

2024年入社式のトップメッセージ

既成概念にとらわれず、自分らしく挑戦を

資生堂社長COO 藤原 憲太郎



いつの時代も資生堂は「美」の力を通じて、人々に喜びや感動を届けてきた。常に次の時代を見据え、新しい美の価値を創造し、多くの商品を生み出しお客さまから支持されてきた。今私たちは「世

界で勝てる日本発のグローバルビューティーカンパニー」を目指し、挑戦を続けている。私はこの先もどんなに時代を経て、お客さまから常に支えられる「新たな美の価値・文化を創造する、カッコいい」会社を目指したい。皆さんが思う「カッコいい」会社は、価値観が生まれ、お客さまが求める私たちへの期待も変わり、多様であるからだ。だからこそ、皆さんには常に自己革新を

続けるほしい。お客さまに支持される新たな美の価値と文化を創造し続けるために。

資生堂は、企業使命である「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美の力でよりよい世界を）」のもと、様々な取り組みを行っている。この企業使命を実現するために必要なことは、多様な価値観から生まれる「イノベーション」だ。ぜひ皆さんの力を発揮してほしい。これから配属されるそれぞれ

の現場では、昨日まで生きた新人社員を見て、皆さんだからこそ感じるちょっとした違和感や気づきがあると思う。「新入社員だから」と気後れるかもしれないが、静観ではなく、先輩や上司にも勇気を持って、積極的に行動してほしい。資生堂は「PEOPLE FIRST」という理念を大切にしている。イノベーションを起こす主体であるのはPEOPLE（社員）であり、すべての価値はそこから生まれる。皆さんの多様な意見には、イノベーションの種が宿っているはずだ。既成概念にとらわれず、皆さんだからこそ感じるちょっとした違和感や気づきがあると思う。「自分らしさ」を大切に、挑戦してほしい。

これから仕事をしていく上で、うまくいかなかったり、仕事の厳しさや人間関係に悩み、苦しんだりすることもあると思う。しかし、皆さんのこれまでの友人関係や経験こそが、きっと大きな力になる。今まで過ごしてきた日々、自信をもっ

てほしい。私自身、振り返ると、当時は「試練」や「まわり道」だと思っていたことが、すべて自己成長の糧になっている。私はドイツ、フランス、中東、韓国、中国など、世界の仲間と働いてきた。文化や慣習が違っても、様々な意見の対立もあったが、世界中の仲間が、同じ志をもって働いていることを実感してきた。

そして今日、皆さんには世界中に約3・6万人の仲間ができた。決して一人ではない。世界中の仲間と共に働くのが資生堂だ。ビューティービジネスという本業を通じて、多くの人々に幸せを届けられるように、明るく、楽しく、元気よく、共に頑張ろう。成長しよう。改めて、入社おめでとう。

失敗を恐れずに、多くのことにチャレンジ

コーセー社長 小林 一俊



今年初めてコーセーグループ3社合同で入社式を開催した。本日こうして皆さんを迎えられたことを嬉しく思う。創業80周年を目指して策定した中期ビジョン「VISION2026」において、今年は「フェーズⅡ」の最終年度となる年で、当社にとって重要な時期に入社したと皆さんには捉えてもらいたい。今コーセーが大切にしてい

いること、新入社員の皆さんに期待することをお伝えする。

まずは、「3G」。これは、これからのお客さまづくりのポイントである。伸びしろがあると考えている。ジェンダーにおいては、単純に「メンズ化粧品」を展開するというのではなく、男女の性差に関わらず、当社の商品価値を知ってもらい、ケアや美容、化粧品を楽しむでもらうことが重要だ。また、ジェネレーションにおいては、メイク習慣の若年化というトレンド的な要素もあるが、一方で、当社の様々な研

究から近年明らかになってきた幼少期からスキンケアを行う有用性といった要素もおさえ、新たなお客さまづくりを推進していく。「3G」を具現化するために、各ブランドの広告で、羽生結弦選手、大谷翔平選手、高橋藍選手などのスポーツ選手を起用している。これからのスポーツ振興に注力し、コーセーらしい取り組みとして、幅広いお客さまに当社を知ってもらうきっかけにしていきたい。

次に、「KOSÉ Beauty Partnership」。これは、当社と取り巻くステークホルダーの皆さまと、互いに高め合う関係を構築する、という考えだ。当社は、創業時から「共存共栄」という考え方を

持ち、お客さまはもちろん、販売店やサプライヤーなどの取引先とも重要なパートナーとして長年にわたり一緒に活動してきた。その考えが発展し、今では社員はもちろん環境、行政、時には同業他社などと一緒に手を組むこともある。これからの当社に関するあらゆるステークホルダーを重要なパートナーとして位置づけ、企業活動を推進していく。

まずは、「良い商品を、良いお店で、きちんと売る」という活動理念を紹介したい。「良い商品」を開発するだけでなく、「良いお店」を通じて、正しいカウンセリングや使い方の指導ができるように、お客さまが商品を選

びやすくなっていることなど「きちんと売る」ところまで意識した活動が重要だ。私はそのようなことを一つひとつ積み重ねていくことが、企業が広く社会から信頼されることにつながるものと考えている。

次に、「チャレンジすることの大切さ」を伝えたい。当社にはこれまで多くのピンチが訪れたが、その時々で、先を見据えた打ち手を講じ、それぞれのピンチを、その後の飛躍のチャンスとしてきた。まさに2020年からのコロナ禍、そしてそこで様々な課題が顕在化した今は、これに次ぐピンチと言える。皆さんには、まさしくこのピンチをチャンスに変えるため、貪欲かつ

泥臭く、逞しさをもって、失敗を恐れずに、多くのことにチャレンジしてほしい。

最後に伝えたいことは、「改革」と「変革」。これは、「改革」と「変革」という視点をもち、将来を見据えて様々な提案をしてほしいということだ。「変えるべきこと」を守るべき（変えてはならない）ことの峻別が大切であるということ。自分自身も変わり続けなければ周りの変化についていけないということを、改めて自覚することが大切だ。

皆さん自身の強みとなる多様な個性を活かし、今日からコーセーの一員として、我々と一緒に新たな未来を切り開いていくことを期待している。

『で』仕事ではなく、『が』仕事を

ポーラオルビスホールディングス社長 横手 喜一



ビジネスをしていく中で、私たちが向き合っているのは「生活者」であることをまず念頭に置きたい。反省も含めて振り返ってみると、我々が向き合っているのはお客様だ、という思いがただ、それは「私たちの化粧品を買ってくれる方」といった企業目線だ。真にお客様と向き合うということは、『で』仕事と『が』仕事というのとは、お客様それぞれに、家族・地域・社会の中で日常的にあり、その中で

く時には、これまで答えとして認識していなかったことを、新たに見出し、いく事が大切になる。皆さんの『が』仕事は、変化に対応していく原動力になる。私たちがお客様や社会から選ばれ続けることは容易なことではないをたてること、これ

常問いを立て続けている。環境や社会や生活者の価値観が変わっていく中で、問いに対する答えを見出すのは、簡単なことではないが、この問いを立てることに皆さんの集中力と責任感を注いでほしい。

悔いのない仕事人生を

アルビオン社長 小林 章一



これから皆さんは一度きりで大切な人生の中、皆さんの時間を、仕事に費やすことになる。肩書きや給料も大切だが、

教育で理論や技術を学んでもらう。しかし、理論や技術でお客様の心は開くことはなく、ひたむきで一途な思いしかお客様の心の扉は開かない。これから先、上司や先輩から指示された時にも、この仕事はお客様の喜びや満足に繋がっているのかを考えてほしい。この先、皆さんには様々な部署で働いてもらうが、自分の仕事を支えて

「覚える」だけでなく「わかつう」とする意識を

ライオン社長 竹森 征之



ライオングループのパスは、「より良い習慣づくりで人々の毎日に貢献する」であり、日本だけでなくアジア各国・地域でも生活者により良い習慣を届けていきたい。このことは、創業から130年を超えてずっとライオングループのメン

る。歯を磨く習慣を定着化させ、口腔衛生をより良くすることで、その人の人生において全身健康はもとよりメンタルの健康にも貢献することができる。これから皆さんは様々な部署に配属される。目の前に直接お客様がいなくてもいいが、その先には必ず我々の商品・サービスを使ってくださる。その方々に対してPositiveな習慣を、一度先輩から言われたこと、様々な方から教え

くれる他部署のメンバーや、アルビオンの歴史を築いてきた先輩やOBへの感謝の気持ちを大切に仕事をしてほしい。アルビオンのお客様は、一流の方々ばかりであり、皆さんもできる範囲の中でぜひ一流に触れる機会をつくってほしい。高級フティックに入るだけでも空気感や内装、接客など、そこから何かを感じることができ、そしてそれが必ず皆さんの仕事や将来に役立つと思う。アルビオンは「世界一のプレスティージメーカーになる」という夢の実現に向けて、皆さんが働きたい環境をつくるために努力を続けていく

2024年入社式のトップメッセージ