



シック・ジャパン株式会社

シック・ジャパン株式会社は、Edgewell Personal Careの一員であり、国内ウェットシェービングトップシェアカンパニー※1です。Edgewell Personal Careは、米ニュースウィーク誌の「米国で最も責任ある企業」に、2019年より4年連続でランク付けされています。シック・ジャパンはシェービングやスキンケア製品などの提供を通じて、日本、そして世界のすべての人々により良い顔と、より快適で豊かな毎日をお届けできるよう努めています。



※1 インターナショナルSRI+調査 2022年度(2021年10月-2022年9月)ウェットシェービング市場(男性用カミソリ・シェービング剤市場+女性用カミソリ市場の計)

50
カ国以上

25
ブランド

シック・ジャパンとEdgewell Personal Care

シック・ジャパンは2015年からEdgewell Personal Careの日本法人となり、経営を強化してきました。Edgewell Personal Careは、北米、日本をはじめとして、中南米、アジア、オセアニア、ヨーロッパ、中東、アフリカなど、全世界50カ国以上の市場でビジネスを展開しています。「Schick」や「BULLDOG SKINCARE」のほかにも、アメリカのメンズプレミアム化粧品として人気を誇る「Jack Black」など、25を超えるブランドを擁するグローバル企業です。

私たちが取り組むSDGs 重要課題

シック・ジャパンは、Edgewell Personal Careの一員として2015年に制定されたサステナビリティビジョン・ミッションに基づき、持続可能な社会に貢献する企業として進化し続けています。またEdgewell Personal Care主導の元、SDGs目標としては特に右記の項目について貢献していきます。



Our sustainability vision

A world where the joy of caring for yourself is balanced with caring for our shared planet and society

サステナビリティ・ビジョン

人と社会と地球を思いやる調和のとれた世界をめざして



Our sustainability mission

To create products that people love to use to take care of themselves, with careful consideration for our planet and everyone who shares it

サステナビリティ・ミッション

私たちの地球とそこに暮らす人々すべてを大切にする製品作りに努めます



環境法令とISO規格の準拠

環境法令においてEdgewell Personal Care及び海外関係会社について調査を実施しましたが、2021年度も重大な環境関連法規制等の違反はありませんでした。また環境負荷の大きな生産部門を主としてISO14001環境管理システム、ISO50001エネルギー管理システム認証を取得しています。今後もEdgewell Personal Care全社で環境保全に努めてまいります。

ISO 14001
環境管理システム
米国・ミルフォード、
ドイツ・ゾーリンゲン、
中国の広州。

ISO 50001
エネルギー管理システム
ドイツ・ゾーリンゲン、
チェコ・テブリツェ。

私たちシック・ジャパンがEdgewell Personal Careと共に目指すSDGs目標

ブランド

● 原材料管理と透明性の確保

原材料と香料の管理基準と透明性を継続的に向上させます。



● 持続可能な製品・包装の開発

循環型経済を支える持続可能な資源、再生・リサイクル可能な資源の利用材料の使用量・廃棄物の削減に努めています。



● ポジティブ・ブランド・インパクト

当社の「ヒーロー」ブランドを積極的に活用し、社会や環境へ良い影響を与えます。



業務 & サプライチェーン

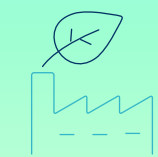
● 低炭素経済への移行と100%自然エネルギー電力の利用を支援

2030年までに、グローバルで取り組んでいきます。



● 環境負荷低減の継続

社会や環境基準を満たすことができるよう主要サプライヤーと積極的に関わります。



● 常に環境基準

当社の原料・資材を責任をもって調達します。



人と地域

● 多様性、公平性、包摂性

すべてのチームメンバーが公平かつ敬意を持って処遇され、最高の人材を引きつけるために、オープンでインクルーシブな文化を促進します。



● 適切な労働環境の確保

健康、安全、福利を守り、世界中のチームメイトの健康と安全を守ります。彼らの福利と職業的發展を支援します。



● 地域支援

人と地球を大切に、地域社会を支援するために、チームボランティア活動や慈善活動を奨励します。





シック・ジャパンが目指すSDGs

● 環境配慮型の働き方へのシフト

- ・社内のペーパーレス化推進：
請求書の電子化 2023年9月まで
経理関係申請の電子システム統一 2024年10月まで



● 外部セクターと協働した地域貢献活動

- ・品川区CSR協会との協働：実施済・継続中



● 環境配慮型メーカーの責任

- ・脱・使い捨てプラスチック：
再生プラスチック原料の導入 2026年10月まで
- ・商品パッケージに自然由来のプラスチックを使用：
一部実施済・継続中
- ・営業車両のCO2削減：よりCO2排出量の少ない車種へ
切り替え 2023年10月まで
- ・目黒本社オフィスにLED天井照明を導入：
2022年12月まで



● あらゆる人に適した製品づくり

- ・社会人・小中高校生向けに正しい体毛の知識や
ケアの方法を普及：小中高校生向け実施済・継続中
- ・パラベンフリー：パラベン、安息香酸ナトリウムフリー
に向け代替材料に切り替え 2026年10月まで
- ・パーム油をRSPO認証パーム油に切り替え：2024年12月まで



● 大量生産・消費の見直し、サーキュラーエコノミーの推進

- ・廃棄削減：旧パッケージ製品の割引価格販売 実施済・継続中
- ・返品削減：返品削減に向けた取引先様との取り組み
(在庫の適正管理、返品削減ルール策定など) 2026年9月まで
需要供給予測精度の向上 実施済・継続中
店頭什器の管理方法見直し 2023年3月まで



● 事業活動を通じた森林保全

- ・再生材の使用：
順次商品パッケージに再生可能紙を使用 2023年10月まで



● 社員の健康を促進する健康経営施策

- ・健康診断受診率：受診率100%達成 2023年10月まで
- ・有給取得率：取得率60%、もしくは年間12日取得を目指す
2026年10月まで
- ・一斉有給取得日の設定(年5日)：実施済・継続中
- ・ウェルネスプログラム
- ・メンタルヘルスチェック：参加率100%達成 2023年10月まで



● ダイバーシティ&インクルージョンへの取り組み

- ・ハラスメント研修：2023年10月まで
- ・アンコンシャスバイアス研修：2023年10月まで
- ・美の多様性推進、自分らしい体毛ケアを支援する
商品ラインナップ：実施済・継続中
- ・Body Hair Positive(体毛や美の多様性を尊重)：実施済・継続中



● ライフスタイルに合わせた柔軟な働き方を提供し、ディーセントワークの実現

- ・在宅・出社を選択：
働き方選択制度(在宅勤務・出社)の導入 実施済・継続中
- ・テレワークの推進
- ・フレックスタイムの導入：導入済・継続中
- ・男性の育休を奨励
- ・ファミリーケア休暇：導入済・継続中
- ・残業アラート：導入済・継続中
- ・360°評価：導入済・継続中



● エシカル&イクオリティーの推進

- ・国籍に関係ない採用：継続中
- ・サプライヤーとの倫理的な取引引き：
取引業者行動規範(SCO)の締結推進 2023年10月まで



Planet



People

Product





Schickとは

2022年に日本上陸から63年目を迎える「Schick」は、国内で男性用・女性用合わせて15種以上のサブブランドを展開するシェービングブランドです。日本のウェットシェービング分野では、男性用替刃式カミソリ(48.3%)、女性用替刃式カミソリ(75.5%)、男性用シェービング剤(50.9%)^{※1}と、国内シェアNo.1に輝いています。男性だけでも約800万人のユーザー^{※2}を持ち、これは日本人男性の5人に1人が「Schick」の製品でヒゲを剃っている計算になります。

※1 インテージSRI、全国全チャネル、FY20=Edgewell 会計年度(2019年10月-2020年9月)、ウェットシェービングカテゴリ=男性用替刃式カミソリ+女性用替刃式カミソリ+使い捨て(除く軽便)+シェービング剤の販売金額において
 ※2 2016 Kantar U&A調査(n=3000、15歳-64歳)、ウェットシェービング48%(男性用替刃式カミソリ 34%+使い捨て 14%)、ウェットシェービング内ユーザーは数量シェアにて計算、総務省 統計局 15-64歳



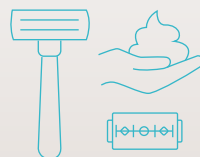
日本におけるSchick

2021年、Schickブランドは創立100周年を迎えました。Schickが日本市場に参入したのは1960年のこと。貿易・為替の自由化に伴い、1960年4月にはカミソリホルダーが、1962年の11月には替刃が輸入・販売されました。日本進出から30年後には、市場シェア70%を超えるまでに成長。その驚異的なシェア拡大は米ワシントン・ポスト誌にも取り上げられ、大きな注目を集めました。Schickブランドにとって、日本市場は“特別な存在”だといえるでしょう。



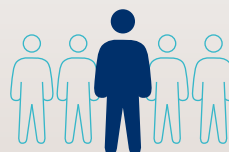
日本上陸 **63**年

2022年に日本上陸から63年目を迎え、国内で男性用・女性用合わせて15種以上のサブブランドを展開するシェービングブランドです。



5人に**1**人

男性においては約800万人のユーザー様^{※2}、すなわち、日本国内で5人に1人が、シック製品を使ってヒゲ剃りをしているという計算になります。



シェア**1**位
3冠達成

2020年度、国内ウェットシェービング分野の男性用替刃式カミソリ(48.3%)、女性用替刃式カミソリ(75.5%)、男性用シェービング剤(50.9%)^{※1}で、シックはシェアNo.1^{※1}。三冠を達成しています。





Schickの理念

- お客様からの信頼に応えるため「正直に、そして誠実に」いること。
- お客様のニーズに応えるため「『正しいとは何か』を問い続ける」こと。
- より良く進化するために「挑戦を恐れない」こと。
- 一人ひとりの個性を尊重して「多様性を受け入れる」こと。

Schickは今まで育んできた大切な“伝統”と、ここからさらに伸ばしていく“新しい価値観”を両輪にして、お客様の多様なライフスタイルをサポートするブランドへと成長していきます。

Brand manifesto

シックの哲学

It's in your hands®

私たちは、信じています。

私たちの商品を手に取り、自分と向き合うその時に、
あなたが、もっと自分らしいあなたに出会うことを。

私たちは、人それぞれの多様性を大切にすること時代に、
多彩なスタイルと、あらゆる人のニーズに応えます。

ウェットシェービングをはじめとするパーソナルケア製品を通じて、
あなただけの「自分らしさ」をサポートをしていきます。

あなたの未来は、その手にある。

すべては、その手から、はじまる。

