

社長対談 — 社会から愛され、尊敬され、真に必要とされる企業をめざして



Profile

慶應義塾大学経済学部卒。米系証券会社にて外国債券のトレーダーを務めた後、2001年に社会責任投資(SRI)と企業社会責任(CSR)の推進を行う(株)インテグレックスを設立。NPO法人社会的責任投資フォーラム(SIF-Japan)代表理事なども務める。

「シチズン」という社名、企業理念が、 私たちの源泉

シチズングループでは、『市民に愛され市民に貢献する』ことをグループ企業理念に掲げ、社会から愛され、尊敬され、真に必要とされる企業であり続けるために、全員参加型のCSR活動を展開してきました。

そこで本年は、過去5年間にわたりシチズングループのCSR活動に対し、第三者の視点でご意見をいただいていた秋山をね氏をお招きし、これまでのシチズングループの取り組みに対するご意見や評価をいただくとともに、今後めざすべきCSR活動の方向性などについて対談を行いました。

シチズンホールディングス株式会社
代表取締役社長

株式会社インテグレックス
代表取締役社長

戸倉 敏夫 × 秋山 をね

企業理念とCSR

社名がもつ変わらぬ想いを

戸倉 秋山さんには過去5年、当社グループのCSR活動についてご意見をいただけてきました。これまでの取り組みについて、改めてご意見や評価をお伺いしたいと思います。

秋山 “市民に愛され市民に貢献する”という企業理念がまず印象的で、「シチズン」という社名そのものが、進むべき方向性を表していると感じています。また、エコドライブに代表される環境に配慮した製品開発やシチズン・オブ・ザ・イヤーをはじめとした幅広い社会貢献活動などから、市民はもちろん、地球環境とのつながりも大切にしている家族的な企業という印象をもっています。

戸倉 確かに家族的というのは、当社グループのプラス面での特徴かもしれません。しかし一方で、家族的つまり内向きな体質であることに問題意識をもっています。海外売上比率がグループ全体の約6割を占める流れのなかで、現状では、真のグローバル企業とはいえず、もの見方や考え方、業務の進め方などあらゆる点で体質を変化させる必要があります。世界情勢が変化するなか、常に市場や相手を知り、自身の強みや弱みを認識することであり、これが本質的なグローバル化の第一歩となります。2013年からの新中期経営計画においても、この体質改革こそが成長の鍵であり、ベースの考え方になっています。

秋山 グローバル化で大切なのは、それぞれの国や地域の文化や風習などに応じた現地化ですが、現地化を進める上で重要になるのが、求心力となる軸をもつことだと思います。軸がしっかりしていれば、世界中のどこでも、違う事業を行ったとしても、違う製品をつくっても市民に愛され、親しまれるシチズンブランドが確立されるものと思います。

戸倉 軸となるのはやはり社名ではないでしょうか。「シチズン」という社名は、まさに私たちの源泉であり、存在意義ともいえます。当社グループが掲げる企業理念“市民に愛され市民に貢献する”には、当時、ごく限られたものだった時計を国民すべての手にとの創業時の想いが込められています。私たちは企業人である前に、一市民です。常に市民の視点で物事を判断すれば自ずと答えは見えてくるでしょうし、企業の成長にもつながると考えます。この理念を具現化し続けるためにも、いま一度「シチズン」という社名、企業理念の意味を、国内外のシチズングループ全員で共有し、そこで働く人たちがいきいきと働き、想像力を発揮できるよう発信していきたいと思っています。

「すべてはその想いからはじまった」



初代会長
山崎 龜吉



初代社長
中島 與三郎

「国産時計をつくりたい」という決意を胸に1924年、シチズンの前身である尚工舎時計研究所が開発した第一号の懐中時計は、「CITIZEN」と命名された。名付け親は、初代会長・山崎龜吉と親交の深かった東京市長の後藤新平。「市民に広く愛されるように」との願いが込められた。CITIZENはこの6年後にシチズン時計（現 シチズンホールディングス株式会社）として中島與三郎が創設。



「CITIZEN」と名付けられた時計

多様性の必要性

多様性から生み出される価値の可能性

戸倉 真のグローバル化をめざす上で、もう一つ大事だと思っているのが多様性です。先ほど、体質変化することが必要であると申し上げましたが、そのためには人材の多様化を図る必要性も感じています。

秋山 多様性は重要だと思います。多様性は何も、性別や国籍だけの話ではなく、育児や家族の介護をする人なども含め、さまざまなバックグラウンドをもった人が、それぞれの力を発揮して働けるような環境をつくることです。それは職場の活性化にもつながると考えられます。会社にとって、負担であるという考えではなく、前向きな生産性にどうやったらつながられるのかという視点で考えていく必要があると思っています。企業にとって社会にとって、どうしたらプラスにつなげることができるかを広い視野で考えることが必要だと感じています。

戸倉 多様性はまず、違いを知る、そして、認め合い受け入れることが重要です。それはつまり、社会の変化であったり、社会が抱える課題を敏感に感じ取り、柔軟に対応していくことでもあるといえます。これは、従業員の感性を養うことにつ

ながり、社会適合力を身に付けることにもつながります。多様性については今後、取り組んでいきたいと考えています。

秋山 多様性を受け入れるためには、従業員一人ひとりが積極的に外に出ることでたくさんの人やものに触れ、感性を磨く、多くの経験をすることも重要です。たとえば、社会貢献活動などにもそうした面があると思います。従業員が社会貢献などに参加することで何かを感じ取り、その気づきを会社に持ち帰って仕事に活かす、それがまた仕事のやりがいにもつながるなど、そうしたプラスの連鎖が、CSR活動の深化や従業員の成長にもつながるのではないかと思います。

戸倉 そうですね。会社だけでなく異なる社会との関わりをもつこと、それを共有することは変化のきっかけになるかもしれませんね。多様性を推進することは、さまざまな価値を生み出す可能性がありますね。

秋山 価値を生み出す可能性といえば、CSV (Creating Shared Value: 共通価値の創造) という考え方があるように、社会の課題を見つめることなどがきっかけで、社会にとっても企業にとってもプラスとなる新たなビジネスが生まれる可能



性もあるかもしれません。今まさに、そうしたイノベーションを起こしていこうというふうにはCSRは変わって来ています。是非そのような今までにない価値を生み出していただくことを期待しています。

シチズングループのCSRの方向性

社会との関わりをより一層意識した事業を展開

秋山 今後さらにシチズングループが発展をめざすには、社内での情報共有であったり、社内外への情報発信が一層重要になると思います。日本では、CSR報告書を作成している企業が多いですが、誰に一番読んで欲しいかといえば、「従業員」と答える企業が多いといえます。従業員は会社で毎日働いていても会社が何をやっているのか意外に知らないケースが多く、そんな従業員がCSR報告書を読むと、「うちの会社はこんな良いことをやっているんだ」、「この商品はこんなに社会の役に立っているんだ」など、改めて自社の強みなどを理解し、それがやる気や誇りにつながるという話をよく聞きます。

戸倉 確かに、自分の所属する組織以外がどういうことをやっているのか、そもそも会社の強みはということなのかということを、従業員が知らない、意識しないケースは多いかもしれません。そういう意味では、社内で自社の強みや会社のめざす方向性を共有すること、また情報を発信し続けることは、それがあがる意味、社内の多様性、違うものに触れるということに通じるのかもしれません。

秋山 これからの時代はとくに、企業の持続的成長のために、社会的感性が必要になってくると思います。社会との関わりや社会への感度を、会社も、一人ひとりの従業員も高める必要があります。これがまさにこれからのCSR活動で、



企業の持続的成長と社会の持続的成長はリンクしてくると思います。今後、新しいビジネスを創出する上でも、社会のニーズがどこにあるのか、あるいは、社会的課題の解決のために何が必要なのかということ意識することが、社会と企業の両方の持続性にとって非常に重要になりますし、それ自身がCSR活動になってくるでしょう。

戸倉 そう思います。私たちは、企業だけで「生きていく」ということは不可能です。あらゆる社会との関わり合いを意識し、自らの成長、会社の成長、社会の持続的成長を同軸で考え事業を展開する必要があります。当社グループは、これまでさまざまな分野でCSRに取り組んできましたが、グローバル化が一層進むなか、これまでのシチズンを支えてくださったステークホルダーの皆様と今まで以上に対話を重ね、信頼関係を築いていきたいと思っています。