

購入者の9割が女性という業界特性 踏まえた「働き方改革」のあり方とは

2017年の化粧品業界を振り返ったとき、必ず候補として挙がってくるであろうものの1つに「働き方改革」があることに異議を唱える声は少数派と思われる。

姉妹紙 週刊粧業では、春の特大号において「働き方改革」をテーマに特集を組んだ。完成形に至っていない等の理由などから取材辞退が続出したものの、勇気を持って取材の求めに応じてくれた12社に支えられ、何とか2017年の化粧品業界にとって重要なテーマである「働き方改革」の実態を報道できないという最悪な事態は回避することができた。

特に、社会的責任がより重みを持つ大手企業でありながら、グループから取材企業を2社も送り出してくれたポーラ・オルビスグループの存在感は際立っていた。

「働き方改革」において化粧品業界が特に注目されるのは、化粧品使用者の9割を女性が占め、女性の就業比率が他業態に比べて極めて高いため、特に女性活躍推進に関して政府から圧力をかけられる前に、どのぐらい実施してきたのかが問われることとなった。こうした中、これまで推進してきた女性活躍推進の取り組みを端的に説明できない事態を放置していたなら、いつかマーケットから厳しい判断が下されるだろう。

女性活躍推進に向けて他社よりも先進的な取り組みを進めてきた企業にとっては、その姿勢を真摯に伝えることができれば、結果として、企業イメージの向上、さらには顧客との絆の深まりが期待できる。

特に、これまで進めてきた女性活躍推進の取り組みについて、競合企業に対しても率先してレクチャーし、業界全体が発展していく

方向性に持っていった企業があったとしたら、その企業は賞賛を浴びるに違いない。

実際にそれを実践しているのは、グローバル企業のP&Gであり、その日本法人のP&Gジャパンでは、昨年3月に「P&Gダイバーシティ&インクルージョン啓発プロジェクト」を発足、社外に無償で研修や講習を行っている。取引先や同業を含めてすでに200社ほどに同社の考え方や取り組みを説明したという。

一方、女性の利用者が圧倒的に多い「@cosme」を運営するアイスタイルでは、取締役兼CCOの山田メユミ氏が、自らの子育てママとしての経験をもとに、スキルアップもライフバランスも諦めずに充実させる新しい女性の働き方を求めて、美容に特化したデジタルコンテンツの制作会社「ISパートナーズ」を昨年3月に立ち上げ、正社員としてフルタイムで働くことができない境遇にいる優秀な女性たちに対して活躍の場を提供すべく取り組みを進めている。

山田氏との取材の中で特に印象に残ったフレーズは、「今ある組織が巨大であればあるほど、時短の有力な手段であるはずの『在宅テレワーク』は導入を躊躇してしまいがちだが、新しい組織をつくり、そこでノウハウをしっかりと蓄積できれば、自信を持って巨大組織にも適用できる」というものだった。

さすが情報発信力もあり、聞き手に回ってもエキスパートな山田さんならではの発言と感じた。ISパートナーズでの経験・ノウハウを活かし、アイスタイルグループ全体に「在宅テレワーク」システムを導入した暁には、是非とも化粧品メーカーに対して、培ってきた経験を説明する機会を設けて欲しい。📌