

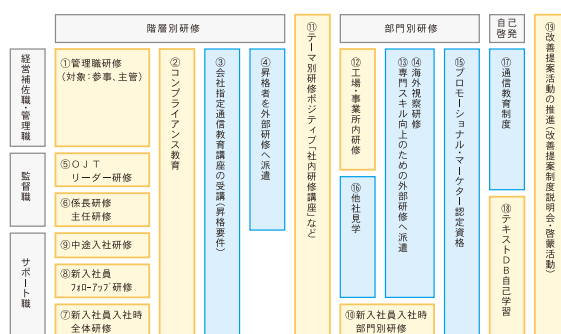
## 人財の開発・育成 -創造の源泉は人-

シーレックスは、シーレックスで働く人は「人材」ではなく「人財」として、これまで人の持つ無限大の可能性を信じて「企業の競争力の源泉は人」「一人ひとりの成長の総和が企業発展の基盤」という考えのもと、人を機軸においた経営、人を育てていくことを重視した経営を貫いてきました。「創造の源泉は人」人財の開発・育成にこれまで以上に取り組んでいきます。

### 2008年度人財育成

2008年度経営計画の重点施策に基づき「人財育成の更なる強化」を推進するため、人財育成プログラムを充実させました。特に人財育成の要となる参事・主管職のレベルアップを図りました。

参事職・主管職に対する教育として、部門統括および部下指導に必要な知識・技能として、コミュニケーション能力の向上に取り組みました。また、企業が社会的な責任を果たすためには、社員一人ひとりが法令遵守と企業倫理の徹底が必要であり、コンプライアンス教育を継続して実施しました。2008年度の主な内容は次の通りです。



#### 1. コンプライアンス教育

全社員を対象にシーレックスで働く人全員が、知らなくてはならない、そして絶対守らなければならない、主要法令を中心にしたシーレックス、コンプライアンス（法令遵守）ブックを基に人権尊重、お客様保護、環境保護、社会貢献及び今年度から企業倫理を加え全事業所で教育を実施しました。

#### 2. 管理職研修

研修のテーマは「絆とは」「労働法の基礎知識」「コミュニケーション」の基本として、「書くこと」「面談」することを主要テーマとしました。特に面談するテーマについては、2005年に東京・東北・兵庫地区で実施したコーチング研修のノウハウを活かし、部下の目標達成に効果的な質問、傾聴指摘をし、その人が持っている能力や行動を引き出すための、面談スキルの向上を図りました。

#### 3. プロモーションアルマーケター

プロモーションアルマーケティングは「ブランドの顧客開拓と維持のために、限定された期間に、消費者、小売業者あるいは卸売業者に向けた直接的購買動機づけを中心にするマーケティング活動である。」と定義されています（（社）日本POP広告協会）。当社の営業部門は、プロモーションアルマーケター認定資格試験に挑戦し、2008年度は12名が合格し、現在29名が資格を取得しています。

#### 4. 新入社員研修/フォローアップ研修

4/1-4の4日間、本社で11名の入社時の集合研修を行いました。「シーレックスの歴史」「コミュニケーション講座（外部講師）」「就業規則」「コンプライアンス教育」等、教育プログラムに則り実施しました。また、9/25-26に東北工場ではフォローアップ研修を実施しました。「仕事の進め方の基本（ビデオ視聴、質疑応答）」「グループワーク（できたこと、できなかったこと、今悩んでいること、今後の目標）」および工場見学を行い、理解を深めました。



新入社員フォローアップ研修

#### 5. 海外展示会への視察

毎年、海外の展示会に社員を派遣し、最新の技術・製品情報を収集し、業務に活用しています。ラベルエキスポ9/8～9/15（4名）、ドルツパ5/29～6/5（2名）、CES国際家電ショー1/8～1/13（1名）と、合わせて7名を海外展示会に派遣しました。

#### 6. 通信教育講座の受講

自己啓発の通信教育に上期・下期合計で315名が受講しました。前年の225名を大幅に上回りました。

また、当社では会社が指定した通信教育講座の修了を昇格要件のひとつとしています。2008年度は昇格要件の通信講座に70名が受講しました。



#### 7. 改善提案制度

2008年度（1～12月）に提出された改善提案案件数は、3017件でした（前年比+642件）。工場では1人、毎月1件ペースで提出されています。「ちょっとした違いを創り出す」には社員一人ひとりの改善提案が必要であり、次年度も引き続き社員に対する啓蒙を行います。

## 安全で安心な職場環境の実現 (社員とともに)

従業員が安全で安心して働ける職場環境を実現させることが、もっとも基本的な責任として、生産性を向上させる重要な要素として取り組んでいます。

### 基本的人権の尊重

あらゆる場面において個人の尊厳の確保に取り組むこと、および、人種、民族、国籍、宗教、性別、身体的特徴などを理由とした不当な差別をいっさい行わないことを「シーレックス・コンプライアンスブック」に明記しています。セクシャルハラスメントおよびパワーハラスメントの防止などを含めた基本的人権の尊重については、コンプライアンス教育のなかで啓発活動を継続しており、2008年度も全事業所で実施しました。

なお、児童労働・強制・義務労働に関しての問題は発生しておりません。



●コンプライアンス(法令遵守)ブック

また、セクシャルハラスメントおよびパワーハラスメントのアンケートは2005年度より行っており、2008年度は外部機関を活用し実施しました。アンケートの結果を各事業所の管理職にフィードバックし、セクハラ・パワハラ防止に努めております。

### 労働安全衛生

労使による安全衛生委員会(衛生委員会)を設置し、労働災害の撲滅をめざしています。具体的には、安全ヒヤリハットでの意見収集、安全のリスク評価と対策を実施しております。

労働災害の件数も低下傾向であり、2008年度は休業災害の発生はありませんでした。労災事故「ゼロ」の実現、「危険ゼロ」への挑戦へ今年度も取り組んでいます。

### 健康管理・健康増進

疾病の予防と早期発見、健康保持増進を目的に定期健診の実施と検診結果に基づく産業医、管理衛生士による健康指導を行っております。

また、生活習慣病の羅漢を未然に防ぐためにも、社員一人ひとりが生活習慣の現状を振り返り、行動変容を実践し得るよう、自ら「健康宣言」を行い、生活習慣の改善に取り組んでいくことです。



今年度も印刷健康保険組合が提唱する「健康宣言チャレンジ」に参画し、健康の保持増進を図っていきます。

### メンタルヘルス

従業員の健康対策の一環として、2006年度から外部機関を活用し、メンタルヘルス診断を実施しております。2008年度は「心とからだの健康チェック」の項目を増やし、シーレックスグループで働くすべての従業員に実施しました。診断結果は前年よりも改善が認められております。今回の診断結果に基づき、12月に「メンタルヘルス研修」を行い34名が出席しました。今年度も「心とからだの健康」に取り組んでいきます。



### AED(自動対外式除細動器)

2007年度に導入したAED(自動対外式除細動器)の取扱いについて、「助かる命を助けるため」をスローガンに、「普通救命講習会」を各事業所で開催しました。講習会

「習会」を各事業所で開催しました。講習会受講終了者は57名から77名に増えました。



### 防災対策

シーレックスは災害が発生した時の従業員および顧客の安全確保、家族への支援、地域住民への支援と事業所の復旧対応を目的として、事業継続計画(BCP)を策定しています。2008年1月には首都圏直下型地震・12月には新型インフルエンザを想定したBCPを策定しました。

また、不幸にも被災した場合は、被害を最小限に留めるためには、被災状況をいかに迅速・確実に把握して、どれだけ早く企業活動を復旧させるか、従業員とその家族の安否が確認する「安否確認」システムの導入を図りました。

2009年度 シーレックス事業継続計画に沿った訓練の実施と運用の見直しを行い、事業継続マネジメントとして展開していきたいと考えております。

2005年に作成した「シーレックスサバイバルカード」の見直しを行いました。



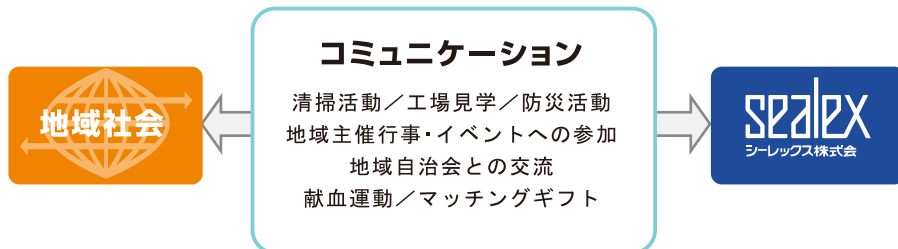


## 社会・地域社会貢献活動 (地域とともに)

私たちは、良き企業市民として、地域の皆さまと良好な関係を築き、地域社会との共生を図っていくことが重要な活動ととらえています。

### 地域社会との共生

シーレックスの各事業所はさまざまな活動を通じて地域社会とのコミュニケーションを深めています。環境美化の一環としての事業所周辺の清掃、献血、工場見学や実習生の受け入れ、地域主催のイベントへの参加等、地域に根ざした活動を展開し、企業市民として地域社会との共生を図っています。



### 全社一斉清掃530活動

シーレックスは2008年度に5月30日を「ゴミゼロ」とし、全社一斉の清掃日と定め、クリーンキャンペーンを実施しました。活動を紹介いたします。



大阪支店・SLX大阪



東北営業賞・東北工場



兵庫工場



京都営業所



いわき営業所



本社



名古屋営業所



東京工場

#### 清掃活動

- ・1回/月 事業所周辺の清掃を実施 (大阪支店・SLX大阪)
- ・足立区門掃き支援活動 毎月第2、第4水曜日 100m四方の清掃活動 (東京工場)

### 近隣の小学生の工場見学

兵庫工場では十数年前から市内の小学校2～3校100名程の工場見学を受け入れています。地元の小学校では恒例となっており、子供たちも楽しみにしているようです。今年は「子供の時に来たので懐かしい」という引率の先生もおられたようです。



### マッチングギフト

今年もNHK歳末たすけあいに、従業員から10万円、会社から10万円、計20万円をマッチングギフトとして寄付しました。



### エコキャップ運動の推進

ペットボトルのキャップを分別回収し再資源化を促進することにより、CO2の発生抑制に寄与できると同時に、キャップの売却額で世界の子どもたちにワクチンを届ける、「地

球に愛を 子どもに愛を」エコキャップ運動に取り組んでいます。

