資生堂

「第2回 日経SDGs経営大賞 社会価値賞」を受賞

資生堂は、「第2回 日経SDGs経営大賞」にて社会価値賞を受賞した。日経SDGs経営大賞は、「日経SDGs調査」を通じた評価に基づき、外部審査委員会が企業の取り組みや戦略を総合的に審査し、SDGsと経営を結び付けることで事業を通じて社会、経済、環境の課題解決に取り組み、企業価値の向上につなげた企業を選出し、表彰するもの。今回の受賞では、資生堂の女性活躍を中心としたダイバーシティ経営の促進や、ビューティーカンパニーとしての本業を通じたライフクオリティーメイクアップの取り組みが評価された。

資生堂は、1872年創業当初から、日本初の民間西洋風調剤薬局や化粧品事業など、西欧の生活文化を日本の社会へ取り入れ、新たな価値を創造してきた。

2019年には、企業使命を「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（ビューティーイノベーションでよりよい世界を）」と定め、企業としての成長はもちろんのこと、本業であるビューティービジネスそのもので、社会課題の解決や、人々が幸せになる持続可能な社会を実現することを目指している。

特に、同社の強みであるダイバーシティ経営では、SDGsの17の目標の1つである「ジェンダー平等の実現」を目指し、日本社会の課題である女性活躍の推進をリードするため、2023年には国内の女性管理職比率を機会均等の象徴である50%に高めていく方針を打ち出している。

アルビオン

沖縄の人材育成支援プログラムに協力

小林社長

アルビオンは、令和2年度内閣府「沖縄型産業中核人材育成事業」内の機能性食品及び化粧品等製品開発力育成プログラムに参加し、自社の化粧品開発のこだわりや、生産技術、品質保証、営業などに関する講義を行い、モノづくりとビジネス事例を紹介した。

講座は10月20日～11月27日までリモートで全20回開催され、いずれも同社で働く第一線のメンバーが講師にあたった。アルビオンの実例を挙げながら実際の企業がどのように化粧品を生み出し、ユーザーの手元に届けるかを開発、生産、品質保証、営業など、様々な観点から考察してわかりやすく紹介。講座の最終回には、小林章一社長が「経営論」として全体を総括した。

今回同社は、東京農業大学生物産業学部食香粧化学科（北海道・網走市オホーツクキャンパス内、横濱道成学部長）で国内唯一の「化粧学」の寄附講座を行っている実績が評価され、化粧品学の講座を提供する形で参加することになった。

花王メリーズ

4年連続でマザーズセレクション大賞を受賞

花王のベビー用紙おむつ「メリーズ」はこのほど、一般社団法人日本マザーズ協会が主催する「2020年マザーズセレクション大賞」を受賞した。

日本の子育て支援・母親支援の一環として2009年に創設された同賞は、子育て期のママたちが愛用している「モノ」や、ママたちの応援となる「コト」の中から一般のママたちの自由投票による得票で選出される。

今回、「メリーズ」は延べ2万7938票の中で最も多くの票を獲得し、2017年、2018年、2019年のマザーズセレクション大賞に続き、4年連続での受賞となった。

The Voice

第21回JAPANドラッグストアショー実行委員長

江黒 太郎 氏

オンラインで距離と時間から解放 業界関係者のアクセス向上に期待

大規模展示会としては初開催も法人としての初のオンライン開催となる第21回JAPANドラッグストアショーの運営を委ねられた。オンライン開催には、紆余曲折があった。節目となる第20回がコロナ禍で中止となり、改めてセルフメディケーションをアピールする場を失った。一般社団中、20年8月にオンライン開催を決定した。

「リアル開催も検討したが、やはりドラッグストアショーの本来の意味であるセルフメディケーションを啓発していく活動だということに立ち帰った時に、万が一にもクラスターが発生した時に、本来の目的を外してしまう。今回はオンラインでの開催を決議した」

オンラインの価値を考え、メリットを活かす準備が進められている。それは、距離と時間からの解放に集約される。

「幕張で開催していた時には、どうしても首都圏のお客さんが中心となっていた。オンラインで開催することによって、日本全国、海外からも容易にアクセスできる。私が社長を務めるクスリのマルエのスタッフは、リアル開催の時、20人ほどしか来場していなかった。当社はパート・アルバイトを含めると、1000人強の従業員がいる。オンラインで1000人がアクセスできる可能性があるということは、非常に大きなことだと思う。

もっと大きな企業や全国に展開している企業があることを考えると、業界関係者のアクセス向上に期待がもてる。出展者のみなさんにとっても、現場の店長やスタッフにオンラインの中で自社製品に触れあってもらえる確率が上がる」

集客もオンライン化を図る。従来の店頭へのポスター掲示に加え、加盟企業のSNSなども活用する。（F）

（禁無断転載）©Ⓡ
本紙の全部または一部を無断で複写複製（コピー）することは、堅く禁じられております。
本紙からの複写を希望される場合は、出版者著作権管理機構（JCOPY）（03-3513-6969）まで必ずご連絡下さい。