

CSR REPORT 2012

Corporate Social Responsibility

企業の社会的責任報告書

[フルレポート]

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

生き生きとした日々を送ります。



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/株式会社オルラーヌジャパン/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・オルビスグループのCSR	P 17
基本的CSR活動報告	P 20
事業的CSR活動報告	P 25
選択的CSR活動報告	P 41
ポーラ・オルビスグループの組織	P 45
グループ企業紹介	P 46
ポーラ・オルビスグループの歩み	P 47
第三者意見	P 48
ISO26000及びGRIガイドライン対照表	P 49
編集後記	P 58



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成長に向けたビジネスモデルの変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しする機会を得ました。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^{※1}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^{※2}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課題の課題解決に努めていきます。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」が「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 ありつつけるために

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

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
株式会社カフェグループ・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を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。

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支援物資をトラックに積み込む



支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ー、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。



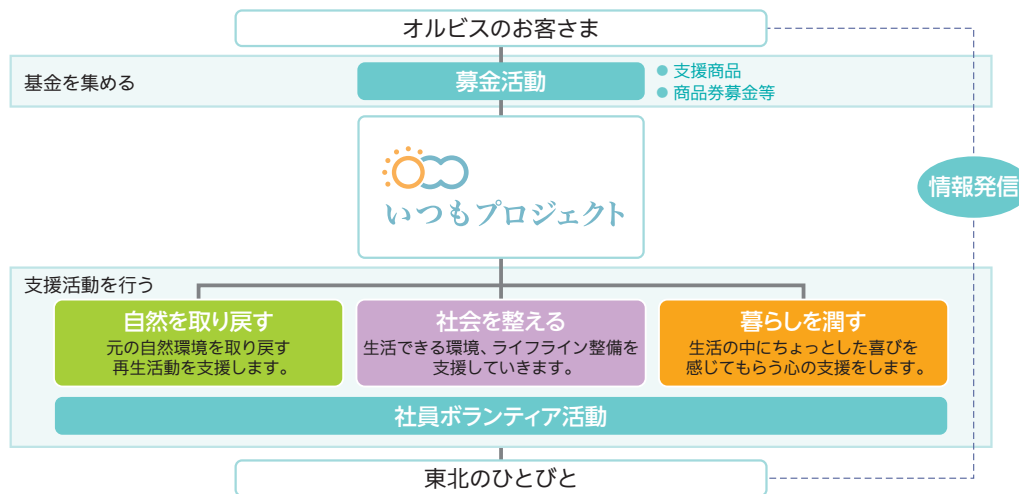
鹿野 直哉
ポーラ
多様化拡販部
直販・展示
販売チーム

(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。

ここに挙げたのは、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ぎ、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。私たちも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、タ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。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えます。



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る知人に現地では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「ミッショ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

POLA ORBIS GROUP's approach to CSR

「CSR憲章」

社員一人ひとりの行動の拠りどころとしてCSR憲章を定め、実践しています

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とは

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」のことを言います。

ステークホルダーとCSR活動

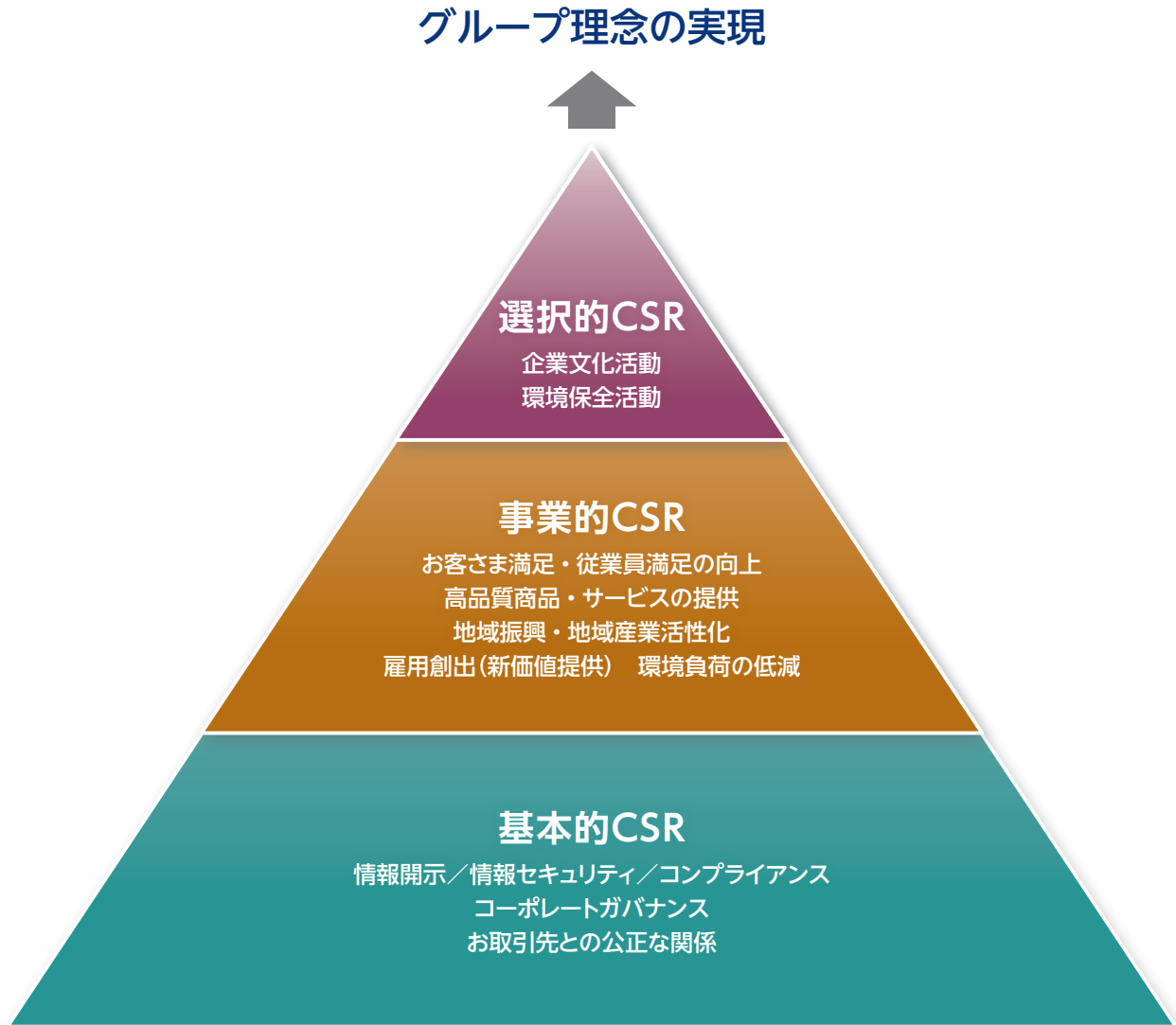
ポーラ・オルビスグループは、事業活動をととして企業と関わりのある多様なステークホルダーとの良好な関係構築を図り、企業としての責任を果たしていくことを目標としています。そのためステークホルダーごとに指針を設定し、意見や要望に積極的に耳を傾け、企業経営に反映していくよう努めています。

[ステークホルダー別のグループの対応]

主なステークホルダー	主な責任	主な対応	掲載ページ
お客さま 	<ul style="list-style-type: none"> 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 お客さま満足の向上 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 商品情報の適切な提供 お客さま情報の適正な管理 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	P 26 P 28
お取引先・ビジネスパートナー 	<ul style="list-style-type: none"> 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遂行のための支援 CSR遂行への協力要請 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	P 29
従業員 	<ul style="list-style-type: none"> 人権の尊重 公正な評価・処遇 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 多様性の尊重 多様な働き方の支援 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	P 30 P 32
株主 	<ul style="list-style-type: none"> 企業価値の増大 適時・適切な情報の開示 利益の適正な還元 株主総会の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> 企業価値の向上を目指すとともに、株主・投資家向けの的確な情報開示とコミュニケーションの質の向上に努めます 	P 33
環境 	<ul style="list-style-type: none"> 環境保全 環境負荷の低減 環境美化 地球温暖化防止 	<ul style="list-style-type: none"> 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・美化をめざしたボランティア活動を実施しています 	P 34 P 37
社会 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の産業振興などを積極的に行い、地域社会とのコミュニケーションを推進しています 	P 38 P 40
政府・自治体 	<ul style="list-style-type: none"> 法令の遵守 化粧品品の輸出入、製造販売に関する適切な許可申請 税金の納付 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	P 20 P 24
NPO・NGO 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	P 41 P 44

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。

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年の取り組み計画	2011年の主な活動実績	掲載ページ	自己評価	次年の主な活動計画
I. コンプライアンスの強化	1. CSRの理解浸透	<ul style="list-style-type: none"> 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 グループCSR賞表彰制度を実施 	P 22	★★★	<ul style="list-style-type: none"> 『CSRハンドブック』読み合わせの徹底 グループCSR賞表彰の継続実施
	2. リスクマネジメントの強化	<ul style="list-style-type: none"> リスク低減化計画を策定し、進捗管理を実施 	P 23		<ul style="list-style-type: none"> 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
	3. CSR教育の展開	<ul style="list-style-type: none"> 新入社員CSR導入研修の実施(各社CSR事務局) 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) 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) 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) 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) 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) 	P 23		<ul style="list-style-type: none"> 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
	4. モニタリングの実施	<ul style="list-style-type: none"> 「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) ヘルプライン制度の周知・運用 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 	P 24		<ul style="list-style-type: none"> 「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 ヘルプライン制度の周知徹底 リスクマネジメント体制の充実
II. 情報セキュリティの強化	1. 情報資産の管理徹底	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報の棚卸による現状把握の実施(2回/年) 企業情報の管理徹底(外部記憶媒体の管理徹底など) プライバシーマークの4度目の更新(オルビス) 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) 	P 24	★★★	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報の棚卸の継続実施 5社以外のグループ各社の外部診断の実施

[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

企業統治をより強固なものに

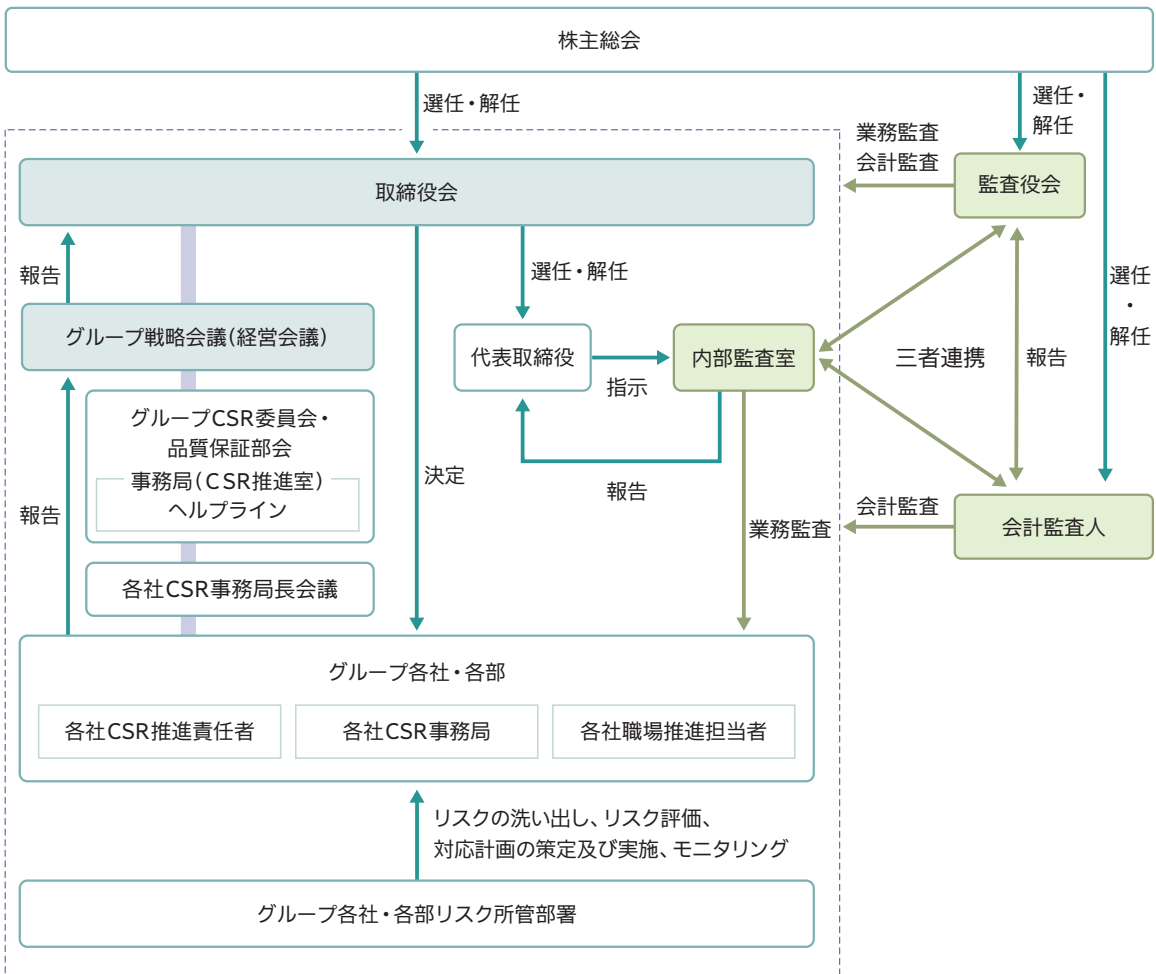
社会の規範に沿う取り組み

ガバナンス体制の整備で盤石の経営体制を

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。

〔2011年の〈ポラ・オルビスグループの基本的ガバナンス体制〉〕



I. コンプライアンスの強化

社会の要請に応える取り組み

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. CSRの理解浸透

行動綱領を改定し、全従業員に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ます。

2011年1月には、「ポーラ・オルビスグループ CSRハンドブック」を改訂し、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りました。また、表紙にはチェック欄を設けて、各人による読み合わせなどの実施も行っています。



ポーラ・オルビスグループ CSRハンドブック

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。各地の生産者の方々との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)で良い商材の提供によりお客さまに喜ばれる活動(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。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。

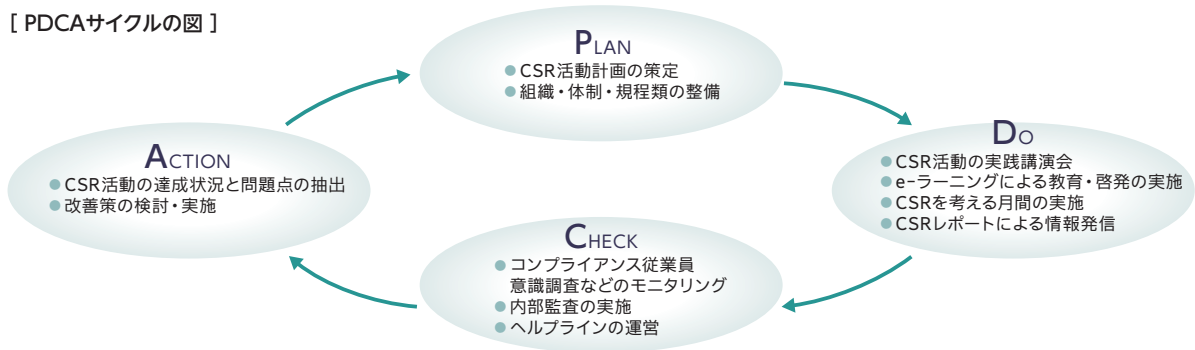
2. リスクマネジメントの強化

PDCAサイクルを通じてリスクを低減化

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ています。

さらに、CSR活動計画の策定(PPLAN)、その実践(DO)、モニタリング評価による現状把握(CHECK)、問題点や課題の抽出、改善の実施(ACTION)という、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。

[PDCAサイクルの図]



内部統制の徹底によるリスクマネジメント

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。

リスク低減化計画の策定

グループ全社で優先順位をつけて「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。2011年は、グループ全体でリスクを見直し、新たにリスクの洗い出しとそれに伴うリスク低減化計画の策定を行いました。

3. CSR教育の展開

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。2011年は、グループに所属する全役員、従業員を対象にインサイダー取引に対する講演会を14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、全従業員に対する理解の徹底を図りました。

e-ラーニングは、「CSRの理解」、「東日本大震災から学ぶ」、「インサイダー取引」、「働きやすい職場づくりとは」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」を配布しました。9月の1か月間を「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。



従業員を対象とした講演会の様子

4. モニタリングの実施

従業員意識調査をもとに課題を抽出

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。また同時に実施した「従業員満足度調査」と併せて、コンプライアンスの課題と従業員の意識・行動との関わりについても考察し、リスク低減化計画に盛り込んでいます。

ヘルプラインを運用

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ました。社内のリスク情報を直接把握し、リスクの低減や違反防止につなげています。ヘルプラインの窓口担当者及びその関係者は、公益通報者保護法に基づいて、通報・相談者のプライバシー保護に万全の配慮をしています。

[ヘルプラインの仕組み]



II. 情報セキュリティの強化

お客さまからの情報を大切に扱う

1. 情報資産の管理徹底

訪問販売、通信販売等を行う当社グループでは、お客さまの個人情報をお預かりすることが多く、厳重な情報資産管理が求められています。「基本方針」、「プライバシー・ポリシー」、「情報セキュリティ・ポリシー」を定め、全役員、従業員のほか、ビジネスパートナーも含めた全員に徹底。また、年2回の個人情報の棚卸を通じて、保有個人情報の把握と更新を行っています。

2011年には、外部記憶媒体の管理徹底を図りました。また、グループ全体の情報セキュリティの強化のため、情報セキュリティ診断を外部機関によって実施し、グループ全体の現状を客観的に評価し、多くの課題を抽出し、改善に取り組んでいます。

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	掲載ページ	自己評価	次年の主な活動計画
I. お客さま満足の向上	1. 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	P 26 } P 28	★★	● グループ全体での品質保証の強化
	2. 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 ● ミステリーコール(顧客を装った調査員が電話をかけて、センターの対応品質を調査)などによる外部評価を実施			● お客さま満足度調査の継続
	3. 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
II. お取引先・ビジネスパートナーとの協働	1. 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 ● お取引先と連携したお客さま満足の向上	P 29	★★★★	● お取引先・ビジネスパートナーとの協働の継続
III. 従業員満足の向上	1. 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) ● 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)	P 30 } P 32	★★	● 女性管理職比率の向上
	2. 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 ● 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) ● 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 ● 残業時間の減少、有休取得率の向上
	3. 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
IV. 株主・投資家への理解促進	1. 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 ● 各種投資家向け説明会の実施	P 33	★★★★	● 継続的な株主還元の充実 ● 投資家向け説明会の充実
V. 環境への配慮	1. 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	P 34 } P 37	★★★★	● オフィスでの環境対応の継続
	2. 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 ● 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 ● エコ基準達成
VI. 社会との協働	1. 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)	P 38 } P 40	★★★★	● 地域社会と協働作業を通じた事業展開の継続
	2. 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 ● 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

I. お客さま満足の上

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。

1. グループ品質保証体制の強化

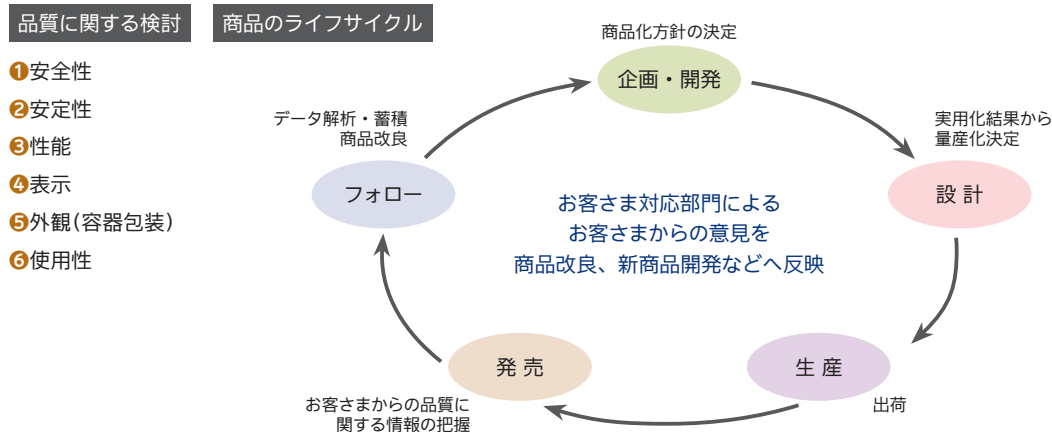
品質保証体制の信頼性と有効性をより確かなものにするため、品質保証の基本方針に従い、横断的な組織としてグループCSR委員会内に「品質保証部会」を設置しています。グループ各社の品質保証責任者を中心に、品質保証に関するグループ全体の対応や諸規定・規約・ルールなどの統制環境の整備と品質課題の抽出、各社の品質保証体制や実施しているモニタリング結果及び改善計画の進捗管理などを行い、グループ全体の向上につなげています。

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]



2. お客様対応力の向上

お客様相談室、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、お客様のご意見・ご要望を取り入れています。また、お客様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様窓口の機能向上と人材育成及び組織づくりに努めています。

お客様の声を事業活動に生かす仕組みを実現(ポーラ)

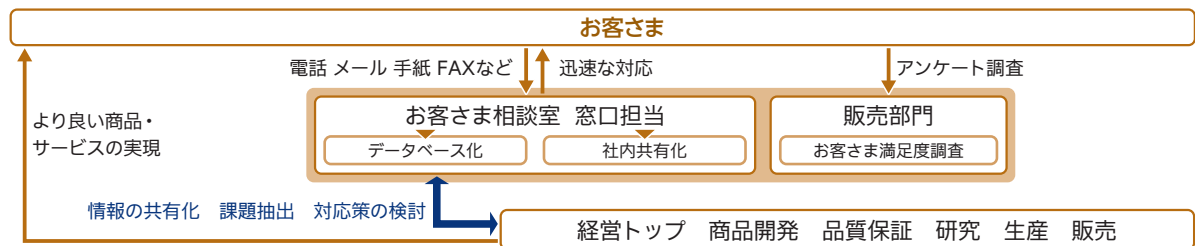
お客様からの商品・サービスへのご意見・ご要望を反映するため、商品企画部門、研究開発部門、生産部門などへ迅速な情報提供が行えるよう仕組みづくりを進めています。新たな商品設計への反映、商品機能の向上、内容物や容器の改良、表示や広告の適正化など様々な改善が行われています。

また、お客様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名のお客様から回答をいただきました。お客様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様の電話、メール、手紙などに対応するポーラのお客様相談室

[お客様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、お客様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様の電話にお応えするオルビスのコールセンター

お客様の声を商品・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様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様をご招待し、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様をご招待

3. お客様の声を反映した商品やサービスの開発

新商品や新サービスは、お客様のご意見・ご要望の中からも生まれています。お声の中から実現した新商品・改善リニューアル品、そして新サービスをご紹介します。

ヘアカラーテープを改良(ポーラ)

一昨年の秋から、ヘアカラー付属品のポリエチレン製テープを開きやすくしてほしい、というご要望が数多く寄せられるようになりました。調査をすると高温環境下ではテープの密着性が高まり、開きにくくなったためと分かりました。高温下でも密着しにくい高密度のポリエチレン素材に材質を変更することで開きやすく改良し、使用性を向上させました。



折りたたまれたテープを開きやすく改良しました

「アクアフォース」で本物のうるおいを(オルビス)

乾燥肌のお客様からの高い保湿力を望まれる声に応えるため、スキンケアの基幹シリーズ「アクアフォース」を全面リニューアルしました。

肌の内部でうるおいを蓄える「角層」の貯水機能に着目し、角層の“水の密度”を高めるピュアアクアエッセンスや、うるおいを保つための新成分アクアフィックスシールドなどを配合。角層全体にたっぷりの水分を貯めこむことで乾燥トラブルのない、うるおい続ける肌の実現が可能になりました。



保湿力が高まったアクアフォース

ご愛用者の生の声を商品企画へ(フューチャーラボ)

「デルマQ2」のご愛用者に定期的なヒアリング&ディスカッションを行っています。使用実態、満足度、改善要望など委託型TV通販では把握しきれなかった声をうかがい、紫外線対応と使い心地のバランス、長く使い続けたい容器デザインの配色など、2012年上期に発売予定の新製品に反映しています。その他の商品についてもリニューアル設計や次期企画開発に生かす予定です。



お客様の声を反映してつくられたデルマQ2

環境配慮型製品の開発(ポーラ化成工業)

リフィル化(つめかえ用商品)、部材簡略化など環境配慮に努めています。2011年には、ポーラ ホワイトショット QLにおいて、お客様が購入しやすいように、容量の違う3種類の容器を展開しています。この3種類のボトルをひとつのポンプで共有させることで、サイズの違う商品をリピートされるお客様はリフィルボトルのみの購入となり、無駄を省くことができました。

ポーラ ホワイトショット QLは、社団法人 包装技術協会主催の「2011年パッケージングコンテスト」において適正包装賞を受賞しました。



美と環境配慮を両立させた
ポーラ ホワイトショット QL

II. 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

1. 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

Ⅲ. 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

1. 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ックを実践

*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。

女性活性化プロジェクトの推進(フューチャーラボ)

社内の女性従業員5名が提案者となり、いきいきとした女性の働き方への提案プロジェクトをスタート。女性の健康診断や福利厚生の見直しなど、女性の活性化策を社内に提言しています。

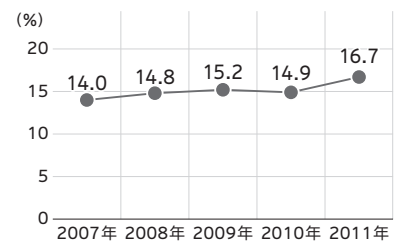
提言に基づき、2012年度から働きやすい職場環境づくりの一環として、
①自分の身体ときちんと向き合い、いつまでもいきいきと働くことを支援する
②仕事と家庭の両立を支援する ③心身ともにリフレッシュし、仕事の質を高めることなどを支援できるよう福利厚生制度を改定しました。

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]

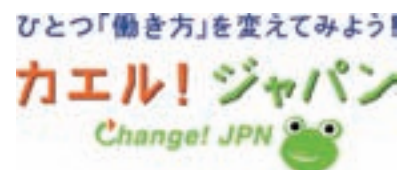


2. ワークライフバランスの充実による働きやすい職場づくり

「育児休業」、「看護休暇」、「育児費用援助金」、「ベビーシッター育児支援」、「介護休業」、「介護短時間勤務」、「復職登録」などの両立支援制度を拡充。従業員一人ひとりが仕事へのやりがいを持ちつつ充実した人生を過ごせるよう、ワークライフバランスの向上に努めています。

リフレッシュ休暇※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。



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

ハラスメント防止とメンタルヘルスケア

ポーラが2009年から導入した「復職制度」に準じて、グループ全体でメンタルヘルスケアなどに対応できる休職復職基準を新たに策定。心身の健康について電話相談できる「EAP」(従業員支援プログラム)の専用窓口を設け、「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ました。今後はメンタルヘルス不調者発症予防などの対策にグループで取り組みます。

障がい者が活躍できる職場づくりを

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。グループ全体の障がい者雇用率は1.51%となっており、法定雇用率1.8%に達しませんでした。主なグループ企業ではポーラ1.65%、オルビス1.50%、ポーラ化成工業2.25%となっています。引き続き、講演会での手話の導入などバリアフリー対応を進めます。

元気大賞でモチベーションアップ(pdc)

pdcでは、従業員同士が日頃の感謝を込めて仲間を賞賛し合う独自の社内褒賞制度「元気大賞」を実施しています。売上目標の達成などの結果だけでなく、社内外に、pdcの企業理念である「元気を与える」活動をしたチーム・個人を年1回表彰します。このユニークな制度は、従業員のモチベーション向上やコミュニケーションの活性化につながっています。

3. 人材育成のための教育体系の充実

ポーラ・オルビスグループでは、グループの従業員を対象に、将来の経営を担う「経営幹部養成講座」、次期マネージャー候補を育成する「未来研究会」など、将来を見据えたグループ横断的な教育体系を構築しています。

教育体系づくりと教育支援

WEBを活用した自己啓発プログラムなどの選択研修の実施に加え、バリエーション豊富な育成プログラムにより従業員一人ひとりのキャリア形成を支援しています。さらにグループ各社に、独自の階層別研修、昇格研修、スキルアップ研修、マネジメント力強化研修なども実施しています。

[人材育成のための教育体系]

	育成目的	研修プログラム	自己啓発支援
役員	グループ各社の経営者として必要な能力の醸成	役員勉強会 グループ経営者研修	CSR・コンプライアンス教育 WEBによる自己啓発プログラム グループ各社にて通信講座受講支援を実施 「ポーラ・オルビスグループ通信講座ガイドブック」
マネージャー	グループ経営者の育成	経営幹部養成講座フォロー研修 経営幹部養成講座	
一般社員	階層別に求められる能力開発 グループの次世代を担うリーダーの育成 (グループ横断で実施)	階層別研修 昇格研修 スキルアップ研修 マネジメント力強化研修 (グループ各社で実施)	
新入社員	ビジネスパーソンとしてのスタンス・基本行動の徹底	新入社員研修 (グループ各社で実施)	

VOICE 経営幹部養成講座に参加して

成長に向けた道筋を強く意識する

高谷 誠一
ポーラ・オルビス
ホールディングス
グループSCM
プロジェクト



経営幹部養成講座では、リーダーシップやイノベーション、事例研究など多くの課題が課されました。中でも記憶に鮮明なのが初回のトップの言葉です。

「いま自分の周りに何があるか考えてみよう」という問いかけでした。

それは「自分の考え方や行動のベースとなる価値観を支えているのは、家族であり友人であり、そこにお客さまや働く職場が加わって、社会じゃないのか?」という意味であり、判断を迫られたときに、そこにすぐさま思いをはせ、共感できることが、経営者としての要件だというメッセージであったと思います。

役割に逃げず人としての好悪や善悪を基準として判断できることがリーダーの要件だというメッセージをしっかりと受け止めて、仕事に向き合い成長していきたいと考えています。

IV. 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

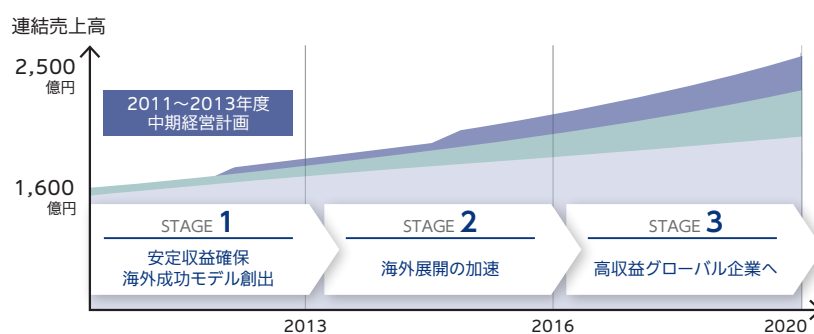
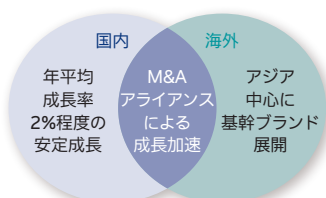
—2020年の目指すべき姿—

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 一経営指標一]



1. 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。

V. 環境への配慮

美しい地球を次世代に届けるために

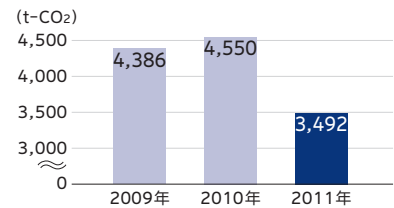
ポーラ・オルビスグループの環境方針

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、区市町村条例・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CO₂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CO₂排出量の推移]



震災後の節電対応

2011年は、東日本大震災に伴う節電対応をグループ全体で推進し、政府要請の15%の節電要請に対し、グループ全体で25%以上の削減を達成しました。

○ グループ各社の主な節電の取り組み

- 銀座ビル全体で40%を超える節電
(ポーラ・オルビスホールディングス)

照明の半減、冷房温度28度の徹底、外調機の一時停止、館内移動のエレベーターの不使用、トイレ温水の停止、シュレッターのピーク電力時使用禁止などに取り組みました。銀座ビル全体で、6～8月は対前年41.7%の電力量を削減しました。

- 運転管理法を共有し25%以上の削減を達成 (ポーラ)

ポーラ五反田ビルでは、電気使用状況を常に監視し、ピークオーバーにならないよう各機器の運転管理・調整法を設備要員全員で共有しました。また、照明削減・LEDへの切り替え、エレベーターの稼働を3台から2台へ変更、PCの省電力モードへの変更など月ごとに新しい取り組みを追加。この結果、7～9月において、最大使用電力25%以上を削減しました。

- 25%削減を可能な限り継続 (オルビス)

本社ビルで前年比25%以上の削減を達成。政府からの節電要請期間が終わった9月10日以降も従業員の協力を得て、さまざまな創意工夫で25%削減の目標を継続しています。

- 地道な節電 (ポーラファルマ)

蛍光灯の間引き、エアコンの28度設定、エアコンの運転場所の制限、昼休みの消灯、自動販売機の冷却ストップ、PC節電モード設定、節電ビスを実施して取引先へもホームページなどで協力依頼しました。

- テナントビルで15%削減を徹底 (ビーオーリアルエステート)

各テナントビルにデマンド計を購入して設置、毎分値の進捗管理を行いました。室内温度設定は28℃とし、消費ピーク時にはエレベーター運転を制限したほか、エントランス、エレベーターホール、廊下の間引き点灯も実施。元町ビルは資源エネルギー庁より「節電達成証」をいただきました。

○ 家庭で節電促進キャンペーン

ポーラ・オルビスホールディングスでは、従業員の家庭電力節電キャンペーンを実施し、3カ月間で延べ62名が家庭電力を15%削減しました。

ポーラでは達成者が48名、科薬では達成者が103名となりました。

達成者には、化粧品サンプルをプレゼントしました。

2. 生産部門での環境配慮

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(P36中図参照)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	2011年目標項目 及び目標値	2011年実績	自己 評価
地球温暖化 防止	CO ₂ 排出量 2009年比2%削減 (7,712t-CO ₂ 以下)	CO ₂ 排出量7,490tで目標達成 6月以降、節電対策を強化	★★★★
	設備更新・改善による省エネ	①オフィス空調機更新他 ②街路灯LED化 ③太陽光発電システム導入検討(2012年導入予定)	
	効率的な生産運営推進	①粉体製造装置の集約と低稼働設備の廃止 ②休日生産の削減 → 6月以降前年度半減	
資源循環	総廃棄物目標 1,555トン以下	総廃棄物量1,530トンで目標達成	★★
	有価率※ 2010年比0.5%アップ 34.5%以上	有価率32.2%で目標未達	
	廃棄物減量推進	生産ロス削減策(歩留率向上)や排水汚泥の減量化の取組みを継続	
	グリーン購入(38.5%以上)	事務用品のグリーン購入率は、51.1%で目標達成	
リスク マネジメント	アスベスト対策	袋井工場ラック倉庫の耐火材(吹付けロックウール)の封じ込め対策を実施 (対策面積: 1,980m 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	
	緊急事態を想定した リスク管理強化	①棚固定と避難経路上の障害物を改善 ②老朽化した照明器具(750灯)、コンセント不良点検のローラー作戦 ③化学物質データシート(MSDS)の最新版管理	
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工場周辺の自治会と懇親会(5月) ③アンケート調査(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クリーンウォーク活動(5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	

【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

※ 有価率=有価売却量/廃棄物総量

[2011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]

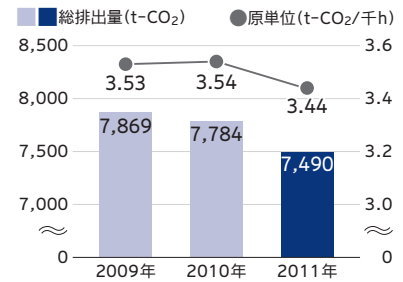


対象範囲はポーラ化成工業 静岡工場及び袋井工場とします

CO₂排出量は目標達成

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。2011年のCO₂排出量は7,490tで、2%削減の目標を達成しました。同時に、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CO₂排出量の推移(静岡・袋井工場合算)]



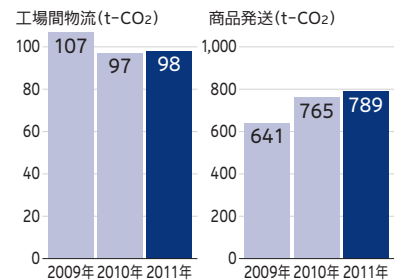
新たな技術、設備の導入によってCO₂削減を実現

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CO₂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CO₂削減を実現しました。

梱包資材の材質を変更

物流部門では、資材、半製品、製品運搬時の環境負荷低減などに取り組んでいます。2011年は、輸送時の商品破損防止と環境配慮を両立させるため梱包資材であるダンボールの材質変更に取り組みました。コスト削減に加え、ダンボール重量減による保管効率と作業性の向上、CO₂排出量削減などの成果が生まれ、輸送中の商品破損クレームは0件となりました。

[物流CO₂排出量の推移(静岡・袋井工場合算)]



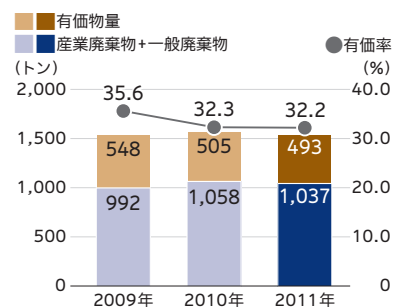
つめかえ用容器でCO₂を大幅削減(オルビス)

化粧品業界初のLCA(ライフサイクルアセスメント)測定により、つめかえ用容器がCO₂の削減に大きく寄与し、ボトルと比較し約90%の削減効果があることを実証しました。

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)]



商品設計の段階からの環境配慮を継続

ポーラ・オルビスグループでは、「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年は、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、2品の量産化に成功しました。

ECO商品(環境配慮型商品)の概要

● 内容物エコスタンダード

薬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)や部材の簡略化
使用後の容器に中味をつめかえる及びリフィルを入れかえる、また、部材を薄肉にすることによって、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

大切な資源を有効活用

容器には再生ガラスを使用し、外箱には再生紙やバガス、ケナフなどの非木材紙を使用し、資源の有効活用に努めています。



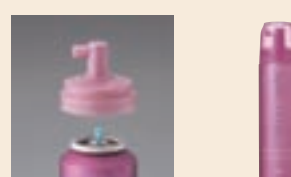
ポーラ
ホワイトシモ
薬用ローションホワイト
(再生ガラス使用)

ポーラ
ホワイトシモ(外箱)
(ケナフ使用)

分別の容易化

部材を簡単に分別

容器を部材ごとに簡単に分解し、分別して廃棄できるよう工夫することにより、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

IV. 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

1. 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 クリーム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、温泉水など国産ポ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

日本が誇るものづくりを社会に紹介し、地域産業を活性化(ポーラ)

ポーラは、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。2011年は、“内被(うちぎ)せ”と呼ばれる独自の素材製法とガラスに切り出されたラインで新しい美を誕生させた「江戸切子一輪挿し」と淡路島の香司(こうし)マイスターとのコラボレーションで生まれた「コウ アロマモイスチャー」をお客さま記念品に採用しました。



「江戸切子一輪挿し」新進の江戸切子作家である堀口徹さんによる作品

日本のよいものを未来まで



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。

2. 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とがしたい」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えます。

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、楽しみながらお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カ所を廻りました。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

皮膚科医女性ドクターのためのコミュニティ「美肌Café」をサポート

医師として、女性として、いつまでも輝いてご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、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。先生方と一緒に、患者さまの「健やかで美しい肌づくり」の実現に貢献しています。



役立つ楽しい読み物としてこれまでに6号を発刊

静岡で「市民公開講座」を共催(ポーラファルマ)

スキンケアと皮膚病予防・治療の重要性啓発を目的に、静岡県皮膚科医会とポーラファルマ及びポーラの共催で市民公開講座を開催。京都大学皮膚科の宮地良樹教授による「皮膚がんとアンチエイジング」の講演のほか、地元医師による「皮膚病無料相談」、ポーラファルマ及びポーラ美容スタッフによる「美容カウンセリング」を行いました。



静岡市内の皮膚科医院やポーラのお店に掲示されたポスター

インターンシップ受け入れと職業講話(ポーラ化成工業)

近県の大学や高校からインターンシップを受け入れています。2011年は、袋井工場で掛川工業高校生2名が化粧品の充填から仕上げまでを実習、未来の仕事について考える機会を提供しました。8月には3名の大学生が検査作業を主体に実習を行い、10月には文部科学省学習指導要領に則った総合教科の一環として、横浜研究所が地元中学校で職業講話授業と体験学習を実施しました。



職業講話授業の様子

環境キッズ教育の開催(ポーラ化成工業)

袋井工場では、従業員の子供たち(小学生)を対象に、環境キッズ教育を開催しました。地球が抱える課題をクイズ形式で楽しく学んでもらったほか、排水・廃棄物処理場などの見学やクリームづくりの体験をとおして、ものづくりの面白さを知ってもらいました。



クリームづくりを体験

大学生などがボイラー設備などを見学(ポーラ化成工業)

工場見学ブームの影響もあり、2011年は袋井工場にも早稲田大学生49名、JA豊橋中央支店女性部23名、袋井市教育研究会24名など総計49グループが見学に訪れました。近年の特徴として、環境活動の説明を希望される企業、団体、学生が増加しており、見学者の要望に沿った対応を進めています。グループ各社の品質体制や社会貢献活動に対する関心は確実に高まっています。



熱心に工場を見学する学生の皆さん

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 取り組み計画	2011年の主な活動実績	掲載 ページ	自己 評価	次年の 主な活動計画
社会貢献 活動の推進	文化・芸術支援活動	<ul style="list-style-type: none"> ● ポーラ文化研究所の展示・出版活動の実施 ● ポーラ伝統文化振興財団への支援 ● ポーラ美術振興財団への応援 	P 41 } P 42	★★	● 各種社会貢献活動の継続支援
	社会貢献・ 環境保全活動	<ul style="list-style-type: none"> ● TABLE FOR TWO活動の実施(寄付額対前年15%増) ● オルビス植林活動の実施 ● ポーラ富士山清掃活動の実施 約580kg回収 	P 43 } P 44		

【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

化粧の研究成果を広く社会に

ポーラ文化研究所では、1976年の設立以来、「化粧・女性・美意識」をキーワードに東西の化粧史及び各時代の風俗や美人観を含めた化粧にまつわる幅広い研究活動を行ってきました。「化粧文化」について独自の研究活動を推進し、貴重な情報を大学や研究機関などへ提供しています。一方、研究成果を発表するための展示活動や出版活動も行っています。2011年は日本橋架橋100年記念企画／東日本大震災支援プロジェクトとして第4回「日本橋美人博覧会」に協力し、江戸の美意識に関する展示や化粧道具の展示、解説協力を行いました。



化粧を身近な視点でとらえる情報誌「化粧文化 PLUS 4号」

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

伝統文化を振興(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では、伝統工芸・伝統芸能・民俗芸能などが国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。2011年は、「博多人形の制作・伝承」(中村信喬氏)と「舞台美術の制作」(有賀二郎氏)が優秀賞に輝いたのをはじめ、奨励賞1件、地域賞5件が贈られました。さらに、2011年には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。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こうという中川衛氏の姿を通じて、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った重要な役割を担っていると思います。

若手芸術家への助成と美術館の運営(公益財団法人 ポーラ美術振興財団)

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。2011年は39件の助成を行いました。また、箱根のポーラ美術館にて、一般の方々に優れた美術品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。2011年は、「アンリ・ルソー：パリの空の下で ルソーとその仲間たち」、「レオナルド・フジター私のパリ、私のアトリエ」などの企画展を開催しました。



助成対象者に目録を贈呈

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

企業も従業員も社会の一員です。ポーラ・オルビスグループでは、一人ひとりが社会の中で、何ができるのかを考え、意義があると思える活動に着手しています。

乳がん検診を広め、女性の命と健康を守る

グループの各社では、社内の自動販売機で販売される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「ピンクリボン運動※1」を支援しています。

2008年12月から2011年12月末までに累計で245,789円を寄付しました。



社内に設置されている自動販売機

※1 ピンクリボン運動：
乳がんの正しい知識を広め、乳がん検診の早期受診を推進する世界規模の啓発キャンペーン

母と子の健康を守る運動を支援(ACRO)

ACROが展開する化粧品ブランド「THREE」では、開発途上国の母と子の健康といのちを守る「ホワイトリボン運動※2」に参加しています。「THREEグラムタッチリップグロス」1本購入につき1,000円を寄付に当て、6月までに697本を販売して697,000円を寄付し、ホワイトリボン運動を進める国際NGOジョイセフを通じて東北の被災地の女性や妊産婦の支援を行いました。



リップグロスで東北の被災地の女性を支援

※2 ホワイトリボン運動：
母と子の健康といのちを守る運動として1999年からスタート。世界の国際機関やNGOが参加

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※3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)

※3 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

ポーラ タイランドで女性の社会進出を支援

タイに進出して約50年となるポーラの経験を生かし、地域社会への貢献を打ち出しています。2009年より環境保全の取り組みを開始、2010年10月からは女性の社会進出を支援するため、営業所147拠点の新設により、女性が活躍できる場の提供に努めました。また、AAA(アンチエイジングアライアンス)活動の一環として、女性のがん予防促進団体と協賛した寄付活動を行っています。



2011年3月にラヨーン県でマングローブ植林活動を実施

清掃活動・植林活動など環境美化に努める

自社周辺や地域社会の環境美化に率先して取り組んでいます。また、国内外での植林活動により地球環境資源の保全に努めています。

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、総重量約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

「富士山の森づくり」に参加(オルビス)

オルビスでは、財団法人オイスカ(NGO)と連携し、年に2回、従業員がボランティアとして植林及び下草刈り活動に参加しています。2011年は「富士山」で植林を、「山梨県甲府市武田の杜」で下草刈りを行いました。

また、山梨県甲州市とともに進めている里山企画もスタート。「甲州市オルビスの森」として10年計画で森林整備を行い、森林体験の場としての活用を目指します。



「甲州市オルビスの森」で行われた枯木・枯葉の除去作業と間伐作業

銀座通りを美しく(ポーラ・オルビスホールディングス)

銀座通り連合会が主催する恒例の「自社ビル前歩道・植え込みをきれいにしよう」というイベントに、5月13日と10月7日に参加。ブラシで歩道を磨くなど清掃に協力しました。



銀座通りを美しくするため、従業員が自社ビル前の清掃にあたりました

ポイント導入により環境意識を醸成(ポーラ化成工業)

「美ing活動」の一環として、楽しみながら環境意識の向上に努めています。工場内や工場周辺の清掃、大浜海岸や興津川の清掃、袋井事業所周辺をごみを持って歩くクリーンウォークなどを開催。清掃活動やボランティアへの参加にポイント制を導入し、年間で高ポイントを獲得した従業員を表彰しました。



ポーラ化成工業の清掃活動の様子

エコキャップ推進運動を実施

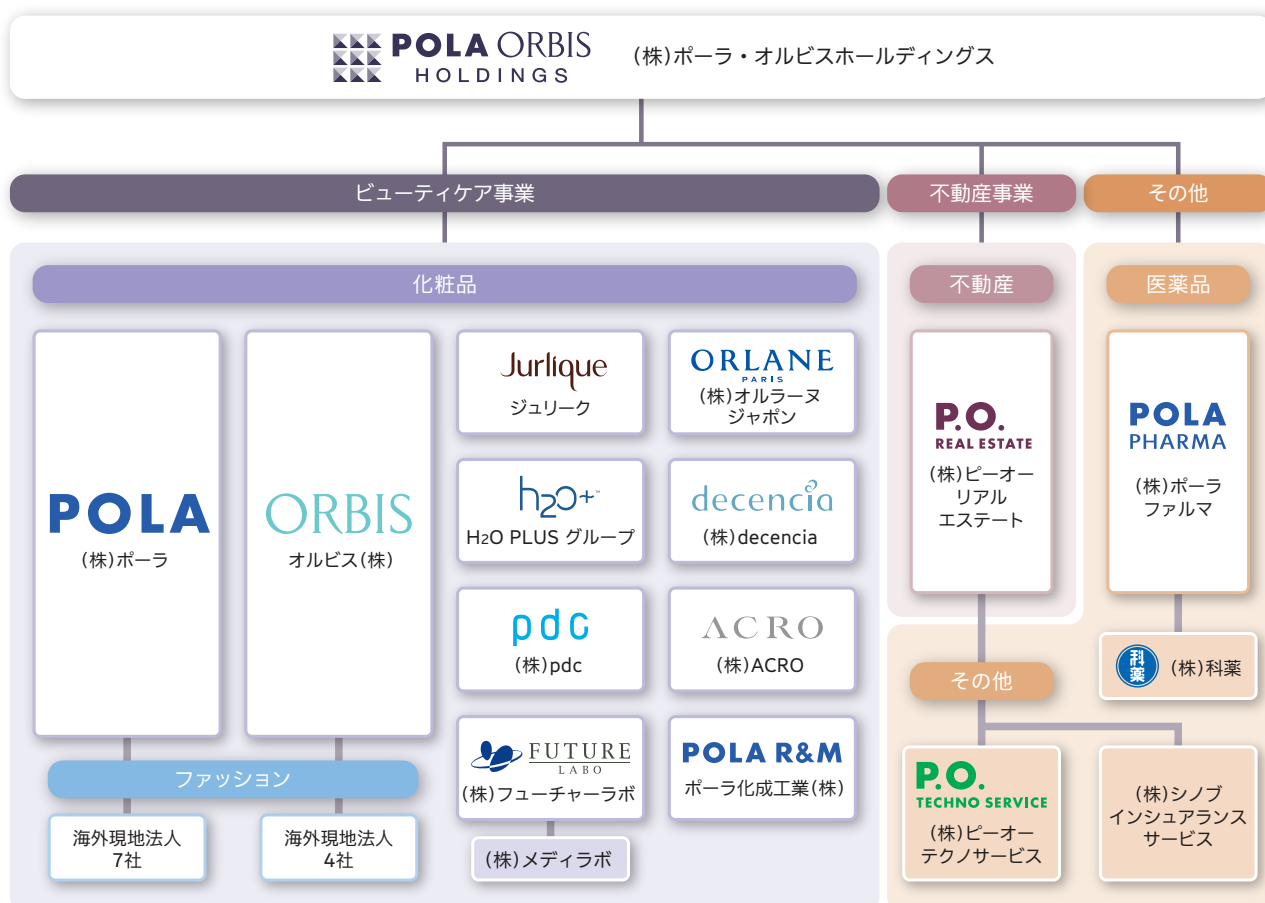
ペットボトルのキャップを売却して世界の子どもにワクチンを届ける「エコキャップ推進運動」に参加。2011年末までにグループ全体で累計約1,000万個のキャップを回収し、約12,500名分のワクチン寄付につなげました。

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)	: 3,812名
臨時従業員数	: 1,864名
(2011年12月31日現在)	

[ポーラ・オルビスグループ組織図]



※ P45とP46に新たに記載したJurlique(ジュリーク)は、2012年2月に完全子会社化しました

グループ企業紹介

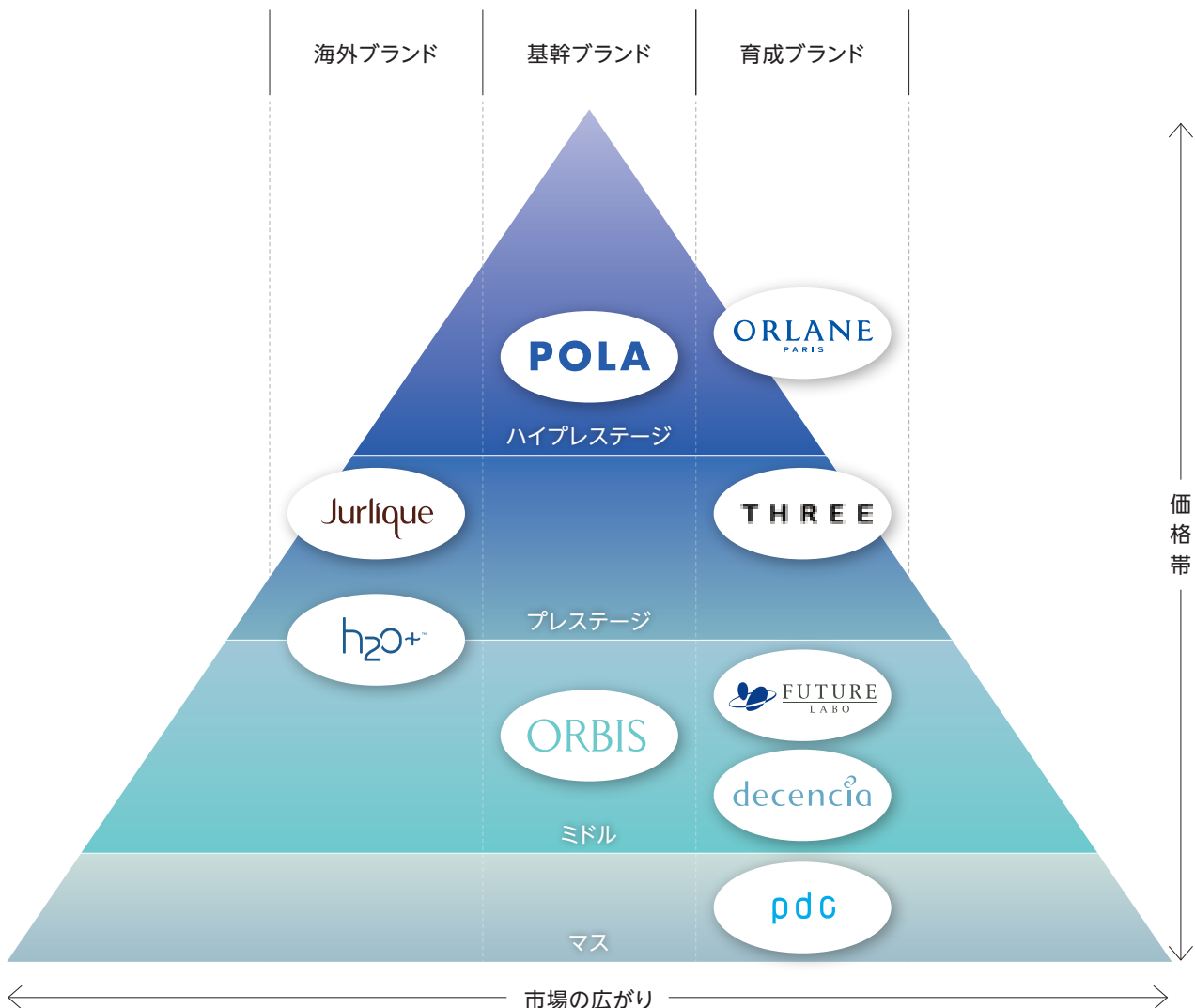
多様化するお客さま一人ひとりの価値観を事業へ

各事業・各ブランドの成長で、グループ全体の価値向上を

ポーラ・オルビスグループは、お客さまの多様化する価値観に対応し、お客さま一人ひとりへの生涯提供価値を高めるため、小規模でも特徴・差別性のあるブランドを所有し、そのブランドにふさわしい販売チャネルで複数展開を行う、「マルチブランド・マルチチャネル戦略」をとっています。

戦略の実践のためにホールディングス体制を強化し、ふさわしい環境を整えています。また、この体制を最大限活用して、事業各社による「既存ブランドの価値最大化」に加え、「ブランドの数を増やしていく」ことによってグループ全体の価値向上を目指しています。

[ブランドポートフォリオ]



ポーラ・オルビスグループの組織
／グループ企業紹介

ポーラ・オルビスグループの歩み

- 1929(昭和 4)年 鈴木 忍が静岡の地で創業
- 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
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
ベニス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スタート 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



創業当時、クリームのはかり売りに使用した天秤



1965年頃の静岡工場



1976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

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5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。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。

今後も、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考えます。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り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。

ISO26000及びGRIガイドライン対照表

GRI指標	ISO26000の 中核主題・課題	WEB版		ハイライト版		
		ページ 数	記載事項	ページ 数	記載事項	
1. 戦略及び分析						
1.1 組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者(CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明	6.2組織統治	P3~4	・トップコミットメント	P3~4	・トップコミットメント	
1.2 主要な影響、リスク及び機会の説明	6.2組織統治	P20	・2011年の基本的CSR活動概要(リスクマネジメント)	P18	・2011年の基本的CSR活動概要(リスクマネジメント)	
		P23	・リスクマネジメントの強化	P19	・2011年の事業的CSR活動概要	
		P25	・2011年の事業的CSR活動概要	P28	・2011年の選択的CSR活動概要	
		P35	・生産活動における環境目標と実績			
		P41	・2011年の選択的CSR活動概要			
2. 組織のプロフィール						
2.1 組織の名称	—	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.2 主要なブランド、製品及び/またはサービス	—	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.3 主要部署、事業会社、子会社及び共同事業などの組織の経営構造	6.2組織統治	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.4 組織の本社の所在地	—	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.5 組織が事業展開している国の数及び大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	—	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.6 所有形態の性質及び法的形式	—	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.7 参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む)	—	P46	・グループ企業紹介	—	該当なし	
2.8 報告組織の規模	—	P45	・会社概要	—	該当なし	
2.9 規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更(施設のオープン、閉鎖及び拡張などを含む所在地または運営の変更、株式資本構造及びその資本形成における維持及び変更業務(民間組織の場合))	—	—	該当なし	—	該当なし	
2.10 報告期間中の受賞歴	—	P27	・企業電話応対コンテスト(コールセンター部門) 東京南地区大会優秀賞 ・「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)」11位	P21	・企業電話応対コンテスト(コールセンター部門) 東京南地区大会優秀賞 ・「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)」11位	
		P28	・包装技術協会「2011年パッケージングコンテスト」適正包装賞	—	該当なし	
		P29	・日本SC協会「SC接客ロールプレイングコンテスト中国・四国地区大会」準優勝 「同 近畿大会」審査員特別賞	—	該当なし	
3. 報告要素						
報告書のプロフィール	3.1 提供する情報の報告期間(会計年度/暦年など)	—	P2	・報告期間	P2	・報告期間
	3.2 前回の報告書発行日(該当する場合)	—	—	該当なし	—	該当なし
	3.3 報告サイクル(年次、半年ごとなど)	—	—	該当なし	—	該当なし
	3.4 報告書またはその内容に関する質問の窓口	—	P2	・お問い合わせ先	P2	・お問い合わせ先
報告書のスコープ及びバウンダリー	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	—	P2 P58	・編集方針 ・編集後記	P2 P30	・編集方針 ・編集後記
	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)	—	P1	・報告対象組織	P1	・報告対象組織
	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。バウンダリー及びスコープが、組織の重要な経済的、環境的、社会的影響の全体の範囲に対処しない場合は、完全に網羅したものを提供するための戦略及び予定スケジュールを明記する	—	—	該当なし	—	該当なし
	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及び時系列での及び/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	—	—	該当なし	—	該当なし
	3.9 報告書内の指標及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及び技法を含む、データ測定技法及び計算の基盤	—	—	該当なし	—	該当なし

GRI指標		ISO26000の 中核主題・課題	WEB版		ハイライト版	
			ページ 数	記載事項	ページ 数	記載事項
(報告書のスコープ 及びバウンダリー)	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、及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)	—	—	該当なし	—	該当なし
	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	—	—	該当なし	—	該当なし
GRI内容索引	3.12 報告書内の標準開示の所在場所を示す表	—	P49~57	・ISO26000及び GRIガイドライン対照表	—	該当なし
保証	3.13 報告書の外部保証添付に関する方針及び現在の実務履行。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、外部保証の範囲及び基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	—	P48	・第三者意見	P30	・第三者意見
4. ガバナンス、コミットメント及び参画						
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)	6.2組織統治	P21	・ガバナンス体制	—	該当なし
	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)	6.2組織統治	P21	・ガバナンス体制	—	該当なし
	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及び/または非執行メンバーの人数を明記する	6.2組織統治	—	該当なし	—	該当なし
	4.4 株主及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	6.2組織統治	P18 P25 P33	・ステークホルダーとCSR活動 ・2011年の事業的CSR活動概要(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	P19 P24	・2011年の事業的CSR活動概要(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
	4.5 最高統治機関メンバー、上級管理職及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(社会的及び環境的パフォーマンスを含む)との関係	6.2組織統治	—	該当なし	—	該当なし
	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	—	該当なし	—	該当なし
	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及び専門性を決定するためのプロセス	6.2組織統治	—	該当なし	—	該当なし
	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)及びバリュー(価値)についての声明、行動規範及び原則	6.2組織統治	P1 P17 P19 P22 P33	・ボラ・オルビスグループ理念 ・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域 ・行動綱領の改定 ・長期ビジョンを策定	P1 P17 P24	・ボラ・オルビスグループ理念 ・3つのCSR活動領域 ・長期ビジョンを策定
	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及び国際的に合意された基準、行動規範及び原則への支持または遵守を含む)	6.2組織統治	P21	・ガバナンス体制	—	該当なし
	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	—	該当なし	—	該当なし
	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、及びその方法はどのようなものかについての説明	6.2組織統治	P35	・生産活動における環境目標と実績(リスクマネジメント)	—

ISO26000及びGRIガイドライン対照表

GRI指標		ISO26000の中核主題・課題	WEB版		ハイライト版		
			ページ数	記載事項	ページ数	記載事項	
(外部のイニシアティブへのコミットメント)	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	—	該当なし	—	該当なし	
	4.13 組織の(企業団体などの)団体及び/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	—	該当なし	—	該当なし	
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	6.2組織統治	P18	・ステークホルダーとCSR活動	—	該当なし	
	4.15 参画してもらおうステークホルダーの特定及び選定の基準	6.2組織統治	—	該当なし	—	該当なし	
	4.16 種類ごとの及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	6.2組織統治	P5~10 P18	・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	P5~10	・ステークホルダー・ダイアログの開催報告	
	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及び懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	6.2組織統治	P5~10 P18 P28	・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生かす仕組み	P5~10 P21	・ステークホルダー・ダイアログの開催報告 ・お客さまの声を事業活動に生かす仕組み	
5. マネジメント・アプローチ及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	6.2組織統治	—	該当なし	—	該当なし
		方針	6.8コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	—	該当なし	—	該当なし
		追加の背景状況情報	6.8コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	—	該当なし	—	該当なし
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、寄付及びその他のコミュニティへの投資、内部留保及び資本提供者や政府に対する支払いなど、創出及び分配した直接的な経済的価値	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	P12	・被災地支援(支援物資、義援金)	P12	・被災地支援(支援物資、義援金)
		EC2 気候変動による組織の活動に対する財務上の影響及びその他のリスクと機会	6.5.5気候変動緩和及び適応	—	該当なし	—	該当なし
		EC3 確定給付型年金制度の組織負担の範囲	—	—	該当なし	—	該当なし
		EC4 政府から受けた相当の財務的支援	—	—	該当なし	—	該当なし
	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新入社員賃金の比率の幅	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	—	該当なし	—	該当なし
		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、業務慣行及び支出の割合	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	—	該当なし	—	該当なし
		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	6.8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	—	該当なし	—	該当なし
	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及びサービスの展開図と影響	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	P11~16 P38~40 P41~42 P43~44	・東日本大震災の影響と支援の取り組み ・事業活動を通じて地域・社会に対する責任を果たす取り組み ・文化・芸術支援活動 ・社会貢献・環境保全活動	P11~16 P26~27 P28~29 P29	・東日本大震災の影響と支援の取り組み ・事業活動を通じて地域・社会に対する責任を果たす取り組み ・文化・芸術支援活動 ・社会貢献・環境保全活動

GRI指標			ISO26000の中核主題・課題	WEB版		ハイライト版		
				ページ数	記載事項	ページ数	記載事項	
(経済パフォーマンス指標)	(間接的な経済的影響)	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	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 6.6.7財産権の尊重 6.7.8必要不可欠なサービスへのアクセス 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	—	該当なし	—	該当なし	
環境	マネジメントアプローチ	目標とパフォーマンス	6.2組織統治 6.5環境	P25	・2011年の事業的CSR活動概要(環境への配慮) ・生産活動における環境目標と実績	P19	・2011年の事業的CSR活動概要(環境への配慮)	
		方針		P17 P19 P34		・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域 ・環境方針		P17 P25
		組織の責任 研修及び意識向上		P21	・ガバナンス体制	—	該当なし	
		監視及びフォローアップ		P20	・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育) ・CSR教育 ・人材育成のための教育体系	P19	・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育)	
				P20 P21 P24 P35	・2011年の基本的CSR活動概要(モニタリング) ・ガバナンス体制 ・ヘルプライン ・生産活動における環境目標と実績	P18	・2011年の基本的CSR活動概要(モニタリング)	
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	6.5環境 6.5.4持続可能な資源の使用	P36	・2011年生産活動における環境負荷(原材料)	—	該当なし	
		EN2 リサイクル由来の使用原材料の割合		—		該当なし		
	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		P36	・2011年生産活動における環境負荷(エネルギー(重油・都市ガス))	—	該当なし	
		EN4 一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量		P36	・2011年生産活動における環境負荷(エネルギー(電気))	—	該当なし	
		EN5 省エネルギー及び効率改善によって節約されたエネルギー量		P34 P35	・オフィスでの環境配慮 ・生産活動における環境目標と実績(地球温暖化防止)	P25	・オフィスでの環境配慮	
		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及びサービスを提供するための率先取り組み、及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		—	該当なし	—	該当なし	
		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		P34	・オフィスでの環境配慮	P25	・オフィスでの環境配慮	
	水	EN8 水源からの総取水量		P36	・2011年生産活動における環境負荷(水資源)	—	該当なし	
		EN9 取水によって著しい影響を受ける水源		—	該当なし	—	該当なし	
		EN10 水のリサイクル及び再利用量が総使用水量に占める割合		—	該当なし	—	該当なし	
	生物多様性	EN11 保護地域内あるいはそれに隣接した場所及び保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地及び面積		6.5環境 6.5.6自然環境の保護及び回復	—	該当なし	—	該当なし
		EN12 保護地域及び保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品及びサービスの著しい影響の説明			—	該当なし	—	該当なし
		EN13 保護または復元されている生息地			—	該当なし	—	該当なし

ISO26000及びGRIガイドライン対照表

GRI指標			ISO26000の中核主題・課題	WEB版		ハイライト版			
				ページ数	記載事項	ページ数	記載事項		
(環境パフォーマンス指標)	(生物多様性)	EN14 生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置及び今後の計画	(6.5環境 6.5.6自然環境の保護及び回復)	—	該当なし	—	該当なし		
		EN15 事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)及び国の絶滅危惧種リストの数		—	該当なし	—	該当なし		
	排出物、廃水及び廃棄物	EN16 重量で表記する直接及び間接的な温室効果ガスの総排出量	6.5環境 6.5.5気候変動緩和及び適応	P25	・2011年の事業的CSR活動概要(CO ₂ 排出量) ・生産CO ₂ 排出量、物流CO ₂ 排出量	P19	・2011年の事業的CSR活動概要(CO ₂ 排出量) ・生産CO ₂ 排出量、物流CO ₂ 排出量		
		EN17 重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量		—		該当なし		—	該当なし
		EN18 温室効果ガス排出量削減のための優先取り組みと達成された削減量		P36	・新たな技術、設備の導入によってCO ₂ 削減を実現	P25	・新たな技術、設備の導入によってCO ₂ 削減を実現		
		EN19 重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	6.5環境 6.5.3汚染の予防	—	該当なし	—	該当なし		
		EN20 種類別及び重量で表記するNOx、SOx及びその他の著しい影響を及ぼす排気物質		—	該当なし	—	該当なし		
		EN21 水質及び放出先ごとの総排水量		P36	・2011年生産活動における環境負荷(排水)	—	該当なし		
		EN22 種類及び廃棄方法ごとの廃棄物の総重量		P36	・2011年生産活動における環境負荷(廃棄物) ・廃プラスチックの資源化	P25	・廃プラスチックの資源化		
		EN23 著しい影響を及ぼす漏出の総件数及び漏出量	—	該当なし	—	該当なし			
	EN24 パーゼル条約付属文書I、II、III及びVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出、あるいは処理の重量、及び国際輸送された廃棄物の割合	—	該当なし	—	該当なし				
	EN25 報告組織の排水及び流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、及び生物多様性の価値を特定する	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	—	該当なし	—	該当なし			
	製品及びサービス	EN26 製品及びサービスの環境影響を緩和する優先取り組みと影響削減の程度	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	P25	・2011年の事業的CSR活動概要(エコ基準) ・商品設計の段階からの環境配慮	P19	・2011年の事業的CSR活動概要(エコ基準)		
		EN27 カテゴリー別の再生利用される販売製品及びその梱包材の割合		P36		・つめかえ用容器		—	該当なし
		遵守	EN28 環境規制への違反に対する相当な罰金の金額及び罰金以外の制裁措置の件数	6.5環境	—	該当なし	—	該当なし	
輸送	EN29 組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送及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	P36	・物流CO ₂ 排出量の推移	—	該当なし			
総合	EN30 種類別の環境保護目的の総支出及び投資	6.5環境	—	該当なし	—	該当なし			
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	6.2組織統治 6.3.10労働における基本的原則及び権利 6.4労働慣行	P25	・2011年の事業的CSR活動概要(従業員) ・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域	P19	・2011年の事業的CSR活動概要(従業員) ・3つのCSR活動領域		
		方針		P17 P19		—		該当なし	
		組織の責任		P21		・ガバナンス体制		—	該当なし
		研修及び意識向上		P20		・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育) ・CSR教育 ・人材育成のための教育体系		P18	・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育)
		監視及びフォローアップ		P20		・2011年の基本的CSR活動概要(モニタリング) ・ガバナンス体制 ・PDCAサイクル ・ヘルプライン		P18	・2011年の基本的CSR活動概要(モニタリング)
		雇用		LA1 雇用の種類、雇用契約及び地域別の総労働力 LA2 従業員の総離職数及び離職率の年齢、性別及び地域による内訳		6.4労働慣行 6.4.3雇用及び雇用関係		—	該当なし
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、雇用契約及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	—	該当なし	—	該当なし		
		LA2 従業員の総離職数及び離職率の年齢、性別及び地域による内訳		—	該当なし	—	該当なし		

GRI指標			ISO26000の 中核主題・課題	WEB版		ハイライト版		
				ページ 数	記載事項	ページ 数	記載事項	
(労働慣行と 公正な労働 条件パフォー マンス指標)	(雇用)	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	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	P25 P31	・2011年の事業的CSR活動概要 (ワークライフバランス) ・ワークライフバランス(両立支援制度、休暇制度)	P19 P23	・2011年の事業的CSR活動概要 (ワークライフバランス) ・ワークライフバランス(休暇制度)	
		労使関係	LA4 団体交渉協定の対象となる従業員の割合	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 6.4.5社会対話	—	該当なし	—	該当なし
			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	—	該当なし	—	該当なし
	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及び助言を行う、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	—	該当なし	—	該当なし	
		LA7 地域別の、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合及び業務上の総死亡者数	6.4労働慣行 6.4.6労働における安全衛生	—	該当なし	—	該当なし	
		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、予防及び危機管理プログラム	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	P31	・メンタルヘルスケア	—	該当なし	
		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	—	該当なし	—	該当なし	
		研修及び 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	—	該当なし	—	該当なし
	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及び生涯学習のためのプログラム		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	P25 P32	・2011年の事業的CSR活動概要 (人材育成) ・人材育成のための教育体系	P19	・2011年の事業的CSR活動概要 (人材育成)	
	LA12 定期的にパフォーマンス及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	—	該当なし	—	該当なし	
	多様性と 機会均等	LA13 性別、年齢、マイノリティーグループ及びその他の多様性の指標に従った、統治体(経営管理職)の構成及びカテゴリー別の従業員の内訳	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	P25 P30 P31	・2011年の事業的CSR活動概要 (女性管理職) ・女性管理職比率 ・障がい者雇用率	P19 P23	・2011年の事業的CSR活動概要 (女性管理職) ・女性管理職比率	
		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	—	該当なし	—	該当なし	
	人権	マネジメント アプローチ	目標とパフォーマンス	6.2組織統治 6.3人権	P25	・2011年の事業的CSR活動概要 (従業員)	P19	・2011年の事業的CSR活動概要 (従業員)
			方針		P17 P19	・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域	P17	・3つのCSR活動領域
組織の責任				P21	・ガバナンス体制	—	該当なし	
研修及び意識向上				P20 P23 P32	・2011年の基本的CSR活動概要 (CSR教育) ・CSR教育 ・人材育成のための教育体系	P18	・2011年の基本的CSR活動概要 (CSR教育)	
監視及びフォローアップ				P20 P21 P23 P24	・2011年の基本的CSR活動概要 (モニタリング) ・ガバナンス体制 ・PDCAサイクル ・ヘルプライン	P18	・2011年の基本的CSR活動概要 (モニタリング)	

ISO26000及びGRIガイドライン対照表

GRI指標			ISO26000の 中核主題・課題	WEB版		ハイライト版	
				ページ 数	記載事項	ページ 数	記載事項
人権パフォーマンス指標	投資及び 調達慣行	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デューデシリ 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	—	該当なし	—	該当なし
		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)及び請負業者の割合と取ら れた措置	6.3人権 6.3.3デューデシリ ジェンス 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	—	該当なし	—	該当なし
		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及び手順に 関する従業員研修の総時間	6.3人権 6.3.5加担の回避	P31	・ハラスメント防止	—	該当なし
	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	—	該当なし	—	該当なし
	結社の自由	HR5 結社の自由及び団体交渉 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デューデシリ 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	—	該当なし	—	該当なし
	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デューデシリ ジェンス 6.3.4人権に関する 危険な状況	—	該当なし	—	該当なし
	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	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	—	該当なし	—	該当なし
	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	—	該当なし	—	該当なし
	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	—	該当なし	—	該当なし
社会	マネジメント アプローチ	目標とパフォーマンス	6.2組織統治 6.6公正な事業慣行	P25 P41	・2011年の事業的CSR活動概要 ・2011年の選択的CSR活動概要	P19 P28	・2011年の事業的CSR活動概要 ・2011年の選択的CSR活動概要
		方針	6.8コミュニティへの 参画及び コミュニティの発展	P17 P19	・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域	P17	・3つのCSR活動領域
		組織の責任		P21	・ガバナンス体制	—	該当なし
		研修及び意識向上		P20 P23 P32	・2011年の基本的CSR活動概要 (CSR教育) ・CSR教育 ・人材育成のための教育体系	P18	・2011年の基本的CSR活動概要 (CSR教育)
		監視及びフォローアップ		P20 P21 P23 P24	・2011年の基本的CSR活動概要 (モニタリング) ・ガバナンス体制 ・PDCAサイクル ・ヘルプライン	P18	・2011年の基本的CSR活動概要 (モニタリング)

GRI指標			ISO26000の 中核主題・課題	WEB版		ハイライト版		
				ページ 数	記載事項	ページ 数	記載事項	
社会パフォーマンス指標	コミュニティ	SO1 参入、事業展開及び撤退を含む、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、適用範囲及び有効性	6.3.9経済的、社会的及び文化的権利 6.6.7財産権の尊重 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	P38~40 P43~44	・事業活動を通じて地域・社会に対する責任を果たす取り組み ・社会貢献、環境保全活動	P26 P29	・事業活動を通じて地域・社会に対する責任を果たす取り組み ・社会貢献、環境保全活動	
			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及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	6.6公正な事業慣行 6.6.3汚職防止	P20 P23 P20 P32	・2011年の基本的CSR活動概要(リスク低減化) ・リスク低減化 ・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育) ・人材育成のための教育体系を充実	P18 P18
	公共政策	SO5 公共政策の位置づけ及び公共政策立案への参加及びロビー活動 SO6 政党、政治家及び関連機関への国別の献金及び現物での寄付の総額	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	— —	該当なし 該当なし	— —	該当なし 該当なし	
			反競争的な行動	SO7 反競争的な行動、反トラスト及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	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	—	該当なし	—
	遵守	SO8 法規制の違反に対する相当の罰金の金額及び罰金以外の制裁措置の件数	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	—	該当なし	—	該当なし	
	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	6.2組織統治 6.6公正な事業慣行 6.7消費者課題	P25	・2011年の事業的CSR活動概要(お客さま満足)	P19	・2011年の事業的CSR活動概要(お客さま満足)
			方針		P17 P19 P26	・CSR憲章 ・3つのCSR活動領域 ・品質方針	P17 P20	・3つのCSR活動領域 ・品質方針
			組織の責任		P21	・ガバナンス体制	—	該当なし
研修及び意識向上				P20 P23 P32	・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育) ・CSR教育 ・人材育成のための教育体系	P18	・2011年の基本的CSR活動概要(CSR教育)	
監視及びフォローアップ				P21 P25 P27	・ガバナンス体制 ・2011年の事業的CSR活動概要(お客さまの声を反映) ・お客さまの声を事業活動に生かす仕組み	P19 P21	・2011年の事業的CSR活動概要(お客さまの声を反映) ・お客さまの声を事業活動に生かす仕組み	
製品責任の パフォーマンス 指標	顧客の安全 衛生	PR1 製品及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、並びにそのような手順の対象となる主要な製品及びサービスのカテゴリーの割合	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	P25 P26 P26 P28	・2011年の事業的CSR活動概要(品質保証体制、エコ基準) ・品質保証体制 ・品質保証活動 ・環境配慮型製品の開発	P19 P20 P20	・2011年の事業的CSR活動概要(品質保証体制、エコ基準) ・品質保証体制 ・品質保証活動	
		PR2 製品及びサービスの安全衛生の影響に関する規制及び自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	安全衛生の保護 6.7.5持続可能な消費	—	該当なし	—	該当なし	
	製品及び 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及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及びサービスの割合	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	—	該当なし	—	該当なし	
		PR4 製品及びサービスの情報、並びにラベリングに関する規制及び自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	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	—	該当なし	—	該当なし	
		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	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	P25 P27	・2011年の事業的CSR活動概要(満足度調査) ・お客さま満足度調査	P19 P21	・2011年の事業的CSR活動概要(満足度調査) ・お客さま満足度調査	

ISO26000及びGRIガイドライン対照表

GRI指標			ISO26000の 中核主題・課題	WEB版		ハイライト版	
				ページ 数	記載事項	ページ 数	記載事項
(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、宣伝及び支援行為を 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 及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 約履行 6.7.6消費者に対する	—	該当なし	—	該当なし
		PR7 広告、宣伝及び支援行為を 含むマーケティング・コミュニ ケーションに関する規制及び 自主規範に対する違反の件数を 結果別に記載	サービス、支援、並びに 苦情及び紛争の解決 6.7.9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	—	該当なし	—	該当なし
	顧客の プライバシー	PR8 顧客のプライバシー侵害 及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	—	該当なし	—	該当なし
	遵守	PR9 製品及びサービスの 提供、及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	—	該当なし	—	該当なし

出所：GRI and ISO 26000 How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO26000 より作成

編集後記

昨年版の「CSRレポート2011」に対する第三者所見及び読者からのご意見などを受け、以下の点に注力しました。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 ステークホルダー・ダイアログを実施しました

特集1でステークホルダー・ダイアログを掲載し、国際規格ISO26000に沿ったCSR活動の拡充に努めました。問題の絞り込みが不十分なところもありましたが、外部の声に耳を傾けるという一歩が踏み出せました。

③ 東日本大震災への取り組みでCSR活動が充実しました

特集2で、今回の震災に絡んで企業市民としての責任を果たすべく、様々な支援を行いました。この貴重な経験を通じて、グループ各社の従業員一人ひとりに社会の課題を見つめ、それに貢献していこうというCSR活動の意義が浸透しつつあることが分かりました。

④ 基本的なBCP(事業継続計画)の策定を終えました

今回の震災では、課題を残しながらも基本的な対応ができました。今後予想される新たな大規模自然災害に備えて、策定したBCP(事業継続計画)の有効性を検証し、実効性を高めていきます。

⑤ 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

高齢者や色覚の違いなど様々な方の読みやすさに配慮しました。

⑥ 事業的CSRも充実しました

グループの特徴である事業的CSRについても、ポーラの「AAA宣言」やオルビスの「いつもプロジェクト」などの新たな取り組みが活発になり、また、本レポートでは紹介できなかった各社での地道な活動も広がり、グループ全体でCSR活動の充実が図られました。

今後ともグループ全体で事業的CSRの一層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

〈アンケートのお願い〉

添付用紙または弊社HPより「CSRレポート2012 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・ご感想をお聞かせいただければ幸いです。

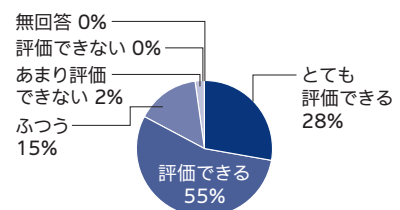
「CSRレポート2011」読者アンケート結果のご報告

全体評価では、とても評価できる28%(一昨年版21.7%)、評価できる55%(同55%)を合計すると83%(同76.7%)でした。また、CSR活動への評価では、とても評価できる33%(同18%)、評価できる53%(同62.4%)の合計が86%(同80.4%)となりました。ご協力ありがとうございました。

〈主なご意見・ご感想〉

- 活動を認知してもらうためにも情報発信を続けてほしい。フォントの見やすさ、色にまで配慮しているので感心した。
- UCDAを認証取得したことが、評価できる。
- ポーラの営業所で販売活動をしているが、自信を深めることができた。
- 一昨年版も読んだが、読みやすくなったと思う。妻が製品を使っているので、読む気になった。選択的CSRという言葉は分かりづらい。
- 第三者の所見は手前味噌にならないという意味でよい。

〔全体評価〕



〔CSR活動について〕

