

# CSR REPORT 2011

企業の社会的責任報告書

Corporate Social Responsibility

## ■ポーラ・オルビスグループ理念

# 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。



財団法人オイスカとともにオルビスが  
参加した富士山の森づくり (p34)



全国約12万名のビジネスパートナー  
ポーラレディ (p19)

写真は、阪和エリア Lovina (ラヴィナ) 営業所の皆さん



ウーマン・オブ・ザ・イヤー2011受賞  
ポーラ B.Aブランドマネージャー (p18)



グループ全体で取り組む社会貢献  
TABLE FOR TWO (TFT) 活動 (p33)  
写真提供: TABLE FOR TWO (TFT)



次期マネージャー候補を育成する  
未来研究会 (p23)

### 報告対象組織 グループ会社26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/上海嫵麗美容有限公司/上海寶麗妍貿易有限公司/POLA LLC/台  
湾保麗股份有限公司/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/ポーラ化成工業株式  
会社/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  
ジャポン/株式会社decencia/株式会社ACRO/株式会社ポーラファルマ/株式会社科薬/  
株式会社ピーオーリアルエステート/株式会社ピーオーメディアサービス/株式会社ピーオー  
テクノサービス/株式会社シノプインシュアランスサービス  
(2010年12月31日現在)



商品のライフサイクルを通じて  
実践する品質保証活動 (p14)



出店先さまとともに接客力向上を  
目指すオルビス・ザ・ショップ (p20)



人事育成プログラムの充実が  
若い従業員の活躍の幅を広げる (p23)



日本の伝統技術と化粧品の美意識の融合  
から新たな価値が生まれる (p28)



各社海外現地法人のコンプライアンス  
体制を確立 (p12)

## 編集方針

ポーラ・オルビスグループでは、経済同友会『企業評価基準』、日本経済新聞社説などマスコミにて取り上げられたテーマ及び、コンプライアンスアンケート調査、コンプライアンスモニタリングの結果などをもとに評価した「ステークホルダーにとっての重要度」と、グループの中期CSR活動計画、行動綱領、重要な関連法規、化粧品及び化学系他社のCSR報告書内での重要なテーマなどをもとに評価した「グループにとっての重要度」の2つの視点から、様々なCSR活動を評価・検証し、双方にとって重要な活動を中心に報告しました。

また本レポートは、企業の持続的発展を高めるために「基本的CSR」、「事業的CSR」、「選択的CSR」の3つの領域について、ポーラ・オルビスグループが取り組んでいるCSR活動の現状を掲載しました。さらに本レポートを通じて全てのステークホルダーにグループの企業活動を幅広く知っていただくことを目指しています。

## 報告期間

2010年1月1日～2010年12月31日

## 発行日

2011年3月30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/>

## 目次

ポーラ・オルビスグループ理念	p1
目次、編集方針	p2
トップコミットメント	p3
ポーラ・オルビスグループのCSR	p5
基本的CSR活動報告	p8
事業的CSR活動報告	p13
選択的CSR活動報告	p31
ポーラ・オルビスグループの組織	p35
ポーラ・オルビスグループの歩み	p36
第三者所見	p37
編集後記	p38

## ■トップコミットメント

# 新たな 旅立ちの時を迎えて

創業80周年を礎に、90周年を見据えたグループの発展を目指して、

今、「株式上場」という新しい旅立ちの時を迎えました。

このスタートを「社会の公器」としての飛躍の第一歩ととらえ、

私たちは、さらなる成長戦略、企業価値の創造のために、弛まぬ挑戦を続けます。

グループにとって、「株式上場」がもたらす意義とは――

ポーラ・オルビスホールディングスは、創業81年目の2010年12月10日付けで東京証券取引所 市場第一部に上場いたしました。これからは、上場企業として名実ともに「社会の公器」にふさわしい、社会貢献度の高い企業グループとなる必要があります。そのためには、ポーラ・オルビスグループらしい企業活動の実践を通じて「企業の社会的責任(CSR)」を果たしていくことが今まで以上に求められます。

上場を果たす過程において、法令や社会倫理を遵守する「コンプライアンス」、安定した経営基盤を実現するための「コーポレートガバナンス」、企業情報やIR情報の適切な「情報開示」などについては、格段に向上させることができました。今後とも、これらの経営の基盤をなすCSRに注力し、「社会の公器」としての責任を果たしていきます。

上場のもう一つの狙いは「認知度向上」にあります。これは、単に当社の社名を知っている方が増えるということではなく、日本を代表する化粧品会社として一番に想起されるほどにマインドシェアを高めていくことです。そのためには、ポーラ・オルビスグループの社会的な存在意義や実践としてのCSR活動、そしてそれらに基づいた事業活動の一つひとつを幅広く、深く知っていただくことが必要です。つまり、私たちポーラ・オルビスグループのファンになっていただける方を増やし、未来につながる成果を出していくことで、持続的な発展を遂げていきたいと考えています。

「変わらないこと」「変わること」、二つの事業的CSR――

約80年前、創業者が、手が荒れてしまった妻のために独学でクリームを作り、自らお客さま一人ひとりのご要望をお聞きして売り歩いたことが、私たちポーラ・オルビスグループのCSRの原点です。この「自ら研究し、自ら生産し、自ら販売する」という企業姿勢、「最上のものを一人ひとりに合ったお手入れとともにお届けする」という志は、創業以来「変わらない」企業姿勢、CSRの根幹として現在まで脈々と受け継がれています。

またその一方で、私たちポーラ・オルビスグループは時代の変化に柔軟に対応し、自ら「変わっていく」ことを通じて新たな成長モデルの実現を目指し挑戦を続けています。1970年代まで訪問販売事業で順調に成長し、1980年代以降は商品の多様化と新たに創業したオルビスの通信販売事業をはじめ販路の多角化を推進してきました。さらにこの10年ほどは、コンサルティングにより重きをおいて、ポーラザビューティというビジネスモデルを成功に導きました。同時にオルビスを筆頭とする通信販売ではカタログからネット、店舗へと販路を拡大しました。

今後もお取引先やビジネスパートナーとの連携を通して、創業以来の「変わらない」ビジネスモデルを基本としながら、社会の要請に応え、変わるべきときに「変わっていく」企業力を活かした成長戦略に取り組んでいくことで、企業活動の持続的な発展を実現し、社会に対してより大きな責任を果たしていくことができると考えています。

### CSR推進のために成長戦略の鍵を握るのは、「人」——

株式上場の節目に際し、これからのポーラ・オルビスグループの成長には私自身も大いに期待するところがあります。昨今の厳しい市場変動を乗り越え、10年間の改革を経て、ようやく安定的な増収増益を描ける状況に、上場というファクターが加えられたことで、いわば、眠っていた竜が天に向かって昇り立つような好機であると、私はとらえています。そしてこの機会に最も重要となるのが「人材」です。

ポーラ・オルビスグループの歴史は「人」が築いてきました。70年前の京都で、セールスマン募集を見た女性が、「女ではいけませんか」と支店を訪ねてきた、それが現在の全国約12万名のポーラレディの始まりであり、ポーラにおける女性の社会進出の第一歩です。企業の成長や変革の原動力は、こうした企業に関わる一人ひとりの個性から発する、固定概念にとらわれないアイデアであり行動であると私は考えています。

これからの人材育成は、企業トップの思想、特に社員に対する期待、すなわち「人間観」が核となります。人のためになる仕事をしたい、良い仕事をしたら皆で称え合いたい、仕事を通して人間として成長したい、私たちが考える「人間観」とは、そういうものです。「人材」こそが企業を発展させる無限の資源だと信じ、ともに未来を創造していきたいと考えています。

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  
代表取締役社長 **鈴木郷史**



# ポーラ・オルビスグループの 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、わたしたちは法令及び社会倫理を遵守するとともに、社員一人ひとりが「喜ばれること」を世界中に広げていく行動の拠りどころとしてCSR 憲章を定め、これを実践します。

### お客さまとともに

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

### お取引先とともに

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

### 従業員とともに

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

### 株主とともに

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

### 環境とともに

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

### 社会とともに

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

## CSR

Corporate Social Responsibility

企業の 社会的 責任

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

# ステークホルダーとCSR活動

## ステークホルダーとの信頼関係を企業経営に活かしています

ポーラ・オルビスグループの事業活動は、企業をとりまく様々なステークホルダーごとの仕組みや運用を構築して責任を果たし、対応していく体制で進めています。

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

主なステークホルダー	主な責任	主な対応
<b>お客さま</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●安全・安心で価値ある商品・サービスの提供</li> <li>●お客さまへの適切な対応</li> <li>●商品情報の適切な提供</li> <li>●お客さま満足の向上</li> <li>●お客さま情報の適正な管理</li> <li>●ユニバーサルデザインの推進</li> <li>●環境配慮型商品・サービスの提供</li> </ul>	<p>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 (掲載ページ:p14~p18)</p>
<b>お取引先・ビジネスパートナー</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お取引先の成長・業績向上</li> <li>●調達取引先の公平な選定と公正な取引</li> <li>●オープンな取引機会</li> <li>●CSR遂行への協力要請</li> <li>●CSR遂行のための支援</li> </ul>	<p>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 (掲載ページ:p19~p20)</p>
<b>従業員</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人権の尊重</li> <li>●多様性の尊重</li> <li>●公正な評価・処遇</li> <li>●多様な働き方の支援</li> <li>●人材の活用と育成</li> <li>●職場での安全衛生確保と健康への配慮</li> <li>●従業員の個人情報の適正な管理</li> </ul>	<p>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 (掲載ページ:p21~p23)</p>
<b>株主</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●企業価値の増大</li> <li>●利益の適正な還元</li> <li>●適時・適切な情報の開示</li> <li>●株主総会の活性化</li> </ul>	<p>意義のある株主総会を執り行い、株主とともに発展を続けられるよう努力しています</p>
<b>環境</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●環境保全</li> <li>●環境美化</li> <li>●環境負荷の低減</li> <li>●地球温暖化防止</li> </ul>	<p>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 (掲載ページ:p24~p27・p34)</p>
<b>社会</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域の文化や慣習の尊重</li> <li>●事業場での事故・災害防止</li> <li>●周辺地域での災害時支援体制構築</li> <li>●地域社会への貢献活動</li> </ul>	<p>工場見学や住民との交流会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 (掲載ページ:p28~p34)</p>
<b>政府・自治体</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●法令の遵守</li> <li>●税金の納付</li> <li>●化粧品品の輸出入、製造販売に関する適切な許可申請</li> </ul>	<p>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 (掲載ページ:p9~p12)</p>
<b>NPO・NGO</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●世界的諸問題の解決に向けた協働・支援</li> <li>●社会貢献活動の重点分野における協働</li> </ul>	<p>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 (掲載ページ:p33~p34)</p>

写真提供：TABLE FOR TWO (TFT)

# 3つのCSR活動領域

基本的・事業的・選択的の領域で、活動の積み重ねを大切にしています

ポーラ・オルビスグループのCSR活動は、様々なステークホルダーとの相互交流を深め、企業活動を通じて社会からの要請や期待に応えるとともに企業の永続性や持続性を高めることによって社会に対して大きな責任を果たしていくことだと考え、積極的に取り組んでいます。

[ 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上昇、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。

## グループ理念の実現





# 基本的CSR活動報告

## 社会から信頼される 企業であるために

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、企業が事業を行う上で取り組むべき  
基本的な活動を「基本的CSR」とし、グループ全体で実践しています。

[ 2010年の基本的CSR活動概要 ]

テーマ	2010年の 取り組み計画	2010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
コンプライ アンス	グループ理念、CSR憲章、 行動綱領の理解浸透の 促進	<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e-ラーニングを 実施。履修率100%達成</li> <li>グループCSR賞表彰制度を実施</li> </ul>	p11 と p12	★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSRハンドブックの改訂</li> <li>グループCSR賞表彰の継続実施</li> </ul>
	グループ全体でのリスク マネジメント体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内のグループ会社及び海外現地法人に対する リスクマネジメント体制を構築し、グループCSR委員会にて 進捗管理を実施</li> </ul>	p10		<ul style="list-style-type: none"> <li>全社リスクマネジメント体制の 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>グループ各社の経営者への「内部統制と取締役の責任について」の 講演会の実施(6月25日)</li> <li>新入社員への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CSR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</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</li> <li>ポニー、オルビスの海外現地法人社長などへの「海外現地法人 コンプライアンス強化に関する研修会」の実施(3月9日)</li> </ul>	p10 と p12		<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>「働きやすい職場づくり～パワーハラスメントの防止～」のCSR・コン プライアンス講演会の実施(9月13日、29日)</li> <li>CSR・コンプライアンスe-ラーニングの実施(8月18日～9月30日)</li> </ul>	p22		<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	情報セキュリティ体制の 強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の棚卸による現状把握とリスク評価の実施(2回/年)</li> <li>企業情報の管理徹底</li> </ul>	p12	★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の棚卸の継続実施</li> <li>クリアデスク運動等による、職場に おける情報管理の徹底</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

# 健やかな企業であること

コーポレートガバナンス・リスクマネジメント

コーポレートガバナンス、リスクマネジメント強化を推進し、社会から信頼される企業としての基盤を確立しています

## ●基本的ガバナンス体制の整備を通して、より盤石な経営体制を実現しています

ポーラ・オルビスグループでは、グループ理念のもと、「個性・特徴を持ったブランドを複数保有し、それぞれの事業が成長することでグループ全体の企業価値向上を図っていく」というマルチブランド戦略を展開しています。グループ各社は自主自立経営を志向し、持株会社であるポーラ・オルビスホールディングスはグループ各社の経営に対する牽制機能を持つことで、グループ全体の経営の健全性、効率性を高め、企業価値向上に努めています。

また、コンプライアンスを基本的CSR活動として実践するとともに、法令及び社会倫理の遵守、お客さま、お取引先、株主との関係などについて規定した「ポーラ・オルビスグループ行動綱領」を策定し、全役員及び従業員が遵守することを誓約しています。

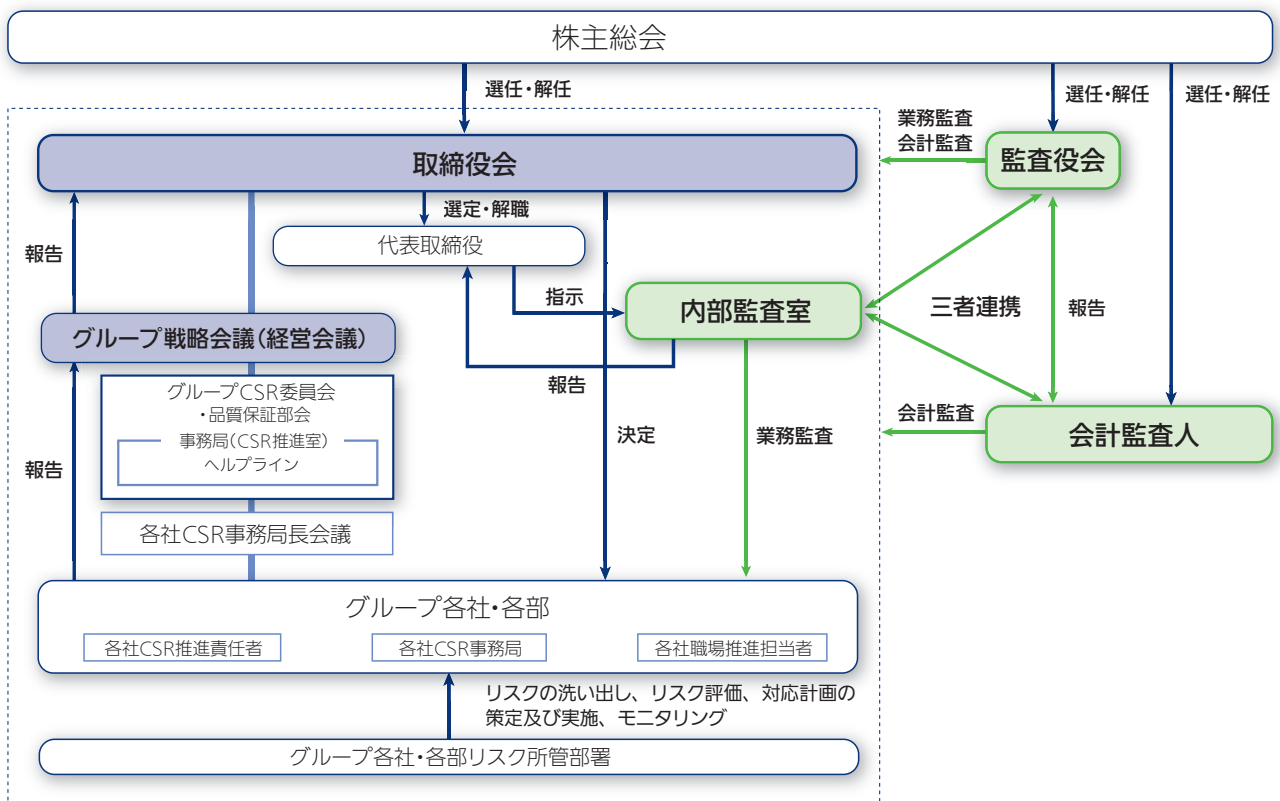
さらに、グループ全体の利益と発展を目的として、「グループ戦略会議（経営会議）」を開催し、グループ全体及びグループ各社の重要事項について報告・審議を行っています。経

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」や「取締役会」の他、「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、收受などを行い、取締役の職務執行を監督しています。

また、内部監査部門として、代表取締役直轄の「内部監査室」を設置し、客観的な立場から、グループ各社で業務上発生する可能性のあるリスクに対する備えについて評価し、改善のための助言を行うとともに、会計監査人による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。

さらに、「グループCSR委員会」を設置し、企業活動に関するリスクをグループ横断的に統括する体制を整えています。グループ各社は企業規模に応じて「CSR推進責任者」及び「CSR事務局」を設置し、コンプライアンス体制を推進しています。

〔ポーラ・オルビスグループの基本的ガバナンス体制〕



## ●内部統制に関する基本的方針をグループ全体で徹底しています

ポーラ・オルビスグループでは、全てのステークホルダーからの信頼を得て、企業価値の向上を実現するため、「コンプライアンスの確保」、「財務報告の信頼性の確保」、「業務の有効性・効率性の確保」、「資産の保全」に努めるとともに、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、運用しています。グループ各社で上記の実現を図るべく、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。

2010年は、グループ各社の経営者を対象とした、新日本有限責任監査法人 岩淵 信夫氏による「内部統制と取締役の責任について」の講演会を6月25日に実施し、その中でコーポレートガバナンス・内部統制の重要性を認識するとともに、過去に発生した事例を通して、取締役としての責務について理解を深めました。

## ●リスクマネジメントの評価、リスク低減化の仕組みを強化しています

ポーラ・オルビスグループでは、2009年1月より全社リスクマネジメント体制を構築し、グループ各社にてリスクの洗い出し、リスク評価を行い、その結果に基づく「リスクマップ」を作成しました。そこから、特にリスク値の高いテーマについては、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・管理を行い、PDCAサイクルを回す体制を構築しました。

さらに2010年は、グループ全体で「不正リスクの洗い出し」に取り組み、各社の職場における不正リスク評価を実施して、リスクの高い項目について改善計画を作成し、不正

防止の徹底を図りました。これによって全社リスクマネジメントは強化されつつあるものの、現場のリスクが十分に反映されているとはいえ、今後の課題と認識しています。

また、「内部監査室」、「監査役会」との情報共有化、連携強化を図り、改善が必要な項目については、グループ全体で共有化し、必要に応じてリスク低減化計画に反映させ、改善に努めました。2010年は、監査役会からの提言に基づき「品質保証部会」を設置し、品質保証体制のさらなる充実を図っています。

## ●反社会的勢力への対応によって社会の信頼に答えています

ポーラ・オルビスグループでは、反社会的勢力に対して行動綱領にて「断固として対決」姿勢を宣言し、「特殊暴力防止対策連合会」、「特殊暴力防止対策協議会」へ加盟するなど、地元警察、その他の外部機関との連携、外部情報の

収集、反社会的勢力との取引を防止するための事前防止策等を実施しています。また、反社会的勢力の排除を図り、そのための対応マニュアルを整備し、徹底に努めています。

## Voice 自ら変革するポーラ・オルビスグループへ

これからは、いっそう外の世界に  
きちんと立ち向い  
変わるべきときに  
変わっていくことが  
必要だと考えます

(株)ポーラ・オルビスホールディングス  
社外監査役  
弁護士 佐藤 明夫さん



ポーラ・オルビスホールディングスの社外監査役に就任してから3年が経過しましたが、その間ずいぶんグループ内のガバナンス体制は変わってきたと思います。もちろん、上場するためということもありますが、それだけでなく、

グループが今後さらに繁栄するために自ら変わっていかねばならないという意識が、少しずつ、経営層からグループ内に浸透してきているように思えます。私は、取締役会などで、よく「ポーラ・オルビスグループは、ビジネスの完成度が高く、しかも、製造から販売までグループ内で完結しているため、外の世界を知らないで過ごしてきたところがある。しかし、それではますます厳しくなる世界には立ち向かっていけない。変わるべきときに変わっていかないと、今の我が国のようになってしまう。」と申し上げています。上場という大きなイベントを機に、世界に通用するグループにふさわしいガバナンス体制を確立し、「世界中の人々に笑顔と感動をお届けしたい」というグループの究極の理念を実現すべく、さらに努力していただきたいと思っています。

# 誠実な企業であること

## コンプライアンス

グループ全体で、CSR及びコンプライアンスの啓蒙啓発・教育に、さらに力を注いでいます

### 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。

### ●コンプライアンスを広義の意味でとらえ、PDCAサイクルを通じてさらなる発展をめざします

ポーラ・オルビスグループでは、「コンプライアンス経営の基本方針」に沿って、最大の課題であるコンプライアンスを法令遵守にとどまることなく、その背景にある企業理念や行動綱領までを含めたより広義の観点でとらえ、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、コンプライアンスのPDCAサイクルを回すことで、コンプライアンス課題を明らかにし、日々の改善につなげています。



### ■グループ全役員、従業員へのCSR教育を実施

ポーラ・オルビスグループでは、従業員へのコンプライアンス教育として、新入社員をはじめとする全従業員を対象にコンプライアンス全般についての理解・浸透を図っています。2010年は、グループに所属する全役員、従業員を対象にコンプライアンスや働きやすい職場づくりなどをテーマにした「e-ラーニング」やパワーハラスメント防止のための講演会を実施しました。

さらに、9月の1ヵ月間を「CSRを考える月間」に設定し、各社ごとのコンプライアンスを含むCSR課題を取り上げ、改善活動を実施しました。

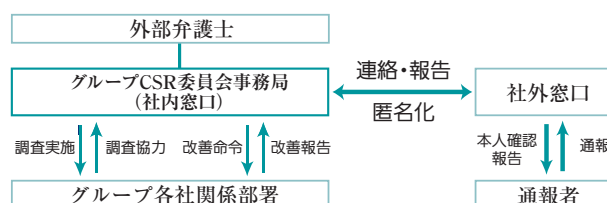
### ■コンプライアンス従業員意識調査をもとに課題改善

ポーラ・オルビスグループでは、様々なコンプライアンスの取り組み状況や浸透度を客観的に評価するため、グループ全体において「コンプライアンス従業員意識調査」を実施し、コンプライアンス上の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」と合わせて、コンプライアンス課題と従業員の意識・行動との関わりについて考察し、それらをリスク低減化計画に課題として盛り込んでいます。

## ■ヘルプラインを通じてコンプライアンス課題の見逃しを防止

ポーラ・オルビスグループでは、職場におけるコンプライアンス課題を見逃さず改善するために、グループ全体で「ヘルプライン」を運用しています。グループ全役員、従業員を対象に、通報や相談ができる体制を構築し、社内のリスク情報を直接把握し、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 ]



## ●情報資産管理の基本方針を定め、お客さまの信頼にえています

訪問販売、通信販売等を中心とするポーラ・オルビスグループでは、お客さまの個人情報をお預かりすることが多く、情報資産管理については特に厳重に取り組んでいます。

グループ全体で「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、従業員の他、ビジネスパートナーも含め全員が遵守しています。

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。9月の「CSRを考える月間」において、e-ラーニングで情報セキュリティについての再確認を行うとともに、情報管理の徹底を図るためにクリアデスク運動を展開し、企業情報の適切な管理の啓発を行っています。

## ●海外現地法人のコンプライアンス体制を確立しました

ポーラ・オルビスグループでは、海外現地法人の従業員に、現地語に翻訳した「CSRハンドブック」を配布しました。さらに、ポーラ、オルビスの海外現地法人管理責任者及び担当者、海外現地法人社長を対象とした、新日本有限責任監査法人 公認会計士 秋元 宏樹氏による「海外現地法人

コンプライアンス強化に関する研修会」を3月9日に実施し、責任者のコンプライアンス意識の徹底に努めました。そのうえで、各現地法人にてCSRハンドブックの内容を従業員に説明するための経営者向けの研修会を5月25日に開催し、コンプライアンスの重要性の理解度向上に努めました。

## ●グループCSR賞表彰により従業員へのCSR意識の浸透を図っています

ポーラ・オルビスグループでは、CSR活動に積極的に取り組んでいる部門、グループ、個人の努力に敬意を表し、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。2010年度は、下記の通り社長賞1件、優秀賞2件、他が受賞しました。



社長賞を受賞した  
ポーラ B.Aブランドマネージャーの  
二宮課長  
(掲載ページ:p18)

[ 2010年度(第4回) ポーラ・オルビスグループCSR賞 ]

受賞	テーマ	受賞理由	掲載ページ
社長賞	女性誌コスメランキング14冠達成、 『日経ウーマン』ウーマン・オブ・ザ・ イヤヤー2011 ヒットメーカー部門受賞 (ポーラ)	グループ及び部門を横断して、B.Aシリーズのライン化を成功させ、ブランドの価値、認知を向上させた。女性誌コスメランキングで14冠を達成、ブランドマネージャーの『日経ウーマン』ウーマン・オブ・ザ・イヤヤー2011 受賞により、女性が活躍している企業、女性を応援する企業として認知を高めた。	p18
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2年連続1位 (オルビス)	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)で2年連続1位を獲得し、企業ブランド価値向上に寄与した。	p15
	APEX-i スキンチェック1件につき、 10円を募金し、ティール&ホワイト リボン活動に参加(ポーラ)	ティール&ホワイトリボン活動への参加が、100ヵ所以上の営業所に広がり、エリアや本社の支援を得て、子宮頸がんの検診・治療に対する正しい知識の普及・啓発に寄与した。	p29

# 事業的CSR活動報告

## 本業を通じて 社会に対する責任を果たすために

持続的発展のためのお客さま及び従業員満足の上昇、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、本業を通じてステークホルダーと  
協働で行う活動を「事業的CSR」とし、新たな価値創造に挑み続けています。

〔2010年の事業的CSR活動概要〕

テーマ	2010年の 取り組み計画	2010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
高品質商品・ サービスの 提供	グループ品質保証体制の 強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>各社品質保証体制の整備</li> <li>化粧品等生産工場におけるISO9001体制の充実</li> <li>協力会社とのプロセスコントロールの強化による品質保証の向上</li> </ul>	p14	★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO9001体制による継続的改善</li> <li>設計段階からの品質保証の強化</li> </ul>
お客さま 満足の向上	お客さま対応の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客さま満足度調査を実施し、結果を次年度計画へ反映</li> <li>ミステリーコール(お客さま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)による外部評価を実施</li> <li>特定商取引法への対応向上、ビジネスパートナーへのコンプライアンス啓蒙活動実施</li> </ul>	p15 と p16	★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客さま満足度調査の継続実施</li> <li>ビジネスパートナーへのコンプライアンス啓蒙活動の継続実施</li> </ul>
従業員満足 の向上	ワーク・ライフ・ バランスの充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワーク・ライフ・バランスの啓蒙活動(講演会の実施、CSRを考える月間におけるワーク・ライフ・バランス目標の設定)</li> <li>月次平均残業時間:グループ平均で15.5時間(対前年3時間の減少)</li> <li>年次平均有給休暇取得率:グループ平均で53.8%(対前年4.4%増加)</li> </ul>	p22	★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワーク・ライフ・バランスの充実を目指した働く環境の向上</li> <li>残業時間の減少、有休取得率の向上</li> </ul>
	ダイバーシティへの 取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>障がい者雇用率:グループ平均(障がい者雇用対策法対象全社)で1.5%</li> <li>女性管理職比率:グループ全体で14.8%(対前年1.3%微減)</li> </ul>	p21 と p22		<ul style="list-style-type: none"> <li>障がい者雇用率の向上</li> <li>女性管理職比率の向上</li> </ul>
	仕事と家庭の 両立支援への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>育児休業取得者:グループ全体で92名(対前年26.0%増)</li> <li>厚生労働省次世代育成支援認定マーク「ぐるみん」取得(ポーラ)</li> </ul>	p21		<ul style="list-style-type: none"> <li>育児休業取得者数の向上</li> </ul>
地域振興・ 地域産業 活性化	地域社会との協働作業による事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>印伝(奈良)、江戸切子(東京)、今治のタオル(愛媛)などを取り入れた事業展開による地域産業への貢献</li> <li>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</li> </ul>	p28	★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>継続的に地域社会との協働作業を通じて事業展開を実施</li> </ul>
環境への 配慮	グループ全体での CO <sub>2</sub> 削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ全体でオフィスのCO<sub>2</sub>排出量、4,440トン(対前年71トン削減)</li> <li>工場でのCO<sub>2</sub>排出量、7,784トン(対前年85トン削減)</li> </ul>	p24 と p26	★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>改正省エネ法に基づく対応の実施</li> </ul>
	環境配慮型商品・ サービスの開発推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポーラ、オルビス、pdcなどグループ主要企業でのエコスタンダード達成(内容物エコスタンダード、容器包装エコスタンダード)</li> <li>オルビスにおける環境配慮型商品開発の推進</li> <li>pdcのカタログにおける7つの環境対応の継続実施、つめかえ容器の促進</li> </ul>	p27		<ul style="list-style-type: none"> <li>エコスタンダード達成及び環境対応商品、カタログの継続実施</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>オルビス、pdcによる九都県市容器&amp;包装ダイエット宣言<sup>®</sup>への参加 ※ 埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市がすすめている「容器&amp;包装ダイエット宣言」は、容器包装を簡略化(ダイエット)し、ゴミを減らす努力をしていく、という宣言です。</li> </ul>	p24		

【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

# お客さまとともに

常にお客さま起点での事業活動への取り組み

グループ全体で、お客さまに心から満足していただける高品質な商品・サービスの提供に取り組んでいます

## 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。

## ●品質保証体制強化のため、グループ横断的な仕組みを構築しています

ポーラ・オルビスグループでは、全社的な品質保証体制の信頼性と有効性を確認するために、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」を設置しました。

品質保証部会では、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方針や諸規定・規約・ルールなどの統制環境の整備、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、グループ全体としてのスパイラルアッ

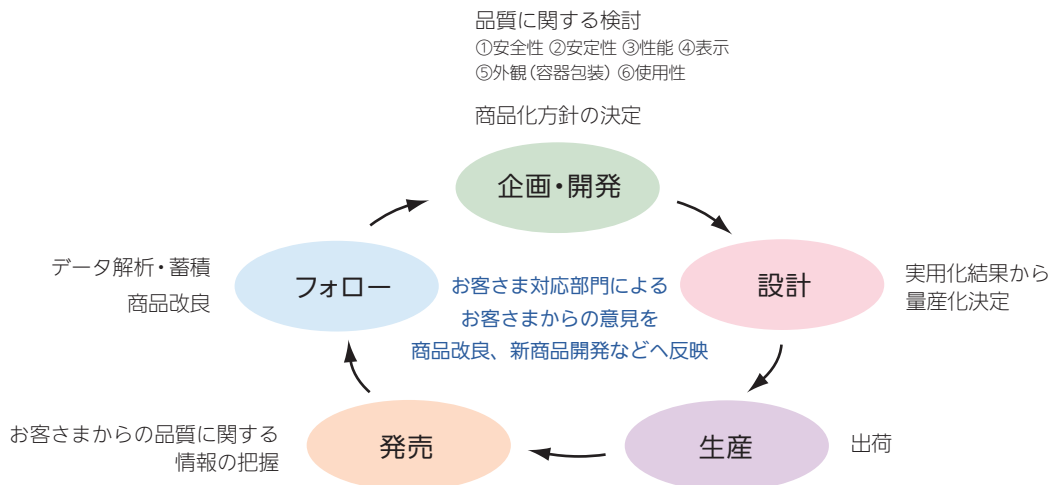
プを図っています。

また、ポーラ・オルビスグループ各社では、「品質などに関する情報収集」、「適正な企画開発、製造管理及び品質管理」、「市場への出荷の管理」、「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」に関するマニュアルを整備し、適正に運営されているかどうかを自己点検し、適切に実施しています。さらに、定期的に品質に関する報告を経営ボードに対して行っています。

## ●商品のライフサイクルを通じた品質保証活動を実践しています

ポーラ・オルビスグループでは、「品質に関する検討会」をはじめ「生産設計評価会議」など組織的な品質保証体制を構築するとともに、販売後のお客さまからの品質に関する情報の把握に努め、必要に応じて改良を行い、商品のライフサイクルを通じた、お客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 ]



## お客様の声を、経営及び事業活動に積極的に役立てています

### ●お客様対応のさらなる充実のため、

#### お客様窓口・コールセンターの機能向上及び体制づくりに努めています

ポーラ・オルビスグループでは、お客様相談室やコールセンター、アンケート調査、座談会などの様々な機会を通じて、お客様のご意見・ご要望を真摯にお聞きしています。

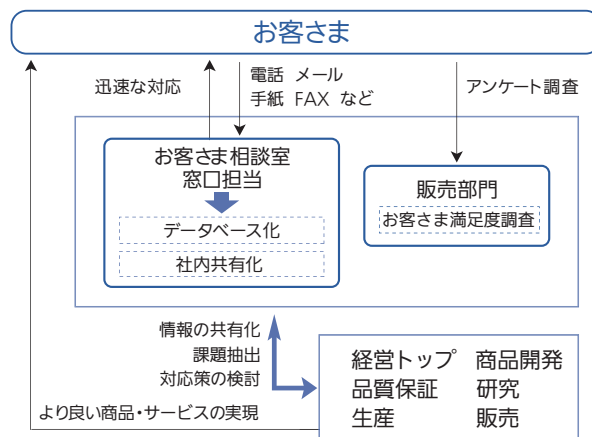
また、お客様の声をより迅速に事業活動に反映するため、グループ各社ごとにお客様窓口の機能向上や人材の育成及び組織づくりに力を入れています。

#### ■全国のお客様の声を事業活動に反映する仕組みを実現（ポーラ）

ポーラでは、お客様からいただいた商品やサービスへのご意見・ご要望について、商品企画部門、研究開発部門、生産部門などへの情報提供を迅速に行えるようシステムフローを徹底しています。これによって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分野で改善を目指しています。

また、ポーラでは毎年、全国の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しています。2010年は1,093名のお客様から回答をいただきました。集められた声は社内でも共有され、事業活動に積極的に取り入れられています。

#### 【お客様の声を活かす仕組み】



#### ■コールセンターのオペレーターのスキルアップに努める（オルビス）

オルビスのコールセンターでは、スキルとモチベーションの高いオペレーターを育成するため、2010年も引き続きミステリーコールや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積極的に実施し、サービスの質の向上につなげています。さらに2010年は、財団法人日本電信電話ユーザ協会主催の企業電話対応コンテスト（コールセンター部門）にて優良賞を受賞し、電話対応の専門家から高い評価を受けました。また、WEBでの受注においてもお客様目線での充実を図り、クレームの減少、お客様満足度アップにつなげ「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）」で2年連続1位を獲得しました。



オルビスのコールセンターでは、常時約140名のオペレーターが、年間約14万件寄せられるお客様からの声にお答えしています。

#### ■お客様の声を全従業員で共有化（pdc）

pdcでは、全社員でお客様の声を共有し、事業活動に反映しています。お客様相談室へのお電話、メールによるご意見・ご質問、インターネットSNSサイトなどによる口コミの情報をお客様相談室がとりまとめて、月1回の頻度で全従業員に発信しています。お客様からいただいた貴重な指摘をもとに、改善提案を行うだけでなく、お褒めの言葉も共有し、よりいっそう良い商品・サービスを提供できるよう努めています。



pdcお客様相談室は、商品開発チームのすぐ隣に配置され、お客様の声に迅速に対応できる体制が整えられています。

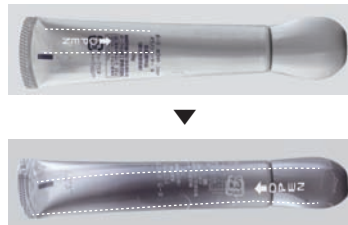


## ●お客さまの声に直結した、商品やサービスの開発が実現しています

ポーラ・オルビスグループでは、実際にお客さまのご意見・ご要望から企画開発された新商品や、改善リニューアル品、新たなサービスなどを各社ごとに実現させ、お客さまよりご好評をいただいています。

### ■商品へのご要望にきめ細かく対応(ポーラ)

ポーラでは常に、お客さまの声を活かした商品づくりに注力しています。2010年の取り組みの一例としては、「ホワイトショット メラノシューター」の封印フィルムが密着しすぎていて開けにくい」というご指摘を受けたことによって、2011年以降販売予定の新商品では、フィルム形状を変更して簡単に開けられるよう改良対応しました。



従来品のメラノシューター(上)ではフィルムのミシン目が短く、容器の底部分から上へ開く形式でしたが、お客さまからの開けにくいとのご指摘により、新商品(下)ではミシン目を容器の頭から底までのばし、容器の頭から、側面を縦に長く開く形状に改良しました。

### ■お客さまの肌の悩みから誕生、大人のニキビケア美容液(オルビス)

オルビスでは、1996年から大人のニキビのための商品を作り続けています。そのため、多くのお客さまからニキビに関する美容相談が寄せられ、中でも「ニキビ跡をケアする化粧品が欲しい」というお悩みは年間180件にも上っていました。そこで、2010年にこれらのお悩みを解決するために「クリアホワイトエッセンス」を発売しました。



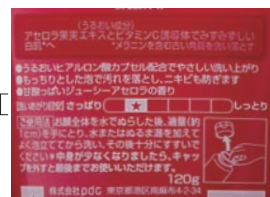
「クリアシリーズ」基本の3本と、お客さまから寄せられた「ニキビ跡の悩み」に応えるため追加された新商品「クリアホワイトエッセンス」(右から2本目)

### ■お客さまの声を、商品の機能、容器包装などに活かす(pdc)

pdcでは、お客さまの声を独自の指標に基づき、改善活動に活かしています。2010年にリニューアルした「セルディ美肌洗顔シリーズ」では、お客さまからの「種類が多く、選ぶのが大変」とのお声を活かし、洗いあがりが見えやすいシール付きのパッケージに変更しました。さらに、裏面では洗いあがりの目安(ゲージ)をつけてよりわかりやすいものになっています。



洗いあがりの肌が見えやすいキャッチシール。配合している素材の写真もあわせて、イメージしやすくしました。



商品裏面の洗いあがりゲージ。しっかりとってから、さっぱりまで、洗いあがりの感触を段階的に表示しています。

### ■ご愛用者ヒアリング&ディスカッションでお聞きした生の声を商品企画へ(フューチャーラボ)

フューチャーラボでは、毎年定期的に「デルマQ2」ご愛用者とのヒアリング&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生の声をお聞きすることで、2010年には人気商品「マイルドピーリングジェル」のリフィル導入など、実際の企画開発への効果が生まれています。



人気商品「マイルドピーリングジェル」のご愛用者さまからいただいた、環境に配慮して、つめかえ用が欲しいとの声に対して、リフィルを導入しました。

### ■お客さまからいただいたご意見にお応えした商品の発売(decencia)

decenciaでは毎年、「お客さま座談会」を開催しています。2010年は、従来からご要望が多かった「クリームウォッシュ」、「ハンドクリーム」を発売し大きな反響をいただきました。またdecenciaから離れてしまわれたお客さまへのアンケートも実施しました。お客さまからのご不満の声にも耳を傾け、より良い商品・会社づくりを目指しています。



お客さま座談会では肌のお悩み、ご愛用いただいている理由、商品へのご要望について、グループに分かれお話をいただきました。

## グループ理念「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」の実現により、お客さま満足の向上を目指しています

### ●最新の研究・生産技術を背景にグループ理念の実現を目指しています

ポーラ・オルビスグループでは、グループ理念「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」の実現を目指して、研究・生産における確かな技術力を背景に、機能、感触、デザインなどのあらゆる点でお客さま満足の向上に取り組んでいます。その代表例であるポーラ「B.A」シリーズでは、ポーラとポーラ化成工業が一体となり、オンリーワンの商品とサービスの提供に努めています。

### ■お客さまの「美しくありたい」を実現するため、長年の肌研究とともに進化し続ける商品

「B.A」シリーズの開発は、アンチエイジングという言葉が定着する前、化粧品の役割が肌表面を保湿するだけに留まっていた時代に、お客さまの「いつまでも美しくありたい」という願いを叶える研究への積極的な取り組みから始まりました。年齢が上がるにつれて変化してゆく肌を科学的にとらえた「バイオアクティブ理論」によって、1985年に、シリーズ「第1世代」が誕生しました。この「バイオアクティブ理論」は、業界で初めて肌の土台である真皮に着目し、生きている線維芽細胞を活性化しながら細胞の周りの環境も整えるという、画期的な研究から生まれました。

その後、肌を老化させない「老化抵抗カアップ」の効果を加えた「スーパーバイオアクティブ理論」によって「第2世代」が誕生。細胞の真皮コラーゲン接着性研究の成果に基づいた「ダイナミックバイオアクティブ理論」によって「第3世代」

が誕生しました。

さらに2009年から、抗糖化研究の成果を、バイオアクティブ効果と組み合わせることで肌全域をバイオアクティブさせる「オールエリア バイオアクティブ理論」と、お手入れのステップに基づき、次に使うアイテムの効果を最大限に高める「パーフェクトシナジー設計」の技術を反映した「第4世代」が誕生し、新たなアンチエイジングの世界を切り開きました。

「B.A」シリーズは、「第1世代」から「第4世代」に至る25年間、一貫して最新の化粧品科学技術や科学的知見を駆使し、それに相応しい処方化技術や有効成分の提案を通じて、お客さまの「美しくありたい」を実現する商品やサービスの提供を続けています。(下記参照)

#### 【「B.A」シリーズ スキンケアの最新化粧品科学の歩み】

##### 第1世代

(1985年発売～)

「バイオアクティブ理論」に基づいて誕生したクリーム B.A. 「ダブルエマルジョン」という業界初の画期的な技術で、さっぱりした感触でありながらしっとり保湿する「水のクリーム」を実現し、注目されました。以後、次々とアイテムを拡大していきました。



##### 第2世代

(1996年発売～)

肌の老化研究が進み、「老化抵抗カアップ」の研究成果が反映された「スーパーバイオアクティブ理論」に基づいて誕生したシリーズ。フォーム B.A エクストラでは、「ダブルアクティブ」剤型の採用により、「1品でマッサージ+パック」のダブル機能を実現しました。



##### 第3世代

(2003年発売～)

「線維芽細胞と真皮コラーゲンの接着性」の研究に基づく「ダイナミックバイオアクティブ理論」によって誕生したザ ローション B.A.。ザ ローション B.A. は瞬間浸透と細胞保湿を実現。天然ナノクリア処方を存分に活かした透明度の高い内容物と、オーロラ加工のクリアな容器の採用で、B.A. のオリジナル価値を表現しました。



##### 第4世代

(2009年発売～)

2009年、創業80周年、ポーラの原点であるクリームから B.A. 第4世代の象徴的アイテムとして、B.A. ザ クリームが誕生。2010年には、肌の「糖化」研究をさらに深めた「抗糖化」技術により、肌全域に蓄積された糖化物質 AGEs (エー・ジー・イー) を除去し、肌全域をバイオアクティブさせる「オールエリア バイオアクティブ理論」に基づいたシリーズ誕生。単品の価値を活かしながら、ラインで使う相乗効果を軸に、「かつてない肌実感」を実現しました。



## ■高い生産技術力と品質管理体制で、生産の現場からお客さま満足の上を追究

ポーラ化成工業の生産部門では、化粧品としての安全性及び高機能はもちろんのこと、お客さまがのぞむ感触や香りなども同時に実現するため、徹底した品質管理体制のもとで生産活動を行っています。

特に第4世代では、肌の上で汚れを速やかに取り込むクレンジング機能の充実に必要な熟成期間の設定を行い、さらにウォッシュでは、ポリウムや質感など厳密な泡立ち実現のための泡立ち試験の規格化など、今までに実施していなかった工程や検査を追加して生産しています。また、充填〜包装面では、包装エリアにクリーンルームを設置し、よりクリーンな環境での生産に努めています。また、検査工程では、一個箱外観の全数検査を実施し、取扱い時に手袋着用の義務付けを行うなど、細心の注意を払って生産しています。



「B.A」シリーズの包装工程の様子。厳しい品質管理により、クリーンな環境の中で作業しています。

## ■最高の商品とサービスをお客さまに実感していただくため、販売の現場の教育、支援に努める

ポーラでは、商品のすばらしさをお客さまに十分ご理解いただけるよう、商品企画、販売企画、営業の各部門が連携して、お客さま一人ひとりに合わせたお手入れをアドバイスしながら商品を紹介する、カウンセリング重視の販売を行っています。2010年には、専用の販売マニュアルやDVDなどを製作し、お客さまに商品の良さを実感していただけるハンドデモや、身近な例を盛り込んでわかりやすく効果を解説する方法など、販売員への具体的な教育支援に力を注ぎました。



新生「B.A」シリーズ専用の販売オペレーションマニュアルと研修用DVDを作成して、訪問販売の販売員や百貨店の美容部員を対象に、ハンドデモやカウンセリングシミュレーション中心の販売研修を全国で実施しました。

## ■美容雑誌「2010 ベストコスメ」14冠を受賞、社会からの評価を得る

2010年、「B.A」シリーズは、『美的』、『VoCE』、『MORE』、『MAQUIA』といった有名女性雑誌が選ぶ「2010 ベストコスメ」の各部門で1位となる14冠を受賞し、若い世代を含む多くのお客さまに評価していただくことができました。

## Voice ウーマン・オブ・ザ・イヤー2011 受賞!

多くのお客さまの評価、社会的評価を獲得できたのは、研究開発、生産を通じた確かな研究技術力という基盤と、大きな販売組織力の両面があったからこそです



(株)ポーラ  
商品企画部 課長  
二宮 恭子

「B.A」シリーズ開発チームのリーダーである私は、女性向けビジネス雑誌『日経ウーマン』主催の「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2011 ヒットメーカー部門」を受賞する、という栄誉をいただくことができました。

「B.A」シリーズの開発では、お客さまのご期待にお応えしたいという想いから、試作品での官能評価を優先させて、研究や生産部門と何度も議論をしながらものづくりに取り組みました。そうした私たちの実績が、結果として社会からきちんと評価されたということは、とても嬉しいですね。研究開発力という強みを背景に、一人ひとりの販売員の気持ちに寄り添った提案ができれば、今回のように世の中を動かすほどの力が生まれる、そんなことを実感しています。



ウーマン・オブ・ザ・イヤー2011 表彰状

# お取引先とともに

ビジネス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より良い信頼関係をさらに強化し、ともに発展を目指しています**

## ●お取引先、ビジネスパートナーの業績拡大のため、就労機会の提供、販売支援に取り組んでいます

ポーラ・オルビスグループでは、グループ各社それぞれが、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。

## ■全国約12万名のビジネスパートナー「ポーラレディ」がポーラとともに活躍(ポーラ)

ポーラでは、現在全国26ヵ所の販売エリアを担当するエリアマネージャーと、約12万名のポーラレディが、それぞれの地域ごとに強いパートナーシップを築き、日々の営業活動に力を尽くして、一人ひとりの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。

さらにポーラでは、ポーラレディが結婚や出産、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、家庭と仕事の両立を支援する「育児援助制度」を設け、営業スケジュールを自分に合わせて立てることができるよう配慮しています。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プログラムなども整備して、女性の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、お客さまと、働く女性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。お店を持ちビジネスを成功させることはもちろん、自分のライフスタイルを自分の力で豊かなものにしていけることも、ポーラとともに働くことの魅力。

## Voice キャリア8年、20代の営業支店長

ここからがスタート  
本気でぶつかる仲間とともに  
チャレンジし続けたい

名岐エリア  
soleil(ソレイユ) 営業支店長  
山田 優子さん



営業支店長昇格を成し遂げられたのは、母体長の励ましと傘下の所長との連携があったからこそ。ポーラの仕事の魅力はたくさんありますが、一番はやはり同じ志を持つ仲間、かけがえのない存在に出会えることです。そして、大きな夢が持てることです。今後もお客さまのキレイを前提に、仲間とともに地域に愛され、スーパー、エグゼクティブ支店昇格に向け頑張ります！

※営業支店長とは、ポーラのビジネスパートナーのうち、他の営業所に対する教育・マネジメントなどを行い、月商1,000万円以上などの一定規模の販売組織のリーダーとしての役割を担う、営業所長のことをいいます。

## Voice キャリア42年、70代の現役ポーラレディ

ポーラレディは私の天職  
今日も自転車に乗って  
元気とキレイを届けます

新潟エリア  
三条営業支店  
坂井 宣子(のりこ)さん



今日はどんな方に出会えるのか、毎日うきうき過ごしています。身だしなみを整えて、お店に出て、みんなに会えると思うと若返るので。70歳代になった今でも現役で働けているのは、お友達の中でも私くらい。ポーラレディは私の天職です。人は正直だから、キレイな人、元気な人に集まってくる。だから自分も元気になって、お客さまにもキレイで楽しく過ごして欲しいと思うのです。私のお客さまは皆さんお元気。90歳代の方でも肌はキレイだし、はつらつとしていらっしゃる。私を待っていてくださるそんなお客さまがいる限り、生涯この仕事を続けます。

## ■ 出店先と協力しお客さま満足向上につなげる(オルビス)

オルビスでは、現在全国に出店しているショップのほとんどがショッピングモールやファッションビルなどの商業施設内への出店であるため、出店先との信頼関係は非常に重要です。

そのため、オルビス・ザ・ショップでは、売場の接客力向上を目指し、出店先であるショッピングセンターなどの主催する接客ロールプレイングコンテストや研修にビューティアドバイザーが参加したり、常に本部担当者が出店先へ積極的に出向いて綿密な情報交換をして、円滑な協力体制を築くよう努めています。また、お客さまへ魅力あるキャンペーンをご提供するため、出店先との共同キャンペーン、イベントへの参加にも力を注いでいます。



商品を自由に手に取って試せることから、通信販売とは違った良さがお客さまに好評のオルビス・ザ・ショップ。全国に約110店を展開しています。

## ■ 感謝の気持ちを忘れずに、より良い関係を構築 (pdc)

セルフ化粧品ブランドpdcの商品は、代理店、小売店といった流通ルートのお取引先の皆さまにご協力いただき、ようやくお客さまの手に渡ります。そこで、商品がお店にならぶまでの様々な過程でご協力くださるお取引先の皆さまに少しでも感謝の気持ちを表したいと、営業スタッフの発案で、商品の入ったダンボールケースに感謝の気持ちを印刷する取り組みを開始することにしました。



箱を開けると「毎度ありがとうございます」の文字が目に入るように表示。商品を扱ってくださる方、一人ひとりへの感謝を込めています。

## ■ 百貨店さまとともに、接客技術向上(ACRO)

ACROが百貨店で展開するコスメブランド「THREE(スリー)」では、2010年、阪急うめだ本店の販売員が、きめ細かなお客さま満足度の高い接客に対して、お客さまからお褒めの言葉をいただくことによってポイント加算され評価される「金ネーム賞」を、また高島屋大阪店の販売員も「グッドサービス褒章」を受賞しました。お客さまの視点に立った高レベルな接客技術によって、百貨店の売上に大きく貢献することができました。



「金ネーム賞」を受賞した販売スタッフの森本華生吏。常にお客さまにしっかりと向き合う姿勢が受賞につながりました。

## ■ 説明会の開催で理解とコミュニケーションを促進(ポーラ化成工業)

ポーラ・オルビスグループの生産部門であるポーラ化成工業では、サプライチェーンマネジメントの一環として「購買基本方針」を定め、お取引先とともに永続的かつ持続的な発展を目指すために、毎年「購買方針説明会」を開催し、グループの理念や経営方針を伝えています。2010年には重点項目として「品質を前提とし、価値に見合った納得できる価格で、タイムリーに原材料・外注品の調達を行う」という方針を掲げました。さらに、CSR活動推進・社会環境対応として、関連法規の遵守徹底、グリーン購入の促進などを継続して行うよう呼びかけました。

### 購買基本方針

1. 関連法規を遵守し、弊社購買倫理基準に基づき行動します。
2. ご購入させていただく商品の品質、コスト、納期、企業姿勢や技術力などを評価させていただき、お取引先を決定いたします。
3. 購買取引は、国内外を問わず公平・公正に行います。
4. 資源保護や環境保全など社会的責任を果たす努力を継続いたします。

# 従業員とともに

全ての従業員がいきいきと働けるための取り組み

様々な立場の従業員が、ともに働きやすく、幅広く活躍できる職場づくりに努めています

## ●グループ全体で両立支援制度の充実を推進しています

ポーラ・オルビスグループでは、「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」などの様々な両立支援制度を設定し、グループ各社に合わせて導入することで、全ての従業員にとって働きやすく活躍の幅が広がる職場環境を目指しています。グループ全体での育児休業取得者数は、2009年73名に対し、2010年92名と増加し、定着しています。

## ■子育て支援企業認定マーク「くるみん」を取得（ポーラ）

ポーラでは、厚生労働省が子育て支援企業を認定するマーク「くるみん」の取得に向けて、2007年より職場環境を整えてきました。具体的には、育児フレックス対象となる子どもの上限年齢の引き上げ、リフレッシュ休暇の導入、週に一日の一斉退社日の導入、育児休業取得率の向上などを実施し、さらには育児休業後の職場復帰をスムーズにするため、休職中に情報やアドバイスを受けられるコミュニケーションの場やネットワークづくりをするなど、積極的な取り組みの結果、2010年4月、グループで初めて「くるみん」認定マークを取得することができました。

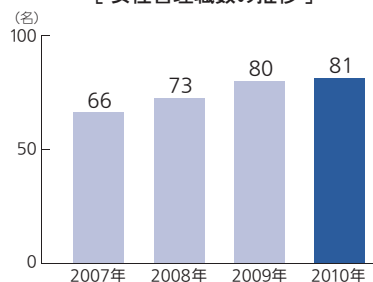


「くるみん」認定マークは「次世代育成支援認定マーク」の愛称です。「くるみん」は「包む」、「くるむ」を表し、赤ちゃんを優しく温かくおくるみで包むという意味から、企業とその職場ぐるみの子育て支援の取り組みを表しています。

## ●女性従業員が長く活躍できる環境づくりに力を入れています

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。その結果、ホールディングス体制が始まった2007年の女性管理職は66名でしたが、2010年には81名にまで増加しました。

〔女性管理職数の推移〕



## Voice 男性も育児!のススメ

育児休業は家族だけでなく、  
自分の人生にも大きなプラス!  
男性社員にぜひすすめてください

(株)ポーラ  
人事部 労務チーム  
渡邊 紳一



出産時には1週間程度妻が入院してしまうため、長女の出産から退院までの期間を、慶弔休暇と育児休業を合わせて取得し休みました。予定日を1週間過ぎてても陣痛が起こらず、当日も夜10時までかかった難産でしたが、無事出産に立ち会うことができ、とても感動しました。今は1ヵ月以内の育児休業でも最初の3日間は有給となりましたので、ぜひ制度を有効活用して、立ち会い出産や育児を担うイクメン、奥様を助けるオクメンが社内が増えるといいと思います。

## ●ハラスメント防止、メンタルヘルスケアなど、職場環境の向上に配慮しています

ポラ・オルビスグループでは、働きやすい職場づくりを目指しています。2010年には、8～9月にe-ラーニングによりワーク・ライフ・バランスの重要性を学びました。また全管理職及び一般従業員を対象に、「働きやすい職場づくり～パワーハラスメントの防止～」の講演会を9月13日、29日に開催しました。さらに、ポラ・オルビスホールディングス、ポラ、ピーオーリアルエステートの3社では、心身の健康面について電話相談ができる「EAP」(従業員支援プログラム)の専用窓口を設け、必要があれば「健康管理センター」で専門医から助言や治療が受けられる環境を整えています。今後はメンタルヘルス不調者発症予防などの対策を、グループ全体で検討実施していきます。



(株)クオレ・シー・キューブ 岡田 康子氏によるパワーハラスメント防止のための講演会を開催。グループ全体で約250名が参加。

## ●障がい者が不自由なく活躍できる職場づくりに努めています

ポラ・オルビスグループでは、障がいを持つ従業員も安心して働ける職場環境づくりに取り組んでいます。2010年は、グループ全体の障がい者雇用率は1.5%と法定雇用率1.8%に達しませんでした。主なグループ企業ではポラ1.5%、オルビス1.3%、ポラ化成2.6%でした。今後も、階段の代わりにスロープやドアの開閉軽量化といったバリアフリー対応などに取り組んでいきます。



横浜研究所の障がい者専用駐車場。障がいを持つ従業員でも、車イスで乗降できるように配慮しています。

## ●リフレッシュ休暇の普及やノー残業に努め、有休取得や時短勤務を促進しています

ポラ・オルビスグループでは、従業員一人ひとりが仕事へのやりがいを持ち充実した人生を過ごせるよう、ワーク・ライフ・バランスを重視した様々な制度を導入しています。2008年よりポラで導入を開始した「リフレッシュ休暇制度」は、有給休暇、所定・法定休日、特別公休2日を組み合わせ一週間前後の長期休暇が取得できる制度で、着実にグループ各社への導入が進んでいます。

また内閣府が推進する「カエル! ジャパン」や、ベルと同時にサッと帰る「ベルサの日」などのノー残業キャンペーンもグループ全体で実施しています。その結果、月次平均残業時間は2009年は18.5時間/人でしたが、2010年は15.5時間/人と、3時間ほどの削減を実現しました。年次平均有給休暇取得率は、グループ平均で2009年は49.4%でしたが、2010年は53.8%と向上しました。

## ●様々な活動を通して、従業員のコミュニケーションを活性化させています

ポラ・オルビスグループでは、従業員同士の交流を活発にし、活気ある職場づくりを目指して、各社ごとに様々なイベントや活動に取り組んでいます。

### ■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はなく、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。

### ■イベント活動で交流を深める(ポラ化成工業)

ポラ化成工業では、会社が保有するテニスコートやグラウンドを従業員に随時貸し出したり、毎年8月に納涼祭を開催して従業員とその家族を招待するなど、従業員だけでなく家族間の交流も深める活動を行っています。

# 人材育成プログラムを充実させ、夢の持てる職場づくりに努めています

## ●人材育成のための教育体系を、さらに充実させています

ポーラ・オルビスグループでは、グループ各社の従業員を対象に、将来の経営を担っていける人材を育成する「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、グループ経営の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。

さらに、WEBによる自己啓発プログラムなどの選択研

修の実施を加え、バリエーション豊富な育成プログラムによって、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ごとに、独自の階層別研修、昇格研修、スキルアップ研修や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 「ポーラ・オルビスグループ通信講座受講支援を実施」 「グループ各社での通信講座受講支援を実施」
マネージャー	階層別に求められる能力開発 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	グループの次世代を担うリーダーの育成	未来研究会フォロー研修 未来研究会	
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)	

## ■従業員の自己成長を支援するユニークな試みに挑戦（ポーラ化成工業）

ポーラ化成工業では2010年2月に、社内独自の各種研修や通信講座の受講を一元管理できるWEBシステム、「人財育成ポータル」を開設しました。これにより従業員がどの研修・講座を受講しているかを効率的に管理でき、また従業員は自分に必要な講座を検索できるようになりました。

さらに7月には「Book-Forum(書籍学習支援制度)」を導入しました。これは人財育成ポータルで書籍を検索・購

入し、学習後にレビューを投稿すると、購入費用の一部が会社より援助される制度です。投稿したレビューは全従業員に閲覧可能とし、具体的かつ有益な情報として活用したり、従業員同士で刺激し合い、切磋琢磨していくことを目指しています。

## Voice 求められるリーダーとは？

経営幹部養成講座を受講して  
求められるリーダー像を学び  
自分の目標を明確にすることができました



(株)ポーラ  
商品企画部 戦略ブランドチーム  
渡邊 和子

リーダーの視座、執着、知識などもさることながら、「今を正しく知る」ことの大切さ。いい時も悪い時も現実を知り、自分と仕事に課題を課し克服する、それを繰り返すしかないという構えを体の芯に沁み込ませていただきました。土台としての自分を徹底分析されたことも財産。自分の弱点、陥りやすいワナを知り、修正の仕方がわかった状態であることは、壁にぶち当たった局面でも自分を崩さないための大きな支えだと思います。「役割以前に人であれ」の教えをもとに、自分としての善悪、判断基準をしっかりと形づくるのが当面の目標です。



# 環境とともに

環境に配慮し未来の地球を守るための取り組み

## グループ全体で環境負荷の低減、環境保全・向上に取り組んでいます

### 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。

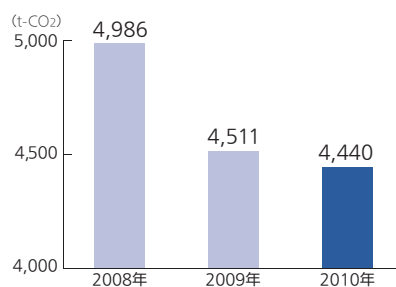
### ●環境方針に基づき、オフィスでの環境配慮にグループ全体で取り組んでいます

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目指しています。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、2010年は、オフィスでのCO<sub>2</sub>排出量4,440トンと、対前年71トンの削減を実現できました。

#### ■様々なイベントに参加し、環境に配慮（ポーラ銀座ビル）

ポーラ銀座ビルでは、地球温暖化防止のため世界中の人々が、同じ日・同じ時刻に電気を消すという国際イベント「WWFアースアワー 2010」に賛同し、3月27日にポーラ銀座ビル正面のLED照明を消灯しました。また、施設の消灯を通じて地球温暖化について考える、環境省主催の「CO<sub>2</sub>削減／ライトダウンキャンペーン」には2010年もポーラ・オルビスグループの13施設が参加し、6月21日と7月7日の夜8時～10時まで、屋上や壁面のネオン・照明看板などを消灯しました。

【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】



### ●お客さまのお手元での環境配慮にも力を尽くしています

ポーラ・オルビスグループでは、容器包装リサイクル法（容器包装廃棄物を資源として有効利用し、ゴミの減量化を図るための法律）の主旨にそって容器包装のライフサイクルを見直し、可能な限り資源として活用するよう努めています。

#### ■九都県市容器&包装ダイエツト宣言に参加（オルビス・pdc）

2010年8月、九都県市（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市）が参加する「容器&包装ダイエツト宣言（商品化・流通・販売など全ての段階で容器包装を簡略化し、ゴミを減らす努力をしていく取り組み）」にオルビスとpdcが参加し、グループ自主基準の「容器包装エコスタンダード」に則り、リフィル（つめかえ用）の推進や環境負荷の低減を念頭に置いた容器包装の検討などを行っていくことを宣言しました。



電車内広告用キャンペーンポスター。ダイエツト宣言企業76社がロゴマークで紹介されています。

## ●ISO14001に基づき、環境に配慮した工場運営を実践しています

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(p26 上図参照)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	2010年目標項目 及び目標値	2010年実績	自己評価
地球温暖化 防止	CO <sub>2</sub> 排出量 2006年比4%削減	CO <sub>2</sub> 排出量原単位 2006年比13%削減 CO <sub>2</sub> 排出量 2006年比9%減少 で目標達成。猛暑により空調負荷が増大したものの、継続的な省エネ対策により中期目標はクリア	★★★
	設備更新・改善による省エネ	①大型空調機更新(静岡工場事務棟他) ②空調機更新・LED照明導入などで、110,000kWh/年のエネルギー削減 ③改正省エネ法対応(中長期目標作成)	
	設備の効率的運用	①環境省のライトダウンキャンペーン月間時に水・木曜日をライトダウン ②消し忘れゼロを目標に、共用エリアの人感センサー化	
	物流におけるCO <sub>2</sub> 排出量調査	流通部門での商品配送トラックのCO <sub>2</sub> 排出量削減のために、まとめ梱包の配送計画を検討し実行	
資源循環	※1 有価率 2006年比15%アップ	有価率2006年比24%アップで目標達成	★★★
	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り組みを継続	
	グリーン購入率42%以上	事務用品のグリーン購入率は、50.9%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:975㎡)	★★★
	化学物質の管理徹底	※2 ①改定PRTR法の調査 ②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地震対策として約300台の棚固定を実施 ②老朽化した照明器具(1,000灯)、分電盤(3面)の更新 ③化学物質等安全性データシートの最新版管理	
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工場周辺住民へのアンケート調査(5月)	★★★
	外部交流	①袋井市環境企業交流会への参加(2月) ②興津川クリーン作戦、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(11月)	
	環境教育・啓発の実施	①他企業見学の実施 ②社内従業員向け環境セミナー(2回) ③e-ラーニングによる環境教育(10月) ④環境内部監査員育成教育、レベルアップ教育の実施 ⑤社内エコ検定の実施(2回)	

【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

※1 有価率=有価売却量/廃棄物総量

※2 PRTR(Pollutant Release and Transfer Register)法:事業者による化学物質の自主的な管理の改善を促進し、環境安全上の支障を未然に防止することを目的としています

[ 2010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

## 地球温暖化抑制策として、生産工程でのCO<sub>2</sub>排出量の削減を続けています

### ●2020年までに生産部門でのCO<sub>2</sub>排出量25%削減に向け努力しています

ポーラ・オルビス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、工場全体での管理を強化し、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。

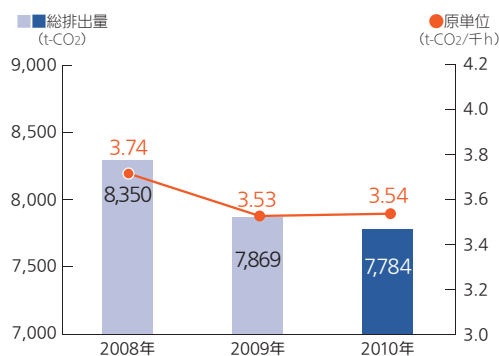
#### ■生産部門では設備、技術の導入によってCO<sub>2</sub>削減を実現

ポーラ・オルビスグループの生産部門では、環境に優しい生産システムとして、製造工程にて原料を加熱・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」を導入しました。1回の製造あたりのCO<sub>2</sub>排出量を30%削減できる見込みで、今後、この製法の品目拡大に努めます。さらに静岡工場では、事務棟に高効率ビル用マルチエアコンを導入しました。室内の断熱効果や集中制御システム仕様にする事で、年間30トンのCO<sub>2</sub>削減を実現しました。

#### ■物流部門でもCO<sub>2</sub>削減に挑戦

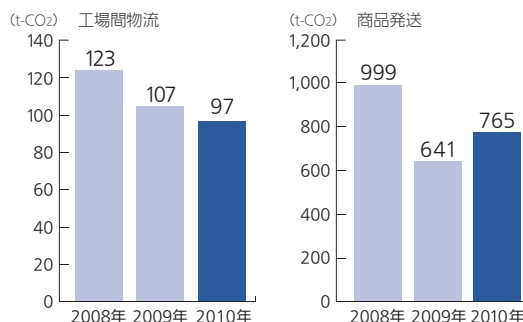
ポーラ・オルビスグループの物流部門では、資材、半製品、製品運搬時の環境負荷低減に積極的に取り組んでいます。2010年は、流通量増加のため物流CO<sub>2</sub>排出量が前年より微増となりました。商品流通センターでは非出荷日を設定し、まとめ出荷と大型トラック利用を推進しました。また、出荷形態を箱から袋包装に変更するなど、商品発送時の環境負荷低減を目指しています。静岡、袋井の両工場では、工場間・倉庫間の搬入を計画的にまとめ運搬することで、運搬回数を30%削減(前年比)し、社内の環境負荷の低減にも貢献しています。

[ 生産CO<sub>2</sub>排出量の推移(静岡・袋井工場合算) ]



静岡工場事務棟に設置された高効率ビル用マルチエアコン(写真は室外機)。

[ 物流CO<sub>2</sub>排出量の推移(静岡・袋井工場合算) ]

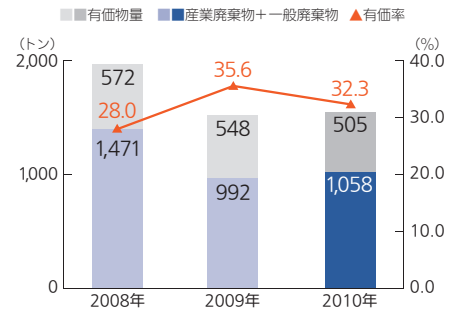


# 資源循環への取り組みに力を入れ、廃棄物の削減に取り組んでいます

## ●廃プラスチックの資源化を推進し、有価率の拡大を目指しています

ポーラ・オルビスグループの生産部門では、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パド、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)→19トン(2010年)と量をのばし、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) ]



# 環境配慮型商品の研究・開発・生産を継続的に実施しています

## ●独自のエコスタンダードに基づき、商品設計の段階からの環境配慮を継続しています

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。

2010年は、特に「生物多様性」に配慮し、ワシントン条約において資源枯渇の恐れがあると指摘されている動植物由来の原料を使用しないなど、積極的な環境配慮に取り組んでいます。

[ 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、外箱には再生紙やパガス、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 ホワイトティシモ 薬用ローション ホワイト (再生ガラス使用)



ポーラ ホワイトティシモ (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

# 社会とともに

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

## 地域社会の方々との協働による商品開発への取り組みを継続しています

### ● 国産技術や国内素材に化粧品で培った美意識とサイエンスを融合し、新しい価値創造に挑戦しています

ポーラ・オルビスグループでは、各社の事業活動を通じて日本の伝統技術や、地域産業、国産原料を積極的に採用することにより、地域社会の活性化と産業発展に貢献する取り組みを継続して実施しています。

#### ■ 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)

ポーラでは、2009年より実施している「3・9(サンキュー)プロジェクト」において、2010年、奈良時代から受け継がれる伝統的な工芸技術「印伝(いんでん)」を取り入れたイブニングバッグとトラベルクロックをお客さまプレゼントとして開発しました。

印伝の制作は、奈良県で130年の歴史を誇る老舗「藤岡勇吉本店」に依頼し、さらにデザイナー「マイク・エーブルソン氏」を起用して、本来の印伝は規則正しい文様を得意とする技術であるにも関わらず、あえてランダムなりボンパターンを採用。ポーラの美意識を反映した現代的な意匠を、伝統的な匠の技で魅せる、というこれまでの印伝にはない画期的でファッション性の高い作品を誕生させ、日本が誇る伝統工芸の新たな可能性を見出すことができました。



印伝イブニングバッグ

印伝とは、なめした鹿革に漆で文様を描く技術。藤岡勇吉本店五代目は、ポーラとの協働をきっかけに従来の伝統にない全く新しい技術に挑戦し、鹿革のファッション性という新たな可能性が広がりました。



#### 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。

#### ■ 素材開発の視点からの社会貢献を目指し、生産者の方々と協働(ACRO)

ACROでは2009年より化粧品ブランド「THREE(スリー)」の開発を通して、日本国内においてこれまで活用されていない素材や特産物に注目し、各地の生産者の方々と協働して、国産素材を活かした化粧品原料の開発に積極的に取り組んでいます。

2010年には、沖縄・中城村の農家で収穫される野菜「島ニンジン」の根から抽出したエキスと、北海道に自生し、古来よりアイヌの人々に不老長寿の果実として珍重されてきた「ハスカップ」から採れる果汁を新たに化粧品原料として採用し、生産者に新たな用途開発を提案することができました。



収穫された島ニンジン

沖縄・中城村の農家で収穫の様子。島ニンジンは、冬にしか出回らない季節限定の野菜です。



熟して紫色になったハスカップの実

北海道のハスカップ農園の広大な土地で栽培されている木から、3cmほどの果実を収穫し、エキスを抽出します。

# 事業活動を通じて地域社会の方々と共生し、快適な暮らしをサポートする取り組みを続けています

## ●化粧品を通じて、地域社会への貢献に力を尽くしています

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コミュニケーションを深めるとともに、心豊かで暮らしやすい街づくりを積極的に推進しています。

### ■施設や病院での美容ボランティア(ポーラ)

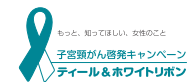
ポーラでは、全国各地で活躍するポーラレディと協力し、エステやメイクの技術を活かして、介護施設や病院などにおける美容ボランティア活動に積極的に取り組んでいます。障がいを持つ方へのメイクや太田母斑のあざのある方、高齢者の方などへのメイクを実践し、各地から喜びの声をいただいています。



介護老人施設でメイクボランティアを約11年続けている、ポーラレディ中園 富美子さん。

### ■スキンチェックで女性のための10円募金(ポーラ)

ポーラでは、2010年、ビジネスパートナーであるポーラレディの自主的な活動から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。これは、顔も知らない誰かのために、自分たちらしく女性を応援したいという思いから始まったプロジェクトです。スキンチェック1件につき10円を募金させていただく形で、100を超える営業所に広がっています。



募金活動は、大阪エリア パレットあやか営業所をはじめとする販売第一線の皆さんから始まりました。胸元のバッジに気づいたお客さまから賛同の声をいただくこともあります。

### ■新体操女子日本代表チーム「フェアリージャパン」のメイクサポート(ポーラ)

「きれいになりたい」全ての女性を応援する試みとして、ポーラでは新体操女子の日本代表チームのサポートを続けています。2010年9月に行われたロシア・モスクワ世界選手権にも美容コーチ4名が同行し、演技、衣裳、音楽に合わせたメイクサポートを行いました。

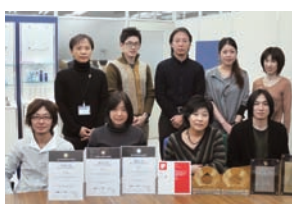


スキンチェックを実施し、肌の悩みや競技でのメイクについても詳しくヒアリングして、一人ひとりに最適なスキンケアとメイク方法を提案しました。

## 事業活動を通じて、広く社会から認められる功績を残しました

### 3作品のパッケージデザインが、国内外で著名なデザイン賞を受賞(ポーラ化成工業 デザイン研究所)

デザイン研究所は、2010年、パッケージデザインのみを対象とした世界的なコンペティションであるペントアワードにおいて、「B.A THE CREAM」と「K・O・U」で金賞を、「WHITISSIMO」で銀賞を受賞しました。さらに日本パッケージングコンテストにおいて、「K・O・U」が(社)日本グラフィックデザイナー協会賞を、「WHITISSIMO」がパッケージデザイン賞を受賞しました。



### 研究員が第1回色素細胞学会奨励賞受賞(ポーラ化成工業)

色素細胞研究の進歩に寄与する独創的な研究を発表した、将来性豊かな個人に授与される本賞を、本川研究員が受賞しました。シミ関連遺伝子の解析から日本人の多様性を見出し、日本人が単一民族ではなく複数の民族から構成されていることを示唆した点が、日本人のルーツを明らかにする研究として評価されました。



## ●研究・生産事業を通じて、地域との積極的な交流を図っています

ポーラ・オルビスグループでは、研究部門、生産部門での「ものづくり」の事業活動を通じて、幅広い地域住民との交流や教育面でのサポートなどに取り組んでいます。

### ■イベントを通じた地域交流（ポーラ化成工業）

地元の方々との交流に特に力を入れているポーラ化成工業では、2010年10月23日、24日に開催された「ものづくりフェスタ in 袋井」に出展しました。排水汚泥のリサイクルについての説明は多くの住民の方が聞いてくださり、グループの事業に興味を持っていただきました。



乳化について・肌水分測定・化粧品クイズ・化粧品リサイクル容器などのコーナーに出展しました。

### ■インターンシップ受入れと職業講話（ポーラ化成工業）

ポーラ化成工業では、毎年、近県の大学や高校よりインターンシップを受け入れています。2010年は、袋井工場にて3名の大学生が検査作業を主体に実習を行い、11月には掛川工業高校の学生2名が、化粧品の充填から仕上げまでの作業を主体に実習し、学生たちに自分たちの未来について考える機会を提供することができました。また、9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、社会の一員としての心がまえの取得に協力しています。さらに地元高校の要請に応え、化粧品メーカーの研究所という職場の紹介授業も毎年行っています。

## ●不動産他の関連事業を通じて、暮らしやすい社会づくりを目指しています

ポーラ・オルビスグループでは、不動産、印刷などの関連事業においても、地域社会をより快適で安心なものにするための取り組みを開始しています。

### ■地域子育て支援マンション建設（ピーオーリアルエステート）

ピーオーリアルエステートでは、2010年8月にグループの社宅跡地である横浜市大倉山に、働く女性が安心して子育てできる賃貸マンション「プロテ大倉山」を竣工しました。敷地内には認可保育所（2011年開所）や子どもが安心して遊べる広場の他、高いセキュリティシステムと充実した共用設備を備えており、安全性とコミュニティを重視した子育て支援マンションとして、「横浜市地域子育て応援マンション認定制度」ならびにミキハウス子育て総研「子育てにやさしい住まいと環境」の認定を取得しています。マンションの賃貸成約率は2010年10月末で100%となり、高い評価を受けました。



子育てを支援するため、キッズルームなどの共用設備の他、健康に優しい住宅建材を使用、不審者の侵入防止設備、手すりや壁・建具の安全性などといった配慮をしています。

### ■どんな方にも読みやすい印刷物の制作（ピーオーメディアサービス）

ポーラ・オルビスグループ内外でのデザインや印刷事業を行うピーオーメディアサービスでは、UCDA（ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会）の協力を得て、年齢、性別、色覚のタイプなどに関わらず、全ての方にとってわかりやすく読みやすい印刷媒体の制作に取り組んでいます。2010年にはCSRレポートとして初のUCDA認証取得を実現しました。



どのような方にとっても、わかりやすく、読みやすく、必要な情報を適確に伝える媒体制作に取り組んでいます。

# 選択的CSR活動報告

## 社会に対して広く貢献するために

企業文化活動、芸術振興活動、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を「選択的CSR」とし、社会や地域づくりを支援しています。

〔2010年の選択的CSR活動概要〕

テーマ	2010年の取り組み計画	2010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	グループ各社の社会貢献活動の支援と充実	<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及びポーラ美術振興財団への寄付の実施</li> </ul>	p31 ~ p32	★★	・各種社会貢献活動の継続支援
		<ul style="list-style-type: none"> <li>TABLE FOR TWO活動の実施(寄付額対前年4%増)</li> <li>オルビス植林活動の実施 植林600本実施</li> <li>ポーラ富士山清掃活動の実施 約470kg回収</li> <li>エコキャップ推進運動、ピンクリボン運動を実施</li> </ul>	p33 ~ p34		

【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・芸術支援の活動

心豊かで美しい未来を創る取り組み

文化的で心豊かな暮らしの実現を目指して、文化芸術活動を支援しています

### ●化粧文化史の長年にわたる研究成果を、広く社会に提供しています

ポーラ・オルビスグループのポーラ文化研究所では、「化粧文化」について人文・社会科学のあらゆる角度から独自の研究活動を推進し、その成果である貴重な情報を学術的な資料として大学や研究機関などへ提供、あるいは企業活動や社会の発展、日々の生活に役立てていただくために、個人や企業などへも広く提供しています。また一方で、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。2010年にはポーラ美術館における「ルネ・

ラリックの香りと同時代のファッション」の展示や、「女性の化粧行動・意識に関する実態調査 スキンケア・メイク篇 2010」などの調査レポートを報告しました。



化粧を様々な切り口からとらえ、身近な視点で伝える情報誌「化粧文化 PLUS vol.3」も発行しました。



## ●美術・芸術をより身近に感じられる未来を目指し、活動に取り組んでいます

ポニーミュージアム アネックスでは、美術、芸術が広く社会に親しまれる機会を増やすため、年間を通して、ポニーコレクションや現代アートの企画展示を無料実施するなど、様々な活動に取り組んでいます。2010年は、ポニー美術館蔵の作品を軸に「音の出る展覧会」、「マティス Jazz 展」など、多彩な企画展を開催しました。また、「ポニーミュージアム アネックス展 2010 -祝祭-」を開催し、公益財団法人ポニー美術振興財団により助成を受けた在外研修員がその成果を発表しました。



「ポニーミュージアム アネックス展 2010-祝祭-」2010.4.1-4.25  
『祝祭』をテーマに木島 俊介氏(美術評論家) 選考のもと、ポニー美術振興財団の在外研修員4名の作品を紹介しました。

## ●心豊かな未来づくりを目指し、日本の伝統文化と美術の振興に取り組む財団法人を応援しています

### ■日本の無形文化財の記録、保存、振興、普及(財団法人 ポニー伝統文化振興財団)

ポニー伝統文化振興財団は、工芸技術・伝統芸能・民俗芸能などの日本の伝統文化を未来へつなげる活動を行っています。「伝統文化ポニー賞」は、伝統文化の分野で貢献され今後も活躍が期待できる個人・団体に、今後の活動を奨励するために贈られます。2010年は、30回目の節目として、優秀賞2件、地域賞6件に加えて、伝統文化の伝承・保存などの仕組みづくりなどに長く尽力された個人・団体を表彰する「30回記念功労賞」3件を設け、合計11件に賞が贈られました。



2010年第30回伝統文化ポニー賞 贈呈式

### ■若手芸術家への助成と美術館運営及び作品の調査研究(公益財団法人 ポニー美術振興財団)

ポニー美術振興財団は、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に対する助成を行っています。2010年は36件の助成を行いました。また、箱根のポニー美術館にて、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。2010年は、「ボナールの庭、マティスの室内一日常という魅惑」、「ポニー美術館の日本画」、「アンリ・ルソー：パリの空の下でールソーとその仲間たち」などの企画展を開催しました。



「ポニー美術館の日本画」展  
収蔵作品の中から約120点を1期・2期に分けて展示。中でも43点を数える杉山寧の絵画コレクションは日本最大級と大変注目されました。



「アンリ・ルソー：パリの空の下でールソーとその仲間たち」のイベントとして、小・中学生向けクイズラリーを開催し、好評を得ました。

## Voice 在外研修で得たものは…

### この経験が 今後のアーティストとしての 規範となりました

第1回(1996年度)  
ポニー美術振興財団 在外研修員  
遠藤 良太郎さん

※「ポニーミュージアム アネックス展  
2010-祝祭-」に出品

「インパル/好きにしろって言われてもなノ…」  
アクリル、インクジェット・プリント、キャンパス  
1000×1000mm  
遠藤 良太郎 2010年



私は1997年春から1年間のロンドンでの在外研修において、主にアーティスト・ランニング・スペースについて体験的にその様態について学ぶことができました。あれから十数年が経ち現在の日本を見回すとたくさんのスペースが生まれています。それと同時に日本のアートシーンも大転換を経験しました。いわば大きなパラダイムシフトの渦中において、私が制作活動と同時に経験的に"あの1年"で学んだ本質的な意味での藝術の在り方は、それ以降、今後もアーティストとしての行動規範となる大きなものであったと思います。

# 社会貢献・環境保全の活動

健やかな地域社会・地球環境のための取り組み

## 社会貢献、清掃、植林など、積極的な活動を継続しています

### ●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

ポーラ・オルビスグループでは、従業員一人ひとりが社会に対して、今、何ができるのかを考え、様々な活動を通して社会貢献を果たすべく努力しています。

### ■世界中の女性の命と健康を守る運動の支援をスタート

ポーラ・オルビスグループ各社は、社内の自動販売機での飲料の売上の一部を寄付し、乳がんの早期発見、早期治療を推進する「ピンクリボン運動」に参加しています。

ACROが展開する化粧品ブランド「THREE」では、開発途上国の妊産婦の命と健康を守る国際的な支援運動「ホワイトリボン運動」にも参加し、2010年4月に行われたチャリティイベントに協賛しました。



【ホワイトリボン運動とは】  
1999年に作られた国際的なネットワークのもとで、母と子の健康といのちを守る運動です。世界148カ国の国際機関、NGOや支援者が参加しています。

### ■TABLE FOR TWO(TFT)活動を通して、従業員の健康問題と開発途上国の飢餓解消に同時に取り組む

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円がアフリカの子どもたちの学校給食費として寄付されるという、日本発の社会貢献活動「TABLE FOR TWO」に参加しています。

社員の参加意識の向上に従って、2010年6月よりポーラ五反田ビルでは、週1回実施から週2回実施と回数を増やしています。2010年までにグループ全体で145,254名の子どもたちに学校給食を届けることができました。2010年までの寄付金額合計は、2,905,080円(マッチングギフト<sup>※</sup>を含む)となっています。

※マッチングギフトとは従業員が寄付した金額の同額を会社が上乗せして寄付を行う制度です



国連が定めた「世界食料デー(10月16日)」にちなんでTFT「100万人のいただきます!」キャンペーン(10月16日~11月30日)に参加しました。(写真は、ポーラ化成工業 横浜研究所)

## Voice 自然にできる形で社会貢献を

TABLE FOR TWO参加によって  
地球人としての一体感と思いやりの  
心が、企業内に育まれていることを  
実感しています



特定非営利活動法人  
TABLE FOR TWO  
International  
事務局長 小暮 真久さん

ポーラ・オルビスグループの皆さんは、社会貢献だからといっても肩に力を入れず、「自然にできる形でやろう」「いいことだし楽しいことだからやろう」というのをすごく重視されていて、それが非常にすばらしいと思っています。無理やりじゃなく参加しているから「少しのことだけど世界を良くすることに参加できて嬉しい」とおっしゃってくださるんですね。先日は、ポーラのセールスの女性の皆さんの全国大会の席でTFTメニューを体験していただいたのですが、あのような形でメッセージを全国に広げていただけるというのは、我々にとって非常に大きく、嬉しいことでした。これからは、首都圏にかたよりがちな活動をまず全国に広げ、やがては世界に広げていきたいなと思っています。

## ●各社それぞれの清掃活動・植林活動などが、グループ全体の環境美化へとつながっています

ポーラ・オルビスグループでは、自社周辺あるいは地域の清掃活動に対する積極的な取り組みを継続し、また、国内外での植林活動を中心に、地球環境資源の保全に取り組んでいます。

### ■ポーラ発祥の地、静岡で富士山清掃を継続（ポーラ）

ポーラでは、2007年より実施している「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。2010年は11月にNPO法人「富士山クラブ」の協力のもと約150名が参加しました。



タイヤやテレビ、洗濯機などの粗大ゴミから可燃ゴミまで、トラック約2台分、合計約470キロのゴミを回収しました。

### ■タイのマングローブ植林活動（ポーラタイランド）

ポーラタイランドでは、熱帯雨林を守るために2009年より始めたマングローブ植林活動を、2010年も実施しました。社長自らが先頭に立ってのボランティア活動は、社長と社員、社員同士の一体感の醸成にもつながり、事業活動にも好影響をもたらしています。



社員47名が力を合わせて汗を流し、おそろいのユニフォームでマングローブを植えました。

### ■「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。2010年は「富士山の森づくり」事業で植林を、「山梨県甲府市武田の杜」で下草刈りを行いました。



本社の社員のみで始まった活動が、今では店舗のビューテアドバイザーやパート社員にまで広がりました。

### ■工場周辺の清掃を実施（ポーラ化成工業）

ポーラ化成工業では、2010年、6～11月の間に「美ing活動」として、工場内や周辺の他、大浜海岸や興津川の清掃を実施しました。さらに、袋井事業所から法多山までゴミを拾って歩くクリーンウォークも開催しました。また、愛野駅からエコパスタジアムまでのフラワーロードの花壇の、春と秋の年2回の花の植替え作業を毎年実施しています。



2010年「興津川クリーン作戦」に参加。従業員とその家族にとって、今では毎年恒例のイベントとなっています。

### ■銀座通り清掃に参加（ポーラ・オルビスホールディングス）

ポーラ・オルビスホールディングスでは、銀座通り連合会恒例の「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7日と10月8日に参加し、オフィス周辺の美化に協力しました。



ポーラ・オルビスホールディングス社員36名が参加。銀座ビルの正面の歩道をブラシで磨き美しく仕上げました。

### ■グループ全体でエコキャップ推進運動を実施

ポーラ・オルビスグループは、ペットボトルのキャップを売却して世界の子供にもワクチンを贈る「エコキャップ推進運動」に参加しています。2010年末までにグループ全体で合計約728万個のキャップを回収し、約9,100名分のワクチン寄付につなげることができました。



2010年はグループ全体に活動が広がり、従業員の社会貢献に対する意識向上にも役立っています。

# 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  
東証一部 4927

事業概要：化粧品、ファッション、医薬品、不動産、  
(連結) 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

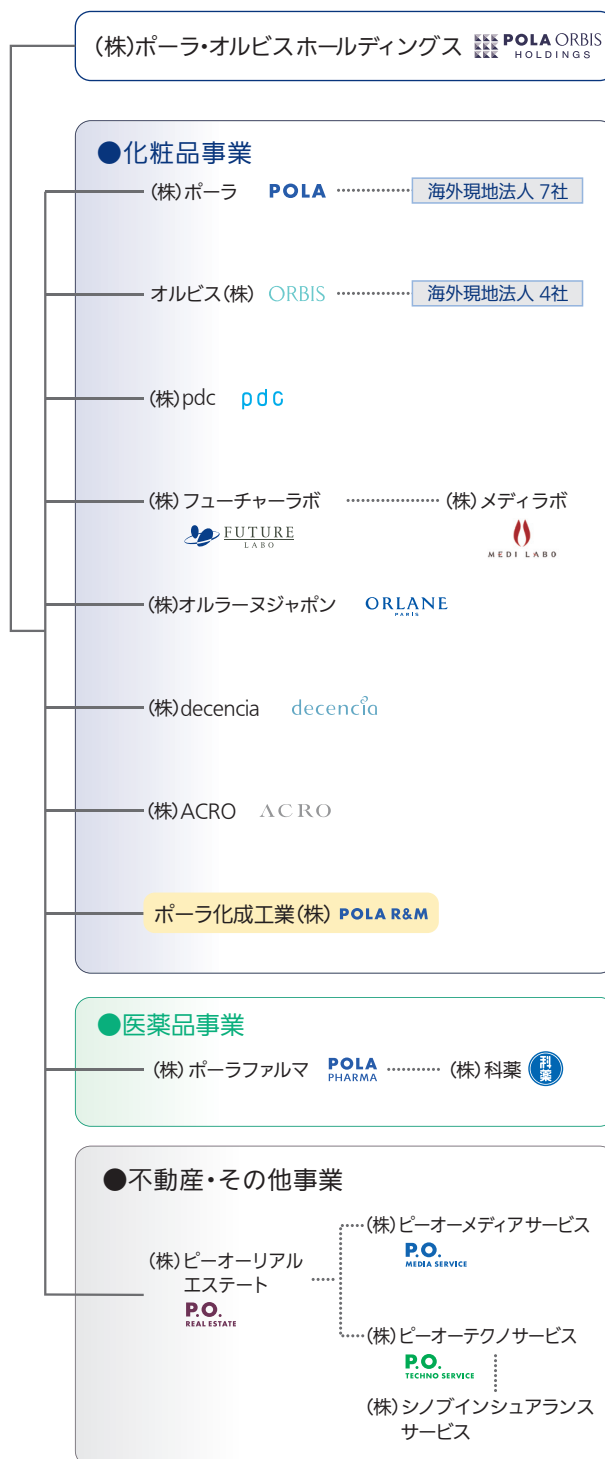
URL：http://www.po-holdings.co.jp/

従業員数：3,773名  
(連結)

臨時従業員数：1,872名

2010年12月31日現在

## ポーラ・オルビスグループ組織図



# ポーラ・オルビスグループの歩み

- 1929 (昭和 4) 年 鈴木 忍が静岡で創業
- 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)ポーラが、厚生労働省次世代育成支援認定マーク「くるみん」を取得  
  
(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



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

# 第三者所見

## 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、所見をいただきました

CSR REPORT 2011とWEB上の公開情報をもとに第三者所見を執筆させていただきます。CSR REPORT 2011においては「社会の公器」にふさわしい社会貢献度の高い企業になるという決意が、創業の原点を振り返りつつ述べられており、株式上場後最初のトップコミットメントとして同社の意気込みが感じられました。今後CSRに関する方針を経営判断の中核におき、取り組みの重点課題を明らかにし、事業活動の全ての側面にCSRの方針を浸透させていくことを期待します。そのためにご検討いただきたいことを、以下に記述いたします。

### ■同グループのCSR憲章について

● CSR憲章を制定し、ステークホルダーごとに同社の責任を列挙して目標を掲げている点は、CSRが企業を取り巻くステークホルダーとのコミュニケーションに基づいていることを意識していることの表れとみられ、評価できます。

● しかしCSR REPORT 2011の編集内容の検討にあたり、「ステークホルダーにとっての重要度」は、マスコミテーマ、コンプライアンス調査、コンプライアンスモニタリングの結果などをもとに評価したとなっており、具体的なステークホルダーとの対話を確認することはできませんでした。

● CSRについての国際規格であるISO26000は、企業が自らのCSRの重要課題を特定する際に必要な視点として、事業活動に関わるステークホルダーの特定、自社の影響力の及ぶ範囲についての判断、自社の行動がステークホルダーに及ぼす影響がどれほど重大であるかなどの視点を重要視しています。ぜひグループの現在及び将来にわたる事業活動の特徴とその影響力の範囲や強さを掘り下げることを行っていただきたいと思います。その上で重要なステークホルダーを特定して、実際の対話を行うことが必要であると考えます。上場を果たしたことを契機として、早期において社会との双方向の対話(ステークホルダー・ダイアログ)を行い、ポーラ・オルビスグループらしい事業戦略と連動した取り組みの重点領域を明らかにすることを期待します。

### ■基本的CSR活動について

● グループの重要なステークホルダーである消費者、取引先、株主に対する基本的な説明責任として、グループ各社のビジネスモデルに関して、CSR REPORTとWEB上でわかりやすい説明を記述していただきたいと考えます。主要企業のポーラは、委託販売契約に基づく訪問販売による化粧品事業を展開している企業です。委託販売契約先となるビジネスパートナー「ポーラレディ」は、かつては数少ない女性の社会進出の場として先駆的な存在であり、今日も引き続き「強み」の源泉のひとつになっていると思われます。また、ビジネスパートナーの人材確保は、事業拡大に極めて重要であることはいまでもありません。従って、そのシステム、契約関係、責任の範囲を明確にわかり



特定非営利活動法人  
パブリックリソースセンター 事務局長  
岸本 幸子

<プロフィール>東京都出身。民間企業、研究機関勤務、海外留学を経て、2000年より現職。企業の社会的責任(CSR)、社会起業家・NPOのミッション志向マネジメントの支援などに取り組む。立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科、横浜国立大学大学院国際社会科学部研究科、明治学院大学法学部で非常勤講師として教鞭もとる。

やすく記述することに、ぜひ取り組んで欲しいと思います。またビジネスパートナーを対象としたCSR研修の実施も、今後検討すべき課題と思われます。

### ■事業的CSR活動について

● お客さま対応について、訪問販売や通信販売を行うグループとしてお客さま窓口・コールセンターの機能向上に尽力している点、お客さまの意見、商品やサービスへの積極的な反映に取り組んでいる点が評価できます。また取引先対応において、グループの業態の多様化に応じ、ブランドごとに主要な取引先との関係を特定し、より良い信頼関係の構築に取り組む努力がなされています。

● 従業員対応においては、「人材」が企業を発展させる資源であるとの基本姿勢を持ち、グループ全体でワーク・ライフ・バランスの実現に向けた支援制度の充実、メンタルヘルスケアなどの職場環境の向上、障がい者雇用、残業時間の削減、グループ横断的な研修制度の構築などに取り組んでいることは高く評価できます。また業務委託関係にあるポーラレディに対しても、家庭と仕事の両立が可能なように「育児援助制度」を設けていることも高く評価できます。

● 地域社会との関係においては、日本の伝統技術や国産原料の積極的な採用など、独自の事業活動を通じた地域社会への貢献を進めておられます。また全国各地で活躍するポーラレディによる貢献活動を応援していることも、顔の見える活動としてさらなる拡大が期待されます。

● 生産活動に関する環境目標項目の設定と実績が明示されていることは評価できます。しかしながら、多くの目標項目において目標値が明示されていないことと、環境パフォーマンス情報との連動がなされていないために、自己評価の根拠がわかりづらくなっています。今後は目標値を明示する、目標値と実績値を対比させるなどして、進捗状況を客観的に判断できる情報提供が望ましいと思われます。また生産拠点の所在地及び、拠点ごとにどのような環境配慮、地域コミュニケーションを進めているのか、記述を期待します。

● 化粧品の製造と販売を主力とするグループとして、動物実験や生物多様性に対する見解と対応策の進捗状況の報告を行うことを、今後期待します。

### ■選択的CSR活動について

● 社会貢献活動に関しては、グループの伝統である文化芸術支援の活動と並んで、女性の健康支援、途上国支援、環境活動など多彩な取り組みが行われています。今後はグループの持つ潜在的な人的資源、生産拠点や営業拠点の立地、海外事業の展開計画などを踏まえ、ポーラ・オルビスグループならではの社会貢献活動の方針を立て、戦略的に社会に貢献することが望まれます。

# 編集後記

「ポーラ・オルビスグループCSRレポート2010」に対する第三者所見及び読者からのご意見などを受け、CSRレポート2011では以下の点に注力しました

- ①ステークホルダーにとっての重要性を考慮し、優先順位をつけて報告するよう努めました。  
法令遵守、お客さま満足向上、品質保証、職場環境の向上、環境負荷の低減、社会貢献などを中心に優先順位をつけて報告するよう努めました。
- ②読みやすく、わかりやすい誌面作りに努めました。  
情報量やレイアウトのメリハリ、写真や図式の効果的な使用により、伝わりやすくわかりやすい誌面作りに努めました。
- ③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。  
ユニバーサルデザインフォントを採用し、ユニバーサルコミュニケーションデザインを意識してレイアウト、色覚パターン別配色検証を行い、全ての方にとって読みやすい誌面作りに努めました。
- ④グループ全体と各社のCSR活動を分けて表記するよう努めました。  
グループ全体での取り組みを表記した後に、各社での独自の活動を紹介し、全体と各社の活動が混ざらないよう配慮しました。
- ⑤ステークホルダーから親近感を得られるよう努めました。  
ステークホルダーとの関わりを重視し、今回からステークホルダー別にページを分けて編集しました。さらに誌面にできるだけステークホルダーに登場していただくよう努めました。
- ⑥根拠となる数字やデータを提示するよう努めました。  
ワーク・ライフ・バランスへの取り組み、ダイバーシティへの取り組み、環境負荷への対応などについては、できる限りデータを記載するよう努めました。

本レポートの作成にあたり、持株会社であるポーラ・オルビスホールディングスでは主に「基本的CSR」を中心にグループ横断的な役割を、グループ各社では「事業的CSR」を中心に独自の取り組みを報告するよう留意いたしました。

「基本的CSR」では、リスクマネジメントのPlan Do Check Action (PDCA) のサイクルをグループ全体で回すことができました。今後はさらに、職場でのリスクの洗い直しとリスク評価を行い、改善につなげていきたいと考えています。

「事業的CSR」では、お客さまの声を経営に活かし、高品質な商品・サービスを提供するための取り組みが、グループ各社に浸透し実績を重ねている状況を報告できました。職場環境については、ワーク・ライフ・バランスの充実により、ポーラの「くるみん」取得など一定の成果が出てきました。

「選択的CSR」では、グループの強みである文化芸術支援活動の継続とともに、グローバルな社会貢献活動や、女性の健康支援

活動などへの広がりを報告できました。

本レポートでの「事業的CSR」活動報告の増加が示す通り、2010年は特に「事業的CSR」の活動の充実を図りました。今後は、さらにステークホルダーとの関係を重視し、グループ全体で「事業的CSR」のいっそうの発展を目指したいと考えています。一方、今回のレポートでは各活動における未達成点や改善点などの報告ができませんでした。この点は、第三者所見のご指摘とともに、次回への課題として取り組んでいきたいと考えております。

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、情報開示にご協力いただきましたことを、この場を借りて御礼申し上げます。

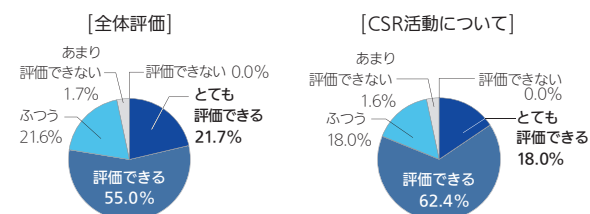
株式会社ポーラ・オルビスホールディングス CSR推進室  
〈アンケートのお願い〉 添付用紙または弊社HPより「CSRレポート2011 読者アンケート」へのご協力をお願いしております。ぜひご意見・ご感想をお聞かせいただければ幸いです。

## CSRレポート2010 読者アンケート結果をご報告いたします

CSRレポート2010の全体評価では、とても評価できる21.7%、評価できる55.0%で合わせて76.7%、また、CSR活動への評価では、とても評価できる18.0%、評価できる62.4%で合わせて80.4%、昨年とほぼ同程度でした。

### ＜主なご意見・ご感想＞

○色使いやデザインがよく考えられており、とても見やすかった。字の大きさはやや小さい。女性管理職が少ない、育児休業取得率が低い、また有給休暇取得率が1%の微増はあまりに少ない。環境負荷の数字が化成分だけの集計になっており、グループ全体の数値が知りたい。CSR活動が事業所別の単発なものになっていると感じられるのが残念。



- 情報が網羅的なため、訴求力が弱い。メリハリをつけた方がよい。
- 様々な色覚の人向けのデザインなど、作り方に社会的配慮を感じる。CSRのコンセプトが明確であり、高い社会貢献意識を感じる。

「CSRレポート2011」は、地球環境と読みやすさに配慮して制作いたしました



