



自社製品のブランド理念の理解や徹底のため、担当社員・店頭スタッフによる植樹体験の実施

「樹木との共生」を掲げる自社製品の原材料にゆかりのある地域に設定した協定締結林において、毎年、担当社員・店頭スタッフによる植樹体験を実施。



導入の経緯と決め手

2020年に誕生した「樹木との共生」をテーマに掲げる資生堂のスキン＆マインドブランド「BAUM（バウム）」は、「樹木の恵みを受け取るだけではなく、自然に還していく」というブランドの哲学に基づいた活動として、樹木の恵みを余すところなく受け取り、健全な森林を育成・保全し、未来へ繋ぐサステナブルな循環を生み出す取り組みを行なってきた。

このブランド理念の理解や徹底のため、2021年に、社員・店頭スタッフでの植樹体験を導入。



取組内容とその効果

＜実施地域：BAUM オークの森（岩手県盛岡市）、BAUM ひのきの森（愛媛県新居浜市）＞
自社製品の木製パーツに使用しているナラの故郷の1つである岩手県に設定した「BAUM オークの森」において、2021年以降、毎年、社員・店頭スタッフがナラ苗木の植樹体験を実施。ヒノキ成分利用開始をきっかけとして愛媛県に2024年に設定した「BAUM ひのきの森」での活動では、植樹と組み合わせ、苗木の育苗センターを訪問して植え替え作業も体験。また、樹木の恵みを受け取るだけではなく、自然に還していく取組の一環として、植樹するナラやヒノキの苗木を店舗で栽培する取組も実施。
資源循環を身をもって体験することによって、店舗スタッフ等のブランド理念に対する理解が深まり、店舗でお客様に商品を紹介する際に、その価値をより深く説明できるようになった。



従業員の声

植え終わった後の達成感は
桁違いで四国の大自然を感じ
これぞ森林浴とを感じるひと
時でした。
今回の植樹体験を通して
ひのきや樹木についての知識
がついたことに加えて
よりブランドを理解する機会
になったことが何よりも
嬉しかったです。



役割分担と参加促進に向けた取組

企業から、協定先の住友林業株式会社、地方自治体を通じて、地元の森林組合や林業事業体に、技術面や安全面での指導、事前の整備を依頼している。
企業の担当者において、運営や安全性、前後の研修内容などを検討している。
店頭スタッフは、この植樹に参加することがモチベーションとなっている。

■プログラム構築：

自社で企画運営

■導入形態：

選定された者が参加必須の研修（宿泊・日帰り）

■対象者：

社員（一部・ブランド関与者）

店頭スタッフ（選定）

■費用負担：

企業が全額負担



目的

- チームビルディング・社内コミュニケーション強化
- 自社事業・企業理念に対する理解向上
- 能力向上・内省
- 環境教育



結果（企業の声）

- 普段顔を合わせない地域のスタッフ同士の交流や、企業活動への深い理解を提供できた。