

## 多様な採用・育成戦略に取り組む日本ロレアル 世界で 42,000 人以上が参加！世界最大級のビジネスコンテスト 「BRANDSTORM」の日本大会を開催

世界最大の化粧品会社ロレアルグループ（本社：パリ）の日本法人である日本ロレアル株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：ジャン-ピエール・シャリトン）は、学生を対象とする世界最大級のビジネスコンテスト「BRANDSTORM（ブランドストーム）」の日本大会を4月14日（木）にオンラインで開催しました。ブランドストーム開催30周年を迎えた本年は、全世界から計42,000人以上の学生が参加。日本大会においては、27大学から37チーム（計92名）が参加し、明治大学と慶應義塾大学のインカレチーム（計3名、うち1名は米国在住）が“脳波でアロマをカスタマイズ”というアイデアを提案し、優勝しました。アイデアの革新性だけでなく、オンラインで培われた抜群のチームワークが高く評価されました。実際に会したことは一度もない、大学や年齢、居住地もバラバラなチームでしたが、物理的に離れていても繋がることのできるコロナ禍の“ニューノーマル”な時代を反映したような結果となりました。

### 職種に応じた高い専門性と俊敏性とあわせもつ多様な人材を育成するロレアルの採用・育成戦略

「世界をつき動かすような美の創造」をパーパスとして掲げるロレアルにとって、美とは見た目だけに関するものではありません。美とは、利益ある成長です。多様・平等・包摂的であり、責任感と思いやりもつもの。そして革新的なものでもあります。「企業とは機械や壁でなく、人・人・人である」とロレアルの創業者が語るようにロレアルの人材戦略は、社員が変化を生み出すという強い信念に基づいています。予測困難なこの現代のVUCA時代で、世界中の人々の多様な美のニーズ、そして社会や環境へ対する企業としての責任を求める消費者の声に応え続けるためには、俊敏性が重要です。俊敏性は多様なスキルをもつ社員によりもたらされると考えるロレアルは、日本においても20年以上前からジョブ型雇用を取り入れ、高い専門性と俊敏性をもつ、多様な人材育成に取り組んでいます。

### 未来の地球を担うグローバルリーダー育成のためのビジネスコンテスト「ブランドストーム」

世界中の学生を対象に1992年にロレアルグループが開始した世界最大級のビジネスコンテスト「ブランドストーム」は、俊敏性を持ち、変化を自ら起こすスキルをもつ未来の地球を担うグローバルリーダーの育成支援を目的としています。開催年ごとにその時代に沿ったテーマを設定し、学生たちが新製品やサービス、テクノロジーといったアイデアを立案し、ロレアルの社員へ提案するという実際のビジネスの現場を疑似体験できる場を提供しています。起業家精神、情熱、オープンマインドといったロレアル社員全員が行動指針として掲げる価値観を学生に体感してもらうことで、現代社会において重要なスキルセットについて学生が学び考える機会になることを期待しています。



### 慶應義塾大学と明治大学の学生による大学、年齢、居住地もバラバラな“多様性”を体現するインカレチームが優勝！

30周年を迎えた今年のテーマは「Disrupt Beauty 2030（2030年に向け美の常識をアップデートする）」。「TECH」「GREEN」合計3つのカテゴリごとに2030年に向けた美についてのアイデアを学生チームが日本ロレアル社員に提案しました。「INCLUSION」カテゴリは、DE&I（多様、平等、包摂）を推進する当社グループの想い、そしてZ世代の高まるDE&Iへの関心を反映し新設されたものです。全37チームから様々なアイデアが提案されたなか、今年度は明治大学と慶應義塾大学の学生3人による、うち1人は米国在住という大学や年齢も異なる多様なバックグラウンドを持つインカレチームが優勝しました。詳細は下記の通りです。

- 優勝チーム名： Paris Nous Appelle!
- アイデア： カテゴリ：「TECH」  
脳波でアロマをカスタマイズ提案：嗅覚による脳への即効性を活かし、脳波を測定するテックデバイスを用いて好みの香りを見つけ出しインナービューティーを届ける、アロマサービス

- 評価点： 一見化粧品業界と関連性が低いと思われる分野をヒントにアイデア化した革新性に加え、ビジネスプランとしての定量性、および消費者のインサイトや、カスタマージャーニーの想像がしっかり出来ていた。加えて、大学や年齢や居住地もバラバラでもオンラインの特性をうまく活用し、よいチームワークが築けており、ビジネスに必要なチームスピリットを築き上げるスキルがあると感じた。

#### ■優勝チームのコメント

「初めて世界に挑戦するというよい経験ができました。大学、現居住地、ジェンダー、年齢などもバラバラのメンバーであるなか、お互いに補完しあい、それぞれの個性を尊重し、同じゴールにめがけて取り組みました。ほかの参加者の多様性やレベルの高さに驚き、刺激をもらうことができました。また美とは、人々の外見だけでなく笑顔やインナービューティーにも影響を与えられる存在だと美の創造の力強さを実感するができました」



優勝チームは、日本代表として5月にオンラインで開催されるインターナショナルセミファイナルへと進み、その選抜チームはインターナショナルファイナルへ参加し、世界65カ国の学生たちと競います。最優秀チームは、ロレアル本社でのインターンシップに参加できます<sup>2</sup>。

日本ロレアルの副社長 人事本部長である大田 浩充は下記の通りコメントしています。

「ロレアルにとって、美とは多様で平等、包摂的です。これは採用や人材育成においても同様です。現代社会において、高まる多様なニーズに応じるためには俊敏性が重要であり、今年のブランドストームのテーマで掲げているように既存の常識にとらわれず、新たな変化を生み出さるスキルが大切です。起業家精神、情熱、イノベーション、オープンマインドといったロレアルが価値とする行動指針は、現代のビジネスパーソンにとって必要なスキルセットでもあると言えます。グローバルリーディングカンパニーである当社の価値観を学生の皆さんが体感できる場を提供することで、未来の地球を担っていく若いリーダーの育成支援に貢献できればと考えています」

日本ロレアルについて <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/>

ロレアルは1963年から日本で事業を開始し、1996年に日本法人である日本ロレアル株式会社が設立されました。2021年末時点での社員数は、2,270人、2021年12月現在の取り扱いブランドは18です。化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。

本件に関するお問い合わせ先

日本ロレアル コーポレートアフェアズ&エンゲージメント本部

前田・鈴木 EMAIL: [lorealjapan\\_corpcomms@loreal.com](mailto:lorealjapan_corpcomms@loreal.com)

---

<sup>1</sup> Volatility・Uncertainty・Complexity・Ambiguity の頭文字を取った造語。先行きが不透明で予測が困難な状態のこと

<sup>2</sup> 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により変更となる可能性があります