

【優秀賞】株式会社ライフコーポレーション

住 所：東京都中央区日本橋本町 3-6-2

ホームページ：http://www.lifecorp.jp

従業員数：34,216人（内訳：男性11,272人 女性22,944人）

業 種：小売業

1. 取り組み・支援に至る経緯・課題・目標

(1) 経緯

顧客の8割が女性であるにも関わらず、社内は男性中心の風土であり、女性の配属部門はレジがメインで、その他の部門でも衣料、生活関連などの限られた部門のみに配属されている状態であった。部長職以上は男性120名女性0名、店長は全店224店舗中女性店長2名という状況だった。（2012年2月）

2012年4月、社長のリーダーシップのもと「女性のお客様」のニーズに従来以上に対応するため、また学歴・性別に関係なく能力・やる気の高い従業員がより大きな責務を果たしていく企業風土を確立するために「女性が働きやすい環境」や「女性幹部が育つ風土」の構築にむけ「女性活躍推進プロジェクト」を発足。社内選抜の女性プロジェクトメンバー20名により女性活躍推進のための課題抽出からスタートし、課題の整理・解決に向けたアクションプランを描き「輝け！ Women's LIFE」宣言を全社にむけて提言。女性たちが輝く企業の実現にむけて活動を開始した。

2013年10月からは女性活躍推進を加速させるために専門部署「スマイルサポート室」を社長直下に創設し、プロジェクト全体の管理と遂行および女性たちの相談窓口機能を果たしている。

(2) 課題

プロジェクト発足直後、女性が働く上での社内の課題をアンケートにより抽出、整理し、下記の通り、3つのテーマにまとめた。

① 広 報

- ・女性活躍推進プロジェクトの活動を理解していない。
- ・社内で活躍している女性の認知度が低い。

② 意識改革

- ・男性・女性社員双方に「女性だから」というネガティブな考え方（意識）が強い。
- ・女性たちの絶対数が少ないため、縦横のつながりが少ない。

③ 環境整備

- ・女性のライフイベント時における使える制度を知らない。

(両立支援)

- ・ライフイベント時の制度の利用方法を知らない。
- ・結婚・出産後の働き方に不安を感じている。
- ・働く上でのキャリアプランが見えない。（女性店舗管理職・女性バイヤーが少ない）

(店舗づくり)

- ・女性のお客様に配慮した設備や売場になっていない。

第2回「エンパワーメント大賞」受賞組織の取り組み

(3) 目標

「女性のお客様」のニーズに従来以上に対応し、お客様より「ライフっていいねえ！」と言っただけのように、また女性達がライフイベントに関係なく生き活きと働くことができる企業風土を確立する。

2. 具体的な取り組み、仕組みや工夫について

女性活躍推進プロジェクトの発足／2012年4月：発足時メンバー20名（店舗/本社より選抜）

(1) 年度ごとの取り組み概要

①2012年度

現状把握のために店舗女性社員座談会・アンケートを実施し問題点を整理。課題を3つのテーマ（広報・意識改革・環境整備）に分類し具体的解決策を立案、全社に向け「輝け！Women's LIFE」宣言を行った。

【提言】

スーパーウーマンを育てるのではなく、女性ならではの「しなやかさ」を忘れず、個人の意見や発想を聞き入れられ、「私にもできる！」と思える職場環境であること。＝誰もが自身のキャリアプランに応じて活躍できる企業風土を創る。

キャッチフレーズ「輝け！Women's LIFE」

②2013年度

第2期プロジェクト（第1期メンバー14名と公募者21名の計35名）を始動し、5年間のロードマップとアクションプランを作成、取締役会承認後、チーフ以上（約2500名）に報告を行い、テーマ別の施策を実行した。

【ロードマップ 漫画版】

作成したロードマップとアクションプランを社内広報用に漫画化



③2014年度

2013年10月に創設したスマイルサポート室に「広報・意識改革・環境整備」のテーマ毎にプロジェクトチーム（各チーム2名～4名、計11名）を構成、業務及び役割分担を明確化し、関連部署と連携しスピードをあげて取り組みを実施してきている。

(2) テーマ別の具体的な取り組み内容

①**広報の取り組み**…「女性活躍推進プロジェクトの理解促進および社内で活躍している女性の認知度が低い」という課題解決にむけた施策。

- ・女性活躍推進プロジェクトの専門広報誌「RISE」2013年11月に創刊。以降3ヵ月に1回発刊。

掲載記事：プロジェクト活動報告、従業員紹介（女性店長・バイヤー・パートナーさん）、本社各部署の紹介、女性目線で作成した売場好事例 等。

- ・社内SNSでの発信：女性活躍推進の活動報告や店舗で気になった出来事（例：男女で妊婦さんに対する言葉のかけ方の違い、力の差を感じた瞬間）やネット上での記事（例：働く女性の味方／料理レシピサイトの紹介、噂の「チャック女子」って何？）、プロジェクトメンバーが参加した女性活躍に関するセミナーの感想等。
- ・新卒採用ページへ掲載：女子学生の関心が高い女性推進の取り組みを学生が閲覧できるようにした。

②**意識改革の取り組み**…「男性・女性社員双方に“女性だから”ということでのネガティブな考え方(意識)が強い、女性の絶対数が少ないため縦横のつながりが少ない」という課題解決にむけた施策。

- ・他社幹部の講演会交流会開催
- ・男性向けセミナー
- ・女性向けセミナー、研修
- ・全社向け研修

③**環境整備取り組み（両立支援）**…「ライフイベント時における使える制度を知らない、ライフイベント時の制度の利用方法がわからない、結婚・出産後の働き方に不安を感じている、働くうえでのキャリアプランが見えない」という課題の解決にむけた施策

- ・ライフイベント時の制度及び使用方法をわかり易く纏めて冊子を作成し女性社員、各事業所へ配布
- ・妊娠報告時から復職時に安心して働くことができる環境を整えるための、上長との面談ツールを作成
- ・妊娠から復職までに必要となる書類の提出時期を記入出来るスケジュール表の作成
- ・妊娠から育児勤務についての質問や悩み・不安を解消、コミュニケーション向上のために、社内SNS内に「LIFEパパとママの子育て広場」を開設
- ・育児時短者の本社部署への配属拡大（商品部バイヤー及び営業企画のアシスタント業務）

④**環境整備取り組み（店舗づくり）**…女性のお客様に配慮した設備や売場になっていないという課題解決にむけた施策。

- ・女性のアイデアを活かせる売場づくりのための提案。（第1弾はトイレ・イートイン・内装）お客様の立場にたった売場づくりの実現を目指し、改装店・新店の内装ミーティングやオープン前点検に参加。

3. 取り組み、活動により得られた成果

(1) 定量面

①女性大卒採用者比率の増加

| 2012年度 | 2014年度 | 増加率 |
|--------|--------|--------|
| 23.1% | 43.4% | +20.3% |

②営業部門への配属数増加（全部門への配属実施）

| 2012年度 | 2014年度 |
|---------|----------|
| 9部門中6部門 | 9部門中全9部門 |

③女性バイヤー数の増加

| 2012年度末 | 2014年9月末 | 増加数 |
|---------|----------|------|
| 6名 | 18名 | +12名 |

④育児休業制度利用者比率の増加

| 2012年度末 | 2013年度末 | 増加率 |
|---------|---------|--------|
| 79.4% | 100% | +20.6% |

⑤女性管理職者数（課長代理相当級以上）の増加

| 2012年2月末 | 2014年9月末 | 増加数 |
|----------|----------|------|
| 42名 | 56名 | +14名 |

⑥広報・セミナー/研修を通じ、女性活躍推進に関して「意識/行動が変わってきた」との数値

- ・会社全体の意識/行動が変わってきた … 約90%
- ・男性管理職の意識/行動が変わってきた … 約80%

（店長および部課長474名および女性管理職（管理職候補含む）97名のアンケート調査より2014年12月時点）

⑦女性のアイデアを取り入れた店舗内装に対するお客様イメージ結果

- ・以前の店舗より明るくておしゃれになった … 約75%

（2014年7月に新店オープンの錦糸町駅前店（東京都）のお客様インタビューより）

(2) 定性面

男性管理職からは、営業部門に女性社員の配属が増えたことで「売場の演出が華やかになった」「体力面をカバーするなど、部門内の協力体制が強化された」「自身もそうだが男性チーフのパートナーに対する言葉使いが丁寧になった」「働き方の見直しが必要と感じた」また、育児時短者の本社(商品部、営業企画部等)の配属拡大により、「部門全体の生産性の向上が図れた」との声が聞かれた。

女性管理職にむけたリーダーシップ研修受講後のアンケートでは「組織の模範となるよう“主体的に”業務に取り組んでいく」「自分が変わらなければ何も始まらないことを念頭に置き、組織の中で模範となれるよう意識を高く持って取り組む」等の前向きな意見があった。