの再資源化量も14.7トン(2007年)→17.3トン(2011年)となり、循環型社会の確立に貢献しています。

[ 廃棄物と有価率の推移(静岡・袋井工場合算) ]



## 社会との協働

事業を通じて地域や社会への責任を果たす

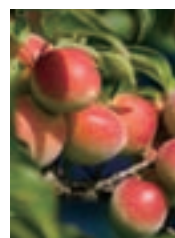
### 地域振興・地域産業活性化

各社の事業活動を通じてわが国の伝統技術や地域産業、国産原料などを積極的に採用し、地域社会の活性化と産業振興に貢献する取り組みを続けています。

#### 素材開発・採用から生産者と協働(ACRO)

ACROでは、2009年より化粧品ブランド「THREE(スリー)」のブランドコンセプトに社会貢献を強く打ち出しています。商品開発においても日本でこれまで着目されていない素材や特産物を活用し、各地の生産者の方々と協働して、国産素材を生かした化粧品原料の開発に取り組んでいます。

「日本の伝統的な植物の力が女性の美を引き出す」というコンセプトで、国産原料の積極的な開発と採用を進めた結果、2011年は北海道産のタモギタケエキス、和歌山県産のウメ果実水、高知県産のユズ種子油、沖縄県産の月桃水の4つの原料を配合した「ハンド&アーム グリームAC」を発売しました。雑誌「MAQUIA」でも評価され、ボディ部門ベストコスメ賞を獲得しました。



紀州特産の南高梅の梅酢を蒸留して得られた「ウメ果実水」を化粧品の素材として使用

#### 日本の優れた原料を活用する「THREE」のスキンケア開発基準

「THREE」では、より安全で信頼できる商品を提供するため、厳しい自主基準を設けています。【身土不二：人の命と健康は土と共にあるという考え方】と【地産地消：地域で生産されたものをその地域で消費する】をベースに、自分たちの目で確かめ、信頼できる生産者が大事に育てた日本産の原料を開発・採用しています。さらに「オーガニック認定原料を積極的に使用する」「遺伝子組み換え原料を使用しない」「合成香料・合成着色料を使用しない」などの方針を貫き、平均88%以上の天然由来率を達成しています。



ウメ果実水、月桃水、温泉水など国産ボタニカルウォーターを配合したTHREEハンド&アームクリームAC

### 地域社会への貢献

#### ムービングサロンバスで買い物の喜びを地域に(ポーラ)

大型バスを店舗に改装して全国各地でジュエリーや高級ファッション品を販売する「ムービングサロン」事業が、お客さまから喜ばれています。バスがお客さまのお住まいの地域に出向くため、百貨店やブティックがない地域の方にも、楽しみながら買い物をしていただけます。バスの中は高級ブティックのような空間となっており、季節や地域のニーズをつかみながら品揃えをしています。南は宮崎から北は青森まで、2011年は全国54カ所を回りました。最初の開催地となった茨城県常陸太田では、大雨の中100人を超えるお客さまが集まりました。交通機関が不便な地方では、ムービングサロンバスを待ち焦がれる声も多く聞かれます。



ムービングサロンバスの外観

## 地域社会への貢献

ポーラ・オルビスグループでは、グループ各社の事業活動を通じて地域の  
方々と様々な活動を共有し、心豊かで暮らしやすい街づくりに生かしています。

### 施設や病院で美容ボランティア(ポーラ)

エステやメイクの技術を生かして、介護施設や病院などの美容ボランティア  
活動に取り組んでいます。大阪・岸和田の坂根病院では、10年以上の長期入  
院患者も多く、スキンケアやメイクをとおして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刺激を与えたいとの要望で7名のスタッフが  
美容レッスンを実施。徐々に笑顔が増えていく参加者たちの姿を見て、スタッ  
フ一同、美容のもつ「女性を元気に明るく前向きにする力」を実感しました。



患者さんの目線で美容指導をするスタッフ

### スキンチェックで女性の健康で美しい生き方を応援(ポーラ)

2010年、ポーラレディの自発的な活動により子宮頸がん啓発キャンペーン  
「ティール&ホワイトリボン」へのサポートを開始しました。「誰かのために役立つこ  
がしたい」との思いから始まったプロジェクトは、美しい生き方や美しくありたいと  
願う女性たちを応援するAAA活動の一翼を担い、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、子宮頸がんの検診の広がりにも貢献し  
ています。寄付総額は680万円にのぼり、事務局より感謝状をいただきました。



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

#### VOICE 治せるがんから女性を守ろう

草の根の検診で  
女性に  
もっと輝きを

河村 裕美 氏  
NPO法人  
ティール&ホワイトリボン  
プロジェクト 理事長



子宮頸がんには罹患する女性は毎年1万人にも及び、うち2,000～3,000  
人が亡くなるといわれています。実は、私も体験者の一人ですが、唯一予防で  
きるがんであるにもかかわらず、これまではワクチンが使えず、検診率が2割  
程度と低いために対応が後手に回ってきました。先ごろ開催された優秀ポー  
ラレディを表彰するポーラ全国大会では、「いつも検診を勧めていますよ」と  
の声を数多く聞きました。スキンチェックの際の一声で検診の必要性を説き、  
10円募金という形で社会とつながる素晴らしい取り組みだと思います。

## 社会的課題への優れた取り組みを社内表彰(ポーラ・オルビスグループCSR賞)

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。2011年度は、下記のとおり社長賞1件、  
優秀賞1件などが受賞しました。また東日本大震災の支援に関わったグループ各社や個人を特別賞として称えました。

[ 2011年度(第5回) ポーラ・オルビスグループCSR賞 ]

| 受賞  | テーマ                                             | 受賞理由                                                                                |
|-----|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 社長賞 | 「THREE」の継続的な<br>事業的CSR活動(ACRO)                  | ブランド「THREE」では、日本国内でこれまで着目されていなかった自然原料に着目。<br>各地の生産者の方々と協働による化粧品原料の開発と採用は地域活性化に貢献した。 |
| 優秀賞 | ムービングサロン(バス)で<br>良い商材の提供によりお客さ<br>まに喜ばれる活動(ポーラ) | 百貨店の撤退など、買物に不便を感じる地方都市に、自ら赴き商品を提供。<br>単なる販売ではなく、お客さまの喜びと地域の活性化に貢献した。                |



# 選択的CSR活動報告

Selective CSR

## 「 私たちにできることを社会に向けて 」

ポーラ・オルビスグループでは、文化・芸術支援活動、社会貢献活動、環境保全活動など社会と人々を豊かにする幅広い取り組みを続けています。

〔 2011年の選択的CSR活動概要 〕

| テーマ           | 2011年の<br>取り組み計画 | 2011年の主な活動実績                                                                                                                                | 自己<br>評価 | 次年の<br>主な活動計画   |
|---------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|
| 社会貢献活動の<br>推進 | 文化・芸術支援活動        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ポーラ文化研究所の展示・出版活動の実施</li> <li>● ポーラ伝統文化振興財団への支援</li> <li>● ポーラ美術振興財団への応援</li> </ul>                 | ★★       | ● 各種社会貢献活動の継続支援 |
|               | 社会貢献・<br>環境保全活動  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● TABLE FOR TWO活動の実施(寄付額対前年15%増)</li> <li>● オルビス植林活動の実施</li> <li>● ポーラ富士山清掃活動の実施 約580kg回収</li> </ul> |          |                 |

【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

## 文化・芸術支援活動

文化や芸術に触れる喜びを人々の中へ

### 美術・芸術を身近に

ポーラ ミュージアム アネックス(東京 銀座)では、年間を通じてポーラ・コレクションや現代アートの企画展示を無料実施しています。2011年は、「香りをイメージする香水瓶展」でポーラ・コレクションを紹介するなど多彩な企画展を開催。また、「ポーラ ミュージアム アネックス展2011―早春―」を開催し、公益財団法人ポーラ美術振興財団により在外研修の助成を受けた若手アーティストがその成果を発表しました。



香りをイメージする  
香水瓶展の  
ポスター

## 日本の伝統文化の振興に取り組む財団法人を支援

### 優秀映像教材選奨及び映文連アワード受賞(公益財団法人 ポーラ伝統文化振興財団)

ポーラ伝統文化振興財団が企画して完成させた「加賀象嵌 中川衛 美の世界—新たな伝統を創る—」が「2011年優秀映像教材選奨 最優秀賞・文部科学大臣賞」と「映文連アワード2011 ソーシャルコミュニケーション部門 優秀賞」を受賞しました。優秀映像教材選奨とは、教育の現場で活用される映像教材の制作と利用の向上を図ることを目的に、学識経験者、学校・社会・職能教育関係者及び関係機関・団体等の代表者によって審査されます。人間国宝の技の丹念な記録のみならず、世代、国境を越えた伝承の力までを記録した試みが評価されました。



「加賀象嵌 中川衛 美の世界—新たな伝統を創る—」は、無料で貸し出しされています

### VOICE 中川衛「美の世界—新たな伝統を創る—」を監修

伝統文化を  
現代へ、  
世界へ



白石 和己 氏  
山梨県立美術館 館長

伝統文化は古いものを守っていれば良いというものではありません。それを現代に、世界に通用するものとして作っていく必要があると考えています。伝統文化を基礎としながら、独自に開発した技術で新しい現代の芸術を作り上げ、加えて、日本の伝統文化を世界に発信しているという中川氏の姿を通じて、日本の伝統文化の発展に貢献したいと思っています。ポーラ伝統文化振興財団は、日本の文化の基礎の部分をしっかりとおもえた重要な役割を担っていると思います。

## 社会貢献・環境保全活動

人間としての誇り、豊かさを共有できる社会のために

### 一人ひとりの従業員が積極的に社会貢献に取り組んでいます

#### 開発途上国の飢餓解消などに支援

2007年秋よりポーラ・オルビスグループの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円がアフリカの子供たちの学校給食費として寄付される「TABLE FOR TWO (TFT)」活動を実施しています。2011年までに200,794名の子供たちに学校給食を届けることができました。寄付金額合計は、4,015,880円(マッチングギフト※を含む)。これらの寄付は、アフリカのルワンダ、ウガンダ、エチオピアなどで学校給食に活用されています。



TFTが支援しているウガンダ・ルヒイラ村の子供たちが日本の復興のために祈りを捧げてくださいました  
写真提供：TABLE FOR TWO (TFT)

※ マッチングギフト：従業員が寄付した金額と同額を会社が上乗せして寄付を行う制度

### 美しい日本の遺産を世界遺産へ

#### ポーラ発祥の地、静岡で富士山清掃(ポーラ)

2007年から始まった「メチャメチャ良い会社になりたい」運動の一環として、富士山の世界遺産登録を目指した清掃活動を続けています。2011年は136名が参加し、11月にNPO法人「富士山クラブ」の指導の下、4つのグループに分かれて約2時間、国道沿いを歩きながらごみ回収をしました。この日回収したごみは、可燃ごみ・空き缶など約100袋、総重量580kgに及びました。



NPO法人「富士山クラブ」と行った富士山での清掃活動

## 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



株式会社日本総合研究所  
理事 ESGリサーチセンター長

足達 英一郎 氏

環境問題対策を中心とした企業社会責任の  
視点からの産業調査、企業評価を担当。金  
融機関に対し企業情報を提供。著書に「環境  
経営入門」(2009年)など。2009年05月ま  
でISO26000作業部会日本エキスパート。

社会的責任投資のための企業情報の提供を金融機関に対して行っている立場から、本書ならびに関連ウェブサイトを通じて理解したポーラ・オルビスグループのCSR(企業の社会的責任)活動ならびにその情報開示に関し、第三者意見を以下に提出します。

東証第一部に上場を果たされた最初の事業年度として、株主を初めとしてさまざまなステークホルダーの期待に耳を傾ける機会をこの一年に作られてきたことに、まず敬意を表したいと思います。自分自身もダイアログに参加いたしましたが、社内参加者の皆さんから「会社を更によくしたい」という熱意がひしひしと伝わってくる会合でした。

御社グループが、CSRを強化される意義は明確だと考えます。上場によって企業の公器性が飛躍的に高まったということに加え、2020年に海外売上高比率20%以上を目指すという長期ビジョンを掲げておられます。この一年のあいだにも、複数の個性的な海外企業がグループ入りを果たしました。従業員、取引先、顧客などのステークホルダーは、今後、確実に多様化していくことになるからです。

今後、ステークホルダー・ダイアログをCSRの起点に置くという姿勢を堅持していただきたいと思います。その際、CSRを「企業の決定及び活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して担う責任」として捉え、影響に関連する人々を積極的に招聘されてはどうでしょうか。御社グループのCSRは、「基本的」、「事業的」、「選択的」という3領域に整理されている点の特徴になっています。報告書には、この各々で計画と実績を開示され、自己評価が掲載されていますが、将来的には、ステークホルダー・ダイアログによって進捗が評価される状況が望ましいでしょう。

ISO26000に沿ったCSR活動の拡充を図っていくという判断も時機を得たものだと考えます。ただし、規格に盛り込まれた「望ましい」行動を一律に「できている」、「できていない」とチェックして、社内に展開することには無理があるという点に

留意いただきたいと思います。「美と健康」分野のグローバル企業を目指すという目標設定に即して、グループ各社が社会及び環境に及ぼす影響を特定していただくことが重要です。特定に至る議論のプロセスを重視していただき、各社の自発性、段階性に配慮することが必要です。この結果、ポーラ・オルビスグループの優先順位が自ずとハッキリしてくることになるでしょう。

ISO26000に沿ったCSR活動の具体像は、今回の情報開示では未だ明らかではありませんでしたが、企業活動の好影響を伸長させ、悪影響をできるだけ回避・緩和するという視点で、ポーラ・オルビスグループならではの取組みが構築されることを期待したいと思います。一例をあげれば、化粧品原料として天然素材を利用する際のCSRは、重要な事項であると考えられます。また、約13万人にも及ぶポーラレディの方々の人材育成支援にも、大きな期待が集まる領域であると考えられます。こうした点の取組の拡充や情報開示を期待申し上げます。

最後に、本書では「東日本大震災と私たちの取り組み」と題した報告が掲載されています。この内容を拝見して、御社グループが発意、自主性を重んじ、個人を尊重する風土を有しているとの印象を受けました。企業としてのCSRは、個々人の世の中に対する感度や関心を礎として成立するものです。従業員の方からは「被災地が復興するには10年以上かかると思われますが、すでに対岸の火事や遠い記憶になりつつあるようです」との心に残るコメントがありました。是非、こうした思いを、企業の思いにも昇華させていただき、継続的な復興支援を図るトップランナー企業になっていただくことを期待いたします。

このコメントは、本報告書が、一般に公正妥当と認められる環境報告書等の作成基準に準拠して正確に測定、算定され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結果を表明するものではありません。

## 編集後記

『CSRレポート 2012』は、昨年版の第三者所見のご指摘に従い、初のステークホルダー・ダイアログを開催し、報告しました(特集1)。有識者の皆さまのご指摘に十分応えられない点もありましたが、外部の声に耳を傾けるという一歩が踏み出せました。また、東日本大震災では、企業市民としての責任を果たすべく、できるかぎりの支援を行いました(特集2)。これらの活動を通じて、従業員一人ひとりが社会の課題を見つめ、貢献していこうというCSR活動の充実が図られました。

今後ともグループ全体でCSR活動の一層の飛躍を目指したいと考えています。その手掛かりとなるアンケートにもご協力いただければ誠に幸いです。

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、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 REPORT 2012」は、  
地球環境と読みやすさに配慮して制作いたしました