

労働政策フォーラム

資生堂労働組合の取り組み ～イキイキと活力ある職場づくり～

2012 - 1 - 24

資生堂労働組合
中央執行委員長 赤塚 一

社名の由来と創業の精神

1872年創業 140年目

先取の気質
西洋の科学と東洋の叡智を融合

「大地の徳は
なんと素晴らしきものであろうか。
すべてのものは、大地から生まれる」

至れる哉(かな)坤元(こんげん)
万物資(と)りて生ず
『易経』

至哉坤元
万物資生



初代社長 福原信三

商品をしてすべてを語らしめよ

すべてのことは
リッチでなければならない

ブランドは世界に通用するもので
なければならない



1916年(大正5年)化粧品部開店

資生堂ならではの価値

資生堂ならではの価値

リッチ

モノやサービスの質の高さを細部にわたって徹底してこだわり、実現していること

ヒューマンサイエンス

研究開発において、肌を美しくすることだけでなく、ヒトの心にかかに働きかけるかままでを探求していること

おもてなし

ヒトやモノを介した触れ合いを通じ、心までも豊かに導いていくこと

【リッチ】:資生堂スタイル



1916年(大正5年)

「意匠部(現在の宣伝制作部)」発足



品謝代堂生資
 怡茂... 水香の堂生資
 しーりくどしーこ堂生資
 こへまろ清麗ノ美
 専の顔輝心笑顔に華美
 るくつを思い白く輝

資生堂化粧品

花梅会にお入りください
 私の美人像
 オレンジ・デ・キドル
 現代工藝展
 紫雲へ、肌色へ、表情へ、
 住さむの、肌をめぐる、ベネフェーク

資生堂スタイルの象徴
 「資生堂書体」

【ヒューマンサイエンス】:研究開発

フランス



日本



アメリカ



タイ



中国



資生堂グループのグローバルR&D展開
 研究開発スタッフ:約1,000名

【おもてなし】:ビューティーコンサルタント(BC)

ビューティーコンサルタント(BC)

お客さまに接し、おひとりおひとりに最適な商品や美容法をお伝えする
 「資生堂の顔」としてふさわしい素養を身につける
 皮膚科学や商品知識、スキンケア・メーキャップの技術、身だしなみ等



店頭応対研修

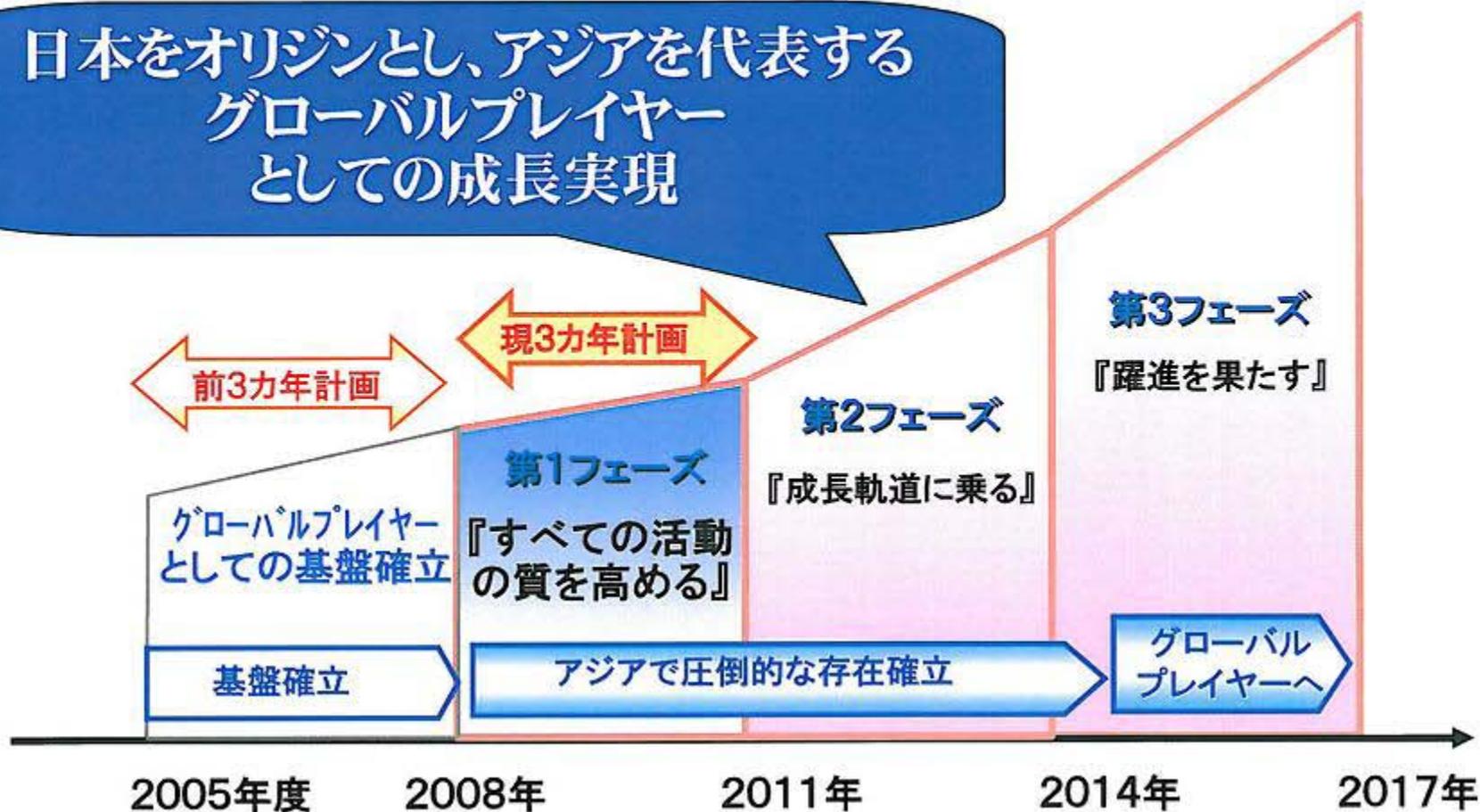


BCコンテスト世界大会

中期経営計画

資生堂の10年ロードマップ

日本をオリジンとし、アジアを代表する
グローバルプレイヤー
としての成長実現



(株) 資生堂のプロフィール

- ・ 所在地：東京都銀座7丁目
- ・ 創業：1872年(明治5年)140年目
- ・ 従業員数：45,780名 (国内外)
内40%超海外勤務
- ・ 主な事業：化粧品製造・販売

2011年度連結業績 (見込み)

- ・ 売上高 6,800億円 (前比+4%)
国内 3,830億円 (前比0%)
海外 2,970億円 (前比+3.2%)
- ・ 営業利益 505億円
- ・ 営業利益率 5.9%

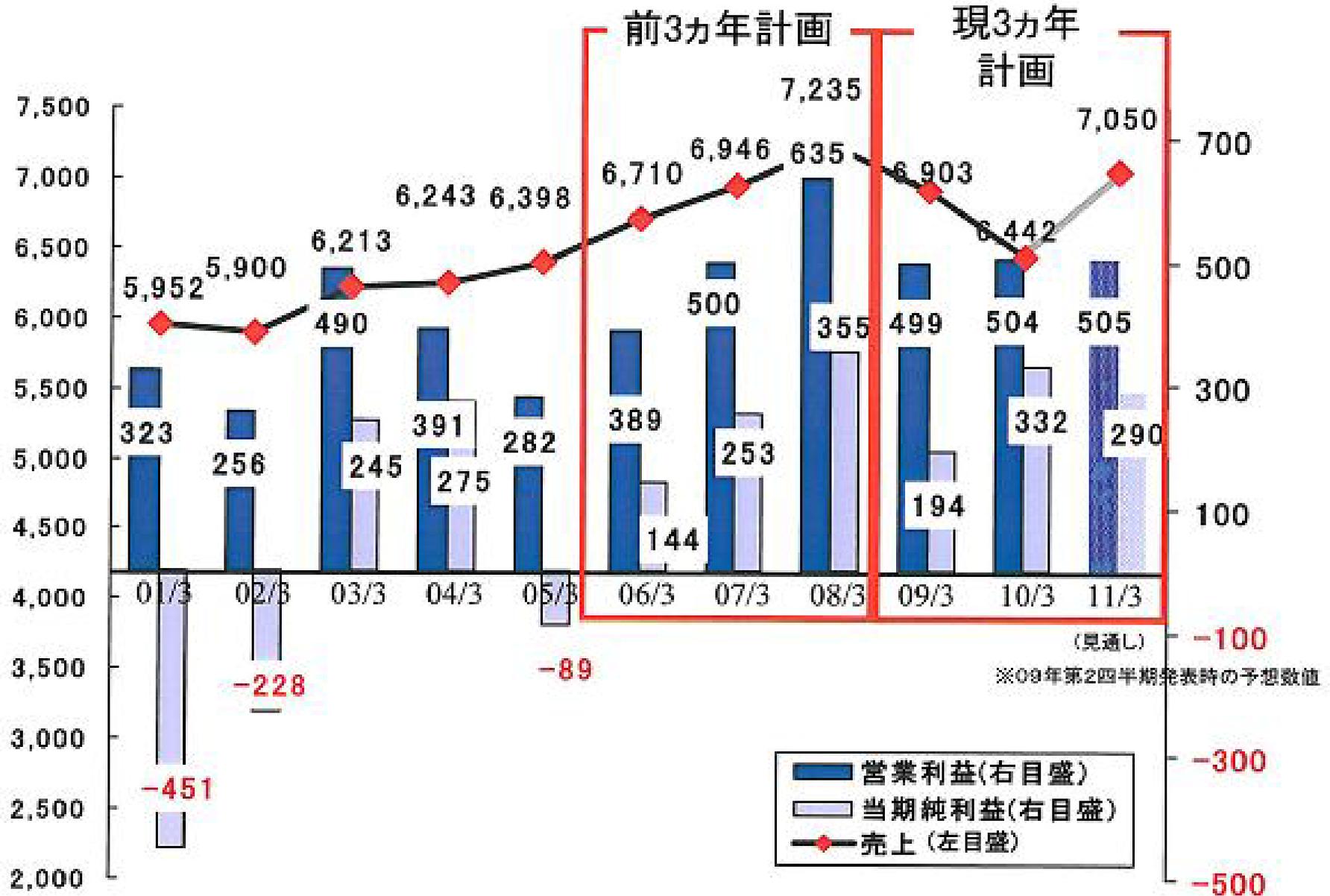


東京・銀座に創業
明治5年 (1872年)



ミス・シセイドウの活躍
(昭和9年・78年前撮影)

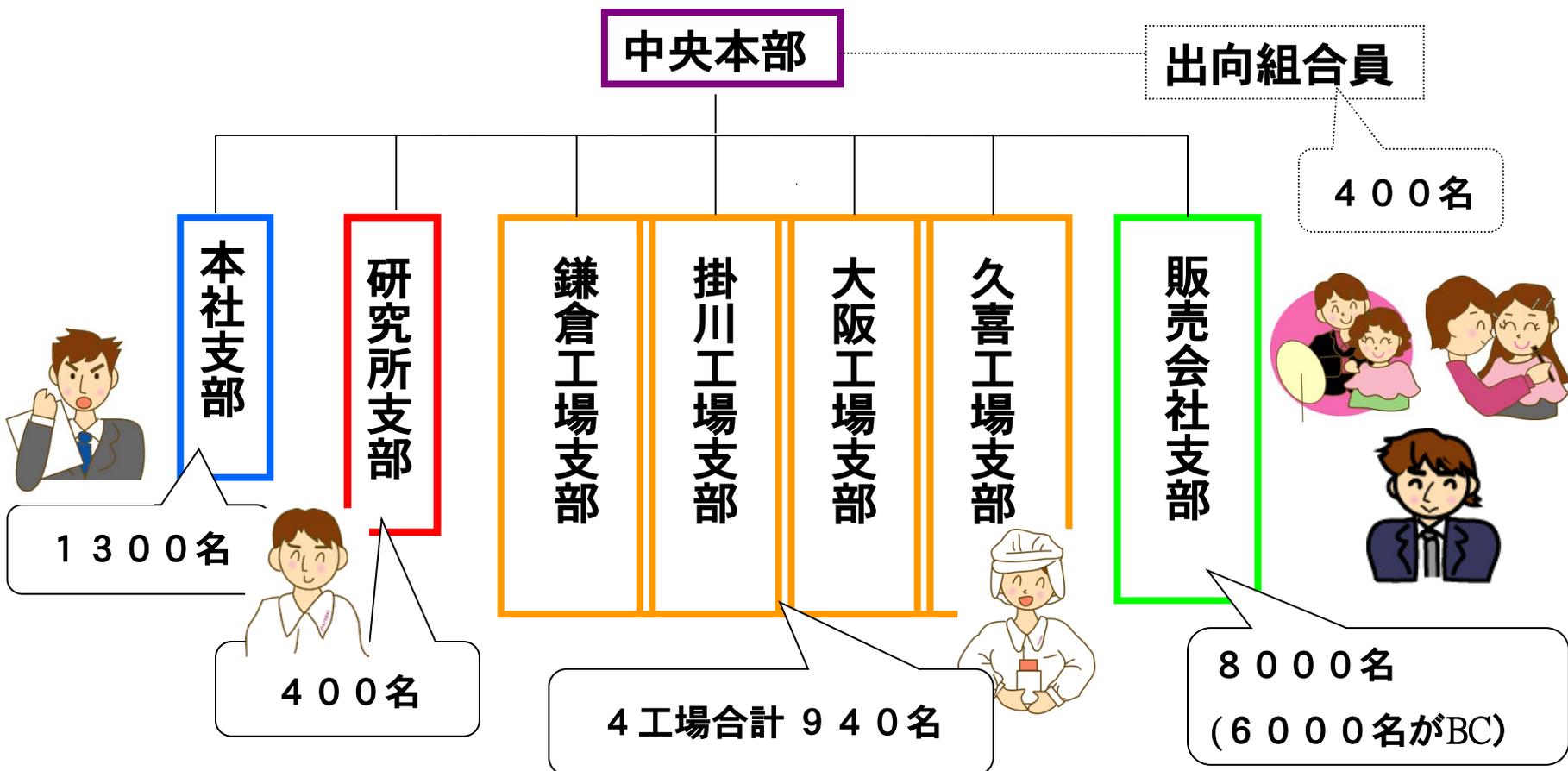
会社業績の推移 (連結)



労働組合の組織

発足66年目

組合員：約11,800名（女性80%）



資生堂労働組合の特徴

- 組合としての経営チェック (政策)
- 製造～販売が一つの組織で活動 (組織)
(研究所・工場・本社・販売)
- イキイキと活力ある職場づくり (活動)
- 女性組合員に向けての活動 (希望)
女性が80%(美容職が6,000名)

経営改革への取り組み（1998～）

- **ベアゼロ要求（経営の立て直し要求）**
 - ・ 組合員（現場）の悲痛な叫び
 - ・ 現状認識に対する労使のかい離
 - ・ 組合員の思いを背負った労使交渉
 - ・ 涙の労使交渉

- **経営改革**

- **経営改革達成に向けた組合の取り組み**

- **組合としての経営チェック**

女性の活躍支援への取り組み (1995~)

□ 仕事と出産・育児の両立

育児休暇、時間が取得しやすい環境づくり

- ・チャイルドケアプランの作成、導入
- ・両立支援ガイドブックの作成、活用
- ・子育て支援セミナー、パパママセミナーの開催
- ・制度、運用の充実（カフェテリア制度・短時間勤務など）
 - ┌ B C マタニティ制服の要求
 - └ B C カンガルースタッフ体制

□ ワーク・ライフ・バランス

- ・少子高齢化への対応と労働組合としてのスタンス
- ・すべての社員（経営、管理職、組合員）の意識改革
 - ・本質・本気の取り組み（経営トップ・業務の量的・質的見直し）
- ・職場での労使コミュニケーション…
 - ・風土改革への進展

活動方針（2011年度～）

「時代の変化を見据えた課題への挑戦」

チャレンジと思いやりを大切にする
企業風土をつくろう！

活動の柱

<処遇向上への取り組み>

一人ひとりが輝き会社をもっと良く
することを通じて、私たちの処遇を
向上する

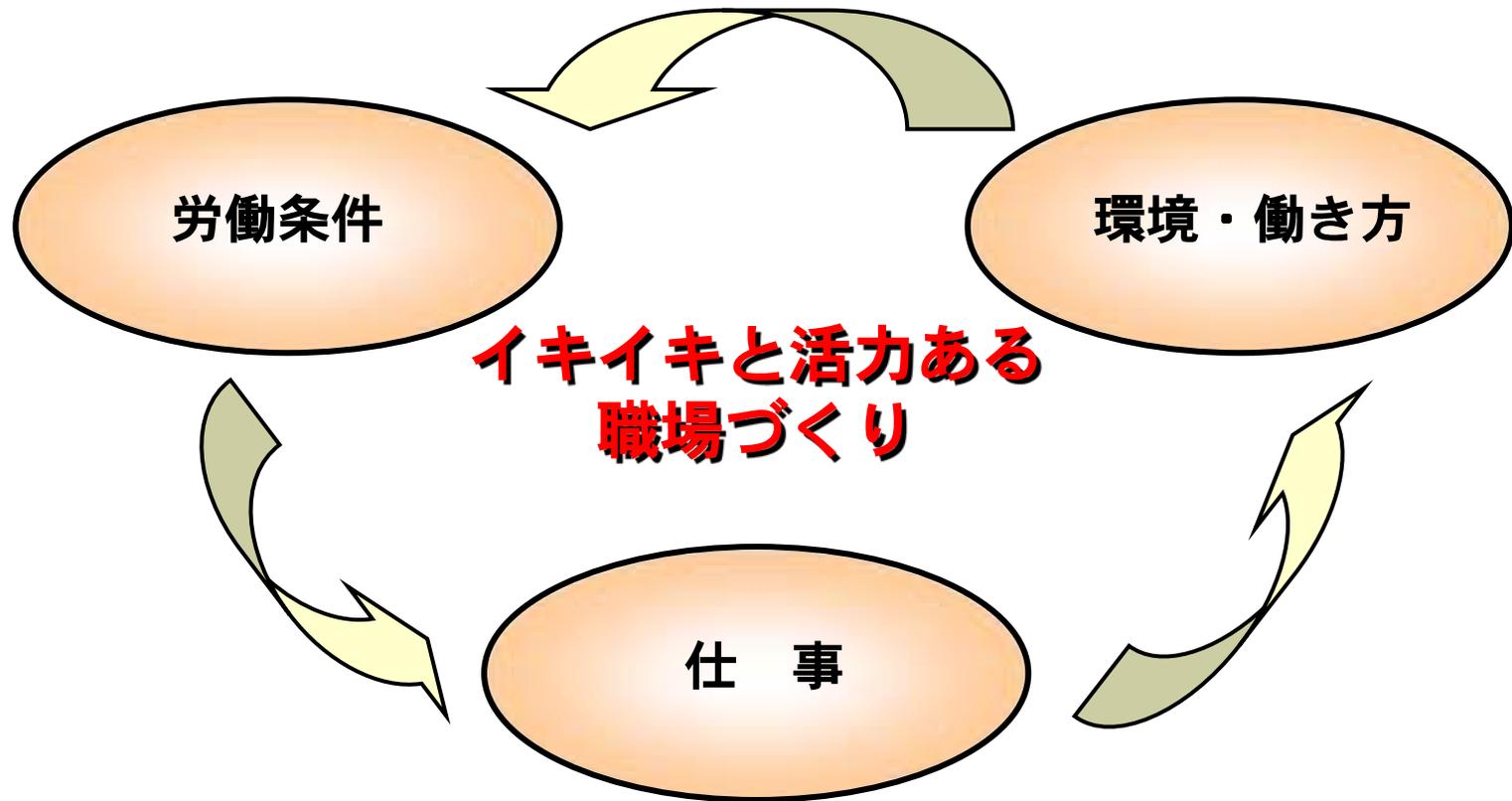
<働きがいのある職場づくり>

職場での活動を通じて、やりがい
のある仕事・働きがいのある職場・
会社にする

<コミュニケーション・チームワークの充実>

コミュニケーション・チームワークの活動を通じて、
仲間とのつながりを強くする

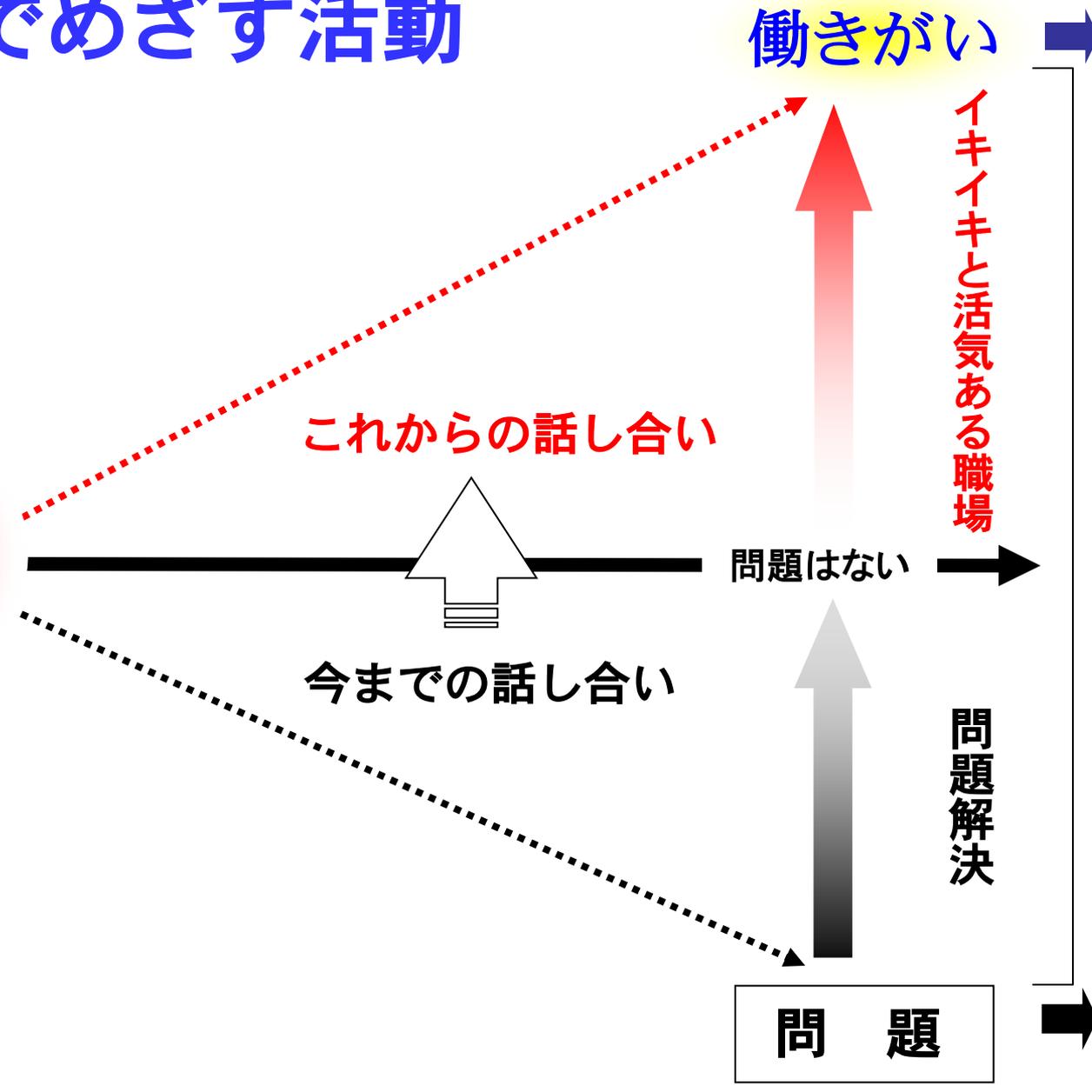
働きがいのある職場づくり



- 目標の共有 : 本音の話し合いによる目標の共有
- 行 動 : 目標達成に向けた掘り下げた取り組み
- チーム力 : 目標に向かい一緒に取り組む

職場でめざす活動

職場



付加価値

職場の話し合い

- ・ 環境
- ・ 働き方
- ・ 仕事

ユニオンネット

未来フォーラム

参加労組の活動を高めるために、

お互いの知恵を集め、共感を重ねながら

参加メンバーの思いや志を実現していく組織・活動

(株) 資生堂会社概要

会社プロフィール・沿革

(2011年3月現在)



1872年創業 1927年設立

本店所在地:
〒104-0061
東京都中央区銀座七丁目5番5号
03-3572-5111 (大代表)

汐留オフィス:
〒105-8310
東京都港区東新橋1-6-2

グループ会社数: 116社
(本社除く/非連結子会社及び持分法非適用会社含む)
資本金: 645億円
総資産: 7,402億円
従業員数: 約44,000名 (連結)

主なブランド



SHISEIDO



クレ・ド・ポー
ボーテ



ジャンポール ゴルチエ
(ボーテ プレステージ
インターナショナル)



ヘアミネラル
(ヘアエッセンシャル)



Za



エリクシール
シュペリエル



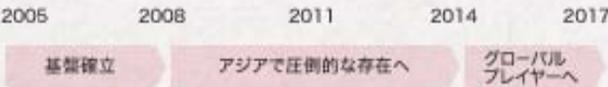
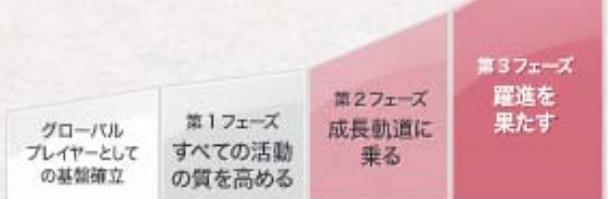
マキアージュ



TSUBAKI

資生堂のめざす姿 (10年ロードマップ)

日本をオリジンとしアジアを代表する
グローバルプレイヤー。

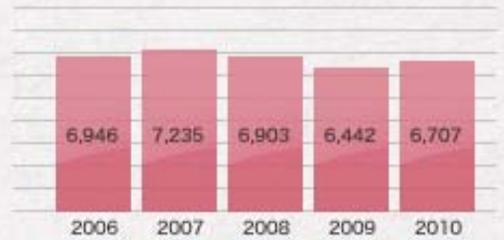


2017年度: 売上高1兆円超(海外比率5割超)
営業利益率(12%以上)・ROE(15%以上)をコンスタントに
確保できる会社になる

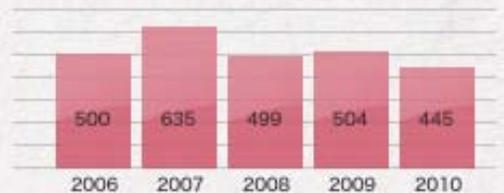
業績推移

(億円)

売上

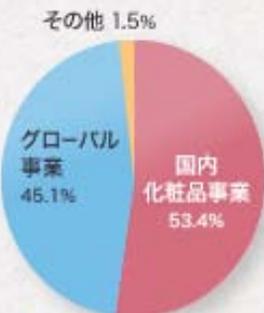


営業利益



事業概要

(2010年度実績)



当社は2010年度に事業セグメント区分を変更しました。
上記数値は新しい事業セグメント区分に従い組み替えたものです。

海外展開



※ 資生堂の名を冠するブランドを販売している国と地域