

› “LIXILでは、従業員の可能性を最大限に引き出すため、高い目標を設定したストレッチアサインメントを積極的に行い、従業員の成長を支援するための様々なプログラムやオンライン学習を提供しています”

高橋 淑恵

2024年 - 現在:

LWTJ ブランドマネージメント リーダー





2024年 - 現在

LIXIL
LWTJ ブランドマネージメント リーダー

2019年 - 2024年

LIXIL
LWT APAC ベトナム
ブランド&コマーシャルマーケティング リーダー

2016年 - 2019年

LIXIL
マーケティング部門
グローバルブランド マネジメント ディレクター

2015年 - 2016年

LIXIL
パブリックアフェアーズ部門
グローバルブランド 室長

2006年 - 2013年

フィリップス
コーポレートコミュニケーション 部長
エリアマーケティングオフィサー

高橋 淑恵

2024年 - 現在:
LWTJ ブランドマネージメント
リーダー

なぜLIXILに入社しようと思ったのですか？

私は2013年にLIXILに入社したのですが、それまでは外資系のグローバル企業に勤務していました。外資系企業は経営も社内文化も日本企業とは異なる点が多くあります。私は、米国企業のAPAC (アジア太平洋) 地域の一員になるよりも、本社での仕事に挑戦し、新しい経験を積みたいと考えていました。

LIXILに入社したことで、自身が求めていた機会を得ることができました。それは、日本の文化、信念、価値観を基盤としたブランドを育て世界中の消費者に紹介するという仕事です。外資系企業のような海外のブランドを日本に導入するのではなく、日本から世界に向けて事業を展開していくことが可能になりました。

その後、GROHEとAmerican Standardの買収により、私たちは真のグローバル企業への転換を加速させてきました。私たちが培ってきた数々のイノベーション、多種多様な商品構成、そして高度な技術は、現在、世界中の様々なブランドを通じてお客さまに提供されています。

LIXILでどのような仕事をしてきたのですか？

海外のグローバル企業で20年近く働いてきた私にとって、LIXILへの入社は重要な決断でした。当時LIXILは日本を主な市場としていたため、そのような環境で働くのは初めてで、かなり緊張しましたが、同時に、本社で新しいキャリアをスタートすることに対する興奮もありました。

私はまずマーケティング部門に配属され、その後、広報部門でLIXILブランドの統括を担当しました。2019年にはベトナム市場でのLIXILの存在感を強化するために現地に転勤となり、水まわり事業のマーケティング・リーダーとして、知名度の高いGROHE、American Standard、そしてINAXのブランディング強化を監督し、INAXの事業をAPAC地域全体に拡大することも、私の業務目標の一つになっていました。現在は、日本国内でINAXのグローバルブランドマネジメントを担当しています。



入社後、最初の仕事は何でしたか？

LIXILは、2011年に日本を代表する建材・住宅メーカー5社が合併して誕生しました。私が入社した2013年当時、INAXやトステムといった個別ブランドは広く知られていましたが、LIXILというコーポレート・ブランドの認知度はまだ十分でなく、さらに高める必要がありました。

今でも覚えているのですが、当時、LIXILをGoogleで検索したところ、会社のウェブサイトであるLIXIL.comには、私たちが誰なのか、何をしている会社で、どれくらいの規模の企業なのか、それらを伝える情報はほとんどありませんでした。

入社当初、私に与えられた使命は「LIXILブランドの知名度向上」でした。単純明快な使命ですが、すべてのことが対象になるような大きな仕事でした。私はまず、LIXIL.comを通じてオンライン上でLIXILブランドの認知度や存在感を高めることを目指しました。

ウェブサイトの強化はLIXILにおける私の重要な功績の1つであり、LIXILというコーポレート・ブランドを広く浸透させるコミュニケーションの舞台を作り上げることができました。

ベトナムの国内市場とAPAC（アジア太平洋地域）市場という二つの役割を担っていましたが、各地域間の協力やチームワークはどのように進んでいたのでしょうか？

LIXILは素晴らしい職場であり、スキルや能力があればチャンスはいくらでもあります。従業員の可能性を最大限に引き出すため、LIXILでは高い目標を設定したストレッチアサインメントを積極的に行い、従業員の成長を支援するための様々な

プログラムやオンライン学習を提供しています。

私は以前、ベトナム国内向け業務と、ベトナムを含むAPAC（アジア太平洋）地域全体に関する業務という2つの役割を担っていました。それぞれの業務の要求と目標を理解することで、垣根を越えて2つの業務の橋渡しができました。これはとても価値のあることだったと思います。

LIXIL本社での私の仕事は、日常的に世界各地の同僚との協力が必要で、非常に多様性に富んでいました。かつて私は、ニュージャージーから常滑まで、世界中の幅広いメンバーを擁するチームで仕事をしていました。彼らの国籍も様々でした。こうした多様性があったからこそ、私たちはより深く学ぶことができ、より際立つ成果を上げることができました。

ベトナムのローカルマーケットを拠点としていた時は、同僚のほとんどはベトナム出身でした。多様性とは国籍だけの問題ではなく、すべての人を受け入れることが私たちの目標であり優先事項です。私たちにはオープンで多様性に富んだ文化があり、それが浸透しているのは、会社が私のようなワーキングマザーも含め、すべての人に利益をもたらすような方針や政策を推進しているからです。

ベトナムチームでは、働く親が大きな割合を占めていました。とても心強く感じたのは、必要な場合に、子どもを連れてオフィスに行くことに抵抗がない親がたくさんいたことです。私もそうした一人でしたが、幸運にも、ワーキングマザーとしての私の役割を全面的にサポートしてくれる上長と同僚、会社に恵まれていました。会社はいつでも私が仕事を犠牲にせずに娘の世話ができるように柔軟に対応してくれます。働く親を取り残さないインクルーシブな職場環境があるというのは素晴らしいことです。

LIXILで働く中で、モチベーションが上がったり、やり甲斐を感じたりした出来事を教えて下さい。

個人的には、ベトナムへの転勤は私にとって大きな挑戦でした。最も難しい決断は、配偶者と離れ、職務のためにベトナムに赴任することでした。当時、女性の転勤は珍しかったため、当時5歳だった娘を連れての転勤は、私にとって非常に大変なものでした。しかし、HR部門は迅速に私の状況を調べ、必要な変更を加えてくれました。LIXILには柔軟性があり、従業員を支援するために必要な場合には制度を変更してくれるということに気づきました。

この会社では、新しい道を切り開き、他の従業員のために良い前例を作ることができる。そう感じたことは、私にとって人事部と協力して会社の制度を改善し続ける大きなモチベーションになっています。同じようなキャリアを選ぼうとしている次のLIXIL社員の力になれると思うと、やりがいを感じます。





LIXILでの仕事にどんな魅力を感じていますか？

私がLIXILでの仕事に大きな魅力を感じる最大の理由は、世界中で約10億人もの人びとにLIXILの様々な商品を毎日使っていただいているという事実です。

私は海外で日本の企業ブランドを紹介する仕事に携わっていますが、LIXILがいかに毎日、すべての人のために、より豊かで快適な住まいの実現に役立っているかを実感しています。これを世界に伝えることに私は誇りを感じています。

二つ目の理由は、LIXILがダイバーシティ&インクルージョン (D&I) の推進に積極的に取り組んでおり、よりインクルーシブな企業をめざして様々な改革を実施している点です。LIXILには過去10年間、そうした改革を着実に進めてきたという実績があり、150カ国以上の従業員のニーズに応えることができます。

こうした職場改革の進展は容易なことではなく、それが実現できたのは、より良い職場環境を目指し、勇気を持って、変化の提案を、粘り強く実行してくれた誰かのおかげです。このような行動は結果的にブランドや製品にも反映されるはずですが、まだまだ完ぺきではありませんが、LIXILの従業員の多くが、働きやすい環境づくりのために日々、取り組んでいます。

私自身の例以外にも、多くの人の変化から恩恵を受けている例があります。例えば、ドイツでは従業員二名が一組となり、協力し一つの業務に取り組む「タンデム・ワーク」という働き方も考慮されており、管理職レベルでそれを試験的に実行しています。また、管理職対象のD&Iトレーニング・ワークショップも開催されました。D&Iを単なるスローガンにとどめず、具体的な会社の施策として進めることで、多くの従業員が恩恵を受けられるようになってきています。

LIXILでのキャリアをめざしている 人に一言お願いします。

LIXILで自身のキャリアを追求していく上で重要なのは、より大きなものを目指して懸命に努力することだと思います。どんな困難な状況であっても、巡ってきたチャンスを最大限に活用できるように、自分自身の能力を高め、対応力を身に着けることに集中しましょう。

変化や状況に対し、常に受け入れ、対応する準備をしておきましょう。そうすれば、キャリアをさらに追求する機会が訪れます。最も重要なことは、チャンスが自然と訪れるのを待つのではなく、自分から積極的にチャンスを追い求めることです。

“現在、ベトナム国内向け業務と、ベトナムを含むAPAC地域全体に関する業務という2つの役割を担っています。それぞれの業務の要求と目標を理解することで、垣根を越えて2つの業務の橋渡しができ、とても価値のあることだと感じています。”