



株式会社ファイントゥデイ  
ホールディングス  
代表取締役 CEO

小森 哲郎

## パーパス経営を通じ、自律したメーカーとして、 ステークホルダーの皆さまと共に サステナブルな企業価値向上を実現します

### はじめに

ファイントゥデイグループは、2021年7月に株式会社ファイントゥデイ資生堂として創業後、これまで着実に事業規模を拡大するとともに、自律的な事業運営を行うための体制構築を急ピッチで進めてきました。

かかる中で、2023年は、当社グループにとって大きな節目の年となりました。まず1月の社名変更により「資生堂」の名称が社名から外れるとともに、より迅速かつ機動的な意思決定に向けて持株会社制への移行を実施しました。加えて、株式会社資生堂から日本とベトナムの製造拠点を譲受するとともに、自前の研究開発施設「ファイントゥデイビューティーイノベーションセンター」の開所も実現したことで、技術開発から生産、マーケティング、販売に至る一貫したビジネスシステムの内製化を完遂し、変化の激しいパーソナルケア市場において、国内外で機動的な製品の開発・供給を推進する体制が整いました。そして、11月には、ファイントゥデイとして初となるオリジナル新ブランド「+tmr(プラストゥモロー)」をローンチするに至り、名実ともに、事業運営の自律化を成し遂げることができました。

同時に、事業領域の拡大に伴いサプライチェーンも大きく広がる中で、サステナビリティの実現に向けた責任も一層高まっていると認識しています。100年先の世代にも敬愛される企業であることを目指す当社グループにとって、持続的な企業価値向上に向けては、事業の成長だけではなく、

ステークホルダーの皆さまとともに社会や地球のサステナビリティの実現に向けて取り組んでいくことが大変重要であると確信しているからです。

本レポートでは、当社グループのサステナビリティに対する考え方や、関連するさまざまな取り組みの実績、および中長期的な目標を紹介しています。そして、当社グループが描く、それらを通じた企業価値向上の道筋について、読者の皆さまの理解が深まれば、この上ない喜びです。

### 当社グループのパーパス経営の基本コンセプト

ファイントゥデイグループは、パーパス(存在意義)とバリュー(価値観)を経営の起点としています。

この「パーパス」と「バリュー」は、社名の由来ともなった「世界中の全ての人に『素晴らしい一日』を」という思いを、より洗練した形で言語化し、目指すべき方向性を明確にするために、海外のグループ会社を含む従業員が中心となって2022年度に策定したものです。

私たちは10ページの図の通り、バリューを土台に、事業運営とESGの取り組みを両輪として、ステークホルダーの信頼・共感・感動を獲得し、人・社会・環境へのポジティブなアクションにつながるような行動変容をステークホルダーの皆さまと共に生み出していくことが、パーパスを実現し、サステナブルな企業価値の向上につながるという信念のもと、経営を行っています。

そして私は、ステークホルダーの信頼・共感・感動を獲得するためのカギとなるものは、当社グループ独自の「美意識」だと考えています。

私たちの最大の強みは、化粧品をはじめとした「美」に関わる製品づくりに携わってきたことに由来する、独特の美意識を持ったユニークな「日用美品」の製品群です。私たちが考える美意識とは、単なる外面的な美しさを指すのではなく、心と身体の豊かさ、すなわち内面的・情緒的な価値を指しています。私たちの製品は、機能面の付加価値をお届けするだけでなく、その美意識により、気持ちが明るくなるような価値をお届けし、パーパスにある、「素晴らしい一日を紡ぎ、いつまでも美しく、豊かな人生を送れるようにする」ことに貢献することを目指しています。

### ブランドと製品の価値を支える、サステナビリティへの取り組み

内面的・情緒的価値を持ったブランド・製品の美意識を支えているのが、サステナビリティの実現に向けた取り組みです。社会や地球のサステナビリティに貢献するような付加価値を伴った製品であればこそ、お客さまの心に響くような情緒的な価値を提供できるからです。

こうした考えのもと、当社グループは創業以来、サステナビリティの実現に向けた取り組みを継続的に強化してきました。

当社グループが取り組みのロードマップと位置付けているのが、2030年度までの中長期ビジョン「Fine Today & Tomorrow 2030」です。この中長期ビジョンにおいて、「ガバナンスの原則」「ピープル」「プラネット」「共栄」の4つの領域を定め、それぞれについてKPIを設定し、PDCAを回しながらサステナビリティの実現に向けた取り組みを推進しています。

2022年度においては、創業わずか2年目にして、TCFDレポートの開示、

### パーパス経営の推進と当社グループの強み



温室効果ガス(GHG)排出量の算定、EcoVadis<sup>\*1</sup>の評価上位25%に贈られるシルバーメダル受賞などの成果を上げることができました。そして2023年度においても、EcoVadisの評価において、上位5%に贈られるゴールドメダルを受賞するとともに、GHG削減目標のSBTイニシアチブ認定取得や、海外拠点も含めた従業員の社内外での社会貢献活動を見える化して称え合う取り組みである「Fine Today & Tomorrow Award」の開催など、着実に成果を残すことができました。同時に、事業面との連携も深まり、異業種企業と連携した「コンテナラウンドユース<sup>\*2</sup>」の取り組みや、初のオ

リジナルブランド「+tmr(プラストゥモロー)」における高比率の再生PET使用など、創業間もない企業としては異例とも言えるスピード感で、取り組みの幅・深さとも着実に広げることができました。

<sup>\*1</sup> 1175カ国、10万社以上が登録する世界最大のサステナビリティ評価機関。  
<sup>\*2</sup> 複数の事業者間の連携などにより、輸入コンテナの荷卸後、空いたコンテナを輸出用に継続して利用する輸送方式。空コンテナの無駄な輸送を減らし、物流の効率化に貢献する。

## パーパス経営のエンジンとなる「DE&I(多様性、公平性、包摂性)」

ファイントゥデイグループは、サステナビリティの実現に向けた取り組みの中でも、とくにDE&I(多様性、公平性、包摂性)を経営のエンジンであると考え、全ての活動の基本にしています。これは、多様なバックグラウンドや価値観を持った人財が各々の能力を最大限発揮し、活躍することが企業価値創造の源泉だと考えているからです。

2021年7月の創業当初は300名程度であった従業員数は、現在約2,600名まで拡大するとともに、展開地域も、日本、中国、アジア太平洋地域の20拠点まで広がりました。それに伴い、多様なキャリアやバックグラウンドを持った従業員が活躍しており、なかでも外国籍従業員は全従業員のうち約半数を占めるなど、多様性にあふれた組織となっています。

このようななか、私が重要だと考えるのは、全ての地域において、パーパスと、多様性と公平性を重んじたグローバル基準を共通の軸として

据えながらも、地域ごとのニーズや文化に溶け込んで、機動的なアクションを行う「Glocalization(Globalization + Localization)」です。これは、多様な価値観を持った従業員が、多様性を受け入れる風土の中で、高い心理的安全性のもと、働きがいを持って自律的に働ける環境を構築することが、さまざまなアイデアを生み出し、現地ニーズに柔軟に対応した機動的な製品開発につながると信じているからです。

当社グループ製品の根底にある美意識は、画一的な美を指しているものではありません。多様な価値観に耳を傾け、お客さまのさまざまな思いに寄り添うことで、より多くのお客さまの心を明るくできるような、ファイントゥデイらしい美意識を伴った付加価値のある製品が生み出せると考えています。

また、多様性の実現に向けた前提として、あらゆるステークホルダーからの信頼を得て、良好な関係を構築するために、人権に配慮した取り組みも大変重要であると考えています。人権デュー・ディリジェンスやハラスメント防止に向けた研修など、今後も引き続き取り組みを進めていきます。

我々のサステナビリティ関連の取り組みに裏打ちされた独自の美意識は、収益機会につながると同時に、日用品業界におけるマセグメント商品が陥りがちな価格競争とは一線を画す差別化要素となり、将来にわたって持続的な企業価値向上の基盤になると信じています。

当社グループは、2050年におけるカーボンニュートラルの実現をはじめ、「Fine Today & Tomorrow 2030」で掲げた中長期的な目標の達成に向け、全社でサステナビリティ実現に向けた取り組みを進めていきます。

不安定な国際情勢や原料価格の高騰など、経営環境は大きな荒波の中にあります。そのようななか、当社グループにとって常に立ち返るべき指針であるパーパスのもと、世界と事業の持続可能性に資するサステナビリティに取り組んでいくことは今後一層重要になります。

引き続き、パーパスのもとで、事業とサステナビリティの実現に向けた取り組みを両輪とした経営を強力に推進し、荒波を乗り越えて、100年先の世代にも敬愛される企業グループとなるべく、全社イチガンとなって持続的な企業価値向上を実現してまいります。

## サステナビリティへの取り組みを、持続的な企業価値向上につなげていく

これまで述べたように、サステナビリティの実現に向けた取り組みにより、お客さまをはじめとしたステークホルダーから、ブランド・製品、更にファイントゥデイグループ自体に対する信頼・共感・感動を獲得することは、我々の強みの根幹であり、持続的な企業価値向上の土台です。

現在、日本だけではなく、当社グループが進出するアジア各国・地域においても、高付加価値・高価格帯の市場が拡大しており、同時に、サステナビリティへの関心も急速に高まっています。そのような潮流を踏まえると、

株式会社ファイントゥデイホールディングス  
代表取締役 CEO

小森 哲郎

