

企業名：コーセー

レポート名：コーセーレポート2021

1. コーセーが目指す姿

コーセーレポート2021からはコーセーの将来目指す姿が理解できる。コーセーは人に対してアダプタブルな製品を提供することでジェンダーにとらわれず活躍できる社会に貢献するとともに、人々が美しく健康的な生活を営むサポートすることを目的としている。このような目指す姿を達成する方法として幅広い顧客層のニーズに対応するための幅広いブランド、製品展開を行っている。また地球に対して、事業活動全体での環境負荷低減、事業地域の環境保全を行うことで地球環境に優しい企業を目指していることが分かった。具体的には外箱に再生紙を用いることやプラスチック容器の回収、環境保護団体への寄付、地域の清掃活動などが挙げられる。このような取り組みは近年のCSR(Corporate Social Responsibility)を重視する傾向を反映したものと考えられる。営業面の目標としては、売上高5000億円、営業利益率16%、海外売上高比率50%、Euromonitor Premium Beauty and Personal Care Ranking TOP8以内2を目標として掲げている。

2. コーセーの競争優位性

歴史あるブランドと多くのロングセラーアイテムを持っており、ブランド力を生かしたマーケティング戦略を行っている。コーセーレポート2021から、コーセーの競争優位性はブランド力とそこから生じる製品の独自性であると考えられる。時代の変化に合わせて柔軟に製造方法や販売方法を変化させていることや、環境課題への対応や多様性を尊重した商品展開を行っていることで競合他社との差別化が可能になりブランド力の強化につながっている。また、様々な顧客のニーズに対応した商品展開を行っているため、競合他社と比較して様々な顧客層に対して最適な商品が提供できることもコーセーの競争優位性である。

3. 競争優位性の持続性

コーセーは自社の競争優位性であるブランド力を持続させるために様々な取り組みを行っている。コーポレートガバナンスの徹底、人権尊重、透明性・公平性のある事業運営、高い品質の維持・向上などを通してブランド価値の向上に努めている。広い顧客セグメントを持つために、多くのブランドを展開し、対象とする顧客セグメントのニーズに応じた商品展開を行っている。ブランド群は大きく3つに分かれ、それぞれ価格帯が異なる。これにより様々なニーズを持つ顧客に対応できるようになっている。同時にアジアや北米を中心とし

た海外進出を積極的に進めており、グローバルでの存在感を高めることで新たな顧客の獲得を目指している。しかし、新型コロナウイルスの世界的流行拡大により多くの海外支店で時短営業や休業を余儀なくされ業績に影響が出ている。今後、新型コロナウイルスの収束後に海外進出を再開していくことができるか否かが競争優位性の持続という意味でも重要になってくる。

4. 人的資本の価値向上について

コーセーは世界で存在感のある企業となるために世界の変化を先取りして独自の価値を創造し続ける、世界に通用する人材の育成を目指している。2017年度からはイノベーション創出プログラム「Link」においてこれまでにない発想の商品やサービスの創出、事業化に取り組んでいる。これにより様々な部門から生じたアイデアを結集してイノベーションを生むことが可能となる。このような取り組みに積極的に参加することで自身の創造性を高めることができると考える。販売職として活躍するビューティーコンサルタントに対して販売職としてのスキル向上だけでなく自らのキャリアヲ積極的に切り開く素養を養うためにキャリアデザインを考える研修を企画している。このような取り組みを通じて、現在人的資本である従業員が生み出している価値以上の価値を、将来生み出すことができるようにしている。人材育成のためにどのような取り組みを行っているのかが明確に記されておりどのようなスキルを磨いているのかが理解できる一方、目標である世界で通用する人材の育成が達成可能かどうかという疑問が残った。

5. 報告書の改善余地について

コーセーレポート 2021 は自社の目指す姿を明確にしており、その達成のために自社の強みであるブランド力価値を高めていく努力を行っていることが見る人に良く伝わる統合報告書となっている。統合報告書のコンセプトも自社の人と地球環境を大切にするという理念に合うものとなっており近年のCSRを重要視する傾向に即している。人権や透明性・公平性の尊重、アダプタブルな製品を提供すること、ジェンダーの問題、地球環境を重要視する姿勢がよく伝わる一方で営業面、経営面の優位性や今後の具体的な成長戦略などがやや不足している印象を受けた。事実、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で売上高、営業利益率、当期純利益、ROEなどが減少している。この事態に対処するための具体的な戦略等が記載されていると株主などのステークホルダーにとって、より信頼のおける統合報告書になると考える。また、人材育成の点に関して、世界に通用する人材の育成に直結するような人材育成プログラム（海外支店へ研修に行き、現地ではどのような商品の需要があるのかを学ぶなど）を行うと、よりグローバルに存在感を示す企業にひつような人材を育成できると考える。