

L'ORÉAL

米エシスフィア、仏ロレアルを「2023年世界で最も倫理的な企業®」に認定 14回目の選出

世界最大の化粧品会社ロレアルグループ（本社：パリ）は、現地時間 2023年3月13日、企業倫理に関する米研究機関で、倫理的なビジネス慣行推進のグローバルリーダーであるエシスフィア*から、「2023年世界で最も倫理的な企業®」の1社として認定されたことを発表しました。ロレアルが同認定を得るのは今回で14回目です。

2023年の「世界で最も倫理的な企業®」では、19カ国、48業種にまたがる135の企業が認定されました。エシスフィアの2023年のエシックス・インデックスは、今年「世界で最も倫理的な企業」に認定された上場企業によって構成されます。本インデックスは、過去5年間で、大企業によって構成される指標を、13.6ポイント上回りました。エシスフィアが独自に開発した評価プロセス Ethics Quotient®は「世界で最も倫理的な企業」の評価において、企業文化、環境・社会活動、倫理・コンプライアンス活動、ガバナンス、多様性、強力なバリューチェーンを支えるイニシアチブに関する200以上の質問を含みます。このプロセスは、業界を問わず、世界中の組織の先進的な取り組みを捉え、体系化するための運用フレームワークとして機能します。

エシスフィアのCEOであるエリカ・サーモン・バーン（Erica Salmon Byrne）は、次の通りコメントしています。「倫理は重要です。強固なプログラムと実践を通じてビジネスのインテグリティ（誠実さ）にコミットする組織は、すべての企業における基準と期待値を高めるだけでなく、長期的なパフォーマンスも向上させることができます。私たちは『世界で最も倫理的な企業』に認定された各企業の、ステークホルダーに真のインパクトを与えようとする献身的な姿勢と、価値観に根差した模範的なリーダーシップから、刺激を受け続けています。ロレアルグループは、『世界で最も倫理的な企業』コミュニティの一員です。おめでとうございます」

ロレアルグループは、企業倫理をビジネスの根幹に置いています。倫理綱領を定め、倫理原則（誠実、敬意、勇気、透明性）の尊重の徹底を従業員のみならず、外部ステークホルダーにも求め、模範的なリーダーであることを目指しています。本社には、エシックス担当役員を、そして事業を展開する各国支社においてはエシックス・コレスポンデントを設け、倫理原則に反する行動に対して声をあげることのできる「スピークアップ方針」の運用を行っています。また年に1回「エシックスデー」と題し、グループ単位ならびに支社単位で、経営陣と従業員が倫理について質疑応答を展開するイベントを実施しています。

今回の認定を受け、日本ロレアル ヴァイスプレジデント コーポレート・レスポンシビリティ本部長であり日本のエシックス・コレスポンデントである楠田 倫子は次の通りコメントしています。「世界150カ国で事業を展開するロレアルはひとつの『倫理綱領』をグループとして適用しています。しかしながら、現地法が当社の方針と異なる場合もあります。現地法の基準が当社のものより厳しい場合は現地法を適用し、逆の場合は違法行為とならない限り、当社の基準を適用します。なぜなら倫理原則に基づいた行動の追及こそ、従業員や消費者・お取引先を含むステークホルダーの信頼を得るために重要であり、倫理綱領は事業を行ううえでの『ライセンス』、すなわち必定絶対条件であるからです。倫理は、ロレアルのリーダーシップを築く礎であり、グループのパーパス（存在意義）である『世界をつき動かすような美の創造』に実践のために必要不可欠です」

★今年の認定企業の一覧は、「世界で最も倫理的な企業」のウェブサイト (<https://worldsmoethicalcompanies.com/honorees>) をご覧ください。

エシスフィアについて

エシスフィアは、企業の特性、市場の信頼、ビジネスの成功を促進する倫理的なビジネス慣行の基準を定義し、それを推進するグローバルリーダーです。エシスフィアは、データ駆動型の洞察を用いて中核的な倫理基準を測定・定義することに深い専門性を持ち、企業の人格向上を支援します。エシスフィアは、「世界で最も倫理的な企業®」の認定プログラムを通じて優れた業績を称え、Business Ethics Leadership Alliance (BELA) で業界における専門家によるコミュニティを提供し、Ethisphere Magazine で倫理のトレンドとベストプラクティスを紹介しています。Culture Quotient データセットは、倫理文化に焦点を当て、世界中の200万人以上の従業員の回答を集めたものであり、世界で最も倫理的な企業の倫理、コンプライアンス、社会、ガバナンスの実践に焦点を当てた200以上のデータポイントを含んでいます。詳細については、<https://ethisphere.com> をご覧ください。

ロレアルについて <https://www.loreal.com/en/>

世界有数のビューティーカンパニーであるロレアルは、110年以上にわたって世界中の消費者の美に対する熱望を満たすことだけに専念してきました。ロレアルのパーパス（存在意義）は、「世界をつき動かすような美の創造」であり、自らを包摂的、倫理的かつ思いやりをもって美にアプローチし、社会と地球環境の持続可能性（サステナビリティ）に取り組む企業であると定義づけています。35のグローバルブランドからなる多様なブランドポートフォリオを有し、サステナビリティプログラム「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」のもと壮大な目標を掲げ、世界中の一人ひとりに、品質・効能・安全性・誠実さ・責任の面で、最高峰のものを提供するとともに、美の無限な多様性を称えています。85,400人のグループ社員の貢献、バランスの取れた地理的ゾーンの構成、そしてすべての流通網（Eコマース、量販店、デパート、薬局、ヘアサロン、ブランドショップ、トラベルリテール）における売上により、2021年のグループの売上高は322億8,000万ユーロとなりました。ロレアルは、世界11カ国に20の研究センターを持ち、4,000人以上の科学者と3,000人以上の技術専門家からなるリサーチ&イノベーションチームを擁しており、未来の美を発明し、影響力をもつビューティテックカンパニーとなることに注力しています。

日本ロレアルについて <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/>

ロレアルは1963年から日本で事業を開始し、1996年に日本法人である日本ロレアル株式会社が設立されました。2021年末時点での社員数は、2,270人、2021年12月現在の取り扱いブランドは18です。化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。日本はロレアルグループのなかで戦略的拠点のひとつであり、マーケティングならびに営業拠点のほか、研究開発所（日本ロレアルリサーチ&イノベーションセンター）と製造工場（株式会社コスメロール）とシュウウエムラとタカミの2つのブランドの本社組織（商品企画やグローバル展開施策を策定する組織）を有しています。