

株式会社資生堂（製造業）

《女性クリエイターらによる感応を意識した企画立案～製品開発でメガブランドの戦略策定に寄与》

◆ダイバーシティ経営の背景

- ・ マーケットの移り変わりが激しい生活用消費材の分野で、新たな市場創造に向かうためには、女性をはじめ様々な視点を持った多様な人材の発想が必要であるという認識を全社で共有していた。
- ・ 経営方針として、2005 年から「男女共同参画行動計画」を策定して社内外に公表。2010 年からの第 3 次では、「女性リーダーの任用・育成強化」「働き方の見直し」を重点課題とし、執行役員を部会長・副部会長とする組織体「男女共同参画プロジェクト」を設置してアクションプランを推進中。

◆取組内容

- ・ 「キャリアサポートフォーラム」（社外や女性役員による講演、ラウンドテーブルなどのプログラムを実施）や「きやりなびランチ」（社内外の女性ロールモデルの講演を聞くランチ会）など女性社員のキャリアに対する意識向上のための取組を進めるほか、事業所内保育所「カンガルーム」の設置・運営や、「イクメンランチ（育休取得経験のある男性社員とその上司のインタビュー、意見交換会）」で男性の育児参加への意識啓発を行うなど、多様な取組を実施している。
- ・ 2005 年に立ち上がった「メガブランド戦略」では、低迷していたシャンプー・リンス市場で No.1 を奪回するため、部門を横断したプロジェクト体制が生まれ、従来の男性による意思決定では成し得なかった商品開発を追求するため、社内でもトップクラスの女性マーケッターを中心に意思決定権を持たせた。
- ・ 一方、グローバル市場への展開に向け 2008 年に「グローバル人事ポリシー」を作成、日本と現地の連携を深める人事交流や、現地子会社間での人事異動を含めた人材連携など、海外現地法人社員に対する人材育成の本格的取組を開始。また、2012 年度は現地法人外国人約 50 名に対し、グローバルリーダー育成プログラムを実施した。

◆成果

- ・ アクションプランに基づく両立支援施策や女性のキャリアアップに関する取組により、本社内での商品開発や試作など意思決定を行う会議の場に女性が増加。上記プロジェクト体制のもと、洗い上がりの手触り感を重視し、洗練されたパッケージを採用するなど従来にない視点での商品開発が行われた結果、シャンプー・リンス市場で発売直後にシェア 1 位を獲得するなど、女性をはじめとした多様な人材の視点や発想を活かした商品開発等によって業績拡大などの成果を上げている。

＜企業概要＞

設立年	1872 年	資本金	64,500 百万円
本社所在地	東京都中央区銀座 7-5-5		
事業概要	化粧品製造・販売等		
売上高(※)	682,400 百万円（※）直近決算期（2012 年 3 月）		

＜従業員の状況（単体）＞

総従業員数	5,877 人（うち非正規 1,908 人）
属性ごとの人数等	【女性】3,497 人（うち非正規 1,460 人）、女性管理職比率 23.8%（※連結） 【外国人】非公表 【障がい者】112 人
正規従業員の平均勤続年数	男性 18.1 年 女性 17.4 年