

多様な人財の活躍推進

ダイバーシティの推進～多様性を受容する組織風土の醸成～

■ グローバル人財の育成・登用

味の素グループは、ダイバーシティ推進にあたり、国・地域横断での人財の適所適財の実現に取り組んでいます。「ポジションマネジメント」の一環として、2017年度末までに国内外主要グループ会社の基幹ポストを特定し、その職務要件を明確にしました。

また、「タレントマネジメント」の柱の一つである基幹人財の育成プラン策定については、新たに「味の素グループアカデミー」として教育体系を整備しました。分厚く多様なグローバル人財層の形成を推進し、指標のひとつとして経営役員の現地化比率を2020年度に50%とすることを目指しています。

■ 経営役員の現地化比率

(単位：人)

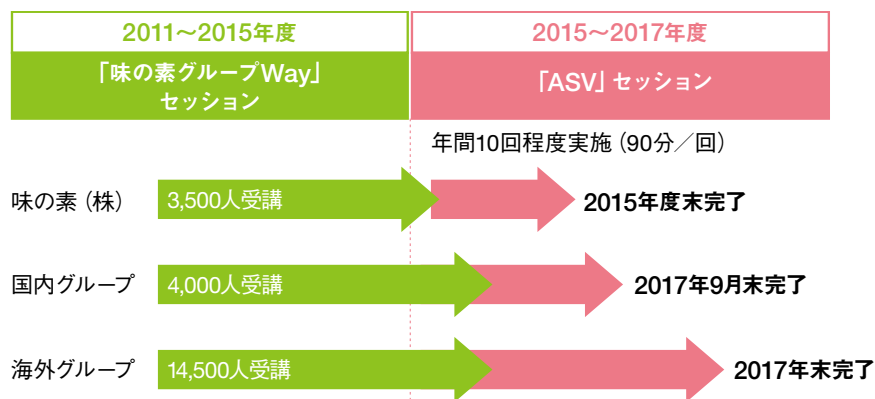
	2016年度実績	2017年度実績	2020年度目標
海外グループ会社役員総数	180	178	—
現地役員数	79	73	—
現地化比率	44%	41%	50%

参照 → 労働慣行 P115-118
人事・労務データ

■ 共通の価値観の浸透

味の素グループの共通の価値観の浸透に向け、これまでに「味の素グループWayセッション」や「ASVセッション」を実施しました。前者は2011～2015年度に、後者は2015～2017年度に実施し、それぞれグループ全従業員が受講完了しました。

今後は、新しく味の素グループに加わった従業員向けのものをはじめ、新たなASV浸透ツールを活用して、研修を実施していきます。



味の素グループは、革新性のあるASVの取り組みを表彰する「ASVアワード」を2016年度に開始しました。

参照 → ASV STORIES 2018

参照 → 味の素グループの目指す姿
<https://www.ajinomoto.com/jp/aboutus/vision/>

■ グローバル人財育成プログラム「味の素グループアカデミー」

味の素グループでは、グローバル成長を牽引する「次世代経営人財」と「次世代高度専門人財および各部門リーダー候補人財」の体系的な育成プログラムとして、2018年度より「味の素グループアカデミー」を開講しています。

「次世代経営人財」には、年齢、階層別でなく、従事している職務グレードをもとに次のステップに向けたプログラムを提供しています。各プログラムでは、「未来への洞察」「リーダーシップの内省と強化」「ビジネスリテラシーの確立」「味の素グループビジョンの実践」に焦点を当て、グローバルリーダーシップの強化を図っています。

また、「次世代高度専門人財」および「部門リーダー候補人財」には、専門性を強化するプログラムの提供を予定しており、2019年度以降、各部門・グループ会社のニーズを踏まえて展開します。

Ⅰ 「味の素グループアカデミー」の主なプログラム

研修名	目的	対象人数	開催頻度・研修期間	プログラム
Global Leaders Seminar (GLS)	広い視野で将来の動向を洞察し、味の素グループビジョンに基づくリーダーシップの強化	対象 味の素(株)事業部門次長職、グループ会社役員、事業部長職 人数 25名前後	年1回 8日間	最先端の知を学ぶ、社内ケーススタディ、経営陣とのパネルディスカッション、アクションラーニングを通じた経営陣への提言
Future Leaders Seminar (FLS)	リーダーとしてのあり方を確立し、未来の事業を推進できるリーダーシップの強化	対象 課長職、部長職 人数 25名前後	年1回 10日間	最先端の知を学ぶ、社内ケーススタディ、コーチングセッションを通じた自己認知の深化
Leadership & Literacy Seminar (LLS)	リーダーとしての深い自己認知と将来に向けた基盤(視点・ビジネス基礎知識)の強化	対象 一般職総括・新任課長職 人数 20名前後	年1回 10日間	リーダーシップの内省、キャリアデザイン、社内外講師の講演を通じたASV理解の深化、ビジネスリテラシー

ダイバーシティ推進に向けた組織風土改革

性別、年齢、国籍、経験などによらず、従業員一人ひとりが互いを尊重し合い活躍する会社と社会を目指し、味の素グループでは個人のキャリアをつなぎ(働き方の多様性)、活かす(キャリアの多様性)仕組みを整備するとともに、多様性を受容する組織風土づくりを推進しています。特に遅れているといわれる日本から具体的な取り組みを進めています。

■ アンコンシャス・バイアス研修の実施

個人の経験、メディアの情報、企業独自の慣習や風土がアンコンシャス・バイアス(無意識の偏見:自分自身が気付かずに持つ偏った見方・考え方)となり、ダイバーシティの推進を阻害するといわれています。2018年3月、味の素(株)は経営会議メンバーを対象にアンコンシャス・バイアス研修を実施しました。研修後の感想や決意は社内報やビデオメッセージでグループ従業員に配信されました。

従業員一人ひとりが多様な視点の意見を受け入れ合う、イノベーションが起きやすい環境づくりの一環として、2018年度以降、本研修を味の素(株)全従業員に実施する予定です。



経営会議メンバーの研修の様子

■ 「ダイバーシティ通信」の配信

ダイバーシティ推進の取り組みを味の素グループ内で共有する仕組みとして、「ダイバーシティ通信」を2018年5月より約2年間配信します。国内外のダイバーシティを推進する取り組み事例や人財を紹介・共有することで、多様性を受容する組織風土の醸成を進めていきます。



ダイバーシティの社内浸透ロゴを作りました。LGBT Ally(支援者)のアイコンとして使用されている6色の虹をモチーフに、従業員一人ひとりが活躍し、成長していく様を表現しています。

誰もが活躍できる、働きやすい環境の実現

■ 味の素グループにおける女性活躍推進

ダイバーシティ推進にあたり、日本における女性の登用は喫緊の課題です。味の素グループは、2022年までに誰もが活躍できる会社となること、その過程で“日本で最も女性も活躍する会社”となることを目指し、従業員が多様な視点や強みを活かしてキャリアをつなげられるよう、環境づくりを進めています。

参照 → 労働慣行 P115-118
人事・労務データ

■ 味の素グループの女性マネージャー人数・比率

	2016年度		2017年度		2020年度目標
	人数	比率	人数	比率	比率
日本	160	7%	165	7%	—
味の素グループ総数	862	19%	1,060	22%	20%

■ 女性人財の育成委員会設置

味の素グループにおいて相対的に低い日本の女性マネージャー比率を引き上げるには、女性の登用計画およびキャリア形成に向けた具体的な支援策が必要と考え、味の素(株)は2017年10月に女性人財の育成委員会を設置しました。

今後、当該委員会が関連部門と連携しながら、人財要件に対する女性従業員のポテンシャルと、一人ひとりが持つ専門性や特別なスキル(経験・語学・資格)などを把握し、計画的な育成を行い、継続的で着実な登用につなげていきます。

また、育成プログラムのひとつとしてメンター制度を導入し、直属の上司以外のメンターによる多面的な育成を行います。



■ 女性活躍推進に関する社外評価

1. 味の素(株)

味の素(株)は2017年度の「なでしこ銘柄^{※1}」に選定されました。「どこでもオフィス」や「コアタイムなしフレックスタイム」をはじめとする、「全社的な環境・ルールの整備」の評価項目が同業種の選定企業の中でトップでした。

※1 「なでしこ銘柄」とは、日本の経済産業省と東京証券取引所が共同して毎年「女性活躍推進」に優れた上場企業を「中長期的な企業価値向上」を重視する投資家にとり魅力ある銘柄として選定し、投資および各社の取り組みの加速を促進しているものです。



2. 味の素AGF(株)

味の素AGF(株)は、2017年4月に「えるぼし(3段階目)^{*1}」、2017年12月に「プラチナくるみ^{*2}」の認定を取得しました。日本の食品企業で「プラチナくるみ」と「えるぼし」最上位の3段階目の両方の認定を受けたのは、味の素AGF(株)が初めてとなります。



※1 「えるぼし(3段階目)」とは、厚生労働大臣が女性活躍推進法に基づく行動計画の策定・届出を行った企業のうち、女性の活躍推進に関する取り組みの実施状況が一定の基準を満たした企業を認定するもの。全5項目の評価項目について基準を全て満たすと、最上位の3段階目の認定となります。

※2 「くるみ」は、厚生労働大臣が次世代育成支援対策推進法に基づき、一般事業主行動計画を策定した企業のうち、計画に定めた目標を達成し、一定の基準を満たした企業が申請を行うことによって「子育てサポート企業」として認定されます。さらに相当程度両立支援の制度導入や利用が進み、高い水準の取り組みを行っている企業を「プラチナくるみ」として認定し、継続的な取り組みを促進しています。

参照

味の素AGF(株) ニュースリリース

<http://www.agf.co.jp/company/news/2018-01-24-853.html>

社内研修、セミナーの実施

1. 仕事と家庭の両立支援セミナー

味の素(株)は、子どもがいる、またはこれから子どもを持ちたいと考える従業員とそのパートナーを対象に、仕事と生活の両立支援セミナーを実施しています。育児・家事を家庭内で協力することの重要性を学び、家庭という「チーム」でどのように仕事と生活をマネジメントするかをパートナーと一緒に考える機会を提供しています。



2. 営業部門のダイバーシティ研修

味の素(株)は、営業部門においてダイバーシティ研修を2017年12月より開始しました。外勤業務という性質上、ライフイベントとの両立が難しい傾向があることから、男性も女性もいきいきと働くことができる環境づくりとして、2018年度末までに外勤・内勤にかかわらず営業部門の全従業員が受講する予定です。



事業所内保育所「アジパンダ®KIDS」の開設

子どもを育てながら働く従業員が、仕事と家庭を両立でき安心してキャリアを継続できる環境づくりを目的として、2018年3月1日、川崎事業所に味の素(株)として初めてとなる事業所内保育所「アジパンダ®KIDS」を開設しました。

“食”と“健康”をコンセプトに、定員19名の小規模施設ながら自主調理ができるフルスペックのキッチンを設け、昼食とおやつは栄養士が施設内で調理を行っています。子どもたちが食と健康への興味を深めることができるよう、ライブキッチンをイメージし、保育室から調理室内が見える大きな窓を設置しました。



■ エリア申告制度とWLB(ワークライフバランス)休職の新設

味の素(株)では、介護、育児、配偶者の転勤にかかわらず従業員が働き続けられるよう、希望勤務地を申告できるオープンで公平な「エリア申告制度」を導入しています。

また、ライフイベントと両立しながらキャリアを継続できるよう、従来の育児休職、看護休職に加え、配偶者転勤帯同と不妊治療を事由とする休職制度を導入し、これらを「WLB休職制度」として一つにまとめました。

■ LGBTへの対応

2018年3月に「マーケティングコミュニケーションに関するグループポリシー」および「人財に関するグループポリシー」を改定し、LGBTに関する差別の禁止を明確にしました。また、味の素(株)では2018年度の新卒採用において、エントリーシートの性別欄については男女以外を選択できるよう変更し、採用面接担当者向けのガイドに配慮事項として追記しました。

2018年度は、まだ理解の進んでいない日本国内のグループ従業員全員を対象に、LGBT研修を実施する予定です。

■ シニア人財再雇用制度の運用

味の素(株)は、2006年より、60歳で定年退職する一般職および基幹職の希望者全員を対象とするシニア人財再雇用制度を運用しており、2017年度は定年退職者の約45%が同制度を活用して活躍しています。また、2014年度より、基幹職の多様なキャリア選択を支援する基幹職キャリア自律支援制度を運用しています。

国内のグループ各社においてもシニア人財再雇用制度を導入しており、定年退職者の活躍を支援しています。

■ 障がい者雇用の拡大

味の素(株)は、これまで毎年数名の身体障がい者を雇用してきましたが、障がい者の活躍の場の拡大を目指し、障がい者雇用に特化した味の素みらい(株)を設立し、2017年4月に業務を開始しました。味の素(株)の京浜地区にある事業所の清掃やオフィス関連サポート業務を主な事業とし、2018年4月現在11名(うち知的障がい者9名)の従業員が活躍しています。今後も同社にて継続的に知的障がい者を中心に雇用し、障がい者が働きがいをもち、社会や味の素グループへの貢献を感じることができる働きやすい場の提供を目指します。

2018年6月現在、味の素(株)の障がい者雇用率は1.95%で前年とほぼ同率ですが、味の素(株)、特例子会社(味の素みらい(株))およびグループ適用認定会社((株)味の素コミュニケーションズ)の3社計では2.20%となります。また、日本国内のグループ会社計^{※1}では2.21%(対前年0.14%増)となりました。

味の素グループは、障がい者雇用の取り組みをさらに進め、ダイバーシティを推進していきます。

※1 常用労働者が45.5人以上の味の素グループ主要23社および味の素みらい(株)

参照 → 労働慣行 P115-118
人事・労務データ

参照 →
人財に関するグループポリシー

従業員一人ひとりの働きがいの測定～「エンゲージメントサーベイ」～

従業員の自律的成長を促す上で味の素グループが特に重要視しているのが一人ひとりの働きがいです。働きがいと生きがいを強く感じ、モチベーションを高く能動的に働くことが、個人のキャリア形成と会社の成長、ひいては企業価値向上につながると考えています。「エンゲージメントサーベイ」でグループ全従業員の働きがいを定量的に測定し、課題把握、改善に向けたアクションと、PDCAサイクルを回します。



■ 2017年度「エンゲージメントサーベイ」の結果

2017年10月に味の素グループ約100社の全従業員約33,000人を対象に第1回「エンゲージメントサーベイ」を実施しました。その結果、「持続可能なエンゲージメント(働きがい)」についての好意的回答を示すスコアは79%、「自らのこころとからだ健康だと感じている従業員の割合」は76%でした。

2018年度は、サーベイの結果を踏まえ、組織ごとにアクションプランを検討・実行し、2019年10月実施予定の次回エンゲージメントサーベイではスコアの向上を目指します。

