

# HUMAN CAPITAL REPORT 2025

# MESSAGE

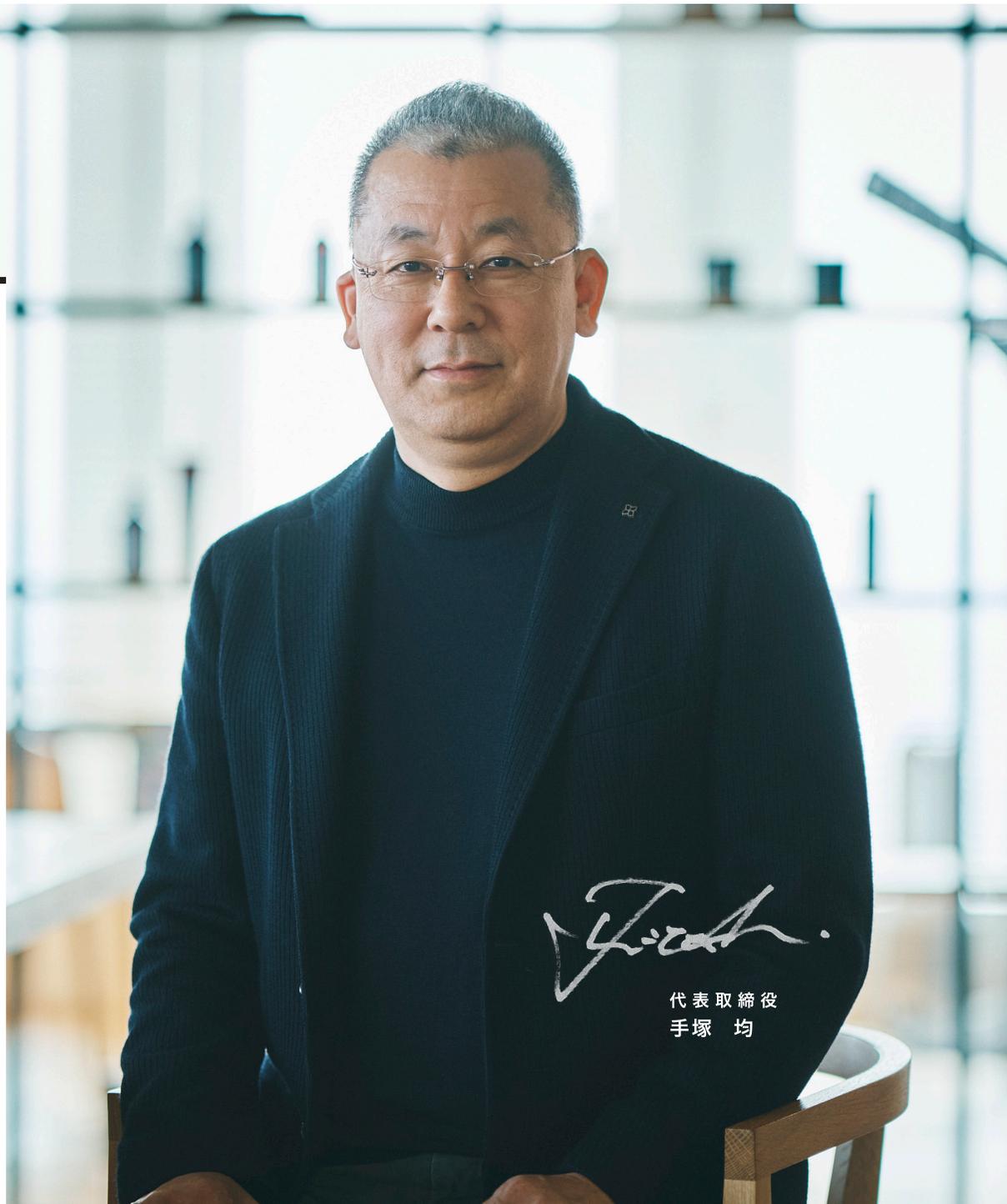
## 代表メッセージ / インタビュー

### 持続可能な先端美容で、 一人ひとりの心に美しさを届ける

当社は美容機器や化粧品を取り扱う企業ですが、私たちの考える「美しさ」とは、表面的なものではありません。外見が整うことで、自己肯定感が高まり、人生を前向きに歩めるようになります。サステナブルな商品を選ぶことで、自分の肌にも地球環境にもやさしくなれる。そうした、心の美しさや豊かさをお客さまに叶えていただくことが、当社の創業以来の使命です。

その使命をさらに追求していくために、約10年前に再定義したのが「サステナブルビューティーテックカンパニー(持続可能な先端美容を追求する企業)」という経営理念。お客さまの感覚的な部分にアプローチすることが重視される美容マーケットは、デジタル化が進みにくいという課題がありますが、当社ではコロナ禍以前からCRM(顧客関係管理)やオンライン会議をいち早く導入してきました。社内でツールを使いこなし、お取引先の理解を得るまでに時間はかかりましたが、現在では営業力の平準化や営業活動の効率化に成功。リソースを最大限に活かして事業を展開していくための基盤ができました。

また、当社の美容機器を導入いただいているサロンさま向けの予約管理システムの提供、お客さまの肌や頭皮の診断データを活用した取り組みなども進めています。今後は、たとえばAIカウンセリングなどによるパーソナライズな接客サービス、自社ブランド化粧品の開発工程へのAI導入といった、さらに先のDXに挑む可能性も。常に新しいことに目を向け、お客さま一人ひとりの心に美しさを届けられる企業を目指します。



代表取締役  
手塚 均

## 未来を担う若い人たちに選ばれ、働き続けてもらえる企業へ

現在、日本人の出生数は年間70万人を切っています。人口減少数は年間約90万人。これは地方の県が1県まるごとなくなるのと同等の数字です。それにともない企業の人材獲得も年々難しくなっており、人が集まる企業とそうでない企業の収益力の差は開く一方です。

当社は創業初期から新卒採用を継続してきました。若い人の圧倒的なエネルギーや活動量は企業の成長に不可欠。若い人たちに選ばれ、働き続けてもらえる企業になるためには、「人に対して真摯に向き合っている」という非財務指標の開示が重要である。そう考えたことがISO 30414取得の背景です。美容企業としては世界に先駆けた取得となりました。

ISO 30414のガイドラインの中でも当社が特に重視しているのは、社員のエンゲージメント向上。年に1回サーベイを実施し、人間関係や自己成長に関する幸福度を数値化しています。たとえば、仕事での自己成長に関しては満足している社員が多い一方、若手社員の意見の言いやすさに関してはまだ課題が残る状況。人事評価制度の中に若手から上司へのフィードバックも取り入れてみるなど、新たな試みを模索しています。社員の思いの可視化により、経営幹部の間でも有意義なディスカッションができており、サーベイ実施は組織風土や職場環境の向上のために重要だと実感しています。



## 社員を幸せにすることで、お客さま、そして社会を幸せに



「未来の美しさは、やさしさとテクノロジーから生まれる」。

これは2030年に向けた中期的なスローガンです。お客さまや社員のウェルビーイング追求、地球環境への配慮、そしてテクノロジーの積極導入を通じて、人々を心から美しく豊かにしていく。

そのためのロードマップを、「整える」「広げる」「つなげる」の3フェーズで明文化しました。

心の美しさを叶える企業であり続けるには、私たち自身も己の心を磨き続けていく必要があります。

それを忘れずにいるために、当社では創業時から「仁義礼知信」という儒教の思想を行動規範に掲げ、毎朝唱和しています。なかでも大切にしているのが、**他者を思いやる心を表す「仁」**。当社を創業する以前の私は、利己的な言動ばかりして失敗を繰り返していましたが、**創業を機に考えを真逆にして利他を心がけるようにしたところ、どんどん人が集まり売上も拡大していきました**。常に他者のために動き、他責ではなく自責で物事を捉えられる人こそ、周囲も自分も幸せにできる。私もまだ至りませんが、社員たちとともに人間性を日々高めていく所存です。

「仁」を体現するうえで私が目指しているのは、当社の平均年収を美容業界でトップクラスにすること。売上高や店舗数も重要な指標ですが、「社員の幸せ」という観点では年収アップが必須。社員の幸せがお客さまの幸せになり、社会の豊かさにつながっていくと思うからです。当社はこれからも人を中心に据えた経営で、「美」が持つ真の価値を世の中へ届けてまいります。

# INDEX

## 目次

### 01 | 私たちの理念 P5

企業理念

経営理念

2030年に向けたスローガン

経営計画

### 02 | 人的資本経営 P7

人材戦略

エンゲージメント

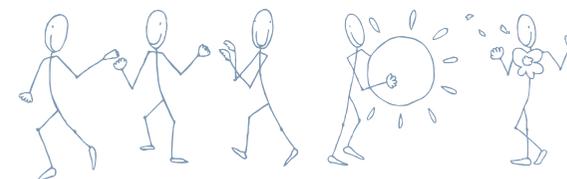
採用

育成

職場環境

### 03 | ISO測定項目 P22

### 04 | 私たちの理念を形にした 取り組み P23



# 私たちの理念

## 企業理念

人を綺麗にすることで人の心を綺麗に、  
そして人の心を豊かにする

私たちは、企業としての使命と責任を自覚し、人と社会に  
「美によって善と豊かさをもたらす」ことを企業理念としています。

## 経営理念「サステナブルビューティーテックカンパニー」

持続可能な先端美容を追求する会社。美とテクノロジーを通して地域、  
そして地球環境に貢献することを経営理念としています。  
当社は、企業活動が企業理念の実現につながっているのかという問いかけとともに原点に立ち返り、  
2025年7月に経営理念を再定義致しました。

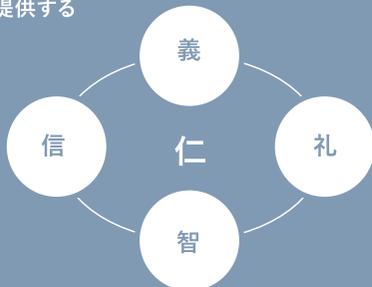
## 経営理念の再定義「サステナブルビューティーテックカンパニー」

- 美しさで心を動かす / 美の力で“自己肯定感”と“前向きな人生”を支援
- テクノロジーで肌と環境を守る
- サステナブルで誠実な価値を提供する / プロフェッショナルとの共創を重視し、「感情価値」を社会に提供する

## 5つの価値観

- 仁 [ 思いやりを持って行動する ]
- 義 [ 正しさを基準に判断する ]
- 礼 [ 敬意を持って関わる ]
- 智 [ 学び成長し続ける ]
- 心 [ 信頼関係を築く ]

これらの価値観がホリスティックに人材戦略への影響を与え、経営戦略へとつながっています。



## 2030年に向けたスローガン

「未来の美しさはやさしさと  
テクノロジーから生まれる」

**やさしさ** 髪・肌・環境への負担を減らす処方  
お客様、取引先、社会と利益共有、支える企業  
お客様の時間を尊重、働く社員の健康を守る

**テクノロジー** データに基づく製品開発、業務改善  
在庫・物流最適化



## 価値提供

顧客への価値	自分らしさを引き出す体験 こころが前向きになる綺麗
社会への価値	不安な消費を抑えた選ばれる美容文化 心・地球・人が調和するライフスタイルの発信
社員への価値	商品を「売る」ではなく一緒に創る パートナー自分の仕事に意味を感じられる環境

# ROAD MAP

## 経営計画

つなげる  
[ 2029-2030年 ]

社会と未来を結ぶ

広げる  
[ 2027-2028年 ]

事業の深化と拡張

整える  
[ 2025-2026年 ]

理念/事業の再構築

組織体制・事業構造を再整備し、  
心に届く価値を明文化・再浸透する

ブランド体験の統一・深化  
チャンネル展開の最適化と拡大

社会課題とリンクした事業展開・国際展開  
企業としての存在意義の確立

### 短期計画

ブランド	企業ビジョン・スローガン刷新 未来地図・社内動画・スライド展開
組織	企業理念ワークショップの実施 バリュー評価制度（行動評価）設計
営業・教育	営業活動の「提案型」化（感情的価値の訴求） 美容x心ケアの教育メニュー開発
デジタル	顧客エンゲージメント重視のEC改善 AIカウンセリングや感性分析導入

### 中期計画

商品	新ブランドまたはライン展開 （メンタル美容・パーソナライズ） エシカル/環境配慮型製品強化
店舗・EC	体験特化型サロン・ポップアップ出店 顧客LTV重視のCRM導入・活用
教育	インナービューティ・心の健康をテーマにした講座提供 エステ・美容師向けの共通教育プラットフォーム
海外	アジアを中心としたサロン卸・輸出試験導入

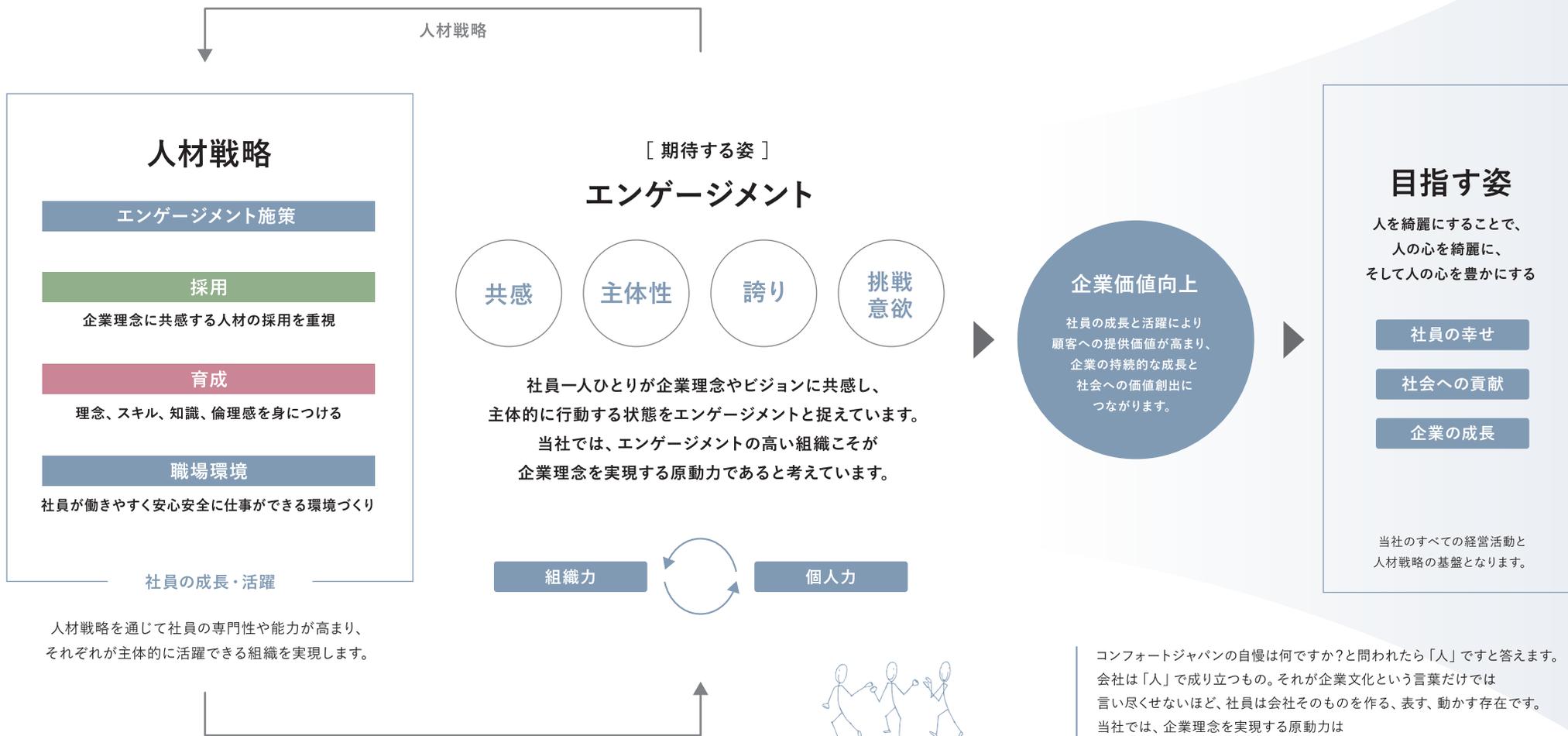
### 長期計画

ブランド	心に届く美しさを世界共通語に ダヴィネスに次ぐ第2のグローバルブランド確立
社会	女性・若年層・シニア・障がい者支援x美容活動 美容x福祉x教育の共創プロジェクト
ESG/PR	ウェルビーイング企業ランキング入り カーボンニュートラル実現計画の開示
組織	「人を大切にする会社」として採用・離職率改善 社員幸福度調査導入と改善PDCA確立

# 人的資本経営

## 人的資本経営の取り組み

コンフォートジャパンはISO 30414のガイドラインに基づいた人的資本経営を推進し、2023年度からHCRレポートを発行しています。人的資本に関わるデータの収集と開示を通して認証を受けることで対外的に透明性を示すことができました。



会社は「人」で成り立つもの。

コンフォートジャパンの自慢は何ですか?と問われたら「人」ですと答えます。会社は「人」で成り立つもの。それが企業文化という言葉だけでは言い尽くせないほど、社員は会社そのものを作る、表す、動かす存在です。当社では、企業理念を実現する原動力は「社員一人ひとりの主体的な行動」であると考えています。そのため、社員が会社の理念やビジョンに共感し、誇りを持って働ける状態、すなわちエンゲージメントの高い組織づくりを経営の重要課題としています。

# 人的資本経営

## エンゲージメント

社員の「満足度」「成長度」「共感度」を高め、エンゲージメントを最大限に引き出すことが持続的成長と企業価値の向上のために重要と考えています。

### エンゲージメント / 満足度 / コミットメント

#### 幸せデザインサーベイの実施

「社員のエンゲージメント向上」を最重要課題と位置づけ、サーベイを用いて社員の幸福度を可視化し、組織風土の構築や人材戦略に関連する6つの項目に着目して課題解決に取り組んでいます。業績と連動し全体平均・業種平均を下回る厳しい結果となったものもありますが、継続して改善に取り組み続けていくことが重要だと考えています。

	2022	2023	2024	
従業員同士の関係	自社平均	0.59	0.59	0.55
	全体平均	0.58	0.58	0.59
	業界平均	0.60	0.60	0.59

	2022	2023	2024	
上司との関係	自社平均	0.63	0.59	0.59
	全体平均	0.60	0.60	0.60
	業界平均	0.60	0.60	0.61

	2022	2023	2024	
仕事のやりがい	自社平均	0.58	0.52	0.52
	全体平均	0.54	0.54	0.54
	業界平均	0.54	0.54	0.54

	2022	2023	2024	
個人の成長	自社平均	0.66	0.67	0.64
	全体平均	0.62	0.62	0.63
	業界平均	0.63	0.63	0.63

	2022	2023	2024	
心理的コミットメント	自社平均	0.69	0.61	0.57
	全体平均	0.55	0.55	0.56
	業界平均	0.55	0.55	0.56

	2022	2023	2024	
健康	自社平均	0.69	0.69	0.67
	全体平均	0.65	0.65	0.66
	業界平均	0.65	0.65	0.66

※全体平均・・・サーベイを実施した400社の平均 ※業界平均・・・卸売業での平均  
※1を満点とする 0.5以上がポジティブ、0.5未満がネガティブ

2025年度に実施したエンゲージメント調査では、「個人の成長」「心理的コミットメント」「健康」などの項目が全体平均および業界平均を上回る水準であった一方、「従業員同士の関係」については前回調査結果と比較してスコアが低下しており、社内の関係性やコミュニケーションに関する課題が顕在化しました。

この結果を受け、部署ごとに意見交換会を実施し、サーベイの結果について実情と比べて思ったこと、今後会社全体で取り組んでいくべきことや取り組んで欲しいことについて自由に意見を発表し合う場を設けました。

今後は、こうした対話を通じて従業員同士の相互理解を深め、心理的安全性の向上を図ることで、エンゲージメント全体の底上げにつなげていく方針です。

# 人的資本経営

## ワールドカフェ

社内コミュニケーションの場として、ワールドカフェを開催しています。  
本年度は、期初に発表された2030年にむけたスローガンをテーマに実施し、意見交換を通じてスローガンの浸透に取り組みました。

## サンクスカード

社内システムの機能にあるサンクスカードを活用し、社員同士が「ありがとう」を伝えあう仕組みを構築しています。

## YOKOGUSHIミーティング

共通の商材を扱う複数の部署からメンバーが集まり、部署横断型の定例ミーティングを実施。部署間での認識のずれを防ぎ、現場目線での課題共有やアイデア出しの場となっている。

## 人的資本ROI

	2022	2023	2024
	-18.2%	-38.2%	13.3%

人的資本ROI = 営業利益 / (人件費 + 福利厚生費)

## 従業員一人当たりEBIT

	2022	2023	2024
1人当たり売上	26,592,373円	19,309,393円	23,934,939円
1人当たりEBIT	-1,064,529円	-2,035,606円	866,774円

従業員一人当たり売上 = 売上 ÷ 年間FTE  
一人当たりEBIT = EBIT ÷ 年間FTE  
EBIT = 経常利益 + 支払利息 - 受取利息

# 人材戦略

社員のエンゲージメントを高めることは個人のパフォーマンスと組織力の強化につながり、生産性の向上と会社の持続的な成長につながります。社員のエンゲージメントを高め、能力を最大限発揮できる組織づくりを目指し、当社では以下の4つの領域を人材戦略の柱として取り組んでいます。

## エンゲージメント



サーベイの実施

結果に対する改善への取り組み

企業理念を実現させる原動力

## 採用力



企業理念に共感する人材の採用

ポテンシャルに見極めと  
マッチング強化

## 育成力

社員の成長と成長スピード

企業理念を実現させる人材の育成

研修

人事制度

年間アワード

## 職場環境

働きやすい職場環境

オフィス環境整備

健康経営



# 採用

## 採用・定着率に関する取組み

人口減少、働き世代の減少により人材確保は難しく、大企業に比べ中小企業は人材の獲得が非常に難しくなっています。一つの会社に留まらない流動的な働き方も主流となりつつあります。採用したいのは同じ目標に向かって働ける仲間です。当社では、事業成長を支える人材の確保および定着を重要な人的資本課題と位置づけて多様な採用手法を取り入れることや募集する職種や採用ポイントを柔軟に設定することで採用力を強化しています。



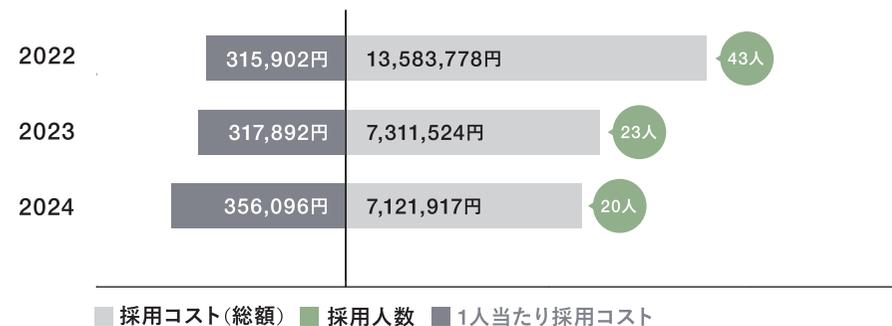
新卒採用・・・会社設立当初から新卒採用により若手人材の確保、組織のイノベーションを活性化してきました。社長の手塚が会社説明会、選考すべてに関わることで時間をかけて価値観やビジョンのマッチングを行っています。

最大のメリットは「新しい風」。新卒入社は会社にとって育成の責任を負う試練でもあると同時に、新鮮で柔軟な考え方や可能性を広げるために主要な役割を担っています。

中途採用・・・即戦力を求め経験者を採用するのももちろん、未経験者も採用しています。仕事に対して、ブランドに対するパッション、入社後のビジョンを語る方と共に成長していきたいと考えています。

## 採用 人材育成 職場環境

### 一人当たりの採用コスト／採用コスト

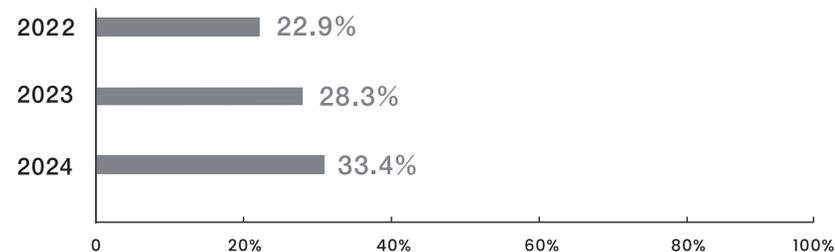


採用コスト=人材採用にかかる外部費用+内部費用  
一人当たりの採用コスト=採用コスト÷採用人数

事業計画および人員構成の見直しに伴い、採用規模を段階的に適正化しています。一人当たりの採用コストは上昇傾向にあり、採用人数の減少に伴い、候補者の質を重視した採用手法へとシフトしています。

※新卒採用にかかる費用は毎年一定であるため採用人数を抑えたことで一人当たりのコストが上昇している

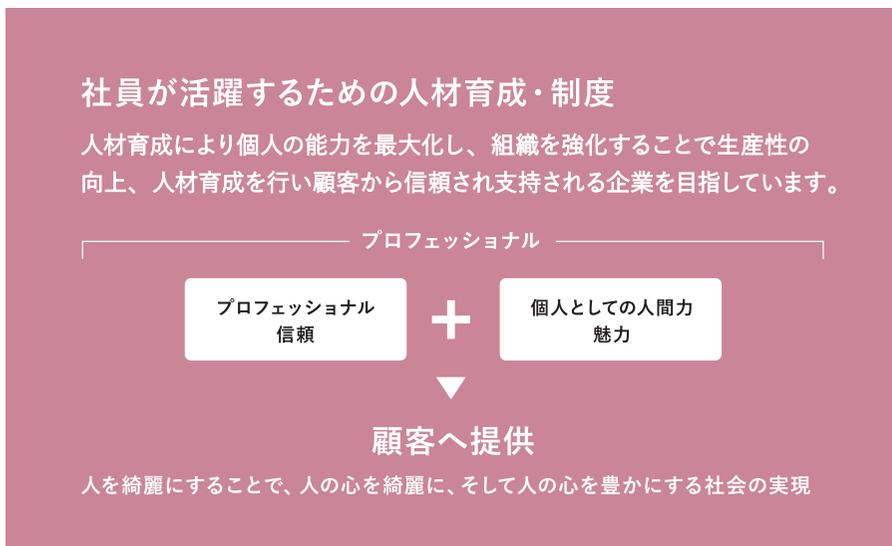
### 離職率



離職率 = 月間離職者数 / 月間平均従業員数 × 100の年間総和で算出

離職率は前年に引き続き上昇傾向にあり、個人のキャリア志向や労働市場環境の影響を受けていると認識しています。定着については、特に入社後3年間の若手人材の定着を重要視しており、育成施策や評価制度との連動を図ることで、従業員の定着率向上および持続的な人的資本の形成を目指しています。

# 人材育成



## 人事制度

年4回の人事評価を実施しています。等級定義に基づきスピードを重視した結果重視の短期的な目標、仕事のプロセスを重視した中長期的な二つの観点から目標設定をすることで企業目標の達成と社員の成長を実現することを目的としています。

目標達成のためのスキル向上やプロフェッショナルな人材育成を行い、「コンフォートバリュー」の項目を設定することで企業理念や行動規範の浸透を目指しています。多角的視点により公正で透明性のある評価決定を行うため、部署長が社員一人ひとりを評価する評価調整会議を実施しています。2025年には販売職の評価運用の見直しを実施し、職種と職位に応じた評価体制を再構築しました。

### 目標管理

- ・成果責任
- ・顧客対応
- ・業務プロセス
- ・組織管理
- ・専門知識
- ・スキル
- ・コンフォートバリュー

### 行動評価

- ・対人対応
- ・変化洞察
- ・課題選別
- ・関係構築
- ・変革挑戦
- ・誠実さ
- ・自己研鑽

採用 人材育成 職場環境

## 研修に関する取り組み

私たちは良い商品を販売していますが、それは当たり前のことです。重要なのはお客様が、誰から、どのように購入されるのかということだと考えます。いちばんベストな状況で届けるため、販売力、接客力などのスキルはもちろんのこと「人間力」と「想像力」を高めること、商品だけではないサービスや価値を提供できる力を磨いています。

### 若手人材の早期活躍のための定着支援

#### インターンシップの活用

入社前の内定者を対象に実務を経験する長期インターンシップを導入。実際の業務体験や先輩社員との交流により、入社までの不安払拭や入社後の即戦力化にも繋がっています。

## 新入社員研修

入社1年目の研修を充実させることで若い社員の早期戦力化を目指しています。

4月	新入社員研修	10月	オンボーディング研修
5月 / 6月	OJT期間	翌年3月	テイクオフ研修
7月	本配属		

## OJT研修

入社後のオンボーディングのため新入社員研修後の2~3ヵ月はOJT研修期間を設け、メンターを始め上司や先輩社員から職場の文化、ルール、ノウハウを直接学べるようにしています。リアルタイムにアドバイスやフィードバックを受けられるため成長を実感しやすく、チームでの連携やコミュニケーション能力を養うことができます。

# 人材育成

## メンター制度

新卒入社1年目の社員には先輩社員がメンターとして配属され、1年間伴走し新入社員をサポートします。メンターは入社2～3年の若手社員が担う為、身近な存在の先輩社員に相談しやすい環境を作ることで定着支援にも繋がっています。

## 販売職からキャリアをスタート

新卒入社の社員は店舗で販売経験を積むことからキャリアがスタートします。店舗は私たちの理念を一番身近に感じられる場所です。接客、販売、営業、マーケティング、管理、コミュニケーション、チームワーク等限らないスキルの習得に取り組んでいます。

## キャリア研修

入社1年目のオンボーディング研修の一環として、キャリア研修を実施しています。総合職のジョブローテーションを行う上で、まずは自身の適正やどのような仕事にチャレンジできるのかなど社内での仕事について理解を深める事で活躍人材の育成を行っています。

## ジョブローテーション導入

OJT終了後は、ジョブローテーションを行うことでさまざまな経験を積めるキャリアパスを提供し、将来の幹部候補を育成する土壌を作っています。複数の部門で経験を積むことで社員は異なるスキルや知識を身に付けることができ、柔軟性のある組織づくりにもつながります。社員の適性を見極め、生産性の観点から最適な人事を進める判断材料としていきたいと考えます。



採用 人材育成 職場環境

## 社外コンサルティング活用

専門分野のエキスパートによるレクチャーを積極的に導入し取り組みを強化。

## 手塚塾

社内外から講師を招いて営業職の勉強会セミナーを開催。

## 年間アワード

2025年は販売から戦略部門までそれぞれの分野で活躍した社員が表彰されました。また社内におけるサンクスカードを最も多く受け取った社員も表彰されています。



# 人材育成

## 研修参加率

2022	2023	2024
79.6%	99.2%	100%

※その年に研修を受講した従業員÷総従業員数×100  
 総従業員数は期末時点での役員、退職者を除く正社員、契約社員、パートタイマーの人数

## 従業員当りの研修受講時間

2022	2023	2024
41.6時間	17.5時間	20.6時間

従業員一人当たりの平均受講時間=総研修時間÷総従業員数

人材育成・研修に関する投資額および受講時間は、過去3年間に於いて減少傾向にあるものの、研修参加率は2024年度に100%を達成しており、全従業員が育成機会にアクセスできる体制を維持している。これは、外部研修中心の育成から、OJTや内部研修、業務を通じたスキル習得を重視する方針へと転換したことによるものであり、育成の質と実効性を高めることを目的とした取り組みです。

## 人材開発・研修の総費用

2022 8,260,438円	2023 5,956,587円	2024 3,173,416円
--------------------	--------------------	--------------------

人材開発・研修の総費用=人材開発・研修に関する外部及び内部コストの総和

## 採用 人材育成 職場環境

## 重要ポストの割合

	2022	2023	2024
役員	2.1%	2.1%	2.5%
管理職	8.9%	8.4%	13.5%
管理職候補	13.7%	16.1%	21.0%

重要ポストの割合=重要ポスト数÷総ポスト数×100

## 内部継承率

2022	2023	2024
100%	100%	100%

内部継承率=  
 重要ポストに占める内部登用者数÷重要ポスト数×100

重要ポストに空きが出た際は、速やかに内部で  
 代替りの人材を登用もしくはポジションの削減  
 等の組織編制を行っています。

## 後継者候補準備率

2022	2023	2024
125.0%	153.3%	131.6%

後継者候補準備率=  
 後継者候補者数÷リーダーシップポジション数×100  
 リーダーシップポジションは職位チーフ以上とする

当社では、人事評価制度を軸に重要ポストにおけ  
 る後継者育成にも注力しています。  
 管理職および管理職候補の割合は全体の3割を  
 超え、後継者候補の育成も十分な人材の確保が  
 できており、日常業務における育成や経験の付与  
 を通じて、将来の組織運営を担う人材の計画的な  
 育成が進んでいると評価しています。

これらの取り組みを通じて、当社は限られた人材リ  
 ソースの中でも、育成と成果創出の好循環を生み  
 出す人的資本経営の実現を目指しています。

# 人材育成

## コンプライアンスと倫理

### 法令遵守

社員が企業活動を行う上で基本となる法令遵守と倫理観を持つために、従業員、顧客、取引先、社会、(その他のステークホルダー)と信頼関係を築くことは重要であると考えます。クリーンで公正な企業活動を行うため、コンプライアンスと倫理についての理解を深める社内研修や専門家による勉強会を開催しています。

### コンプライアンスと倫理に関する取組み

全従業員を対象とした教育・啓発および相談体制の整備を継続的に実施しています。

新卒社員および既存社員を対象に倫理・コンプライアンス研修を実施しており、研修の受講率向上に加え、事例共有やeラーニングの活用などを通じて、日常業務におけるコンプライアンス意識の定着を図るとともに、相談・通報しやすい職場環境の維持・強化を進めています。

採用 人材育成 職場環境

## 提起された苦情の種類と件数

2022	2023	2024
1件	0件	2件

苦情、ハラスメントの相談窓口を設置する他、社内システムや会議等で社内喚起を実施しています。

## 倫理とコンプライアンス研修を受けた従業員割合

	2022	2023	2024
コンプライアンス研修(新卒)	21人	14人	3人
コンプライアンス研修(既存社員)	76人	128人	81人
期末の従業員数(休職者除く)	136人	133人	105人
研修を受けた従業員の割合	71.3%	100%	80%

コンプライアンス関連の研修を受講した従業員の割合

コンプライアンス研修においては、前年に比べて受講率が低下しているため、研修実施時期の見直しや全従業員が参加しやすい受講形式の改善に取り組み、受講率100%を目指しています。

# 職場環境

## 働きがいのある職場環境

社員が働きがいを持ち、生産性を向上させるために職場環境は重要であると考えます。社内コミュニケーションを活発にすることで、円滑な情報共有を促し風通しの良い組織作りを推進しています。年齢や役職に関係なく、自由に意見を述べる環境、また部署間を越えて意見交換を行うことで連帯感を築き、協力関係を強化しています。

## 出社型勤務

私たちはこれまで、自立的な働き方の実現と生産性向上を目的に、テレワークを積極的に推進してきました。多様な働き方を尊重し、合理性のある仕組みづくりに取り組んできたことは、私たちにとって大きな学びとなりました。

一方で、お客様に感動を届けることや、美しさといった目に見えない価値を提供する企業である私たちにとって、社員同士の対話や共創が果たす役割の大きさを、あらためて実感しています。特に若い世代の社員が多い当社では、日々の何気ない会話や、同じ空間で働く中で得られる学びや気づきが、成長の土台を築く重要な機会となります。対面でのコミュニケーションから生まれる信頼や創造性は、私たちのものづくりやサービスの質を高める源泉でもあります。そのため現在は、出社を通じてこそ得られる価値を大切にしながら、より豊かなコミュニケーションが生まれる環境づくりを進めています。

目指しているのは、「出社しなければならない会社」ではなく、「**出社したいと思える会社**」です。

**人が集い、刺激し合い、共に成長する場をつくることで、  
未来の美しさをかたちにする力になると私たちは考えています。**

※一部、テレワーク勤務で対応している事例 ・育児や介護のため出社ができない期間・子供の夏休み期間

採用 人材育成 職場環境

## 時差勤務

育児・介護・治療など、従業員が抱えるライフイベントや健康上の事情と仕事の両立を支援するため、勤務開始・終了時間を1時間前倒しする時差勤務制度を導入しています。これにより、個々の状況に応じた働き方を可能にし、従業員が安心して継続的に働ける環境づくりを推進しています。

## 生成AIの活用

戦略・分析・管理・制作など幅広い分野において積極的に生成AIを導入しています。複雑な在庫管理や時間を要する情報収集においてAI導入により作業効率を上げることで、人にしかできないクリエイティブな業務に注力できる体制を築いています。

## 新たな手当を導入

### 美容手当

販売職を対象に支給。  
自身の綺麗を磨きながらブランドイメージを維持・向上させるため、身だしなみや美容にかかる費用の一部を支援しています。

### 営業手当

営業職を対象に支給。  
外出や顧客訪問などの業務が多い為、その負担軽減および業務効率向上を目的として支給されています。

# 職場環境

## 残業と年次有給休暇の取得状況

月平均所定外労働時間：7.6時間

平均有給休暇取得日数：9.5日

月平均所定外労働時間は7.6時間と比較的少なく、ワークライフバランスを保ちながら働ける環境となっています。また、平均有給休暇取得日数は9.5日であり、従業員が計画的に休暇を取得しやすい職場環境づくりを推進しています。

## 社内副業

社内副業により、本来の業務以外の仕事に挑戦する機会を提供し、新たな経験やスキルを身につけながら収入を得ることができる仕組みを整えています。これにより、従業員の成長機会の拡大とモチベーション向上を図っています。

## 社内システム

バックオフィスから営業の顧客管理、店舗での売上管理に至るまで積極的にシステムを導入し業務の効率化を図っています。ペーパーレス化やデジタルでの可視化といったメリットだけでなく、システムを活用する事で仕事の俗人化を防ぎ、再現性のある業務が遂行できる環境を作っています。

## フリーアドレスオフィス

チームメンバー間のコミュニケーションを促進し、アイデアを生み出し共有するためにオープンなオフィスデザインやコラボレーションスペースを設けています。



## モバイルワーク

出張先や移動の合間などに仕事を進めやすいようモバイルワークを可能とするシステムを導入、シェアオフィスとの契約をしています。時間を有効活用し業務を行うことが出来ます。

## データによる可視化

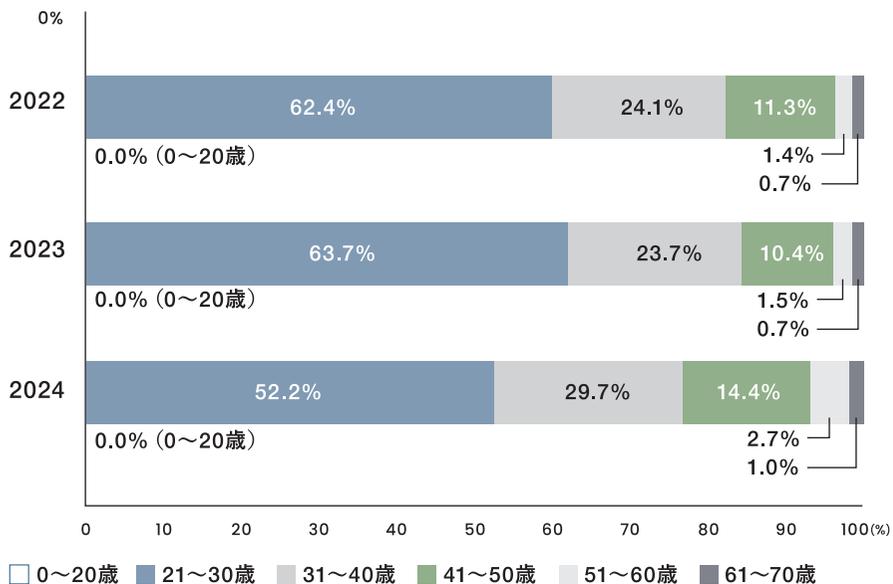
今まではアナログで集計していたデータをシステムに集約し、さまざまな人的データの可視化に取り組みました。データの構築体制が整ったことで会社の状況を把握しやすくなり課題の早期発見にも繋がっています。

# 職場環境

採用 人材育成 職場環境

COMFORT JAPAN | HUMAN CAPITAL REPORT

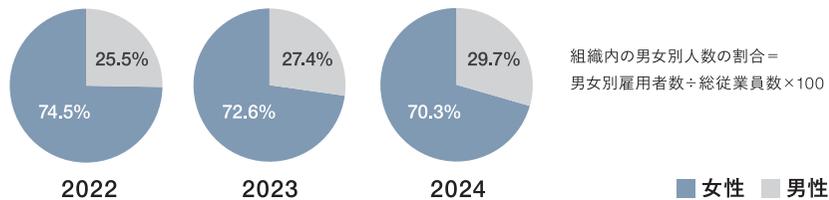
## 労働力のダイバーシティ（年齢）



組織内の年齢別人数の割合 = 年齢別雇用者数 ÷ 総従業員数

新卒採用を行っているため20代の割合が高いです。今後は若手の定着強化や販売職の中途採用強化により割合の変化が予測されます。

## 労働力のダイバーシティ（性別）



組織内の男女別人数の割合 = 男女別雇用者数 ÷ 総従業員数 × 100

## 労働力のダイバーシティ（障害者）

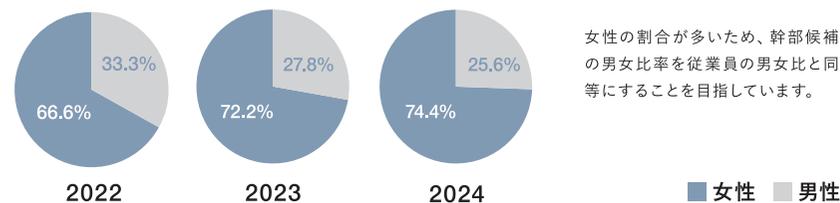
2022	2023	2024
0.0%	0.8%	0.9%

組織内の障害者の割合 = 障害者数 ÷ 総従業員数 × 100

2023年より継続して取り組みを行っており、定着への支援と新たな採用への取り組みを強化しています。担当部署が中心となり障害者雇用のサポートを行いながら、会社全体で関わる体制を整えています。入社後は状況や適性を踏まえ、段階的に業務の幅を広げることができました。実際の業務については複数部署と連携しながら機会を提供しており、本人の能力を活かせる環境づくりと、社内コミュニケーションの活性化につながっています。

## 労働力のダイバーシティ（その他）

幹部・幹部候補の男女別人数の割合（期末時点での計測）



女性の割合が多いため、幹部候補の男女比率を従業員の男女比と同等にすることを目指しています。

幹部・幹部候補男女別人数の割合 = 男女別幹部・幹部候補人数 ÷ 幹部・幹部候補人数 × 100

## 労働力のダイバーシティ（経営陣）

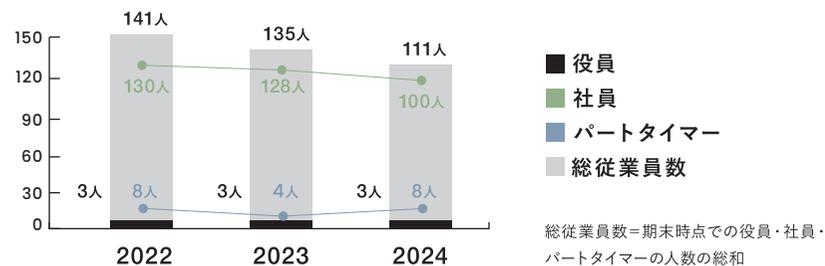
	2022	2023	2024
男性	66.7%	66.7%	66.7%
女性	33.3%	33.3%	33.3%

取締役の男女別人数の割合 = 男女別取締役員人数 ÷ 総取締役員数 × 100

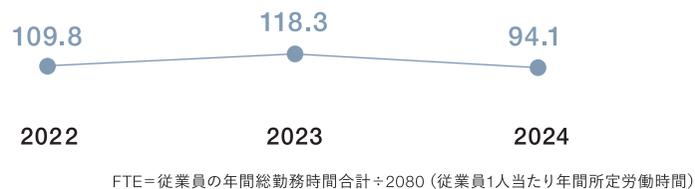
# 職場環境

採用 人材育成 職場環境

## 総従業員数／総従業員数（フル／パートタイム）



## フルタイム当量〈FTE〉



## 欠勤

	2022	2023	2024
オフィス勤務	0.07%	0.33%	0.30%
店舗勤務	0.34%	0.33%	0.75%

欠勤率=欠勤日数÷所定の期間の勤務日数×100

入社間もない年次有給休暇の付与前の社員の病欠や、病氣療養や介護サポートのため有給休暇を使い果たしてしまい欠勤になるケースが発生したことで、前年に比べて店舗勤務者の欠勤率が上昇しました。半日単位の有給休暇の取得や、無給扱いの休暇制度の社内整備を行い改善に取り組んでいます。

# 職場環境

## 健康経営

### 健康経営およびウェルビーイングに関する取組み

当社では、従業員の心身の健康を人的資本の基盤と捉え、健康経営の推進を重要な経営課題の一つとして位置づけています。定期的な健康安全研修の実施のみならず、管理職を対象としたメンタルヘルスラインケア研修や、産業医監修のもと健康づくりをテーマにした勉強会を実施しており、健康・ウェルビーイング施策の推進に取り組んでいます。

#### 健康経営優良法人認定

健康経営優良法人の認定にむけて、従業員の健康づくり促進に取り組み、2025年認定取得致しました。

- 定期健康診断・ストレスチェック実施 100%
- 有所見者への再検査促進
- 検診費用のサポート(がん検診費用のサポート)
- 健康づくり勉強会の実施
- 長時間労働の是正
- 産業医面談の実施



#### よこはまグッドバランス企業認定

女性の活躍やワーク・ライフ・バランスを推進するため、誰もが働きやすい職場環境づくりを積極的に進める企業として2020年から4回連続で認定されています。



採用 人材育成 職場環境

### 健康・安全研修の受講割合

2022	2023	2024
39.6%	85.9%	92.1%

メンタルヘルス研修参加率 = 参加者数 / 年間平均従業員数 × 100

### 労災の件数（発生率）

2022	2023	2024
8.8%	12.2%	0%

※2022年度1件、2023年度2件、2024年度0件

### 労災による死亡者数（発生率）

2022	2023	2024
0%	0%	0%

件数 ÷ 総労働時間 × 100万時間

# 職場環境

採用 人材育成 職場環境

## コスト

必要人材を確保するために外部労働力を活用しコストが増加している側面がある一方で、全社的な経費の見直しや研修の内製化によりコストを抑える取り組みがあり、新たな手当の導入や賃上げを実施しました。

### 総労働力コスト

2022	2023	2024
793,216,584円	663,082,085円	661,825,865円

総労働力コスト=支払給与総額+諸手当+従業員に対するその他支出+外部労働力コスト

### 外部労働力コスト

2022	2023	2024
136,748,167円	100,405,306円	102,499,860円

外部労働力コスト=人材派遣費+代理店手数料+業務委託費用

欠員補充と外部のプロフェッショナル人材を積極的に活用したことによりコストが増加しています。

### 総雇用コスト

2022	2023	2024
660,740,863円	565,399,141円	561,597,403円

総雇用コスト=支払給与総額+諸手当+従業員に対するその他支出+人材育成費

# ISO測定項目

## 倫理とコンプライアンス

1 提起された苦情の種類と件数	P.15
2 懲戒処分の種類と件数	
3 倫理とコンプライアンス研修を受けた従業員割合	P.15
4 第三者に解決を委ねられた係争	
5 外部監査で指摘された事項の数と種類	

## コスト

6 総労働コスト	P.21
7 外部労働力コスト	P.21
8 総給与に対する特定職の報酬割合	
9 総雇用コスト	P.21
10 一人当たり採用コスト	P.11
11 採用コスト	P.11
12 離職に伴うコスト	

## ダイバーシティ

13 労働力のダイバーシティ(年齢)	P.18
14 労働力のダイバーシティ(性別)	P.18
15 労働力のダイバーシティ(障害者)	P.18
16 労働力のダイバーシティ(その他)	P.18
17 労働力のダイバーシティ(経営陣)	P.18

## リーダーシップ

18 リーダーシップに対する信頼	
19 管理職一人当たりの部下数	
20 リーダーシップ開発	

## 組織風土

21 エンゲージメント/満足度/コミットメント	P.8
22 従業員の定着率	

## 健康・安全・幸福

23 労災により失われた時間	
24 労災の件数	P.20
25 労災による死亡者数	P.20
26 健康・安全研修の受講割合	P.20

## 生産性

27 従業員一人当たりの業績	P.9
28 人的資本ROI	P.9

## 採用・異動・退職

29 募集ポスト当りの書類選考通過者	
30 採用社員の質	
31 採用にかかる平均日数	
32 重要ポストが埋まるまでの日数	
33 将来必要となる人材の能力	
34 内部登用率	
35 重要ポストの内部登用率	
36 重要ポストの割合	P.14
37 全空席中の重要ポストの空席率	
38 内部異動数	
39 幹部候補の準備度	
40 離職率	P.11
41 自発的離職率	
42 痛手となる自発的離職率	
43 離職の理由	

## スキルと能力

44 人材開発・研修の総費用	P.14
45 研修への参加率	
46 従業員当りの研修受講時間	
47 カテゴリー別の研修受講率	
48 従業員のコンピテンシーレート	

## 後継者計画

49 内部継承率	P.14
50 後継者候補準備率	P.14
51 後継者の継承準備度(即時)	
52 後継者の継承準備度(1~3/4~5年)	

## 労働力

53 総従業員数	P.19
54 総従業員数(フル/パートタイム)	P.19
55 フルタイム当量(FTE)	P.19
56 臨時の労働力(独立事業主)	
57 臨時の労働力(派遣労働者)	
58 欠勤	P.19

## 計測期間

<b>2022</b>	2022年7月1日~2023年6月30日
<b>2023</b>	2023年7月1日~2024年6月30日
<b>2024</b>	2024年7月1日~2025年6月30日



# 私たちの理念を形にした取り組み

## サステナブルな製品の販売

	<p><b>ダヴィネス</b> 製造過程やパッケージ、成分において環境に配慮された製品の販売。</p>
	<p><b>美容機器</b> パーツのリサイクル活用。</p>
	<p><b>アピーチェ</b> 環境に配慮したリサイクル可能なエコパッケージを使用</p>

## 植樹活動への参加

2018年から神奈川県内で行われている植樹祭にボランティアで参加し、環境保全のための取り組みを体験しています。また、植樹祭を主催している非営利団体「Silva(シルワ)」へ寄付も行っています。2023年4月には、自ら主催する植樹活動「コンフォートジャパンの森」を企画し社員や取引先を招いて開催しました。



## サステナブルビューティデイズ

環境への取り組みの一環として、消費期限間近な商材や、パッケージに傷がある商品などを割引価格にて提供するキャンペーン。

## 2025年アクティベーションデー

毎年6月16日(月)行われるダヴィネスグループのグローバル活動である『アクティベーションデー』。地域貢献を目的に本社ビル周辺の清掃活動を実施。

アクティベーションデーとは、ダヴィネスグループの社員、ディストリビューター、パートナーが世界中で参加し、環境再生活動や地域社会への貢献に取り組む年に一度のグローバルボランティアデーです。B Corpとしての理念のもと、土地の保全、生物多様性の保護、廃棄物の回収などを通じて、再生型社会の実現を目指しています。



## 顧客向けイベント

ロスフラワーを使用したドライフラワーのアクセサリ作りやヘアアレンジ体験会。

## 2025年サロンイベント

東京、名古屋、福岡、長野にて、ダヴィネスのサロンイベントを開催。導入サロンから未導入サロンまで、お客様と直接交流できるイベントを開催。

## ルネッサンスアカデミー

顧客向けセミナーを開催し、導入後の効果的な活用に繋がる情報を発信。

# ISO 30414 適合証明書





**comfort japan inc.**