



シチズングループ
CSR報告書2015

CITIZEN GROUP CSR REPORT

企業理念

「市民に愛され市民に貢献する」



編集方針

本報告書は、シチズングループの社会的責任（CSR）について基本的な考えと、2014年度の実績をステークホルダーの皆さまにご理解いただけるよう発行しています。

私たちは、企業理念である「市民に愛され市民に貢献する」という想いを事業を通じて実現することが、シチズングループのCSRであると考えています。

中期経営計画「シチズングローバルプラン 2018」の2年目にあたる2014年度は、改めてシチズングループの価値創造の仕組みを明確にしました。また、成長戦略に向けた土台を強化するCSR活動に焦点を当てご紹介します。

創業より受け継がれてきた目に見えない価値を感じとっていただければ幸いです。



表紙について

『The CITIZEN Automatic』搭載の
ムーブメント Cal.0910



シチズンホールディングスの「CSRサイト」について
WEBサイトでは、本冊子の内容に加え、網羅的なCSR
情報を掲載しています。

<http://www.citizen.co.jp/social/index.html>

発行時期

2015年6月（前回2014年6月、次回予定2016年6月）

参考にしたガイドライン

「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」
(GRI)

「環境報告ガイドライン（2012年版）」（環境省）

「環境会計ガイドライン（2005年版）」（環境省）

免責事項

本報告書には、将来予測も記載しています。これらは
記述した時点で入手できた情報に基づいたものであり、
実際の活動結果が予測と異なる可能性があります。

報告対象組織

経済データ・社会データ：国内28社、海外74社
(計102社)

環境データ：国内32社、海外16社（計48社）

報告対象期間

2014年度（2014年4月1日～2015年3月31日）

ただし、一部2015年度の内容を含みます。

目次

01 企業理念／編集方針

03 会社概要

04 中期経営計画の進捗状況

05 トップメッセージ

07 時計事業におけるブランド戦略

09 シチズングループの価値創造

シチズングループの価値創造のプロセス——
「マニファクチュール」

① 研究・開発、デザイン

② 製造

③ 販売・アフターフォロー

17 シチズングループのCSR

19 ISO26000に沿った活動報告

Ⅰ 消費者課題

20 Ⅱ 公正な事業慣行

21 Ⅲ 環境

23 Ⅳ 労働慣行

24 Ⅴ 人権

25 Ⅵ コミュニティへの参画およびコミュニティの発展

27 Ⅶ 組織統治

コーポレート・ガバナンス

リスクマネジメント

コンプライアンス

31 データ編（環境／従業員）

32 第三者意見／第三者意見を受けて

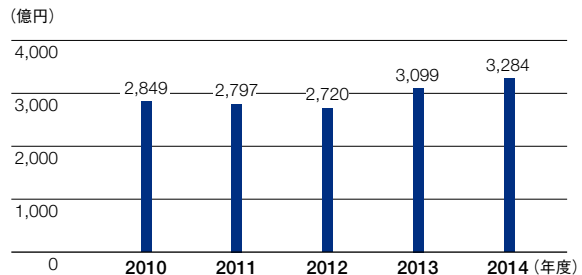
会社概要

シチズングループは、「市民に愛され市民に貢献する」を企業理念に、時計事業で培ってきた小型化技術・精密技術・低消費電力技術などを活かした多彩な事業をグローバルに展開しています。

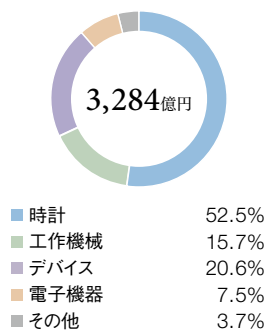
企業データ (2015年3月31日現在)

社名 シチズンホールディングス株式会社
 設立 1930年5月28日(創業1918年)
 本社所在地 〒188-8511
 東京都西東京市田無町6-1-12
 代表者 代表取締役社長 戸倉 敏夫
 資本金 326億4,889万円
 従業員数 19,173名(連結)
 売上高 3,284億円(連結)
 上場 東京証券取引所第一部

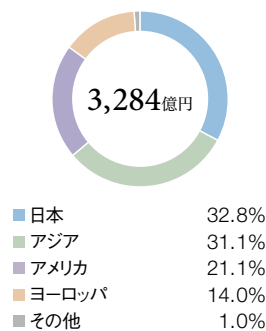
売上高推移



事業別売上高比率



地域別売上高比率



地域別従業員比率



主要製品

時計事業

“技術と美の融合”。最新のテクノロジーと、繊細な美しさが溶け合うことで生まれる新しい価値を創造しています。



工作機械事業

自動車、医療、IT関連業界向けの小径精密部品加工や油空圧、建機業界向けの中径短尺部品加工に工作機械を開発し、提供しています。



デバイス事業

時計製造で培った小型・精密加工技術を応用し、社会を支えるさまざまな電子機器に製品を提供しています。



電子機器事業

健康管理から情報機器まで、暮らしとビジネスのさまざまなところで、新しい便利さと快適さを創造しています。



その他の事業

遊技用機器向けの独自システム、マリッジリングなどの宝飾品、アイススケートなどのレジャーサービスを提供しています。



中期経営計画の進捗状況

シチズングループは現在、中期経営計画「シチズングローバルプラン2018」に取り組んでいます。

2015年度はその3年目にあたり、成長戦略のための強固な土台づくりの最終年度となります。残された課題に取り組み、次の成長ステージに向けた構造改革・風土改革を確実に実行していきます。

「真のグローバル企業」を目指して

～スピードと活力の溢れる企業グループへ～

中期経営方針

1. 時計事業、および時計製造で培われた強みを活かせる領域にフォーカスし、カテゴリトップクラスのグローバル競争力を持つ事業の集合体を目指す。
2. 中国・アジア新興国を戦略市場と位置づけ、売上拡大と効率化を同時に進め、利益成長を加速する。

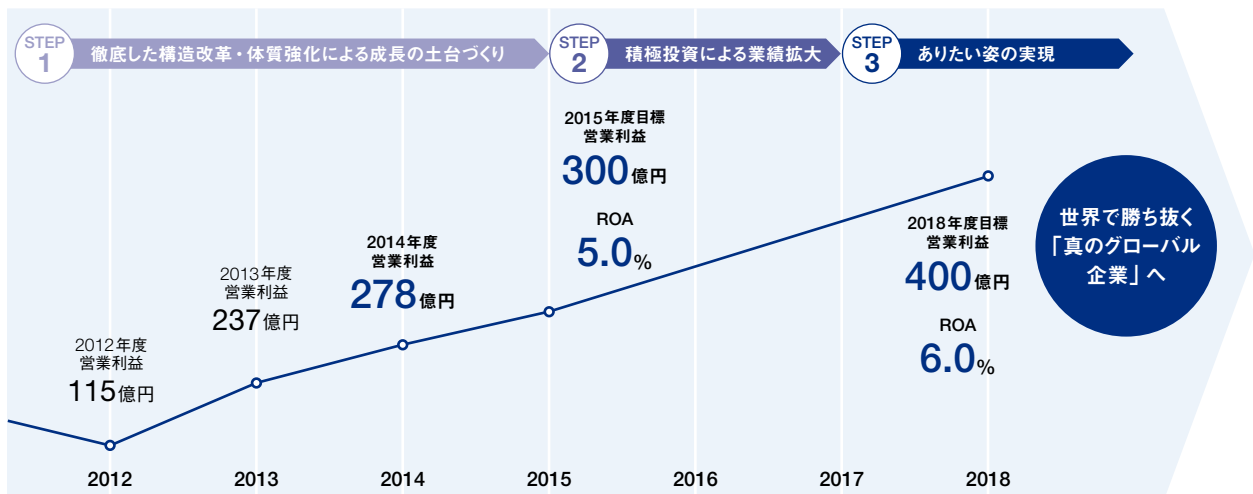
課題への対応

1. 事業ポートフォリオの明確化
2. 製造力の強化
3. 人の生産性改善と人材力強化
4. アジア市場へのマーケティング対応

具体的戦略を実現するCSR上の取組

1. 環境配慮型製品の開発・製造
2. 人材の育成
3. ダイバーシティへの対応
4. 地域社会とのより良い関係性の構築

中期経営計画のステップイメージ



2014年度は、前年度から取り組んできた「徹底した構造改革・体質強化による成長の土台づくり」のため、最も重要な人の生産性の改善と人材力の強化を推進しました。

階層別の研修を中心とした新たな教育システムの導入や女性のキャリア研修、マネジメント層を対象にしたダイバーシティ研修など、人材の育成にも取り組みました。

また、グループ成長の核に据えている時計事業では、

新たにシチズンブランドの信念を表現する言葉「BETTER STARTS NOW」を発信。今後はこのブランドステートメントのもと、時計事業の全従業員が共通の目標に向かって、ブランド戦略を推進していきます。

後期の成長戦略へ向かうブリッジの年となる2015年度は、成長のための強固な土台づくりを完成させる重要な年となります。シチズングループ全従業員が一丸となり、歩みを止めることなく「真のグローバル企業」を目指していきます。

トップメッセージ



「シチズン」という社名、企業理念が私たちの源泉。
そして、100年先も継続する企業を目指して。

これからの成長戦略に向けて

中期経営計画の前半の2年間は、組織の改編や人員の適正化、工場の再編、事業ポートフォリオの見直しなどに取り組み、グループ全体で見ると、ある程度計画通り進んだのではないかと考えています。ただ、海外製造拠点再編の一環として行った、中国生産拠点の西鉄城精密（広州）有限公司の解散において、初期段階での混乱や一部メディアの誤報などにより、ステークホルダーの皆さまにご心配とご迷惑をおかけしたことは、深く反省すべき点であります。今後はこのようなことがないよう、企業統治体制の強化を図っていきます。中国の状況は変化していますが、まだまだ大きな可能性があり、また、インフラが整っているという点においても、生産拠点としてはやはり重要です。人件費の高騰などの課題もありますが、製造革新に取り組むことなどで対応し、引き続き中国を重要地域と位置づけて営業、製造を続けていきます。

2015年度は、製造革新により創出した利益を、技術開発や設備投資に振り分け、さらなる成長を遂げることで、「シチズングローバルプラン2018」の実現を目指していきます。

長期的な視点で取り組む人材育成

「真のグローバル企業」の実現には、現地の方々との連携は欠かせません。そのため、現地の文化・慣習への理解は重要であり、その違いや差を認めることができるか、というベーシックなところに語学が加わることで、コミュニケーションはより円滑になっていきます。スキルだけでなく、人としての魅力が問われるのだと思います。

女性活躍推進については、まだまだ取り組み始めたばかりです。さらなる推進のためには意識改革が重要であるという認識から、2014年度は「女性キャリア研修」「部門長向けダイバーシティ研修」に取り組みしました。

多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげていきたいと考えています。

事業を通じた社会的な課題の解決

1976年の世界初のアナログ式太陽光発電時計をはじめとして、現在に至るまでに、社会や環境に配慮したさまざまな製品を開発してきました。これらは結果的に我々の抱えている社会的な課題の解決に資する製品であり、企業としては当然の取り組みだと考えています。そもそも企業というのは、社会の中で非常に重要な責任を負っていると思います。社会との共有価値を創出するには、企業の存在価値という根本の部分を見直す必要があります。これも時間がかかる取り組みですが、例えば、現在取り組んでいるCSV※（Creating Shared Value）の考え方が、マーケティングや開発の段階で自然に議論されるような会社になれば良いと思います。

※ CSV：Creating Shared Value。企業と社会がシェアできる新しい価値を創出する取り組み。

100年先も継続する企業を目指して

変化の激しい時代において、100年先を見据えるのはとても難しいことです。企業というものは、時代の変化に合わせて進化することが重要で、私たちの強みをその時代に合わせた形でどう発揮できるかということを常に考える必要があります。それが持続的な成長につながると思います。

そして、成長の基本には社会との結びつきが欠かせません。同時に、会社を支える核となるのは、いうまでもなく従業員です。従業員を大切にすることでお客さまへの付加価値の高い製品やサービスが生まれます。それを忘れないことが重要であり、全ての事業活動のベースであると考えています。

今後もこの信念のもと、市民に愛され、社会に貢献する企業を目指していきます。

2015年6月

シチズンホールディングス株式会社
代表取締役社長

戸倉敏夫

時計事業におけるブランド戦略

シチズンが目指す「世界で勝ち抜くグローバル企業」の実現には、
「グローバルブランド」としての地歩をしっかり固めることが不可欠です。
2014年、絶え間なく前進してきた創業以来96年の時間から
「BETTER STARTS NOW」というブランドステートメントを見出しました。
これは、「私たち一人ひとりの目の前にある『今』こそが、
世界をより良くするためのスタートの時である」というブランドの信念を表したものです。
私たちはこの信念を胸に「時計の未来を切りひらく」ブランドとして歩み続けます。

BETTER ST



ARTS NOW

世界へ発信



約8万個の地板を使ったインスタレーション



“Milano Design Award 2014” 受賞の
トロフィー

MILANO DESIGN WEEK 2014

2014年4月8日～13日に行われた世界的なデザインの祭典であるミラノサローネ「Milano Design Award Competition」において、Best Entertaining賞とBest Sound賞の2部門を受賞しました。

シチズンが発表したインスタレーションのテーマは「LIGHT is TIME」。時計の全ての部品を支える基盤装置である「地板（ぢいた）」を約8万個使用し、幻想的な空間を創り出しました。

インスタレーションを手がけたのは、パリを拠点に活躍する建築家・田根 剛氏 (DGT) とシチズンのデザインチーム。「LIGHT is TIME」は光と時の表現であり、「光は時間である。光なくて時間という概念は生まれ得なかった。」という田根氏のアイデアに基づいて構成されました。

マニファクチュールであるシチズン独自の「地板」に光をあて、動き続ける光と音が幻想的に空間を満たします。その空間にシチズンの原点となる懐中時計から最新の衛星電波時計、そしてそれらを構成する精緻な部品を展示することで、来場者に改めて「シチズンとは何か」を伝えました。

シチズングループの価値創造

シチズンの時計事業における価値創造活動の全体像をご紹介します。

現在シチズンの重要な資産である「人材」「技術」がドライバーとなり、
ビジネスモデルを進めていくことで、製品・サービスのブランド力を向上させ、
「お客さま」「社会」「従業員」に提供する価値の最大化を目指していきます。

ブランド力の向上を実現する人材

未来発明家

「創造力によって発明する」
新しい方法を想像し、それを
発明する勇気を持つこと。

真摯な職人

「情熱をもって創造する」
真摯な情熱をもって、どん
な小さな部分まで技巧を凝
らし続けること。

永遠の改善者

「向上心によって改善する」
どんな成功も失敗も、その
すべてがより良くするための
チャンスだと信じ、その実現
に前向きに取り組むこと。

シチズングループの価値創造プロセス

研究・開発

新たな価値の創出には、
マーケティング力と、新技術
の開発が必要不可欠です。
ものづくりのスタートであり、
シチズンの想いを形にする
起点です。

▶▶▶ P.11

デザイン

時計デザインは、ミクロン
単位の差で印象が変わる
ため、最も精密さが必要
です。その一つひとつに、
シチズンブランドを体現す
るデザイナーの想いが込め
られています。

▶▶▶ P.12

VALUE



ブランド力の向上

製造

マニファクチャールを可能にするのは、部品一つをこだわりを持って作ってきた過去の蓄積であり、真似することのできないシチズングループ独自の強みです。

▶▶▶ P.13-14

販売・ アフターフォロー

お客さまとの直接接点の場となる販売段階は、ブランドの魅力を伝えるためにも非常に重要な役割を担います。お客さまに感動していただける、高付加価値サービスを目指します。

▶▶▶ P.15-16

お客さま

ブランド価値を高めることで、お客さまに提供できる価値。

社会

ブランド価値を高めることで、社会に提供できる価値。

従業員

ブランド価値を高めることで、従業員に提供できる価値。

CREATION

シチズングループの価値創造プロセス ―「マニファクチュール」

01

企画から開発・製造に至るまでを自社一貫で行う、シチズンの“マニファクチュール”

マニファクチュールとは、自社一貫製造が可能なメーカーを指す言葉であり、シチズンは、時計製造における真の“マニファクチュール”であるといえます。

ここでは、2014年に販売された『エコ・ドライブ サテライト ウェーブ F100』を例に、そのプロセスをご紹介します。マニファクチュールだからこそ、お客さまのニーズの先にある可能性を追求し、実現することができるのです。

研究・開発

RESEARCH & DEVELOPMENT

価値創造の起点。研究・開発の役割

シチズンは創業以来、機械式時計からクォーツ時計、光発電技術、さらに電波時計の普及と、時計の世界では時代とともに常に新しい技術を生み出してきました。

シチズン時計では、1976年に世界初のアナログ式太陽光発電時計を発売。1993年には世界初の多局受信型電波時計を発売するなど、最先端の技術を開発し続け、2011年光発電時計として世界初の衛星電波時計『エコ・ドライブサテライトウェーブ』を開発しました。

人工衛星の時刻情報を使う構想は、2007年より本格的に着手し、独自技術である光発電エコ・ドライブで実現することができました。その原点となるのが、シチズングループの研究・開発部門です。

スピードを突き詰めた『F100』

『エコ・ドライブ サテライト ウェーブ』は、数秒で時刻の受信を可能にする衛星電波時計でしたが、『F100』ではさらに受信時間を縮め、世界最速※“最短3秒”での受信を実現しました。

このムーブメントは、担当者が4年の歳月をかけ開発した、飽くなき探求心が実現させた商品です。

開発担当者たちは、「未来に対する強い意志をカタチにする。」という想いのもと、今後も研究を続け、新たな価値の創出を目指していきます。

※ アナログ式光発電衛星電波時計として。2014年6月現在、当社調べ。



Eco-Drive SATELLITE WAVE F100 ▲

デザイン

DESIGN

シチズンブランドを伝えるデザイン

『F100』が目指す姿は、日常生活に溶け込む衛星電波時計です。そのためには、コンセプトであるスピード感や衛星電波時計らしさを表現しつつも、日常使いに適したデザインを求めました。

『F100』のデザインは宇宙とつながるそのスピード感を、人工衛星からインスピレーションを受けて表現しています。一見シンプルながら、デザインの中に『F100』のコンセプトや世界観が凝縮されています。

実際に使うことで、デザイン面でのさまざまな魅力も感じることができるようになっていて、この時計を通じて、シチズンのデザインに挑戦する姿勢を感じていただければという、デザイナーの想いが込められています。



デザイン性を実現する加工技術

デザイン面でのコンセプトを実現するために、さまざまな加工技術が駆使されています。中でも、チタニウムケース側面のエッジは、腕を動かすごとに光が当たり、光の流線が走る工夫が施されています。このような加工ができるのは、シチズンが世界に誇るチタニウム加工技術を持っているからです。

シチズングループの価値創造プロセス ―「マニファクチュール」

02

全ての部品、全ての工程の細部にまでこだわる、 想いを形にする生産技術

腕時計は、多くの部品で構成されています。シチズンはその部品一つひとつを自社で製造し、細部にまでこだわっています。また、部品を製造する機械も自社内で開発・製造できることが、企業価値の一つであり、高品質な時計製造を可能にしているのです。

シチズンが真のマニファクチュールであることが、お客さまに選んでいただける理由だと考えています。

製造

金型製造の極み

腕時計を組み立てる上で、なくてはならない基盤となる地板。この地板の上にさまざまな部品が載せられ腕時計が完成します。全ての基礎となる地板の金型製造には、精密さが求められます。例えば、機械加工された状態の金型は、そのままでは使用することはできません。熟練の技術者がミクロン単位の微小な調整を行い、指の感覚で削り精度を高めていきます。

腕時計を分解した時にのみ見ることができる部分でさえ、妥協を許さず磨いています。40年もの間、腕時計の土台となる地板の金型を製造してきた職人の技がものづくりの原点であり、それがシチズンの強みなのです。



自社製装置による部品製造

腕時計には、とても多くの歯車や部品が使われています。針に動力を伝達する歯車は、プレス、切削、歯割、熱処理、表面処理、アッセンブリーなどの金属加工が必要です。シチズン時計グループでは、このための自動旋盤による精密切削加工技術で高い品質と生産性を実現しています。

自社の旋盤技術は1937年に始まり、時計製造に必要な部品製造を担当する工作機械部門として独立。1961年には外販用機械製造販売を開始しました。

自動車や医療機器・通信機器などの工業製品は、この工作機械があって初めて部品が作られ、製品となります。現在はシチズンマシナリーとして世界のものづくりをリードしています。





MANUFACTURE

世界トップレベルの生産力

毎年さまざまな腕時計が開発されますが、その種類に合わせて、製造ラインが必要になります。

新しい腕時計の図面が完成すると、その図面をもとに、製造を可能にする生産ラインを設計します。さらに、製造の省力化には供給装置がとても重要です。形が複雑で細かい部品の全てが正しい向きで次工程に送られなければ、自動組立は実現できません。組立だけでなく、並べて供給することも難しく重要な工程です。そのための部品供給装置もシチズンの独自技術が活かされています。

世界への部品供給を可能にする生産力の源がここにあります。



仕上げを担う、マイスター

高級時計の組立は非常に繊細な作業であり、卓越した技能が求められます。時計製造の最終工程である完成品組立てでは、マイスターと呼ばれる高度な技術を持つ熟練の技術者が、組み立ての最も難しいとされる針付けを行っています。わずかな力加減で針が反ってしまう繊細な作業では、全神経を目と指先に集中し、実際に手に取っていただくお客さまがいることを意識して、取り組んでいます。

自動組立と熟練の手業が融合して、シチズンの高機能・高性能な時計は創り出されているのです。



シチズングループの価値創造プロセス ―「マニファクチュール」

03

お客さまに寄り添い応えていくこと、 ブランド戦略の真価が問われる

お客さまとの直接接点の場所である販売の現場では、販売員一人ひとりがシチズンブランドの伝道師となります。シチズン時計では、「BETTER STARTS NOW」のブランドステートメントのもと、世界中の販売店のデザインコンセプトを統一して展開することで、シチズンブランドに対する従業員の意識の統一を図っています。さらに、販売後もお客さまの声を聞き応えていくことが、シチズンブランドだと考えています。

Ⅱ 販売・アフターフォロー

NY タイムズスクエアにアメリカ初の旗艦店をオープン

2014年11月、シチズン時計にとって米国初となる旗艦店がニューヨークのタイムズスクエアにオープンしました。

タイムズスクエアは、年間数千万の人々が世界中から集まる場所であり、そこに店出するという事は、多くのお客さまにシチズンブランドを伝えるだけでなく、従業員のブランドに対するプライドを高めるためにも重要な意義があります。

日本文化を感じさせる建材やインテリアを各所にしつらえた店内では、8ヵ国語に対応できるスタッフがご案内します。また、デジタルタブレット端末を使いインタラクティブなコミュニケーションを行うなど、商品の展示は勿論のこと、ブランドの魅力の全てを見せることができるように

なったことで、今まで以上に、多くのお客さまにシチズン製品の良さを伝えることができました。

2008年より推し進めてきたグローバルブランド戦略により、現在までに世界で100店舗近くの旗艦店がオープンしました。シチズンブランドの世界観を伝えていく上での重要な情報発信拠点の役割を担うこの旗艦店から、オンライン、店舗、その他の機会を通じてお客さまに直接語りかけ、シチズンの存在感を発信していきたいと思ひます。





SERVICE

従業員一人ひとりがブランドの担い手

お客さまと接する販売員は、シチズンのブランディングにとって大きな役割を担っています。私たちが目指す高付加価値サービスとは、お客さまに寄り添い、機能の紹介や購買後のメンテナンス方法のご案内などにより、販売段階で感動していただくことです。そのため、Citizen Watch Company of America, Inc. (COA)では、販売員のトレーニングを年2回のセールスミーティングで行っています。また、部門ごと、地域ごとの小会議において、ブランディング・新商品・販売方針についての詳細説明を、時間をかけて行っています。これらの情報はデジタルキャンペーンブックの形で提供され、販売員は専用タブレットで常に見ることが可能です。



サービスセンターの役割

COAのアフターサービスセンターには、1日1,500件を超えるお問い合わせがあります。関係部門との密な連携体制と強力な内部管理システムを構築し、その全てに迅速なフィードバックと修理対応を行っています。お客さまにご満足していただけるサービスを提供する体制が整っていることが、他社にはない強みです。さらには、お客さまにリピーターになっていただけるように高次元のサービスを提供することが、最も重要な使命だと認識しています。また、そこで働く従業員には、高度な知識だけでなく、お客さまを思う気持ちと、世界的な視野を持つことが必要であり、グローバルブランドとしてのシチズンを体現しています。



シチズングループのCSR

国連グローバル・コンパクトの支持

シチズングループは、企業理念の具現化を通じて、持続可能な社会の発展とシチズングループの成長を果たし、社会から愛され、尊敬され、真に必要なとされる企業となることを目指しています。国連が提唱するグローバル・コンパクトに2005年より参加し、事業を展開する上では、国連グローバル・コンパクト※の精神を踏まえた「シチズングループ企業行動憲章」に基づいたCSRを実践しています。また、社会への提供価値を最大化するためには、ステークホルダーの要請・期待を経営に取り込み、的確に応えることが重要であると考え、ステークホルダーとのコミュニケーションを強化しています。



国連グローバル・コンパクトの10原則

人権	原則1：人権擁護の支持と尊重 原則2：人権侵害への非加担
労働	原則3：組合結成と団体交渉権の実効化 原則4：強制労働の排除 原則5：児童労働の実効的な排除 原則6：雇用と職業の差別撤廃
環境	原則7：環境問題の予防的アプローチ 原則8：環境に対する責任のイニシアティブ 原則9：環境にやさしい技術の開発と普及
腐敗防止	原則10：強要・賄賂等の腐敗防止の取組み

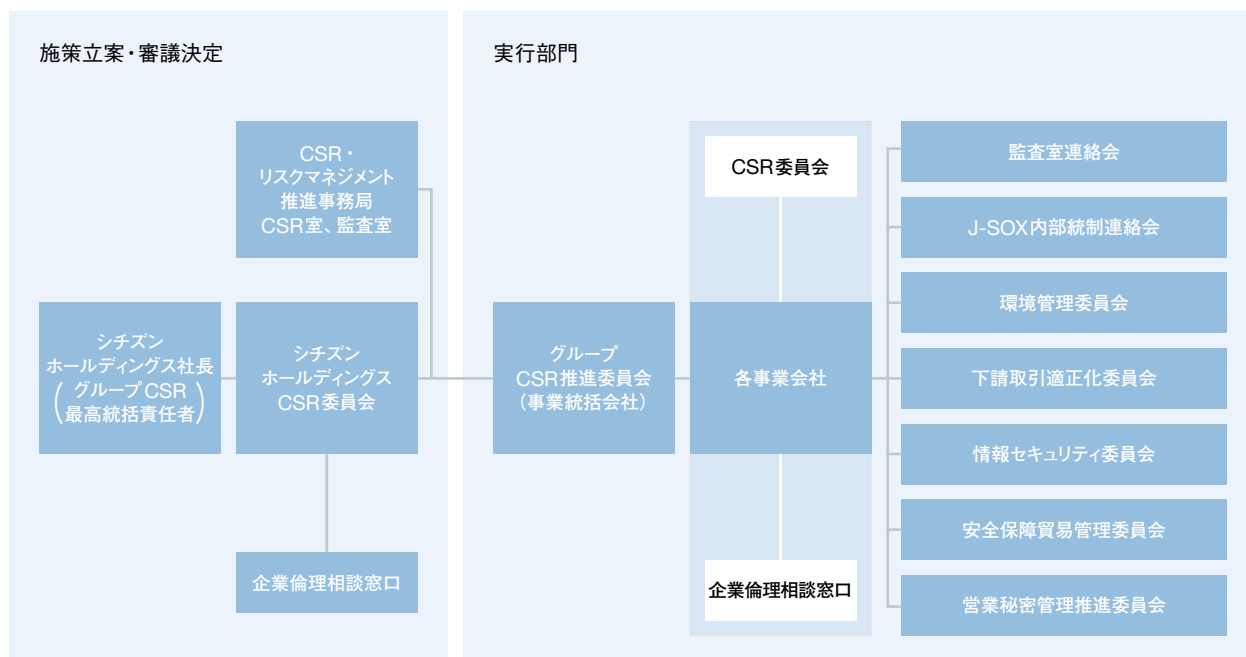
※ 国連グローバル・コンパクト：各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組み作りに参加する自発的な取り組み。10原則に賛同する企業トップ自らのコミットメントのもとに、その実現に向けて活動を展開することが求められています。

CSR推進体制

シチズングループでは、シチズンホールディングスの社長を最高統括責任者とするシチズンホールディングスCSR委員会を設置し、グループの方針策定や施策の立案・提言などを行っています。また、グループ各社のCSRおよびリスクマネジメント活動の充実を図るために、監査部門と連携

してその有効性・効率性について、ガバナンスの観点より監査・評価を実施しています。さらに、CSRの啓発のため、経営層向けセミナーや、グループ全体でのCSR教育なども行っています。

CSR・リスクマネジメント推進体制図



シチズングループ企業行動憲章

シチズングループ企業行動憲章

- 1 安全、品質、環境に十分配慮した製品とサービスを顧客に提供します。
- 2 商取引においては、公正、透明、自由な競争を行い、また政治、行政とは健全な関係を保ちます。
- 3 広く社会とのコミュニケーションを図り、企業情報を積極的かつ公正に開示するとともに、適切な情報管理を行います。
- 4 環境問題は人類共通の課題であり、また企業の存在と活動に必須の経営課題であることを認識し、自主的、積極的に取り組みます。
- 5 良き企業市民として、地域社会との共生を大切にし、社会貢献活動に努めます。
- 6 安全で働きやすい職場環境を確保するとともに、従業員の能力、活力を引き出し、人格、個性、多様性を尊重します。
- 7 反社会的勢力及び団体には、毅然たる態度で対応します。
- 8 海外においては、その文化や慣習を尊重し、現地の発展に貢献するよう努めます。
- 9 グループ各社の経営トップは、本憲章の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、関連企業や取引先に周知します。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図ります。

企業行動憲章の海外展開

国際的なCSRの視点を重視し、国内外グループ統一規範として、2015年3月に英語・中国語・タイ語・ベトナム語の4言語に翻訳し、シチズングループ各社へ展開しました。



CSVセミナーの開催

第8回CSR意識調査の従業員の声に応え、シチズンホールディングスでは、主要事業6社の合計173名を対象にしたCSVセミナーを開催しました。外部有識者より、経済・社会・自然環境の中で企業のより良い関係構築の事例を学び、CSVのイメージを掴むとともに、グループワークでは、各事業における可能性をディスカッションしました。参加者からは「新たな事業創出の可能性を感じた」「他部門へも展開してほしい」などの感想が寄せられ、社会課題の解決という視点を事業に取り入れる機会になりました。



本報告書では、グローバル企業として皆さまにCSR活動の取り組みを分かりやすくお伝えするために、組織の社会的責任に関する国際規格であるISO26000*の中核主題に沿って、取り組みを整理して掲載しています。

※ ISO26000：国際標準化機構が発行した、あらゆる組織を対象とした社会的責任に関する国際ガイドライン

ISO26000に沿った活動報告

消費者課題

シチズングループは、お客さまの課題を解決し、より豊かな生活をお手伝いする製品を提供しています。シチズングループで製造される製品は、安全、品質、環境に十分配慮されており、また、製品を販売して終わりではなく、万全のサポートとアフターフォローによって、お客さまとの長期にわたる関係づくりにも取り組んでいます。

時計事業におけるお客さま対応への評価「年間1,000人のお客さまからありがとう！」

企業理念の実現には、お客さまからのお問い合わせやご要望などに対し、迅速な対応・改善に努め、長期的な関係性を構築することが重要となります。

お客様時計相談室では、ご購入前の商品性能や材質の相談、購入後の操作方法などさまざまなご質問、ご要望に対応しています。ご不満やお悩みが解決した後には「ありがとう」の一言は、従業員の喜びやモチベーションの向上につながっています。

お客様時計相談室発足から14年目を迎えた2014年度には、メール対応評価にて頂いた満点の件数とお客さまから

いただいたお礼の手紙の合計が年間1,000件を超えました。

今後も、お客さまにご満足いただけるような対応を



シチズン時計 お客様時計相談室

目指し、技術や知識の習得など、オペレーターの定期的な教育を行い、お客さま満足を高めていきます。

工作機械事業におけるお客さまの工場運営のトータルサポート

工作機械の製造・販売事業を展開するシチズンマシナリーでは、積み重ねた機械保守や加工技術などの技能、ノウハウを活用し、お客さまの工場運営における稼働率や生産性の向上、また、人材育成などを支援し、高付加価値ビジネスの創造に注力していただくためのソリューションビジネスを提供しています。

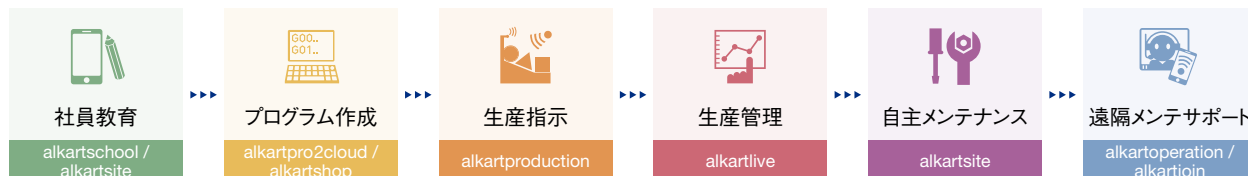
alkappliesolution(アルカプリソリューション)と名付けられたこのサービスは、ICT※を活用し、遠隔地にいるお客さ

まに復旧支援や生産性を高めるアドバイス、人材育成用e-ラーニングの提供などを行っています。さらに、個々のお客さまの課題に応えられるようカスタマイズしていくことで、世界最先端の生産革新ソリューションの提供が可能になります。2013年12月のサービス提供開始以後、現在まで国内稼働顧客の15%のお客さまに加入していただいています。

今後もお客さまとの持続的なパートナーシップを強化し、世界のものづくりに貢献していきます。

※ ICT：Information Communication Technology

お客さまの工場運営を支援するalkappliesolutionの主な機能



公正な事業慣行

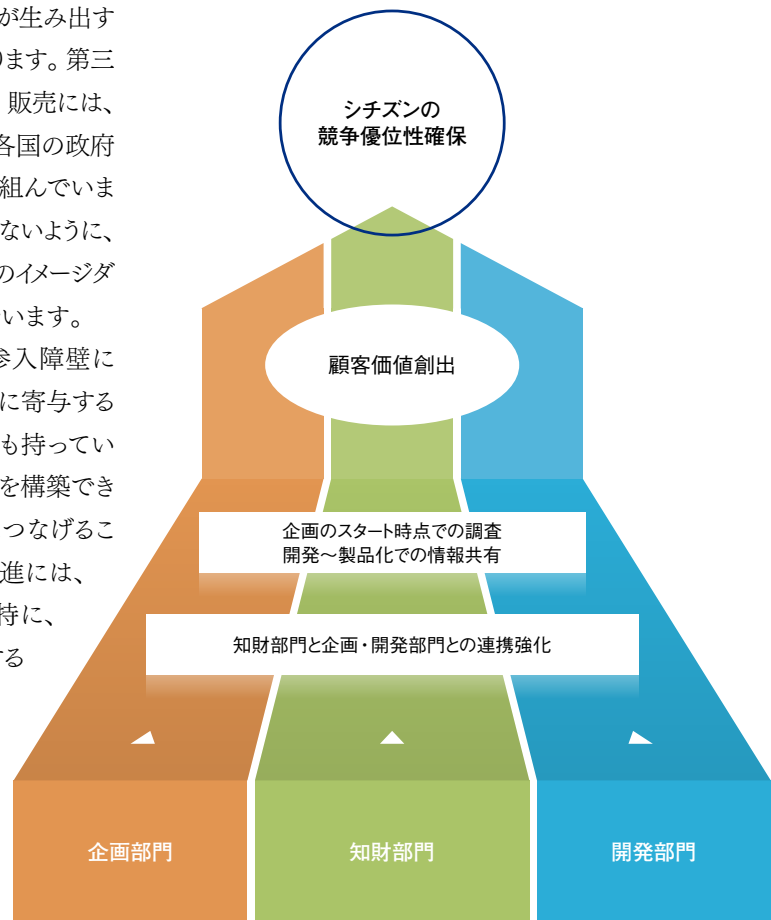
シチズングループは、持続可能な事業活動を推進するべく、商取引においては、公正、透明、自由な競争を行い、政治、行政とも健全な関係を保っています。知的財産活動については、第三者の知的財産権を尊重し、重要な顧客価値を創造する知的財産の保護と活用に努め、シチズンブランドを保護するとともに競争優位性を獲得する知的財産戦略を推進しています。

競争力を高める知的財産戦略

グローバルに事業を展開する上で、シチズンが生み出す知的財産の保護は非常に重要な取り組みとなります。第三者によるシチズン製品を装った模倣品の製造・販売には、毅然とした態度で対抗措置を講じるとともに、各国の政府機関との連携を強化し、模倣品の撲滅に取り組んでいます。一方、他者の知的財産権を侵害してしまわないように、製品開発の段階で特許権の調査を行い、自社のイメージダウンなどのリスクの低減・排除にも取り組んでいます。

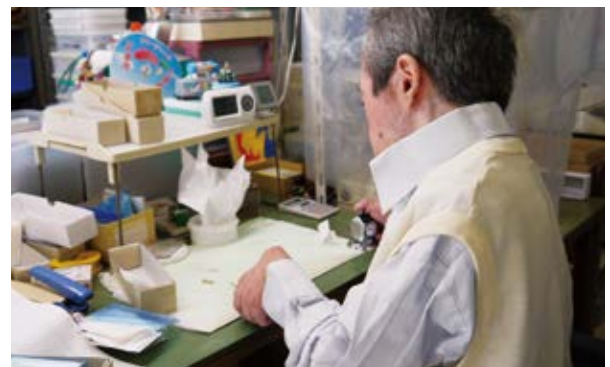
さらに知的財産活動は、他者にとっては参入障壁になり、かつシチズンの事業の競争優位性確保に寄与する知的財産権を取得するという「攻め」の側面も持っています。つまり、他者に先駆けてシチズンの強みを構築できるチャンスを広げることで、事業の成長戦略につなげることができるのです。また、知的財産活動の推進には、事業との密接なかかわりが欠かせません。特に、企画・開発の初期段階から関連部門と連携することで、他者との競争の中で、自社の企画の優位性を客観的に検証し、強みを明確にして進むことができるようになります。

それがシチズングループの知的財産戦略であり、企業価値向上の具体的な戦略の一つとなっています。



障がい者福祉センターとの事業連携

シチズン時計では、40年以上の長きにわたり社会福祉法人村山苑へ腕時計部品やアフターサービス部品の計数、包装などの業務委託を行っています。不良率が低く、委託先として高い信頼関係にあり、2010年にはクレームゼロを達成。また、2013年2月には社会福祉法人全国社会福祉協議会より「協力企業表彰」として感謝状を授与されました。これからもサプライチェーンにおける社会的責任を果たしていきます。



社会福祉法人村山苑における計数業務

ISO26000に沿った活動報告

環境

環境問題は人類共通の課題であり、企業が取り組むべき最重要課題と認識しています。シチズングループでは、商品、サービスを通じた環境負荷の低減に取り組み、製造段階だけでなく、お客さまがご使用される段階でも環境負荷を低減できる施策に積極的に取り組んでいます。

環境経営の強化を目指して

シチズングループでは、グローバルな視点による環境経営の強化を目指した「シチズングループ環境中期計画2018」に基づいて、エコアクション100と呼ばれる活動プランを策定、中期目標の実現に向けた活動を推進しています。2014年度、ISO14001のグループ統一認証体制へ

の移行を完了し、ガバナンスの強化と実効性の高い環境活動を推進する枠組みを構築しました。2015年度は、2013年度からの中期前期のまとめと2016年度から始まる中期後期（グローバル展開）にむけた重要な節目となります。

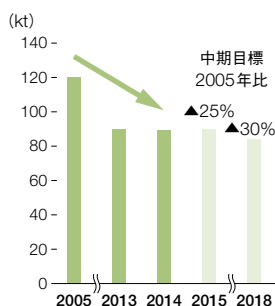
シチズングループ環境中期計画2018

グループ環境経営の強化	グローバル環境経営の強化
環境経営の推進	グループ全体で一つのシステムとするISO14001グループ統一認証体制へ移行し、より効率的で実効性の高い環境活動を推進します。
化学物質のリスク削減	生産拠点におけるPRTR対象物質の削減を推進し、製品含有化学物質ではJAMP*が推進する管理対象基準を取り入れ、グローバルな法規制へ対応しています。
エコを切り口にしたブランド価値向上 環境コミュニケーションの推進	省電力技術を活かした環境配慮型製品を、お客さまに安心して選んで頂けるよう、市場との環境コミュニケーションを推進し、新たなブランド価値を創造していきます。
温室効果ガスの削減	製品のライフサイクルにおける温室効果ガスの排出量を適切に把握し、温室効果ガスの削減に努めています。
廃棄物の削減	ISO14001のグループ統一認証を機会に、各事業所における廃棄物管理をグループ全体で再検証することにより、廃棄物の抑制を進めます。
環境社会貢献活動の拡大	各事業所における地域に根差した社会貢献活動に加え、生物多様性に与える事業の影響を把握し、これを保全する活動にも取り組んでいます。

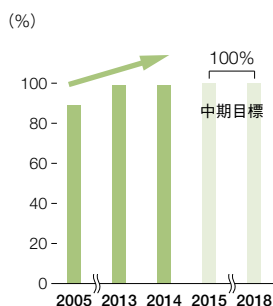
※ JAMP：アーティクルマネージメント推進協議会。サプライチェーンを通じた含有化学物質情報の共有を推進する、業界を超えた団体

環境中期数値目標とこの間の成果

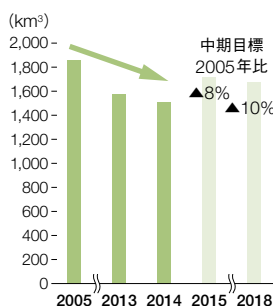
温暖化ガス



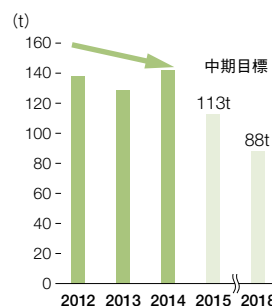
再資源化率



水使用量



PRTR 対象化学物質



具体的な取り組み成果

環境経営の推進

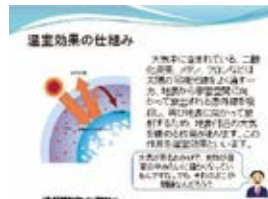


グループ統一認証審査



廃棄物処理業者の現地調査

温室効果ガスの削減



環境 e-ラーニングの実施

環境社会貢献活動



長野県飯田地区
「地域ぐるみ環境 ISO 研究会」

「北国の省エネ・新エネ大賞」受賞

シチズン時計は、2014年11月、北海道経済産業局が主催する「北国の省エネ・新エネ大賞」を受賞しました。

地元の北海道大学協力のもと導入した「外気冷房併用型置換換気システム」は、室内の生産機器から発生する排熱および汚染物質を効率良く排出し、良好な作業環境確保と、空気搬送動力の削減や排熱利用、冷涼な外気を活用した外気冷房システムなどによる高い省エネルギー化を可能にします。

導入した新工場では、年間空調用エネルギー消費量を約64%削減しました。



外気冷房併用型置換換気システム

エコマークアワード「金賞」受賞

シチズン時計は、公益財団法人日本環境協会が主催する、「エコマークアワード2014」において、時計業界として初めての最高賞である「金賞」を受賞しました。

この賞は、エコマーク商品をはじめとする環境配慮型商品の製造、販売あるいは普及啓発などにより、「消費者の環境を意識した商品選択、企業の環境改善努力による、持続可能な社会の形成」に大きく寄与した企業・団体などの優れた取り組みを表彰するものです。

今回、光発電技術を搭載した腕時計「エコ・ドライブ」で、1996年に業界で初めてエコマーク認定を取得し、現在ではシチズンブランドの国内販売の99%をエコ・ドライブ化とするなど、環境面で時計業界をけん引していること、およびソーラー技術の機能性を高めるだけでなく、デザインの美しさとの融合を目指し、消費者がより長く愛用できる時計を追求することで、多彩な商品ラインアップを実現していること、さらに商品カタログ、ウェブサイト、店頭ポップなど、さまざまな媒体でエコマークを活用し、「エコ・ドライブ」という分かりやすい名称と相まって消費者の環境意識の向上に大きく貢献していることなどが評価されました。



ISO26000に沿った活動報告

労働慣行

シチズングループは、安全で働きやすい職場環境を確保するとともに、従業員の能力、活力を引き出し、従業員一人ひとりが活き活きと働き、ステークホルダーにとって真に価値のある会社を目指しています。さまざまな教育制度や研修を通じて、スキルの向上だけでなく、人としても成長できる環境づくりに取り組んでいます。

ものづくり技能者の育成

「世界一優良なる時計製造工場の実現」を目指すシチズン時計マニュファクチャリングでは、ものづくり技能向上と人材育成を目的とした「時計学校」を設置しています。ここでは、厚生労働省が行う国家検定制度や、独自に作成した社内検定を目指し、ベテラン従業員が講師となり若手従業員の技能・技術を高めるための講義を行っています。

また、シチズン時計グループは、技術の継承や技術者の技能向上を目的に「技能五輪全国大会」に参加しています。本大会は将来の日本の「ものづくり」を担う満23歳以下の若手技能者による技能レベルを競う全国大会で、2014年度の大会では、シチズン時計マニュファクチャリングから時計修理職種に6名、メカトロニクス職種に2名が挑戦し、時計修理部門で、金・銀・銅・敢闘賞を受賞しました。このような取り組みは従業員のモチベーションアップにもつながり、また、目標に向かって努力する姿勢を養うことで、ものづくりを通じた「人づくり」にもつながります。

今後も時計学校や技能五輪の取り組みを通じて、若手技能者育成と技術・技能の継承および従業員のレベルアップを継続していきます。



時計学校における人材育成



技能五輪全国大会 時計修理部門 金賞受賞

応急手当講習会（中国）

2014年11月、広州務冠電子有限公司で応急手当講習会を開催しました。これは、緊急救命知識の普及と心肺蘇生、AEDの学習が目的で、従業員122名を対象に2日間にわたり開催されました。

中国の工場では、応急手当講習を行う会社が少なく、急病人などが発生した際の対応策が構築されていないのが現状です。シチズングループでは、中国工場での安全衛生教育を2012年からスタートしており、より高いレベルの安全衛生活動を海外工場に取り入れています。応急手当の知識を広めることで地域社会の安全にも貢献できるよう、取り組みを継続させています。



人権

シチズングループは、国際社会の一員であるという自覚を持ち、海外においても、その文化や慣習を尊重し、あらゆる差別を排除することを遵守しています。また、違いを受容し、人格、個性、多様性を尊重し、さらに、その多様性を強みに変える企業風土を構築することで、さらなる企業価値の向上を実現する取り組みを推進しています。

女性キャリア研修の開催

持続可能な事業活動の実現には、女性の活躍が欠かせません。そのためには、女性従業員が結婚や出産、育児などさまざまなライフイベントを経験しながらも、働き続けられる環境を構築することが求められます。

シチズンホールディングスは、2015年2月に、「女性キャリア研修」を開催しました。これは、女性ならではの発想や視点、能力のさらなる発揮による企業競争力の強化を目的に、具体的な目標とアクションプランを策定し、今後の活躍につなげてもらうことを目指した内容となっています。

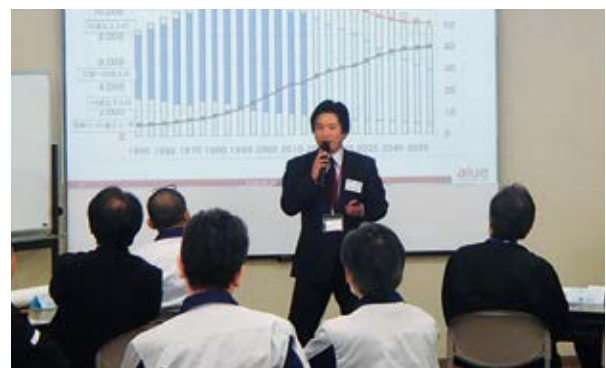
今後も引き続きグループでの取り組みを強化し、真のダイバーシティを実現することで、さらなる企業価値の向上を実現していきます。



女性従業員対象のキャリア研修

部門長向けダイバーシティ研修の開催

シチズンホールディングスでは、部門長を対象に「ダイバーシティ研修」を行っています。「多様化・複雑化する現代の職場環境に適応し、成果を生み出す」という視点で、自らのマネジメント観に厚みを持たせることを目的に、ダイバーシティとは何かという基本的なことから、実際の業務においてどのようにマネジメントすればダイバーシティが向上するかを学びました。



部門長対象のダイバーシティ研修

2014年度 人事関連情報

対象期間：2014年4月1日～2015年3月31日（障がい者：2014年6月時点）
集計範囲：グループ国内主要13社

女性管理職比率（%）		3.40%
障がい者雇用率（%）		2.03%
育児休暇取得者数	男	0名
	女	51名
	合計	51名

ISO26000に沿った活動報告

コミュニティへの参画およびコミュニティの発展

シチズングループは「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念のもと、良き企業市民として、地域社会との共生を大切に、社会貢献活動に努めています。また、事業を通じて社会課題に取り組み、国際社会の一員としての責任を果たすとともに、企業の発展も実現することで、持続可能な社会の構築に取り組みます。

途上国の女の子支援

シチズン時計は、国際NGO プランが推進する途上国の女の子や女性を支援する「Because I am a Girlキャンペーン」に2013年より賛同し、シチズン『xC(クロスシー)』の売上の一部を寄付するなど、その活動を支援しています。

2014年10月11日の「国際ガールズ・デー」には、『CITIZEN xC for Because I am a Girl』スペシャルモデルを発売しました。

2014年に集まった寄付は、「パキスタンにおける女の子のための教育プロジェクト」「マリにおける女の子の早すぎる結婚対策プロジェクト」に活用されました。パキスタンのイスラム女子学校では、教室および給水・衛生施設の改修など教育環境が改善されたことにより、当初は1,000人だった児童が、現在約1,300人まで増加しました。

これからも、商品の企画・広告・販売を通じてキャンペーンの普及をサポートしていきます。

世界の女の子に、生きていく力を。



新しい教室で授業を受ける女子生徒たち



寄付はイスラム女子学校の改修に

公益財団法人プラン・ジャパン
<http://www.plan-japan.org/>

映画上映会の開催

シチズンホールディングスCSR室では、シチズン『xC(クロスシー)』が途上国の女の子たちを支援する意義を従業員へ伝えとともに、社会課題解決への理解を深めてもらうべく「Girl Rising ～私が決める、私の未来～」の社内上映会を2014年8月に開催しました。

映画では、早すぎる結婚や、貧困、女子教育を阻むさまざまな障壁など世界の女の子が直面する状況、そして彼女たちの持つ可能性が描かれています。参加者からは「Because I am a Girlキャンペーンを支援することに誇りを感じた」など、女の子や女性の人権について考え理解を深めました。



シチズングループ従業員による「Raise Your Hand」※

※ 世界の女の子の教育とエンパワーメントのために、自分の手を上げる姿を通して国際社会に働きかける参加型アクション

「シチズン・オブ・ザ・イヤー」25周年

市民に感動を与え、市民社会の発展や幸せ、魅力づくりに貢献した市民を選定し、毎年表彰する「シチズン・オブ・ザ・イヤー」が、2015年1月に25回目の表彰式を迎えました。

この賞は、シチズン創立60周年の記念事業を検討していた1990年に、社名のCITIZEN(市民)にふさわしいことにこだわり、企業理念に沿った内容を模索した末に創設された制度です。

これまで社会貢献、国際貢献、自己実現、人命救助、環境保護と実にさまざまな活動に取り組んだ76名(グループ)の方々が顕彰してきました。



シチズングループは、これからも社会に感動を与えてくれた市民に光をあて、活動をたたえエールを送っていきます。

第25回「シチズン・オブ・ザ・イヤー」受賞者

<http://www.citizen.co.jp/coy/index.html>

阪井 ひとみさん

社会的支援が必要な人たちに、生活の基盤となる住まいを提供

19年前から、精神障がい者を中心に、身体障がい者、刑余者、ホームレス、DV被害者、身寄りのない高齢者といった社会的支援が必要な人たちの入居支援や、自立し、地域で安心して暮らしていけるよう、医療や福祉関係者、弁護士、不動産業者、行政と連携しながら生活をサポート。その数はこれまで約450人に達する。



本間 錦一さん

水難救助の豊富な経験と技術で、40年にわたり海水浴客の命を見守る

年間10万人以上の海水浴客が訪れる新潟県村上市の瀬波(せなみ)温泉海水浴場で、87歳という高齢でありながら現役のライフセーバーとして海水浴客の命を毎年見守っている。豊富な経験に裏打ちされた水難救助技術で、これまでに約50人を救助している。また、後進の指導も熱心で、120人以上のライフセーバーを育成。



原田 燎太郎さん

元ハンセン病患者を支援し、生活改善や差別・偏見の解消に取り組む

中国で電気・ガス・水道に不自由し、家は古くトイレもないという過酷な環境での生活を余儀なくされている、かつてのハンセン病の隔離村に暮らす元患者たちに、ボランティアの学生を派遣し、道路や水道の整備、トイレの設置、家屋の修理などをしながら交流するワークキャンプ(合宿型ボランティア)を10年間継続している。



高山 良二さん

地雷・不発弾処理とインフラ整備や人材育成に取り組む元自衛官

内戦の激戦地だったカンボジアのタエサン村で、住民自ら地雷処理を行う「住民参加型地雷処理事業」に取り組み、地域の安全と復興に住民自らが貢献するというプロジェクトを推進。その上で、井戸や道路の建設、地場産業の育成や学校建設などインフラ整備から教育・人材育成にまでわたる復興事業にも住民たちと取り組む。



ISO26000に沿った活動報告

組織統治

シチズングループは、グループ各社経営トップの責任のもと、実効ある社内体制の整備に努め、企業倫理の徹底を図ります。また、企業の社会的責任を果たし、ステークホルダーに価値を提供するシステムを構築・実行し、説明責任を果たし透明性や公平性を担保するガバナンスの強化に努めます。

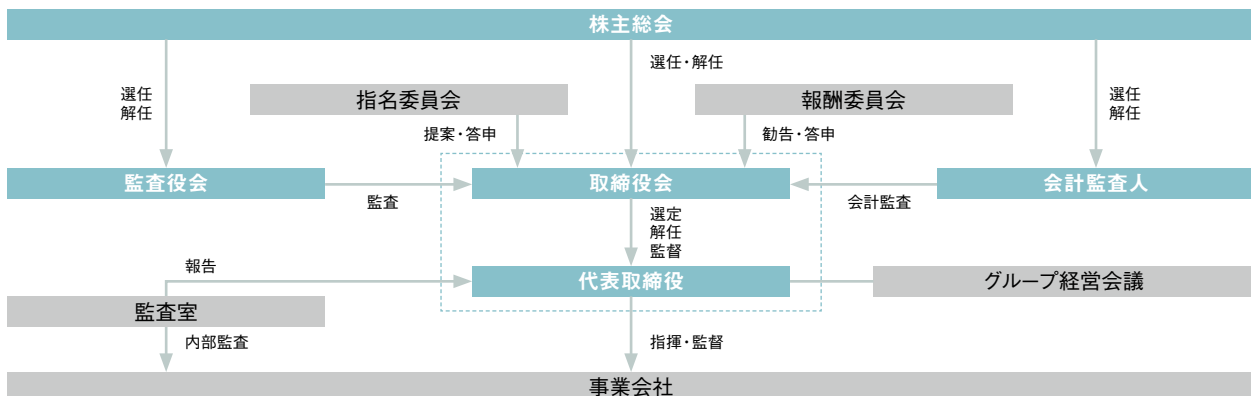
コーポレート・ガバナンス

シチズングループは「市民に愛され市民に貢献する」を企業理念に、地域社会はもとより、地球環境と調和した持続的な企業活動を通して社会に貢献していくとともに、企業価値を向上させていくことに努めています。この企業目的を継続的に高めていくために、経営の透明性確保と多面的な経営への監督機能が重要であると認識し、

コーポレート・ガバナンスの充実に向けての取り組みを実施しています。

また、アドバイザリーボードとして、社外取締役と代表取締役社長で構成する指名委員会ならびに報酬委員会を設置しています。

シチズンホールディングス コーポレート・ガバナンス体制



内部統制システム

シチズングループでは、内部統制システムの充実を重要な経営課題の一つとしてとらえ、財務報告の信頼性を確保するだけでなく、主要な事業の業務プロセスを適正に

維持することにより、企業としての社会的責任を果たしていきます。具体的な内部統制システムの基本方針は、取締役会において次の通り決議しています。

基本方針

- 1 取締役及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制
- 2 取締役の職務の執行に係る情報の保存及び管理等に関する体制
- 3 損失の危険の管理に関する規程その他の体制
- 4 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制
- 5 シチズングループにおける業務の適正を確保するための体制
- 6 監査役を補助すべき使用人に関する事項
- 7 監査役への報告に関する体制
- 8 その他監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制

社外取締役メッセージ

会社は社会との
「結びつき」の中で
存在する

社外取締役

伊藤 健二

【Profile】

1974年東陶機器株式会社（現 TOTO 株式会社）入社。
2000年執行役員、その後、常務取締役執行役員、専務取締
役執行役員を経て、2011年代表取締役副社長執行役員に
就任、2013年に退任し、現在同社顧問。



シチズンの印象

2013年からシチズンの社外取締役を務めさせていた
だいていますが、シチズンに来てとても感心したのは、非
常に資産の多い会社だということです。財務的な資産だ
けではなく、歴史的資産、すなわち積み上げてきた技術や
ノウハウ、優秀な人材などです。これらの資産をいかに有
効活用して、長期的な視点で豊かになっていくことができ
るかというのが、これからのシチズンに求められる課題だ
と認識しています。

「CITIZEN」という社名が、
真のグローバル企業を実現する「鍵」

会社の存続は社会が決めます。だからこそ、行き過ぎ
た利益追求型経営でなく、お客さまや従業員、取引先、地
域社会も含めた、ステークホルダー全体が豊かになれるバ
ランスをとることが重要です。そのポイントになるのが
CSR活動であり、コーポレート・ガバナンスだと思います。

シチズンは社名に「市民」が入っていることから、社会
に価値を提供することで、企業として成長するという土台
が長い歴史の中で培われています。会社の存続は社会
が決めることですので、「市民に愛され市民に貢献する」

会社であり続けることがシチズンの CSR であり、シチズン
のブランドとなります。数万人の従業員が「CITIZEN」と
いう社名に対して、どれだけ同じ想いを持つことができる
かがグループ経営であり、真のグローバル企業を実現させ
る鍵だと思います。

社会との結びつきが CSR 活動

CSR の R－Responsibility は、非常に One Way な言
葉であり違和感があります。私は R－Relationship では
ないかと解釈しています。会社は社会との「結びつき」が
あってこそ存在できるのであって、そう解釈すると CSR は
会社の存在そのものを意味していて、経営にとって欠かせ
ないものであるということが納得できると思います。

社外取締役の役割は、企業が社会との結びつきを
離れ、間違った方向に進むことがないよう、社外のさまざま
な情報を提供し、知って学ぶ機会を創出することであると
認識しています。良い・悪いの差別なく、さまざまな外の情
報（事例や世間相場感）を提供することで、社内にバラン
スをもたらし、社会との結びつきを考えさせることが
重要な役目だと思います。

ISO26000に沿った活動報告

リスクマネジメント

シチズングループでは、事業活動におけるさまざまなリスクについて、それらを把握し適切に管理すべくリスクマネジメント活動を推進しています。

リスクマネジメントの考え方

リスクマネジメント活動を進める上で、コンプライアンスはもとより、企業倫理の実践と企業不祥事防止への取り組みなど、シチズングループとしての社会的責任を果たし、持続可能な企業価値の向上に資することを目的としています。

各社におけるリスク情報については、「グループリスクマネジメント基本規程」に基づき、シチズンホールディングス

に情報が集められます。それらはシチズンホールディングスCSR委員会で審議され、さらにグループCSR推進委員会を通じて各社で共有が図られます。また、必要に応じてグループ経営会議に提案を行っています。

2014年度の取り組み

2014年度はグループ全体のリスクマネジメント体制の現状確認を行いました。調査では各社におけるリスクの把握・評価や対応策の策定と運用、モニタリング活動など、現状の活動が期待される成果を生んでいるか実情を把握しました。今後は、これらを踏まえてより安定的、且つ、継続的に事業運営できる体制に向けて、仕組みの整備や運用について改善を進めていきます。

事業継続計画 (BCP※)

大規模災害が発生した際の従業員の安全確保や工場の保全、被災地域の復旧などに対応する従来の防災対策に加え、シチズン時計グループでは、被害を受けた場合でも、製品やサービスの供給を継続、または早期復旧ができるようBCPの策定を行っています。

2015年4月には、シチズンホールディングス、シチズン時計、シチズン時計マニュファクチャリングにおいて、BCPの中で重要となる情報収集と報告手順の確認を中心に、緊急対応時の訓練を実施しました。

※BCP: Business Continuity Plan



3社合同訓練の実施

海外子会社管理マニュアル

シチズン時計グループでは、海外子会社の管理業務の標準化を通じて、各生産拠点に対するガバナンスの強化およびリスク管理体制の整備・強化を行うことを目的とし、現地経営に役立てるマニュアルを作成しました。

この発行により、海外子会社の運営管理業務に関する本社と子会社との役割と責任が再定義され、海外子会社運営の標準化・高度化を進めていきます。



拠点長ハンドブック

コンプライアンス

シチズングループでは、CSR活動の優先課題として「シチズングループ企業行動憲章」を基盤としたコンプライアンスに取り組んでいます。法令遵守を根幹として、道徳や倫理観に基づいた行動することを目指しています。

社内通報制度

シチズングループでは、法令違反ないし不正行為の未然防止および早期発見、自浄作用の向上のため「企業倫理相談窓口」を設けています。「社内通報制度規程」では、通報者の秘密の厳守、被通報者の反論の機会、通報者に不利益な処遇がなされないことなどを定めています。2008年から外部窓口も設置し、匿名で通報できるようにするなど通報環境を整えています。

社内通報件数推移

年度	件数
2012	24
2013	17
2014	28

CSR意識調査

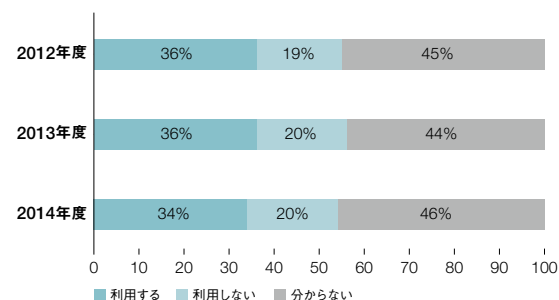
シチズングループでは、CSRや企業倫理に関する状況を把握するために、毎年グループ39社の役員、従業員（派遣社員含む）を対象にしたCSR意識調査を行っています。その中で企業倫理相談窓口の認知度は少しずつ上がっていますが、利用するかどうかについては、横ばいの状態です。第8回となる今回の調査から見えてきた課題は次の通りです。

- ・相談窓口の信頼性向上
- ・ハラスメント教育のさらなる展開
- ・CSV*関連の要望（詳細はP. 18）

※ CSV：Creating Shared Value。企業と社会がシェアできる新しい価値を創出する取り組み

Q

もし将来あなたが上司に相談しにくいような法令違反を見つけたら、企業倫理相談窓口（CSRホットライン）を利用しますか？



7132 / 8472人 (回答率84.2%)

「企業倫理相談窓口」対応者の研修

シチズン時計マニュファクチャリングでは、外部講師による相談窓口対応者研修を実施しました。今後も継続して相談窓口の存在の周知とその信頼性を高めるための努力を行っていきます。



ハラスメント防止の取り組み

シチズングループでは、職場のハラスメント防止に向けて取り組んでいます。その一環として、シチズン・システムズでは、外部講師による、役員、上級職、一般職の全員参加による職場におけるハラスメントセミナーを開催しました。今後も、ハラスメント防止のために正しい理解と意識啓発のための情報発信を行っていきます。



データ編

環境

シチズングループ環境中期計画2018に対する2014年度実績(抜粋)

評価 ○:達成 △:一部達成 ×:未達成

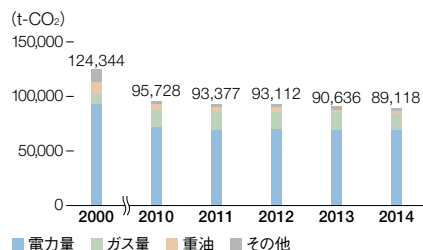
	目標			2014年度実績	評価
	2013年度	2014年度	2015年度		
環境経営の推進	環境マネジメントシステムのグループ統一化	●グループ環境統一認証取得 ●グループ環境管理体制の強化	●ISO14001統一認証取得(国内) ●海外環境データの精度向上	○	
	環境配慮型製品およびサービスの提供	●エコを切り口にしたブランド価値向上の検討 ●グリーン調達推進、環境配慮型製品拡大	●エコマークアワード金賞受賞 ●製品含有化学物質管理システムの運用拡大	○	
	環境法規制への対応	●化学物質規制などのグローバル環境法規制対応	●海外生産拠点でのSDS活用と使用物質整理 ●廃棄物リサイクルガバナンスの実施	○	
	低炭素社会形成への貢献/循環型社会形成への貢献	●温室効果ガス排出抑制、地球温暖化防止 ●排出物の抑制、再資源化の推進 ●化学物質リスクの低減	●CO ₂ 排出量のグラフ参照 ●排出物のグラフ参照 ●化学物質取扱量のグラフ参照	○	
	自然保護・地域活動	●自然保護活動や地域環境活動の推進	●地域での自然保護活動、環境活動の実施	○	

事業活動と環境負荷

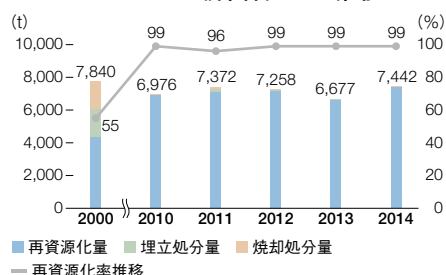
		国内	海外
INPUT	総エネルギー使用量 (GJ)	2,263,327	1,762,571
	水使用量 (千 m ³)	1,512	1,031
	水の循環的利用量 (千 m ³)	70	53
	化学物質使用量 (t)	142	2,542
	容器包装材使用量 (t)	574	1,243
OUTPUT	CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	89,118	75,517
	NOx排出量 (t)	4	2
	SOx排出量 (t)	1	2
	排水量 (千 m ³)	1,176	1,250
	BOD排出量 (t)	42	63
	COD排出量 (t)	11	169
	排出物量 (t)	7,442	10,272
	埋立量 (t)	24	2,984

「INPUT」「OUTPUT」データには、「物流・販売」「使用」「資材調達」段階の環境負荷は含まれていません。
対象期間：2014年4月1日～2015年3月31日 集計範囲：国内32社、海外16社

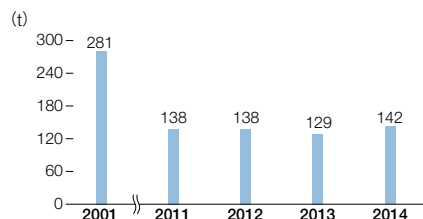
シチズングループのCO₂排出量の推移



シチズングループの排出物量*の推移



シチズングループのPRTR法対象化学物質*取扱量の推移



※ PRTR法対象化学物質
2001年354物質 2010年462物質

従業員

新卒採用状況

	2012年度	2013年度	2014年度
男	83名	73名	38名
女	32名	18名	12名
計	115名	91名	50名

中途採用状況

	2012年度	2013年度	2014年度
男	33名	61名	32名
女	16名	25名	4名
計	49名	86名	36名

平均年齢

	2014年度
男	42.1歳
女	40.0歳
計	41.7歳

平均勤続年数

	2014年度
男	17.8年
女	16.6年
計	17.6年

介護休職制度利用状況

	2012年度	2013年度	2014年度
男	0件	0件	1件
女	1件	2件	1件
計	1件	2件	2件

特定健診および特定保健指導実施状況(40事業所)

	2012年度	2013年度	2014年度
特定健診率(本人+家族)	79.3%	80.1%	81.9%
メタボリック症候群該当率	12.1%	11.9%	12.1%
メタボリック症候群予備群該当率	11.5%	12.5%	12.4%
特定保健指導実施率	36.0%	26.8%	30.0%

災害発生状況

	2012年度	2013年度	2014年度
死亡事故数	0件	0件	0件
休業事故数	9件	9件	7件

集計範囲：2012年度 グループ国内主要18社
2013年度 グループ国内主要14社
2014年度 グループ国内主要13社

第三者意見

シチズングループは、その企業名称が語るように「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念を掲げています。25周年を迎えた「シチズン・オブ・ザ・イヤー」の継続的な取り組み、女性向けブランド商品と国際NGOの途上国の女の子・女性支援とのマーケティングでの連動は、その理念を反映する特徴的な取り組みということが理解できます。

また、お客様時計相談室の取り組みについて、顧客からの「ありがとう」メッセージが年間1,000件を超えたことが報告されていますが、これは市民目線を大切にしているひとつの成果といえるかもしれません。

本報告書では、価値創造やCSVがひとつの中心的なテーマとして取り上げられています。ブランド力を軸としたビジネスモデルによる企業価値の創造については、一定の訴求力があります。一方、CSV(共有価値ないし共通価値の創造)の本来的な意義は、解消されていない社会課題に対してビジネスプロセスを用いて、解決のアプローチをすることにあります。障がい者福祉センターとの事業連携は、その一例となりえるかもしれませんが、意識的なものかどうか、必ずしも明確ではありません。市民目線を生かしたシチズンらしい形で社会課題にアプローチし、より明確な形で共有価値を創造する今後の展開が期待されます。

本報告書で特筆すべきことは、中国生産拠点の解散の経緯に対する反省が、トップ自らのメッセージで率直に語られている点です。今後、「真のグローバル企業を目指す」観点からは、この事例のように、ビジネス判断が社会や環境にインパクトを及ぼす局面にますます直面することになると考えられます。また、社員の企業倫理相談窓口に対する意識調査の結果も、社員が正確に相談窓口の

ロイドレジスター
クオリティアシュアランス リミテッド
事業開発部門長

富田 秀実 氏



役割を理解しているのか、やや懸念が残ります。多様なリスクに直面しうるグローバル企業のリスク対応の観点から、必ずしも安心のできる結果ではないと思われます。

この報告書では、ISO26000の7つの中核主題に添った形で開示が行われていますが、上記のリスクの観点からは、既存の活動を整理するだけではなく、包括的な社会的責任についてのガイドであるISO26000や「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく分析やシチズングループとして取り組むべき優先課題を精査することは有用と考えられます。さらに、その結果に基づき、気候変動や人権リスクなど社会環境的な側面を、経営戦略や事業継続計画(BCP)に、積極的に反映させることが必要と考えられます。

また、グローバル企業にとっては、情報開示の充実も強く求められる側面です。海外投資家はもとより、日本版スチュワードシップコードの導入により、国内でもESG(環境・社会・ガバナンス)投資に対する関心が急速に高まっています。情報開示においてCDP、GRIなどの国際的イニシアティブへのより積極的な対応を行い、ステークホルダーから「100年先も継続する企業」にふさわしい評価を得られるような着実な取り組みを期待します。

第三者意見を受けて

貴重なご意見をいただき有り難うございます。

「真のグローバル企業」を目指す当社にとって、たいへん示唆に富んだご指摘をいただきましたことに感謝申し上げます。

中長期的に成長するためにも本業での社会課題の解決や社会への貢献がより一層求められる中、ESGへの対応並びにその情報開示の充実など、取り組むべき課題は山積していると認識しております。

「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念のもと、ステークホルダーの皆さまにより信頼をいただける企業グループとなるよう努力してまいります。



シチズンホールディングス
CSR室 室長

鈴木 順一



シチズンホールディングス株式会社

お問い合わせ先

シチズンホールディングス株式会社 CSR室

〒188-8511

東京都西東京市田無町6-1-12

TEL 042-468-4776

WEBサイト <http://www.citizen.co.jp/>

2015年6月発行



この報告書は、適切に管理された森林からの木材を使用していることを示す、FSC® 認証紙を使用しています。
また、印刷には、現像液を使うフィルムが不要で環境負荷低減につながるCTP印刷と有害な廃液を排出しない水なし印刷を採用しています。さらに、生分解性や脱墨性に優れ、印刷物のリサイクルが容易なベジタブルオイルインキを使用しています。



このレポートを作成した際にかかったCO₂ 4.217kgは、カーボンフリーコンサルティング株式会社を通じてオフセットされ地球温暖化防止に貢献します。