



「CLUB CEO」放送情報

【121回放送】株式会社ポーラ 及川 美紀 代表取締役社長

経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組「CLUB CEO」（interfm 毎週日曜日朝7:00放送 パーソナリティ：弊社代表五十嵐彰）に株式会社ポーラから及川 美紀 代表取締役社長にご出演いただきました。番組の概要は下記のとおりとなります。



※1枚目 後列左から SMBC 鈴木さん、及川社長、五十嵐。前列左から Z世代ゲスト増田さん、岩出さん。2枚目 左から及川社長、五十嵐。

放送日 : 2024年7月21日(日) 7:00~7:55
放送局 : interfm (FM897)
出演者 : 及川 美紀 (おいかわ みき) さん
(株式会社ポーラ 代表取締役社長)

略歴 >

宮城県石巻市出身 東京女子大学卒
1991年 ポーラ入社
2007年 埼玉エリアマネージャー)
2009年 商品企画部長
2012年 執行役員 商品企画・宣伝担当 商品企画部長
2014年 取締役 商品企画・宣伝・美容研究・デザイン研究担当 商品企画部長
2015年 取締役 訪販多様化事業担当 多様化企画開発部長
2016年 取締役 訪販営業担当
2017年 取締役 トータルビューティー事業担当
2018年 取締役執行役員 事業本部担当
2020年1月 代表取締役社長就任 (現職)
2021年4月 ポーラ幸せ研究所創設 所長

Z世代： 増田 美玖さん(都内の女子大2年生)

大学では国際関係を学ぶ。サークルはファッションとサステナビリティの
 関係性について SNS での情報発信を行っている。日本模擬国連四ツ谷研究会所属。

岩出 碧悠さん(第一学院高等学校 札幌キャンパス 2年生)

学校に通いながら、英検や漢検、化粧品検定、防災士など興味のある分野の資格取得
 に励んでおり、次は化粧品検定 2 級を目指して勉強をしている。

放送内容： 幸せを追求する新たな取り組み

2021年4月、及川社長はポーラにて新たな研究機関「ポーラ幸せ研究所」を創
 設。ポーラの企業理念である「Science. Art. Love. 私たちは美と健康を願う人々お
 よび社会の永続的幸福を実現します」の中にある、「永続的な幸せを実現する」と
 は？という問いが設立のきっかけとなった。働く幸せ、化粧品を使う幸せ、さら
 には世の中全体の幸せなど、さまざまな形の幸せが存在する中で、社員全員と一緒
 に幸せの定義を明確にしたいという思いがあった。

「幸せなチームが結果を出す」

慶應大学の前野 隆司先生ご夫妻が研究のサポートに入り、この
 協力の成果として及川さんと前野マドカ夫人の共著である「幸
 せなチームが結果を出す」が日経 BP から発売されている。
 ポーラ幸せ研究所には、働く幸せを考える専門チームが存在す
 る。その一つが「ビジネスパートナーの働く幸せを考えるチ
 ム」であり、ポーラショップで働く人々の幸せを追求してい
 る。調査の結果、単に売上が上がるだけでなく、お客様の継続
 率の高さや離職率の低さなど、具体的な成果が見られた。これ
 らの成果をまとめたものが、前述の本として出版されている。



スタジオにポーラの商品をお持ちいただきました！

<リンクルショット メディカルセラム>

しわを改善する美容液として、日本で初めてしわ改善医薬部外品として認可された
 商品。先端の形状が特徴的で、しわを広げながら直接塗布することが可能。これまで
 存在しなかったしわ改善のカテゴリーを切り開いた、ポーラの革新的な美容液。
 ポーラの研究員である、檜谷 季宏さんは開発段階からこの美容液を片方の顔に塗り
 続け、その効果を自らの肌で証明している。「ポーラ リンクルショット 研究員」で
 検索すると、その実績を見ることができる。

<ホワイトショットフェイシャルセラム>

2024年2月に発売された美白美容液。エウレカピンクのパッケージに包まれてお
 り、エウレカはギリシャ語で「発見」を意味する。



※1 枚目：リンクルショット メディカルセラム

※2 枚目：ホワイトショット フェイシャルセラム。

※3 枚目：APEX シリーズ。APEX は肌分析結果に基づき、重視すべきケアを一人一人の肌に合わせて設計。

ポーラの愛と革新の歴史

1929年（昭和4年）、静岡にて、創業者・鈴木忍さんが手の荒れた妻のために、今ある最高の材料で、自分ができる最高の調合で作ったハンドクリームがポーラ創業の始まり。妻への愛から生まれたこの化粧品が、ポーラの歴史の第一歩となった。

愛を大切にする企業理念

ポーラは、創業当初から「愛」を大切にしている。鈴木忍さんの理念は、「美しさを販売し、商品を奉仕せよ」であり、化粧品は単なる商品ではなく、美しくなる行為や気持ちを提供するものであるとポーラは考えている。

訪問販売とお客様への思いやり

創業当時、ポーラはお客様に直接化粧品を届ける訪問販売を行っていた。容器代を節約するために、必要な量だけを量り売りをしていた。

また、当時は昭和初期で化粧品が一般的ではなく、一人ひとりに合ったお手入れ方法を提供していた。これが現在のエステサロンや百貨店でのサービスに発展している。

進化する肌分析とカウンセリング

ポーラは、美しさを追求するための技術革新を続けている。全国約 2,600 箇所のポーラのエステサロンやショップでは、カウンセリングも行われており、7月から新しい肌分析がスタート。この肌分析は、30年以上前から蓄積してきた 2,000 万件以上のデータを基に、ビッグデータと AI を活用して行われる。AI から導き出された肌データとプロのカウンセリングと組み合わせ、肌の内側の状態を詳しく推察することが可能。

未来創造会議テーマ『この時代の商品戦略とは』（Z世代→経営者）

増田さん：ビジネスにおいてサステナビリティに取り組むことは難しいと感じています。興味はあるものの、どこまで資金を投入するか、価格とのバランスが難しいと思います。

及川さん：例えば、化粧品に期待することは何ですか？

増田さん：ポーラさんはスキンケア商品が多いと思いますが、リップなどは口に直接つけるものなので、ごはんを食べる際に体内に入っても大丈夫か、素材の自然さなどを気にします。

岩出さん：私はコスメのレビューが多くなっている中で、レビューの良さを取るのか、コスパの良さを取るのかが大きな問題だと感じます。レビューの良い商品は高価なものが多く、プチプラ商品も多いですが、肌に合うかどうか二極化しています。

及川さん：私たちの化粧品は、10代の方から100歳以上の方まで幅広く使われています。どの年齢層に合わせるかが非常に悩ましいところです。例えば、50代の方でもライフスタイルによって求めているものは異なります。ハードワークで自分の手入れに時間を割けない人もいれば、化粧品が大好きで楽しくお手入れをしたい人もいます。お客様をどう理解し、考えるかが大事です。

及川さん：先ほど話に出たサステナビリティ、これからの地球への責任をどう果たすかも企業として大事にしていかなければなりません。

及川さん：ポーラは説明責任を果たすために、肌の研究、原料、こういう工場でこんな人たちが研究開発をしているということを伝えたいと考えています。メーカーとしては丁寧に説明していくことが大事です。また、容器の簡略化や商品の説明書をQRコードで提供するなど、プラスチックの使用量を極限まで削減し、分別しやすくする取り組みを行っています。

未来創造会議テーマ『自分らしさとは？』（経営者→Z世代）

及川さん：化粧品を長年やっていると、昔は5歳若返るメイクや、〇〇に見えるメイクなど、ステレオタイプを求める傾向が多かったように感じます。しかし、これからはもっと個性的で、自分の好きなもの、自分

らしさを大切にする時代が来ると思います。とはいえ、自分らしさを表現するのは難しいこともあるので、どう表現すれば良いのかをお二人に伺いたいと思います。

増田さん：自分が譲れないことに対して素直でいることが大事です。自分の意見を持っていること、曲げたくないことは貫き通すことが重要だと思います。

及川さん：好きなものや好きな場所が違っていたときは、どのように解決するのでしょうか？

増田さん：例えば話し合うときには、周りの意見を踏まえながら全体の意見を作り上げることが大切です。自分の意見を伝えたくて、グループの意見を作り上げるのが素敵だと思います。

及川さん：自分らしさを認めるということは、他人の自分らしさも認めることなんです。

岩出さん：私は音楽が好きなので、音に載せて歌やダンスをし、体で表現することが好きです。

及川さん：集団でいるとき、皆と同じでないと感じずかしい時もありますが、それを打ち破りたいと思っています。好きな髪型をして、好きなことをして、皆が楽しんで表現してくれたら嬉しいです。

岩出さん：他の人と服が似ると個性が消されたように感じます。常に同じ化粧や服を身にまとうのではなく、変化させていくことにこだわりを持っています。

及川さん：気分に合わせて自分らしさの表現を変えていくのは良いですね。表現することの楽しさをもっと持っていきたいです。

増田さん：百貨店でカウンセリングを受けるときに、普段自分では使わないものを勧められることがあります。そこで新しい自分に出会うことができるのです。周りの意見も取り入れながら、自分の表現を楽しんでいけたらいいなと思います。

及川さん：お二人の話を聞いて、自分らしさの表現にはチャレンジして新しい発見をすることが大事だと感じました。チャレンジって大事ですよ。自分の好きなものを探すのも良いかもしれません。

番組を通じて Z 世代の感想

増田さん：従業員の方へも、消費者に対しても幸せを追求していくというのはポーラさんの魅力だなと思いました。

岩出さん：何十年も研究に時間をかけた価値や、すごさと経営とのバランスが絶妙なもので、大切なんだなと思いました。札幌から来て本当に良かったです。

及川さんにとって、「美と健康のウェルビーイングとは??」

> 『新しい自分の発見を楽しむ!』

- 選 曲：1曲目) This Is Me(Keala Settle & The Greatest Showman Ensemble SS)※及川さん
2曲目) シングルベッド(シャ乱 Q) ※及川さん
3曲目) good 4 u(Orivia Rodrigo)※増田さん
4曲目) Click(ME:I)※岩出さん

企業情報：会社名：株式会社ポーラ

設 立：1946（昭和21）年7月11日（創業 1929（昭和4）年 静岡市）

代表者：代表取締役社長 及川 美紀

所在地：本社：東京都品川区西五反田 2-2-3

事 業：スキンケア・メイクブランドの展開、エステサービスなど、お客さまの求める「美」を様々な角度よりサポートし、国内外で事業を展開。国内事業では、お客さまがライフスタイルに合わせて購入場所やサービスを選択できるように販売チャネルを多数展開。

資本金：110 百万円

社員数：1,329 名（2023 年 12 月末現在）

（委託販売契約を結んだ個人事業主約 23,000 名）

～SMBC グループ協力～

『お金とくらしのトリセツ』

講 師：SMBC コンシューマーファイナンス株式会社 鈴木 麻里さん

テーマ：「金融の仕組み」

内 容：7月3日より新紙幣の発行が始まり、3D ホログラム技術が採用された。

この技術を紙幣に使うのは世界初で、偽造防止の効果がある。新紙幣を発行しているのは日本銀行。日本銀行の主な役割は①紙幣の発行、②金融システムの安定、③物価の安定。物価の安定には公開市場操作が用いられ、インフレ時には国債を売り、デフレ時には国債を買うことで金融機関のお金の量を調整し、金利を操作している。

<収録の様子>



※1 枚目、2 枚目はスタジオにお持ちいただいた B.A シリーズ



※1 枚目：収録の合間の及川社長と Z 世代ゲスト岩出さん。2 枚目 左から及川社長、Z 世代ゲスト増田さん、岩出さん、五十嵐。

なお、この番組の放送に収まらなかった完全版は AuDee、Spotify でお聴きいただけます。

・ AuDee 公式ページはこちら：<https://audee.jp/program/show/100000357>

さらに Z 世代のメディアコミュニティ「Steenz」では、オリジナル動画コンテンツとして、放送とは異なる目線で、経営者と Z 世代の熱のこもった対談の様態を配信していきます。

・ Steenz 公式ページはこちら：<https://steenz.jp/>

■Steenz (スティーンズ) とは？ (<https://steenz.jp/>)

多様性の時代を生きる 10 代がもつ「自分らしさ」にフォーカスし、その生き様を賞賛し、個性を磨き続けられる社会を実現させるためのメディア・プロジェクト。

■CLUB CEO とは？

「経営者と Z 世代をつなぐ未来創造番組」をコンセプトに、毎週日本を彩る『真の』経営者をゲストにお迎えし、経営者の人柄や事業内容に迫るだけではなく、小学館が運営する 10 代向けメディアコミュニティ『Steenz (スティーンズ)』ならびに幼児から中高生・社会人まで教育サービスを総合的に展開する株式会社ウィザスと連携し、Z 世代が持つ「価値観」や「社会課題」を経営者と一緒に考え学んでいく番組です。

< 番組概要 >

番組名 : 「CLUB CEO」
放送局 : interfm (FM897)
放送日 : 毎週日曜日 AM7:00-7:55
進行 : ナビゲーター五十嵐彰
(株式会社 C MerTV 代表取締役社長)

