

HITACHI

Reliable solutions

日立建机集团

CSR & Financial Report 2014





東京都文京区后乐二丁目5番1号

〔联系方式〕

广报战略室

Tel. 81-3-3830-8065

Fax. 81-3-3830-8224

CSR推进室

Tel. 81-3-3830-8033

Fax. 81-3-3830-8224

URL <http://www.hitachi-c-m.com/global/>



编辑和报告方针

日立建机集团，为了共享企业集团的成长战略和CSR经营为一体目标的事业活动整体理念，自2011年制作了“CSR和财务报告”起，其是将汇报经营战略和财务信息等“年度报告”和报告ESG(Environment, Social, Governance)信息的“CSR报告”进行了统合。

在2014年的报告中，为了让利益相关方能够更容易理解日立建机集团的企业经营，采用了以下的编制方针。

- 2011年度启动的“2020VISION”，第2阶段的“GROW TOGETHER 2016”于2014年启动，为了让大家理解迄今为止的成果和今后的课题等，设置了由代表执行董事辻本雄一通过访谈形式进行讲话的内容。
- 作为卷首特集，对于以实现中期经营愿景的“2020VISION”为目标的第二阶段的新中期经营计划“GROW TOGETHER 2016”，从“硬件”和“软件”两个重点战略进行了报告。
- 在第一章中，在对符合各地区市场特性的事业战略进展状况进行报告的同时，还结合各地区的CSR活动热点进行报告。
- 在第二章中，基于日立建机集团“CSR活动措施方针”，对推进CSR经营的日立建机集团的活动进行了报告。
- 此外，以“Web版”报告了更为详细的活动信息和表现成绩等，进行信息公开，希望其中有您感兴趣或关注的内容。

对象期间

2013年4月1日—2014年3月31日
(包括部分2014年4月1日以后的信息)

对象组织

日立建机集团连结对象公司

实绩数据统计范围

[财务报告] 日立建机集团连结对象公司
[环境报告] 日立建机株式会社及部分连结子公司
[社会性报告] 日立建机株式会社以及连结对象公司

指导性参考文件

- GRI (Global Reporting Initiative)
《持续性报告指导基准第3.1版(G3.1)》
- 环境部
《环境报告书指导基准(2007年版)》

下一次预定发行时间

2015年8月发行

※关于未来的预测、预想和计划

本报告中，除了日立建机集团过去和现在的事实以外，还包含有对未来的预测、预想和计划等，这些预测、预想、计划等信息，是本报告制作以及编辑阶段所能获取的假设或判断所得的数据，故包含不确定性。

因此，未来的事业活动的结果和现象可能会与本报告中记载的内容有差异，日立建机集团对此类事态将不负责任。敬请各位读者予以谅解。

目录

编辑和报告方针 1

Top Interview 3

实现【在地球上任何地方都能感受到的Kenkijin精神，“成为您身边值得信赖的合作伙伴”】的企业为目标。

代表执行董事 执行董事社长兼董事 辻本 雄一

Special Issue 9

新中期经营计划

GROW TOGETHER 2016

财务、非财务重点 15

Chapter 1 17

各地区的活动概况

亚洲、大洋洲	19
印度	20
日本	21
中国	22
欧洲、俄罗斯、中东	23
非洲	24
美洲	25
矿山	26



主要内部子公司 51

Chapter 2 27

CSR经营的强化

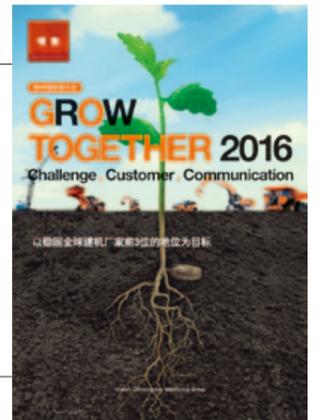
活动措施方针

1 企业活动中社会责任的自觉性	29
2 通过事业活动为社会做贡献	31
3 信息公开和交流	33
4 企业伦理和尊重人权	35
5 推进环保活动	37
6 推进社会贡献活动	39
7 创造轻松的工作环境	41
8 与业务合作伙伴共享社会责任意识	43

企业管理

组织管理	45
依法合规	47
风险管理	48
董事及执行董事	50

公司信息 52





实现【在地球上任何地方都能感受到的
Kenkijin精神，
“成为您身边值得
信赖的合作伙伴”】
的企业为目标。

“2020VISION”的成长战略，如今已迈向第二阶段。

已于2011年启动了“2020VISION”。2013年成为其第一阶段的中期经营计划“Go Together 2013”的最终年，从2014年度开始，将启动第二阶段的“GROW TOGETHER 2016”。将由代表执行董事社长 - 辻本先生对目前的成果和今后的课题、以及新的业务模式的构建进行说明。

代表执行董事 执行董事社长兼董事 **辻本 雄一**

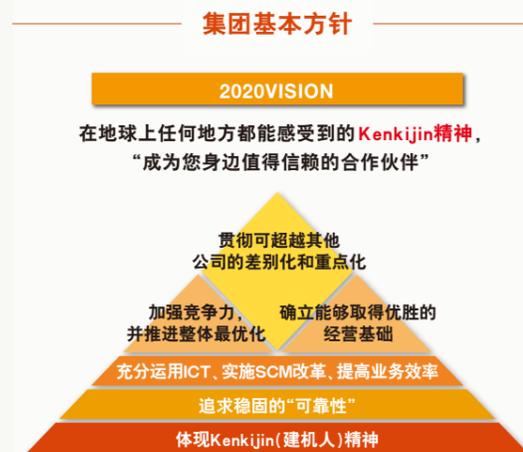
Q1 请再次说明着眼于作为企业集团持续成长的中期经营愿景“2020VISION”的要点。

即，不断地优化“机器”，使创建丰富生活空间的“人”与“施工”之间的关系更为舒适、高度和高效。只有对此理念加以实践，才是成长战略的核心，才是CSR经营的原点。

我们日立建机集团作为建筑机械生产厂家，将<使“机器”不断优化，使创建丰富生活空间的“人”与“施工”之间的关系更为舒适、高度和高效>作为企业的理念。将可实现此理念的多样化产品和服务运用于构建和完善世界各地的社会基础设施，不断地为顾客和地区社会的持续发展做贡献，是日立建机集团的使命。

为了能够认真地去完成这一使命，本集团公司自2011年开始，通过推进中期经营愿景『2020VISION』，除了发达国家的市场以外，还倾力提高在经济持续增长的新兴国市场的存在感。2013年完成了其第一阶段。在此期间，世界环境也发生了很大的变化，包括业绩在内，并非全部按计划实现，但作为基础设施建设所不可缺少的建筑机械设备，从中长期的角度来看，坚信市场将会持续保持成长。

基于这种坚定的信念，今后我们将会充分运用日立集团所具备的硬件和软件的先进技术和网络实力，切实地推进经营计划，不断地向全世界的顾客提供可令其满意的优质产品和服务。此外，作为在全球展开事业的企业，为了履行我们的企业社会责任，我们将努力通过最



尖端的节能产品来应对地球环境问题，并提供可运用于世界各地灾害现场的产品等。

而且，在发挥日立建机集团的一致性的同时，培养能够维持和发展事业的员工，也是作为经营者的重要使命。我会将这一想法贯彻到【在地球上任何地方都能感受到的Kenkijin精神，“成为您身边值得信赖的合作伙伴”】的理念中，通过3“C”的理念，“Challenge”：在研究开发、生产采购、新机器销售和支持产品使用周期等的所有程序中具备挑战精神、“Customer”：始终站在顾客的立场设想、“Communication”：通过与各利益相关者之间的对话，来实现整体最佳的状况，同时，在全世界培养着不断进行自我革新Kenkijin(建机人)精神的员工。并且，通过提供建筑机械，为实现可持续发展的社会做贡献，同时，与各位利益相关者不断地共同成长。

日立建机集团的企业理念

- 我们会做到使“机器”不断优化，使创建丰富的生活空间的“人”与“施工”之间的关系更为舒适、高度和高效。
- 我们将为顾客带来新的价值，持续地开发并提供独创性的技术、商品和服务。
- 我们将维持稳定的利润，实现与环境之间的和谐，为社会做贡献，并开展文化活动等，在众多领域做到与社会共生，并作为明智的企业市民去行动。

Q2 请您介绍一下2011~2013年的中期经营计划“Go Together 2013”、成为其最终年的2014年3月的业绩总结、以及本中期经营计划的总结。

世界市场环境也发生了很大的变化，包括业绩在内，并非全部按计划实现，但为使企业保持持续成功，公司依然会进行体制改革。此类改革将被视为提前进行的进攻策略。

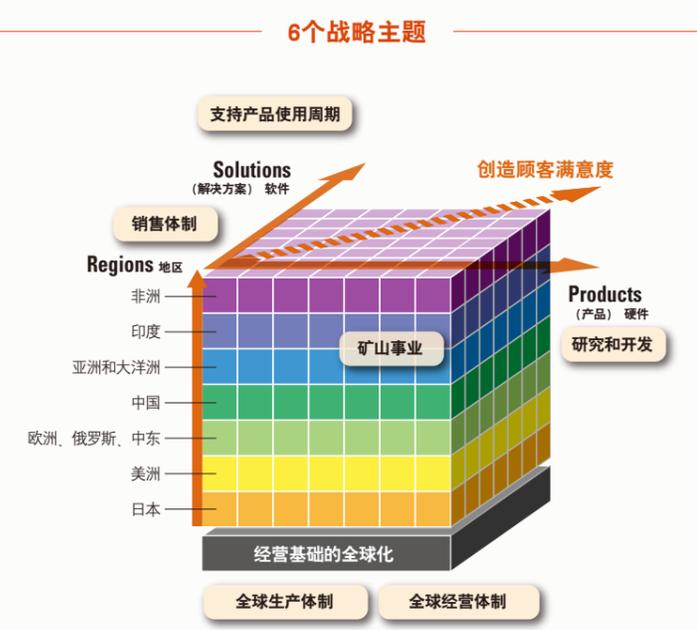
在全世界的建筑机械市场出现很大变动的过程中，2013年取得了很好的业绩，即，销售额8,030亿日元(比前期增长4%)、营业利润692亿日元(比前期增长34%)、本期纯利润289亿日元(比前期增长23%)。

在制定2011年发表的中期经营计划“Go Together 2013”时，预测建筑机械需求将以中国等新兴国为中心顺利地持续增长，但2011年、2012年的需求均相继减少。到2013年终于看到了复苏的征兆，但还未达到能对业绩作出贡献的程度。此外，关于被定位为加强事业的矿山机械的市场环境，受新兴国家经济增长缓慢的影响，导致资源价格下跌，因此，大型投资被控制，最终抑制了发展。

受此类需求减少的影响，本集团公司以硬件、软件、地区这三方面为基轴，提出了6个战略主题，以尽早地把

握市场动向的变化征兆，成为能够快速追随市场变化、具备高事业效率的经营体制的企业。而且，在致力于开发符合废气排放限制标准的新产品、建设新工厂和完善既有工厂的能力以及扩充销售服务网点等的同时，还通过“建筑机械产品使用周期业务(→P.10)”来提高收益能力，致力于可加强整个价值链的措施。

具体来讲，关于产品开发，集结日立集团的技术，开发并销售提高了节能性能的混合动力液压挖掘机，并开



始了能够自控操作的自卸卡车的产品试验。此外，还准确地把握全世界的顾客需求，不断地完善用于收集和分析信息的市场开发体制，以及完善用于代理店所在地区的市场信息和销售程序可视化的代理店支援程序。在生产方面，启动新兴国市场的俄罗斯和巴西的工厂，同时，

完备了世界各地的生产能力。

另一方面，在加强产品使用周期业务方面，充分运用传感器，实时把握全世界约16万台建筑机械的运转状况，并能够正确提供运转状况和异常等报告服务的“ConSite”，此外，还进行了能够提高性价比的日立选购零件的开发等，致力于加强配件服务事业。

并且，还以日本、中国为中心展开了降低直接材料费和物流费的活动，并取得了很大的成效。

因此，世界的需求环境也发生了很大的变化，包括业绩在内，并非全部按计划实现，但为使企业保持持续成功，公司依然会进行体制改革。此类改革将被视为提前进行的进攻策略。

公司依然会进行体制改革。此类改革将被视为提前进行的进攻策略。

销售额(亿日元) / 营业利润率(%)



对按“Go Together 2013”所实施的成长进行播种



Q3 实现“2020VISION”第二阶段的新中期经营计划“GROW TOGETHER 2016”。请您介绍一下其核心措施。

为了通过产品使用周期来取得顾客的信赖，在扩充建筑机械价值链的同时，本公司还充分运用ICT不断使业务模式得以优化。

关于的市场环境，2014年相对于2013年基本持平，预测之后也会平稳恢复。此外，市场竞争环境中增加了中国、韩国等新兴国竞争对手，全球竞争将会变得越发激烈。

因此，在成为可实现“2020VISION”的第二阶段的新中期计划“GROW TOGETHER 2016”中，以“信赖和差别化”为关键词，通过“Go Together 2013”播下的种子，会大大地发芽并成长，以进一步地加强企业体质。以建机的产品使用周期为思路，从符合顾客需求的产品开发、到生产、采购和销售，加强一系列供应链的各个阶段，同时，充分运用ICT不断提供融资、租赁、售后服务、二手机转售等的建筑机械产品使用周期的服务。通过构建此类价值链，取得顾客的信赖，并创建可实现差别化的业务模式，这将成为今后3年的措施核心。

在全球展开此业务模式时，本公司有着很大的优势。日本事业方面，日立建机日本具备RSS(租赁、销售和服务)功能，日本国内约240个网点覆盖所有产品使用周期相关价值链，为顾客提供着极为细致的服务。只有本公

司才能构建此类体制。

本公司不断地将在日本培养起来的业务模式在全球进行推广。当然，在中国、俄罗斯、印度尼西亚、澳大利亚等的地域广阔的国家，无法按与日本相同的密度拓展网点。因此，充分运用“Global e-Service”，在全球展开“ConSite”服务，根据每一台机器的运转状况提供相应的报告和最具经济性的保养计划，提高与顾客之间的紧密度，实现更高顾客满意度的同时，以期扩大保养和配件等的事业发展。因此，包括新兴国家的新厂家以外，也包括以往的竞争对手，才能实现真正的差别化。

此外，在生产和采购方面，正不断地完善在全世界展开竞争的体制，如，俄罗斯和巴西的工厂已开始运转，日本国内以及海外各工厂的能力增强等。今后，在进一步改善安全、质量、交货期和成本、实现生产的合理化和清流化并大幅度缩短生产周期的同时，加深与销售网点间的协作，并灵活的运用世界各地生产网点，不断地推进全球的供应链改革。此外，还将与各战略供应商一起推进在“Go Together 2013”中取得了很大成果的总成本降低活动，并将此在全球范围进行推广。

在产品开发方面，以可靠性和耐用性为基本，结合需求高涨的节能和安全等性能，除了作为日立建机集团强项的建筑机械的基础技术以外，还将融合日立集团所拥有的众多电子、电动化技术和ICT。如今，作为日立集团一员的优势将成为巨大优势的时代已经到来。



Q4 为了实现“2020VISION”，以使日立建机集团能够持续成长，最重要的是什么？

除了通过产品和服务降低环境负荷以外，还要通过事业活动满足利益相关者的愿望，使自身得以发展，同时履行企业社会责任。

在使企业持续成长的基础上，整体推进成长战略和CSR经营是必不可少的。在2005年设置了CSR推进部后启动的日立建机集团的CSR经营，经历了萌芽期、稳固期之后，今后将迎来深化期。

为了使企业能够持续发展，在全球展开满足顾客需求的产品和服务，理所当然地成为其大前提。通过让顾客满意，可产生销售额和利润。而且，将利润用来纳税和进行股东分红、向员工提供薪酬、投资于研究开发尖端产品以及扩充销售服务网点等，与所有的利益相关者共同成长，可以说是企业的基本职责所在。

此外，除了顾客需求，还应积极地将眼光放在社会性课题上，将用于解决课题的措施作为自身的事业发展机会来把握的观点也是不可缺少的。例如，对于环境问题，本公司实施产品的使用周期整体推进生产网点的节能和零排放，但在CO₂排放量方面，由于使用产品时的排放量为最高，故积极地开发了混合动力建筑机械等，通过为地球环保和顾客的成本削减做贡献来扩大销售额。混合动力的第一代产品，相比传统产品，减少了20%的燃油消耗量，目前的第二代产品则降低了30%的燃油消耗量，期待未来实现进一步的降低。此外，还成功地以有助于削减CO₂的100%藻类生物降解燃油进行了运转试验，并且对多样化燃油进行研究所得到的知识和见解，运用于今后更好的产品开发。另一方面，还积极地致力于环保，比如，在建筑机械行业产品迅速地将“碳补偿”体系运用于林业机械等。

而且，除了将建筑机械提供并销售给东日本大地震的受灾地区和世界各地的灾害现场以外，还积极地致力于沙漠绿化等，运用本公司所拥有的技术和知识推进社会贡献活动，并为世界和平与稳定做贡献，从长期的市场扩大角度，我们认为此类措施是相当重要的。

本公司无论进行何种事业，肩负其职责的是人才，所以，“人才培养”比什么都重要。本公司的事业面向2020年、2030年，将进一步地全球化。为了按计划推进全球化，在扩大实现全球人才培养的教育机会的同时，



还会对当地人才进行管理职能授权，加强当地的公司治理。其中一项目是，先在日本国内运用及完善，并在今后不断向全世界拓展技术人才培养网点“GTC(全球技术中心)”的措施。我们确信通过这些人才的全球化能够推进人才多样性，此举有利于提出多样化的想法，从而提高企业的竞争力。

此外，作为厂家，通过技术开发来实现“信赖和差别化”，也是中长期成长所不可缺少的。因此，除了要更深入地把握顾客的需求之外，就像双臂机“ASTACO”所代表的，持续不断地进行新的挑战是非常重要的。因此，我们今后仍将致力于日立集团之间的技术协作等。

此外，全球化过程中潜在的风险对策也尤为重要。例如，为了应对发展中国家的人权风险，本公司今后计划进行当地调查。

以2020年为目标，并为了2020年以后的持续成长，今后我们还将积极地致力于人才培养、技术开发和潜在风险对策等的经营课题。

特集

SPECIAL ISSUE

新中期经营计划

GROW TOGETHER 2016

Challenge . Customer . Communication

以稳固全球建机厂家前3位的地位为目标

基于新兴国、发展中国家的开发潜力，社会基础设施完善和资源开发等不可缺少的建机需求有着充分的成长空间，从中长期的角度来看，可以说建机产业依然是成长产业。但是，2014年的需求基本平稳，虽然预测市场今后会缓慢成长，但很难预见市场出现急速增长的情况。此外，要确保着全球顶级建筑机械制造商的地位，与新兴国厂家之间的全球性竞争环境正变得更为激烈。

要在此市场环境中取胜，必须建立能够实现稳定利润的企业体制。日立建机集团启动了可实现经营愿景“2020VISION(参见P.4)”的第二阶段，即，新中期经营计划“GROW TOGETHER 2016(以下简称“新中期计划”)”，快速展开可进一步提高收益力、现金流创造力的措施，以期变革为“10年后、20年后仍处于优胜地位的企业体制”。

Hitachi Construction Machinery Group

重点在于通过将“硬件战略”与“软件战略”的融合来实现“业务程序的加强”

新中期计划的核心，即在于“强化业务过程管理”。本公司在上一个中期计划中，加强从开发市场到产品研发、资材采购和生产厂家功能的“硬件战略”、加强顾客支持功能的“软件战略”、以及将全球分为7大板块，然后根据各地市场需求进行对应的“地域战略”，这3个战略为基轴展开了措施。

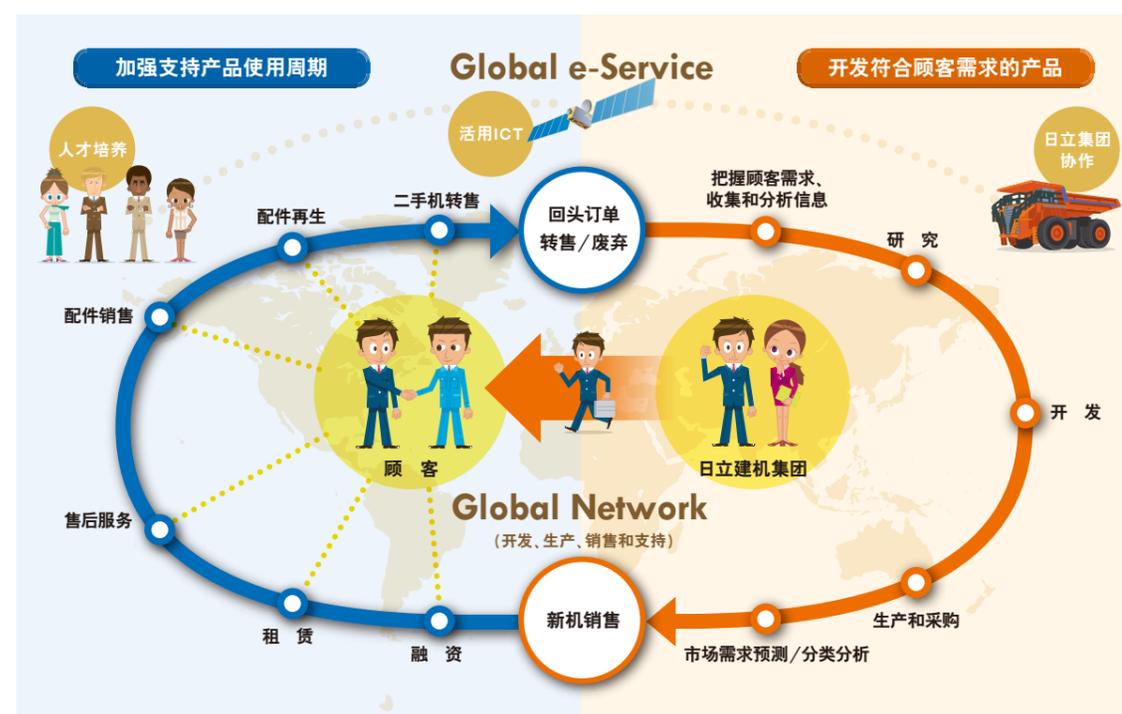
在新中期计划中，融合硬件战略、软件战略和地域战略，不断加强业务程序。在硬件战略方面，以期通过结合日立集团的技术以及符合各地区市场的产品开发，与其他公司之间形成压倒性差别化优势，从而提高市场份额。此外，通过实行销售公司与生产工厂为一体的供应链管理改革，确立高效且强韧的事业基础。另一方面，在软件战略上，通过关注在融资、租赁、售后服务、配件销售和再生等产品使用周期的支持基础，以提高顾客满意度，扩大销售额和利润。

在全力发展的“矿山事业”领域推进加强业务过程管理

例如，在定位为成长驱动器的“矿山事业”方面，也致力于“加强业务过程管理”。在“硬件战略”上，以加强自卸卡车事业为中心，除了采用日立集团的高度控制技术和尖端ICT技术并倾力于“智能自卸车”的开发以外，还推进了可实现“自动运转技术”实用化的研究开发。此外，在“软件战略”上，完善了支持产品使用周期基础的售后服务网点、配件仓库、培训中心和配件再生网点等。

此外，还积极地运用日立集团的尖端ICT，以实现Wenco公司的矿山运行管理系统的云拓展，推进提供可总体支持矿山运营管理的高附加值解决方案。而且，还不断致力于加强俄罗斯、独联体、中国、非洲等重点市场，扩大与资源巨头之间的联盟。

如此，通过“开发符合顾客需求的产品”、“加强销售市场规划”、“实现供应链管理(SCM)的改革”以及“强化整体价值链”，不断推进业务过程管理的改革。



GROW TOGETHER 2016 的焦点 ①

硬件战略

为了快速地开发和供应世界各地的顾客所选择的产品。

硬件战略是加强开发能力和生产能力的要点所在。

应对世界各地的不同需求并开发最佳产品，而且，通过缩短从安排下单到生产、交付使用为止的总产品标准周期，来确立强韧的事业基础。

重点活动 1

加强“市场研发”和“尖端技术开发”

通过产品彻底的差别化来扩大市场份额。

要在全球竞争中取胜，需要按照世界各地的法律限制和地区市场，进行可应对不同顾客需求的产品制造。在上一个中期计划中，作为其第一阶段，实施了“标准化、共通化和模块化”。在新中期计划中，进一步地推进模块化的同时，还期望确立全球性的市场研发体制和加强研究开发体制。

由此，加强负责重要配件生产的日本母工厂以及世界各地市场研发体制之间的协作，不断扩大符合各地区的区域性产品开发以及本土化生产。此外，以开发超越其他公司的差别化产品为目标，加强与日立集团之间的协作，集结尖端技术，更为积极地加以活用。此外，实现与日立集团以外的企业和研究机构等外部机构之间的协作，推进开放式的技术革新。除了产品开发以外，还不断地为创造新价值进行挑战，如确立革新性产品生产方法、预兆诊断和保养方法等。



安装有处理装置的林业挖掘机

重点活动 2

加强SCM改革和制造力

确立强韧的生产和销售体制，可灵活应对市场变化。

确立能够仅在必要时供应必要量的市场所需产品、合理且高效的生产供应体制，在加强竞争力方面也是一个重要的课题。日立建机集团已着手改革供应链管理，实现了生产的合理化和高效化。

在新中期计划中，应加速此SCM改革，推进与世界各地的销售公司和生产工厂之间的一体化进程。实现生产和销售同步，努力缩短由下单→生产→交付机器的整体产品标准周期，不断致力于正确的库存管理。此外，在新中期计划中，还将对全球展开已在日本和中国推进的“总成本降低活动”。加强与供应商之间的友好合作关系，同时进一步地降低成本。

通过在全世界的生产网点展开此类措施，推进全球性的生产改革，确立强韧的生产和销售体制，从而灵活应对市场需求的变化。



印度尼西亚的生产线

IN Focus

以“日立协同效应”加快开发速度

结合了尖端技术精华的大型自卸卡车“EH5000AC-3”



发挥通过协作加速的产品开发力，扩充产品阵容。

2013年，本集团公司以世界的矿山市场为目标，发售了使用日立制作所AC驱动器的大型自卸卡车“EH5000AC-3”（车辆总重量500吨，公称装载重量296吨）。除了日立建机所拥有的超大型液压挖掘机的开发和设计技术以外，还配备了日立集团通过新干线和社会基础设施运用锤炼而出的AC马达技术和电气控制技术。

自2008年发售了190吨级EH3500AC II以来，因应用了日立集团的尖端技术，仅用了5年时间就成功制造了220吨级EH4000、300吨级EH5000的系列化。这不仅是结合了日立集团的整体力量，最重要的原因是同一个集团，才能够共享技术信息并实现技术人员之间的交流。

提高智能矿山产品的完成度。

于市场上提升矿山产品的生产效率及安全性需求越来越高，结合了日立集团最新技术并开发的“EH5000AC-3”，为了实现稳定的行驶，安装了“机体稳定化控制系统”，其可收集并处理来自传感器和操纵杆、踏板等的信息，以将左右独立的驱动指示发送至车轮马达。由此，可成功控制在湿滑路面上的打滑、滑动和 横向打滑等现象。此外，为了进一步提高安全性，还配备了“SkyAngle”，按照从上空俯视机器周围状况的角度进行显示。除了可以减轻操作人员的负担以外，还可减小对车体的负荷，从而延长车体和配件的使用寿命，减少故障，从而取得降低管理维持成本的效果。而且，通过进一步强化此类技术，可实现自卸卡车的自动操作（无人操作）。

心声

扎实进行技术开发，以顾客利益为先。

我负责EH5000AC-3的AC车轮马达的开发。重点在于考虑未来的事业拓展，实现大型电气配件的通用，提高配件间的互换性。我认为如此扎实的技术开发能够实现顾客利益。



株式会社日立制作所 电力系统公司
日立事业所电机设备系统部主任技师 藤井 克彦

可增加很多“可解决问题方法”。

我负责自卸卡车的车体设计。日立集团的企业在开发期间，可以有很多解决问题的方法。在此次开发中，通过集结技术的精华，实现了成本和时间的节约。



日立建机株式会社 资源开发系统事业部
开发设计中心技师 中手 洋平

GROW TOGETHER 2016 的焦点 ②

软件战略

进一步支持产品使用周期，在服务中做到与顾客的密切接触。

软件战略的重点在于，从新机销售到融资、租赁、售后服务、配件销售、配件再生以及二手机转售，站在产品使用周期的角度，提供顾客满意度高的服务。从而，实现销售额和利润的最大化。

重点活动 1

地区销售战略

在全球加强市场销售能力。

要扩大销售额和利润，重要在于与顾客密切接触，准确地把握潜在需求，按产品和地区等的区分加以分类，持续提供可满足顾客需求的产品和服务，以不断地提高顾客满意度。同时，为了在全球竞争中取胜，提高事业效率，加强“市场销售能力”则尤为重要。

日立建机集团进一步与日本的顾客密切接触，为了通过提供细致的产品和服务来提高顾客满意度，于2012年4月设立了“日立建机日本株式会社”。构建了一站式供应的“RSS体制”，“RSS”即为 Rental（租赁）、Sales（销售）、Service（服务）。

在新中期计划中，以新加坡网点为例，展开了代理店的营业和服务人员教育等，此教育中使用的代理店支援课程充分运用了日本的营业销售过程管理和技巧。

此外，运用ICT技术与代理店共享在全世界运转的16万台以上的建筑机械设备运转信息，活用运转信息推进高效率的销售活动，从而实现地区市场信息和销售程序的透明化，将本地顾客的心声适时地反映到生产和销售活动中。



中国代理店培训的场景

重点活动 2

价值链加强战略

在支持产品使用周期方面，运用ICT，创造商机。

在日立建机日本株式会社，遍布日本国内的所有网点，拓展了作为事业基础的RSS业务。但是，与日本不同的海外市场，在需要覆盖广阔业务的区域，无法设置与日本国内市场同样多的网点。因此，“ICT”尤为重要。

在支持产品使用周期的业务方面，通过日本全国240个网点及运用了ICT的机器运转信息服务“ConSite”，致力于提高顾客满意度以及商机的最大化。还开始了“ConSite”的海外拓展，由此，除了向顾客提供机器的运转信息以外，还可适当进行保养等的跟进调查，从而扩大配件事业发展。

此外，在日本，还覆盖了从新机销售到融资、租赁、二手机转售在内的全部价值链，此为优势所在。基于丰富的经验技巧，今后将对全世界的销售代理店共享二手机销售技巧和融资程序等，通过机器的产品使用周期，向顾客提供高品质的产品和服务，同时以增强收益为目标。

IN Focus

通过ICT创造新的价值。

活用了Global e-Service的新型服务“ConSite”



向顾客提供“不停机”的价值。

2013年开始面向国内的顾客提供“ConSite”的服务，是运用了可远程确认机器运转状况的“Global e-Service”程序包服务。以往，在本公司是通过Global e-Service收集和分析全世界运转的机器信息，并将其运用于新产品和新服务的开发。

“ConSite”的最大优势在于，可向顾客提供“不停机”的价值。当机器检测到可能导致停机的高紧急度变化时，通过向操作人员和机主发送“紧急报告”，可在机器停止前采取措施，此外，即使停机，也能够尽早恢复。

在全球展开可提高顾客满意度的服务。

把握可预知机器的异常和故障的技术，并进行切实的保养，可延长机器的寿命，在以旧换新时还可提高机器的价值。这对于顾客来说，可以减少产品使用周期成本。此外，对于本公司来说，可在适当的时机与顾客接触，并能够快速跟进调查，因此，可以提高顾客满意度。今后，还会将此服务区域扩大到东南亚和欧洲地区。



2种的“数据报告”服务



财务、非财务重点

日立建机株式会社以及连结点公司
各年3月期

财务重点	2014	2013	2012	2011
百万日元 (每股指标除外)				
会计年度				
销售额	802,988	772,355	817,143	773,769
营业利润	69,163	51,496	54,837	41,511
税金等调整前本期净利润	52,775	45,763	50,129	35,745
本期净利润	28,939	23,464	23,036	11,088
会计年度末				
总资产	1,087,191	1,099,901	1,086,116	944,370
运行资产	271,977	286,564	232,252	248,870
股东资产	383,355	361,874	345,689	327,496
有利息负债	363,411	393,102	388,904	327,768
每股指标(日元)				
本期净利润	136.24	110.77	108.88	52.44
潜在股调整后本期净利润	136.20	110.75	108.86	52.41
纯资产	1,827.59	1,704.34	1,522.86	1,447.52
全年分红	50.00	40.00	30.00	20.00
其他指标				
销售收益率(%)	3.6	3.0	2.8	1.4
净资产收益率(%)	7.7	6.9	7.3	3.6
产权比率(%)	35.7	32.8	29.7	32.4
市盈率(倍)	14.59	18.31	16.82	39.72

Point 1 销售额

销售额虽受TCM转变为连结对象以外企业的影响,以及矿山产品销售额减少的影响,但由于中国和日本的销售额增加及外汇的影响,相比上一年,实现了306亿3千3百万日元的增收。



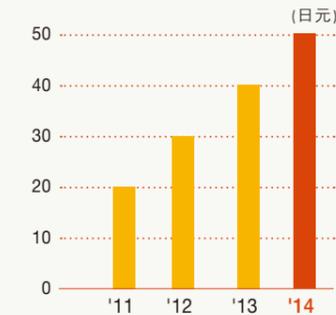
Point 2 营业利润

营业利润由于外汇影响以及资材费进一步减少等,相比于上一年,实现了176亿6千7百万日元的增收。



Point 3 全年红利

2013年3月的全年红利每股为40日元,2014年3月的全年红利每股为50日元。



按地区类分的销售额	2014	2013	2012	2011
百万日元 (每股指标除外)				
美洲	80,418	113,923	92,324	62,351
欧洲	71,549	57,342	64,415	66,367
俄罗斯CIS、非洲和中近东	87,382	80,915	71,715	65,149
亚洲和大洋洲	217,313	237,487	242,750	202,444
中国	114,480	90,773	134,960	204,757
日本	231,846	191,915	210,979	172,701

非财务重点

员工数(名)

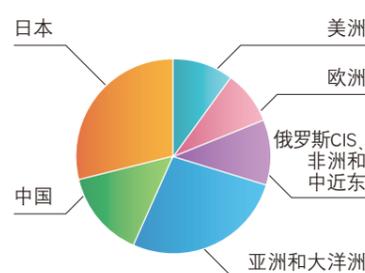
地区	2014	2013	2012	2011
美洲	463	479	461	395
欧洲	578	558	548	557
俄罗斯CIS、非洲和中近东	887	647	557	483
亚洲和大洋洲	6,472	6,400	5,978	5,503
中国	3,164	3,326	3,601	3,272
日本	9,347	9,030	10,669	9,994

主要环境性能数据

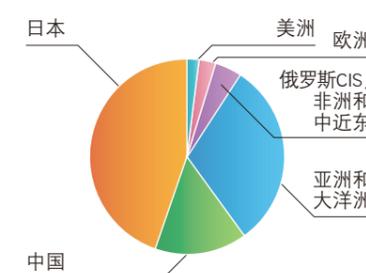
指标	2014	2013	2012	2011
总能源投入量(GJ) ※1	3,146,235	2,854,920	3,159,007	3,048,117
CO ₂ 排放量(吨) ※1	171,544	162,712	187,011	169,513
水资源投入量(m ³ /年) ※1	1,003,108	1,159,279	1,236,973	1,517,430
环保型产品的销售额(百万日元) ※1	526,214	470,208	489,672	440,028
环保成本(百万日元) ※2	8,658	8,134	8,006	6,546
环境投资(百万日元) ※2	40	839	1,254	685
环保经济效果(百万日元) ※2	978	1,030	1,292	1,704

※1 日立建机集团所有网点(全球)
※2 日立建机集团主要生产网点(全球)

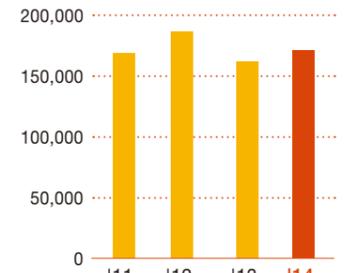
按地区类分的销售额



按地区类分的员工人数



CO₂排放量 (吨)



Chapter 1

各地区的活动概况



日立建机集团在市场发生很大变化的状况下，以基础设施投资和资源开发等为背景，导致需求不断高涨的新兴国为中心，把握建筑机械及矿山机械的需求，作为全球企业，为了不断地成长，提出了“2020VISION：在地球上任何地方都能感受到的Kenkijin精神，“成为您身边值得信赖的合作伙伴”。按照中期经营计划“Go Together 2013”，可实现此愿景的第一阶段，开发符合各地区需求的产品、完善生产能力、加强支持产品使用周期的体制等，采取了一系列措施，以加强整个价值链。自2014年起，将启动“GROW TOGETHER 2016”，可实现此愿景的第二阶段。今后，在把握世界各地的市场动向、提供可满足顾客需求的产品和服务的同时，以前所未有的新构想，挑战经营革新，追求顾客满意度。



地区事业部	地区战略和措施	主要的CSR活动	按地区类分的销售额 (各年3月期)
亚洲、大洋洲 事业部 >> p19	<ul style="list-style-type: none"> ● 实施工人教育，以实现营业支援系统的全面展开，加强营业能力和服务能力 ● 通过提出矿山机械产品的检查和维修方案，确保配件服务的销售额 (日立建机印度尼西亚) ● 按产业类别推进应用开发产品的扩大销售 (日立建机(马来西亚)) ● 扩大用于林业的特殊化产品的销售 (Cable Price(NZ)) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 在印度尼西亚工厂设立了国际技能竞技会的焊接部门 (日立建机印度尼西亚) ● 慰问高龄者福利设施 (日立建机亚太) ● 举办新进员工内部统制学习会 (日立建机(马来西亚)) ● 在布里斯本郊外的大型自卸卡车喷漆设施上设置热电解沉积漆区域，防止有害物质的排放 (日立建机(澳大利亚)) 等等 	亚洲和大洋洲 销售额 (2014年3月期) 2,173 亿日元 销售额构成比 27% '10 '11 '12 '13 '14
印度 事业部 >> p20	<ul style="list-style-type: none"> ● 促进新型机“ZX-GI”的销售 ● 强化印度国内的销售服务体制 ● 着手于构建坚实的基础，以扩大自印度的出口 	<ul style="list-style-type: none"> ● 举办Kenkijin (建机人) 精神培训以及TATA行动规范培训 (TATA日立建机) ● 实施“Jagruti”和新进员工的志愿者活动 (同上) ● 为了推进雇佣和教育的平衡，实施雇佣适应性教育 (同上) ● 对该地区儿童进行健康检查 (1,372名) (同上) 等等 	日本 销售额 (2014年3月期) 2,318 亿日元 销售额构成比 29% '10 '11 '12 '13 '14
日本 事业部 >> p21	<ul style="list-style-type: none"> ● 推进RSS (租赁、销售和服务) 扩大多个部门交易 ● 依次发售符合了废气排放限制标准的新机型，而且将改善了燃油消耗率的新型混合动力挖掘机“ZH200-5B”投放市场 ● 以二手机的扩大销售为目的，展示已完成保养的二手机并当场出售 	<ul style="list-style-type: none"> ● 继续支援东日本大地震受灾地区的灾后重建 (日立建机集团) ● 实施多样性管理层培训 (所有的日本国内集团公司已完成培训) ● 赞助东根樱花马拉松，以志愿者形式实施支援 (日立建机CAMINO) ● 配重的再生活动获得了GREEN21优秀奖 (日立建机) ● 参加了“丰富的橡子林”的森林保护活动 (多田机工) 等等 	中国 销售额 (2014年3月期) 1,145 亿日元 销售额构成比 14% '10 '11 '12 '13 '14
中国 事业部 >> p22	<ul style="list-style-type: none"> ● 推进重点战略机型的市场投放和加强代理店的营业能力 ● 正式开始运用服务和配件销售管理系统 ● 为了扩大配件服务销售额，运用ICT，确定高运转率的顾客和目标市场 	<ul style="list-style-type: none"> ● 收集自然灾害、流行性感冒和暴动信息，制定紧急对策 (日立建机(中国)、日立建机(上海)) ● 前往当地学校开展环境保护教育，向学校和员工子女实施保护地球的环境知识教育 (日立建机(中国)、日立建机(上海)) ● 支援内蒙古自治区科尔沁沙漠的防止沙漠化的植树造林事业 (日立建机(上海)) ● 支援日立建机希望小学 (日立建机(上海)、青岛诚日建机) ● 被认定为中国(上海)自由贸易试验区的“企业社会责任联盟”企业 (日立建机(上海)) 等等 	欧洲 销售额 (2014年3月期) 715 亿日元 销售额构成比 9% '10 '11 '12 '13 '14
欧洲、俄罗斯、中东 事业部 >> p23	<ul style="list-style-type: none"> ● 在可预见市场需求恢复征兆的欧洲，推进低燃油消耗型液压挖掘机和轮式装载机的扩大销售 ● 俄罗斯新工厂竣工，完善本地生产体制 ● 关注中东地区的机场和道路等基础设施相关施工，倾力进行扩大销售 	<ul style="list-style-type: none"> ● 向梅奈专科学校无偿赠送液压挖掘机 (重型建机) ● 购买放射线测量仪，减少员工在采矿场可能承受的风险 (日立建机欧亚销售) ● 接受员工满意度调查，开始改善活动 (日立建机(欧洲)) ● 定期发送HMEC世界新闻 (1次/月) (日立建机中东) ● 对肯尼亚的伊卢玛莱巴小学持续实施支援 (日立建机中东) 等等 	俄罗斯CIS·非洲和中近东 销售额 (2014年3月期) 874 亿日元 销售额构成比 11% '10 '11 '12 '13 '14
非洲 事业部 >> p24	<ul style="list-style-type: none"> ● 与各国代理店协作，加强销售服务体制，进一步扩大中型、大型液压挖掘机以及矿山机械的销售 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对本地员工实施OJT (工作现场内) 教育，使其尽早掌握技术，扩大本地的雇佣机会 (日立建机赞比亚) ● 赞助“Let's Play Program”，向贫困地区的小学提供教育和体育活动的机会，提供重型机械用于建造运动场 (日立建机非洲) 等等 	美洲 销售额 (2014年3月期) 804 亿日元 销售额构成比 10% '10 '11 '12 '13 '14
美洲 事业部 >> p25	<ul style="list-style-type: none"> ● 完善增产体制，推进符合了废气排放限制的新型机的扩大销售 ● 在巴西的新工厂开始投入生产，完善本地生产和销售的体制 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每季度由经营干部与员工进行对话 (日立建机自卸卡车) ● 举办家庭开放日 (日立建机自卸卡车) ● 向新进员工分发CSR指南，实施CSR教育及依法合规教育 (Wenco国际矿业系统有限公司) 等等 	



亚洲、大洋洲

在东南亚市场情况不明朗状态下，通过加强代理店的营业能力等，进一步确保销售额的提升

市场动向和地区战略

市场需求触底反弹，部分地区需求呈复苏趋势。通过加强代理店的营业能力，打开突破口

在资源输出国的印度尼西亚和澳大利亚，由于资源价格的低迷，使矿山机械的需求下降，建筑机械产品的需求也持续减少。在泰国，由于政局不稳，建筑机械产品的需求也相对减少。虽然东南亚市场如此的不明朗，但我们已努力加强了代理店的营业能力，如全面推广营业支援系统，并充实营业人员及服务人员的教育等。

例如，在印度尼西亚，通过更为细致的营业活动，提

高市场覆盖率的同时，通过提出矿山机械的检查和保养方案，努力确保配件服务销售额。此外，在泰国各地举办新机型的发表会以发掘潜在需求，在马来西亚致力于各行业应用开发产品的扩大销售，在澳大利亚以新型小型挖掘机的发售为契机，积极地推进扩大销售。在经济坚挺的新西兰，正扩大林业用特殊化L系列机器的销售，在其他的新兴国，需求也呈恢复趋势，销售台数也在不断增加。今后，通过引进ConSite，不断加强售后服务市场，应对经销商融资需求的增加。

CSR Topics

纪念国际技能竞技会第10次的举办，实施焊接竞技比赛（日立建机印度尼西亚）

日立建机以提高工程师的技能和分享技术为目的，每年举办“国际技能竞技会”，进行焊接、喷漆、组装、测量、搬运和机械加工6项技能的竞赛。2013年为纪念第10次竞技会的举办，在日立建机印度尼西亚芝庇东第一工厂举办6项竞技中的焊接竞技。有来自6个国家、11个网点的17人参加了竞技。在超过35℃的酷暑中进行比赛，但各选手均



在超过35℃的酷暑中进行焊接竞技比赛

集中精力，将激烈的竞争坚持到最后。参加者的技术水平不断地逐年提升。今后，准备让海外网点更多地参加比赛，以使所有制造网点的技术水平得以平均化。

印度

基础设施投资和一般建设投资仍处于停滞状态的印度市场。通过加强销售服务体制，坚守行业No.1的地位

市场动向和地区战略

持续低速增长的印度经济。通过引进新机型，作为行业No.1，致力于强化基础

在印度，由于货币贬值和政局不稳等原因，2014年1月的国际货币基金(IMF)的公布显示，2013年的印度经济增长率为4.4%，印度经济持续低迷。2014年预计会大大低于印度经济所需的年率7~8%，此已是大局所趋。

由于持续低速增长的印度经济，导致基础设施投资和一般建设投资仍处于停滞状态，所以建筑机械产品的需求也持续低迷。

在此状况下，TATA日立建机在扩大新机型销售的同时，还致力于加强印度国内的销售服务体制，守住了

行业No.1的地位。与此同时，还努力地奠定基础，以扩大自印度的出口。



新机型“ZX-GI”

CSR Topics

举办“Jagriti”（TATA日立建机）

TATA日立建机促进在哲雪铺(Jamshedpur)印地文中学学生的相互交流，每年举办文化艺术比赛“Jagriti”。2013年有10个学校的学生参加，3天时间参加了丰富多彩的课程，有讨论(辩论)、即兴演说、讲演、一般知识的智力竞赛、作文、绘画、唱歌、民族舞蹈的表演等。Jagriti的活动安排，由新进员工负责，通过这些安排工作，也给新员工培养其自信和领导才能的机会。



舞蹈表演中的孩子们

※在印地文的意思是“觉醒”。是指提高贫民窟孩子们识字的教育。



日本

RSS为一体，针对顾客需求提出最佳方案，推进多个部门交易以增加顾客



市场动向和地区战略

以租赁需求为中心，呈良好趋势。
以RSS提升日立品牌形象

以灾后重建施工和基础设施完善为主，高水平的公共投资增加及新增住宅动工率都以租赁为主，建筑机械的需求呈良好趋势。

在此状况下，日立建机日本使RSS(租赁、销售和服务)为一体，针对顾客需求提出最佳方案，以增加与RSS多个部门进行交易的顾客，扩大了销售。今后，将通过ConSite的数据报告服务不断地提出预防保养方案。此外，应对废气排放限制，陆续发售节能新型机，同时，进

一步将改善了燃油消耗率的新型混合动力液压挖掘机ZH200-5B投放市场，努力扩大销售。

在全国的分店以扩大二手机的销售为主题举办展示会，展示已完成保养的二手机并当场出售，得到了顾客的好评。还为提升日立品牌做出了贡献，今后将继续实施。



ConSite的数据报告

市场动向和地区战略

呈现内需放缓的预兆。
以提高在市场中的存在感为目标

中国经济正通过农村城镇化建设来消除差别，可预见坚挺的内需扩大。在建筑机械的需求方面，通过保障性住房建设、道路、铁路、港湾、环境维护等项目的增加，取得了超出2012年的业绩。但是，进入2014年，在“改革优先于成长”的这一政府方针下，建筑机械的需求呈放缓趋势。

在此状况下，展开了重点战略机型的市场投放，还加强了代理店的基础营业能力，提升了在市场中的存

在感。通过运用服务和配件销售管理系统以及“Global e-Service”系统，确定了设备高运转的顾客以及目标市场，致力于扩大配件服务的销售。



代理店员工参加的品牌会议

CSR Topics

设立小学校，积极地支援有学习热情的孩子们
(日立建机(上海)、青岛诚日建机)

日立建机以企业和地区社会共同发展为目标，开展着各种社会贡献活动。其活动之一就是支援孩子们的学业。2008年，日立建机(上海)和青岛诚日建机共同支援建设小学校舍，并设立了“希望小学”。而且，在2011年还导入奖学金制度。持续支援充满学习热情的孩子们。2013年向在期末考试中取得了优异成绩的各学年的学生颁发了奖学

金。今后，通过帮助更多的孩子们完成学业，将不断地支援培养能够为社会的发展做贡献的人才。



举着被赠送的文具以表谢意的小学生们

CSR Topics

由学习者自己计划并运营，以改善业务和提高工作效率为目标的培训(日立建机教育中心)

日立建机教育中心负责建筑机械等的操作技能及取得许可证的培训，每年2次以内勤业务的员工为对象实施培训。此培训由员工自己决定主题和场所等。2013年以“面向顾客的服务是指什么？”为主题，有来自日本全国的各培训所的13人参加。经小组讨论确定的课题，在下一年度培训之前加以改善并推进措施。此外，通过不同行业

的公司“接待”体验，让大家认识到负责作为面向公司外部窗口业务的重要性，今后，还计划完善服务相关特殊化教育体制。



2天时间里实施小组讨论的场景

中国

锁定拥有高运转率设备的顾客和目标市场是关键。
运用“Global e-Service”系统致力于扩大销售



欧洲、俄罗斯、中东

呈复苏趋势的建筑机械市场。
实现低油耗型液压挖掘机和轮式装载机的扩大销售

市场动向和地区战略

通过细致的代理店支援方式,把握多样化的要求。在市场复苏的背景下强化事业基础

以法国为首的整个欧洲经济依然不振,但在英国,住宅购买支援政策和伦敦地区的公共设施施工处于有利态势,呈内需复苏的趋势。此外,德国经济持续坚挺,南欧各国也逐渐脱离经济危机等,可见市场有好转的预兆。在此状况下,通过努力,扩大了低油耗型液压挖掘机和轮式装载机的销售。

此外,俄罗斯经济在石油等天然原材料出口下降等的背景下,GDP增长率自2012年下半年起也呈持续放缓趋势。在销售方面,通过日立建机欧亚的销售,继续支持

代理店,致力于一般建设和矿山机械的扩大销售。此外,2014年1月举办了俄罗斯新工厂的竣工仪式等,预示着本地生产体制正不断地得到完善。

在中东,主要是机场施工和道路施工等基础设施的相关建设,持续倾力于扩大销售,在伊拉克的重建相关项目中成功地拿到了大订单。持续加强与代理店之间的协作,按照基础设施建设计划应对需求增加等,进一步扩大了销售。



在俄罗斯建成的新工厂



非洲

虽经济发展呈减速倾向,但建筑机械市场需求仍然保持坚挺

市场动向和地区战略

通过加强与代理店之间的关系,来扩大中小型挖掘机的销售。加强矿山机械的销售,扩大配件收益

在非洲,主要致力于南非及周边国家的扩大销售,而在北非和西非,则是与代理店一起努力加强建设相关机械的销售和服务。

关于南非经济,2013年度GDP增长率为2.0%(2012年为2.6%),呈放缓倾向,但建筑机械的市场需求预测高于上一年。

提高与各国代理店之间的紧密度,加强销售服务体制,进一步扩大中型、大型液压挖掘机以及矿山机械

的销售。



主力的中型液压挖掘机

CSR Topics

向孩子们提供体育锻炼的机会 (日立建机非洲)

日立建机非洲自2013年3月起,赞助“Let's Play Program”,向南非贫困地区的小学提供教育和体育活动机会。此活动是向贫困地区的就学儿童提供教育和体育活动的机会,目的在于促进孩子们的健康成长。日立建机非洲用其持有的建筑机械设备开垦荒地,不断致力于平整地面以修建运动场,计划每年建设约10所学校的校

园。今后还将不断地支援肩负下一代世界发展的孩子们成长。



地面平整工程完成后校园里的孩子们

CSR Topics

支持培养下一代的技术人员 (Heavy Construction Machinery Ltd.)

于2013年7月与英国威尔士的专科学校“梅奈专科学校”及日立制作所的集团公司“地平线核电公司”三方之间缔结了培养下一代技术人员的关系。此外,作为其中一环,还向在梅奈专科学校新设的重机设备培训中心免费出借了3个机型的产品。期待在这个中心掌握了高水准技

术的学生未来能够活跃在建设现场。



重机设备培训中心的建校仪式场景





市场动向和地区战略

矿物原材料价格下跌, 导致矿山市场严峻。应迅速加强全球的销售和支持体制

关于矿山机械市场, 受矿物原材料价格下跌的影响等, 北美、印度尼西亚、澳大利亚等的矿山需求大幅度减少。2014年预计呈持平趋势。

在此种形势下, 为确保销售额和收益, 致力于构建全球性销售和支持体制。此外, 通过提高与原材料大客户之间的紧密度, 来获得大订单, 并倾力于开拓俄罗斯独联体和非洲等新矿山地区。此外, 开发矿山用GET*, 以扩大配件销售。

为了开始自卸卡车的自动行驶测试, 活用了加拿大Wenco公司与日立制作所之间的云端系统里矿山运行管理

系统的实例项目, 还运用了ICT的矿山运营和矿山机械运行管理以实现最佳化, 通过与日立集团合作, 不断加强解决方案事业。

*GET (Ground Engaging Tools): 铲斗斗齿等消耗配件的总称



“EH-5000AC-3”的行驶测试

CSR Topics

世界3大建机展 参展“CONEXPO-CON/AGG”

迪尔公司参加了2013年3月在美国举办的国际性建筑机械展览会“CONEXPO-CON/AGG”, 在迪尔公司的展位内, 以新型自卸卡车“EH1100-5”为首, 还展示了EX1200-6、ZX470LC-5、ZX210LC-5、ZX135、ZX50-5这6个机型。本展览会与德国的“BAUMA”、法国的“INTERMAT”并列, 是世界3大建筑机械展览会之一, 此次有来自全世界将近2,000

家企业和团体参展, 及170个国家和地区约13万人的参观者。与上一次相比, 来自美国的参观者增加了24%, 国际色彩一年比一年浓厚。今后, 我们还将通过此类机会, 积极地与世界各国的客户进行交流。



展位的场景

美洲

在迪尔日立巴西公司开始生产。完善本地生产和销售体制

市场动向和地区战略

住宅动工量、建设投资等呈良好趋势。建筑机械的需求呈坚挺趋势

美国的经济, 因住宅动工量、建设投资以及失业率改善的顺利推进呈坚挺态势。管线等的能源和基础设施开发也持续呈现良好的状况。在此市场环境, 建筑机械市场需求呈坚挺态势, 但由于原材料产品价格的低迷, 矿山机械的需求却下降。

作为北美制造网点的迪尔日立建机, 完善了增产体制, 努力扩大符合废气排放限制标准的新机型销售。

另一方面, 在南美的巴西, 与迪尔公司成立的合资公

司—迪尔日立巴西公司自2013年9月开始投产, 完善了本地生产体制以及销售体制。



巴西的新工厂

CSR Topics

举办家庭开放日 (日立建机自卸卡车)

日立建机自卸卡车于2013年6月将公司工厂的厂区对外开放, 举办了家庭开放日, 招待了员工的家属、亲友以及客户。此次, 结合工厂增产项目的完成, 自2008年以来相隔5年再次举办家庭开放日, 约有3000人到场。主要展示了日立建机自卸卡车开发和制造的自卸卡车“EH4000AC II”, 还让大家进入驾驶室进行试驾体验。许

多到场者开心地参与了这宝贵的试驾体验。此外, 还展示了新引进的焊接机器人, 以及在室内试验场进行了产品试验的演示和商品销售等, 由员工加演了节目, 与到场者进行了充分及多方面的交流。



向到场者赠送纪念品

矿山

展开与市场相匹配的扩大销售战略

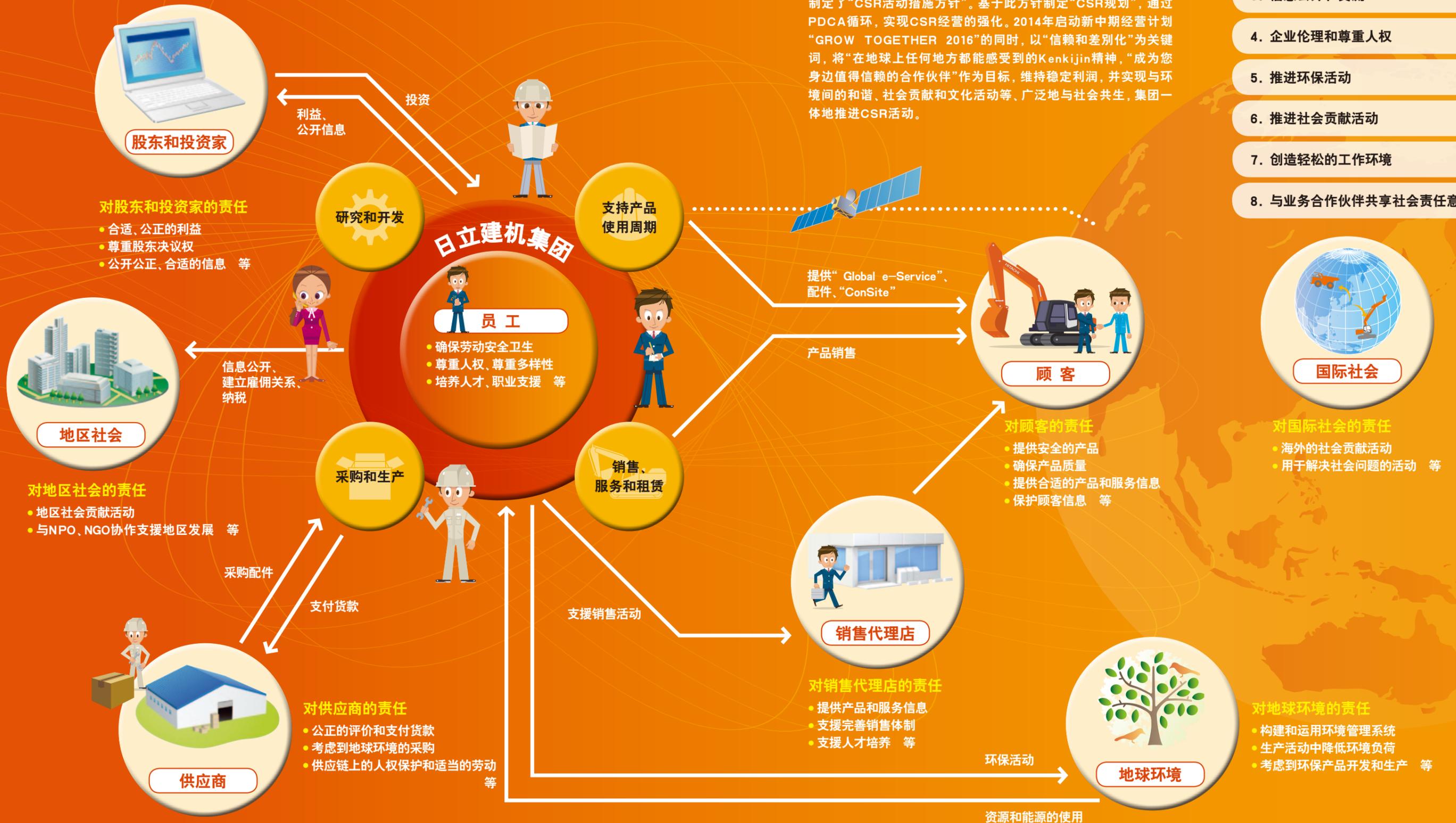


CSR活动措施方针

1. 企业活动中社会责任的自觉性 P.29
2. 通过事业活动为社会做贡献 P.31
3. 信息公开和交流 P.33
4. 企业伦理和尊重人权 P.35
5. 推进环保活动 P.37
6. 推进社会贡献活动 P.39
7. 创造轻松的工作环境 P.41
8. 与业务合作伙伴共享社会责任意识 P.43

与各位利益相关者构建信赖关系

要顺利地推进事业活动，除了顾客以外，与员工和交易对象、地区社会等各种利益相关者之间构建良好的信赖关系是不可缺少的。在日立建机集团，为了准确地把握事业活动中对利益相关者的影响，进行负责的行动，按照日立集团制定的指引，于2005年度制定了“CSR活动措施方针”。基于此方针制定“CSR规划”，通过PDCA循环，实现CSR经营的强化。2014年启动新中期经营计划“GROW TOGETHER 2016”的同时，以“信赖和差别化”为关键词，将“在地球上任何地方都能感受到的Kenkijin精神，”成为您身边值得信赖的合作伙伴”作为目标，维持稳定利润，并实现与环境间的和谐、社会贡献和文化活动等、广泛地与社会共生，集团一体地推进CSR活动。



活动方针 1

企业活动中 社会责任的自觉性

日立建机集团全体员工应充分理解CSR活动的目的和方针，建立能够结合自己工作进行回答的组织。



依法合规培训的场景

主题	CSR交流	实施风险管理	利益相关者契约书 (把握经营判断的相关信息和意见交换)
2013年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 推进CSR教育，推广Kenkijin(建机人)精神的培训 	<ul style="list-style-type: none"> 实施减少重要风险的措施(日本国内、海外集团公司) 稳固事业持续计划(BCP)(日本国内、海外集团公司) 实施人权尽职调查 	<ul style="list-style-type: none"> 与利益相关者交流
	∨	∨	∨
2013年度 活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 实施各级别的培训(包括日本国内集团公司) 实施新进员工培训(包括日本国内集团公司) 通过HGB*(HCM Global Basics)实施Kenkijin(建机人)精神的培训(海外集团公司各公司) 实施TATA行动规范培训(TATA日立建机) 发送Kenkijin(建机人)事例，在公司内部报纸上登载(日立住友重机械建机起重机) <p>* HGB:以国际员工的人才培养为目的开展的培训课程</p> <p>关于CSR教育，在日本国内集团公司实施了各级别的培训。在海外集团公司，对新进员工实施HGB为基础，举办了符合地区特性的培训。(活动报告→P.30)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 实施风险应对力调查(日本国内、海外集团公司) 支援构建事业持续计划(BCP)(日本国内集团公司) 制定人权方针，实施人权尽职调查试点 <p>实施风险应对力调查的同时，还制定了《危机应对方针》。尤其是应对自然灾害和事故风险能力进行了评价。(活动报告→P.49)</p> <p>对“日立建机集团人权方针”进行了公司规定。(活动报告→P.36)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 实施顾客满意度调查 举办股东参观工厂活动 举行由经营层进行的高层巡讲 <p>将股东在参观工厂时提出的意见、顾客满意度调查中的顾客心声、高层巡讲中员工提出的意见等、与利益相关者之间的交流反映到了事业经营中。(活动报告→P.30)</p>
评价	★★★	★★	★★
	∨	∨	∨
2014年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 推进CSR培训，进一步渗透Kenkijin(建机人)精神 	<ul style="list-style-type: none"> 进一步加强全球风险管理 	<ul style="list-style-type: none"> 充实利益相关者交流

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

推进CSR培训

日立建机集团为了使每一位员工正确理解企业理念，并作为“明智的企业市民”开展行动，向全世界的员工分发了“CSR指导手册”。在2012年发行的修订版中，追加了尊重人权相关项目以及ISO26000与企业社会责任相关专栏。

关于CSR教育，在霞之浦综合培训所，于员工入职及升职为主任和课长时，实施核心教育培训，以期培养员工对CSR的意识。在海外集团公司，基于HGB(HCM Global Basics)对新进员工举办培训班。2013年共在6个海外集团公司举办了培训。此外，在TATA日立建机还举办TATA行动规范培训。

在日立建机集团，除了CSR教育以外，无论国内外，还通过Kenkijin(建机人)精神对全公司推广企业理念及其精神，即3C(Challenge、Customer、Communication)。



CSR指导手册修订版

与利益相关者之间的交流

日立建机集团为了与各位利益相关者构建更为良好的关系，采取各种措施，以进行沟通。2013年面向各位股东和投资者，在亚洲、美国和欧洲，除了召开说明会和会议以外，还举办参观工厂活动。针对顾客进行了顾客满意度调查。此外，还面向员工召开了高层巡讲。

在土浦工厂举办以个人股东为对象的工厂参观活动上，以辻本社长为首，由土浦工厂干部与各位股东和投资者进行了对话。通过此类交流，让大家重新认识了日立建机集团的全球性。此外，为了确认来自顾客对前中期经营计划“Go Together 2013”措施的外部评价，还实施了顾客满意度调查，第2次调查也已完成。根据得到的调查结果发现新的课题，应加强日立建机与代理店之间的关系。另一方面，对员工召开高层巡讲，根据“Go Together 2013”的进展状况等，提出经营相关问题，由辻本社长等的经营层来回答。

今后，仍将积极地展开与各位利益相关者之间的交流。

Stakeholder's Message

企业活动中社会责任的自觉

本公司目前正通过公司内部报刊发送Kenkijin(建机人)事例和合规事例。考虑通过具体传达“应如何采取行动”，回顾日常的行动，以让大家自觉到该如何去履行企业社会责任。此外，开展相应的活动，比如，通过对顾客举办安全说明会，为实现放心且安全的社会做贡献。关于本公司的CSR活动，已发布在Web网站上，请大家务必浏览。



日立住友重机械建机起重机株式会社
松井 晓子

活动方针 2

通过事业活动为社会做贡献

日立建机集团正在不断挑战成为被全世界顾客信赖的全球建筑机械供应商，并通过产品、解决方案来解决社会课题。



土浦工厂的生产线

主题	实现“Go Together 2013”	充分运用信息，展开全球体系	追求可持续性设计
2013年度措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 实施“Go Together 2013”的措施 	<ul style="list-style-type: none"> 推进“Hi-STEP”的活用 “Global e-Service”的活用 	<ul style="list-style-type: none"> 确保产品质量 确保产品使用周期内的性能质量及社会和环境方面的质量(包括安全风险方面)
	⇩	⇩	⇩
2013年度活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 通过加强产品使用周期业务，扩大配件服务的销量 通过俄罗斯、巴西工厂的启动，完善全球生产体制 通过推进成本降低活动来减少物流费 <p>以“Go Together 2013”为实现成长做好了播种的准备。在“GROW TOGETHER 2016”中以飞跃式的成长为目标。(领导寄语→P.3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 制作新的代理店支援程序 实施“ConSite”※1的开发和导入教育(特集→P.14) “Hi-STEP”※2扩大活用区域(重新对南非、日本国内集团公司进行推广) <p>※1 “ConSite”：充分运用信息通信对顾客的设备进行综合支持的信息服务菜单 ※2 “Hi-STEP”：营业进度管理程序</p> <p>通过代理店支援程序、“ConSite”等的开发，进一步完善了能够满足顾客要求的系统。我们将继续对其进行充实。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 开展全球质量保证活动(全球制造质量诊断等) 培养全球化的技术人员 在印度尼西亚举办国际技能竞技会(焊接部门)(活动报告→P.19) 开发新型混合动力液压挖掘机 <p>通过“全球制造质量诊断”、“PS诊断”，提升了日本及海外生产工厂的质量水平。同时，致力于全球技术人员的人才培养。</p>
评价	★★	★★★	★★★
	⇩	⇩	⇩
2014年度措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 推进“GROW TOGETHER 2016”的各项措施 	<ul style="list-style-type: none"> 在全球展开可提高顾客满意度的新工具 “Consite”等的进一步推广 	<ul style="list-style-type: none"> 提供满足全世界统一质量标准的产品 推进全球人才培养

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

为了提高顾客满意度，推进新的人才培养计划

2013年以亚洲、太平洋地区为中心推进了作为代理店支援计划重要一环的培训课程。此课程由日立建机亚太与日立建机营业本部、人才开发中心合作，作为全球标准课程进行了计划和推进。通过此培训课程，使日立建机和销售公司、代理店的代表们汇聚一堂，通过模拟练习等，体验并学习相关知识、技能和思考方式，以能向顾客提出有价值的方案。通过此类提案能力和团队协作能力的提高，向顾客提供最佳的解决方案，从而提高顾客满意度。

2014年计划将新加坡作为中心，向全球推广课程内容。



培训课程的参加者

推进全球质量保证活动

2013年伴随巴西和俄罗斯新工厂建设完成而构建的质量保证体制，在印度以新机型生产中的质量管控为中心，持续进行了“全球制造质量诊断”和“PS(Products Safety：产品安全)诊断”，推进提高日本国内和海外的各生产工厂的质量水准。

2014年以“提供满足世界统一质量标准的产品(Made by Hitachi)”为目标，通过可全球推广的质量标准和规格的制作及质量保证业务程序的标准化，并通过由土浦工厂进行培训的制度来持续培养人才等，以期向全世界的顾客提供“Made by Hitachi”的产品。



来自日立建机(中国)的培训生结业仪式。与来自印度、印度尼西亚、荷兰工厂的培训生一起

Stakeholder's Message

将产品质量水准提高到与母工厂同等的水准

我在日立建机(中国)(以下简称“HCMC”)负责结构件的质量管理。自2011年春天到2013年秋天，我参加了日立建机土浦工厂质量保证中心的培训。

HCMC将产品质量提高至与母工厂，即土浦工厂为同等水准成为了最重要的课题。我希望将这2年半在日立建机土浦工厂掌握到的解决问题方法和管理方法等在HCMC进行推广，并进行改善和推进。



日立建机(中国)有限公司
孙玉胜

活动方针 3

信息公开和交流

日立建机集团通过与利益相关方之间持续的对话来提高信赖度，并积极地进行风险、负面消息及社会性成本信息的公开。



活用Web网站，适时地发送正确的信息

主题	遵守企业决算公开方针以及适时的信息发送和管理	公开风险和负面消息、社会性成本信息
2013年度措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 对内部和外部信息正确地进行管理，公开公正且透明度高的信息 提高品牌力 持续进行Kenkijin(建机人)精神培训 	<ul style="list-style-type: none"> 信息公开标准的运用(包括国内、海外集团公司) KPI评价测定和公开
2013年度活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 制定社交媒体的官方帐户，运用相关步骤的方针和政策(活动报告→P.34) 实施Kenkijin(建机人)精神培训 在CSR和环境活动新闻的Web网站上定期发送信息(1次/月) 通过Kenkijin(建机人)培训和活动等，培养员工的整体感(日立建机亚太) <p>设定社交媒体的运用相关指导方针，通过本公司的“官方帐户”发送符合指导方针的正确信息。不论在日本国内或海外集团公司，均得以实施Kenkijin(建机人)精神培训，在海外也有单独进行培训的公司。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 制作召回信息专用页面，改善顾客的理解程度 在公司外部Web网站更新环保活动的情况，使环境负荷数据等的KPI※搜索更为容易 <p>※ KPI: (Key Performance Indicators)重要业绩评价指标</p> <p>对于召回信息等负面消息也积极地加以应对。对Web网站进行了修订，新设召回信息搜索用链接，以使顾客能够尽快地搜索到相关信息。对于非财务信息的KPI评价测定，也已实施了部分环境指标。</p>
评价	★★★	★★
2014年度措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 内部和外部信息的正确管理 提高品牌力 	<ul style="list-style-type: none"> 信息公开标准的运用(包括日本国内和海外集团) KPI评价测定和公开

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

通过运用社交媒体来发送信息

我们正在运用社交媒体使日立建机集团、利益相关者及使用社交媒体的群众之间构建更为良好的关系。遵守“日立建机集团行动规范”，遵照“基本和正道”开展扎根于企业伦理和遵守法令的活动，此为基本方针。在本集团公司内，启动新的官方帐户时，在办理了必要的手续后，规定了相应规则，所取得的帐户通过在Web网站上公开，明确其为官方信息。所有运用时，贯彻应遵守的指导方针进行信息发布。

本集团公司今后将使用各种社交媒体，推进促销和交流活动、以及通告和宣传活动等。



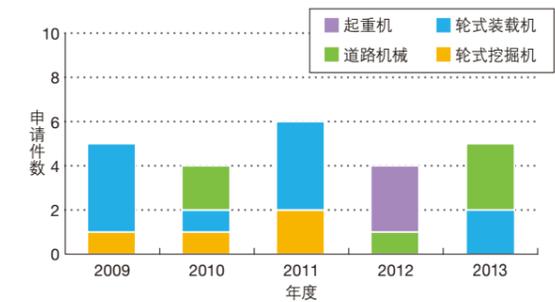
日立建机集团官方YouTube“日立建机频道”

遵守召回制度的体制

日立建机集团为了确保在公路上行驶车辆系列产品的质量和安全，收集销售后的异常信息并进行调查和分析，如判断为其异常不符合安全标准或有不符合的可能性时，则立即向日本国土交通省提出召回申请并无偿进行修理，同时运用道路运输车辆法中规定的召回制度体制。

2013年共提出了5件的召回申请，进行市场上产品的无偿修理，同时彻底做好各异常现象再次发生的预防措施。此外，在本公司Web网站上进行的召回信息公开，以往是通过新闻发布进行公开通报。现在已改善了对顾客的通知，在Web网站的首页上新设召回信息搜索用链接，使顾客随时能够搜索到召回信息。

召回申请件数



Stakeholder's Message

开设了日立建机的YouTube官方帐户“日立建机频道”

本公司销售各种建筑机械产品，但也有人不了解各机器应该用在什么样的地方。动画内容作为营销工具之一尤为重要，让不了解的人也能够一目了然，使其提高对我们产品的认知度。通过动画内容向消费者传达产品的优点，使其“想要购买该机器”，我作为已开设“日立建机频道”的负责人，真的是高兴极了。

日立建机官方YouTube“日立建机频道”；<https://www.youtube.com/user/HCMchannel>



日立建机株式会社
营业本部 销售支援媒体部
前野 雄一

活動方針 4

企业伦理和 尊重人权

使集团全体员工理解“日立建机集团行动规范”、“日立建机集团人权方针”，以期结合自身的工作去展开行动。



以业务效率化和多样性等作为主题开展培训

主题	人权和依法合规教育的实施	推进多样性
2013年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 将日立建机集团人权方针作为公司规定 贯彻实施人权和依法合规教育 (举办人权网络学习会) 设置全球通报热线 	<ul style="list-style-type: none"> 多样性意识的渗透 (日本国内集团公司管理职务培训) 支持提高妇女地位 (召开多样性讨论会)
	⇓	⇓
2013年度 活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 举办人权网络学习 (包括日本国内和海外集团公司) 针对董事和部门负责人举办人权培训 (活动报告→P.36) 将日立建机集团人权方针作为公司规定 设置全球通报热线 (活动报告→P.47) <p>接受已制定的“日立集团人权方针”，在日本国内和海外举办人权网络学习。此外，作为日立集团先导模式，还实施人权尽职调查试点。实施了依法合规相关意识调查，基于其实际状况，以包括日本国内集团公司在内的3,500人为对象举办了培训。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 完成日本国内全集团公司的管理职务培训 召开多样性讨论会 (召开4次, 102人参加) 实施工作和家庭兼顾相关制度的问卷调查 <p>对于自2011年开始推进的管理职务多样性培训，针对日立建机总部、所有日本国内集团公司已实施完毕。此外，2013年为了提高女性员工的地位，设置了工作小组。由此工作小组为中心以全球团队形式召开了讨论会，提供了机会去思考工作与生活的平衡。(活动报告→P.36)</p>
评价	★★★	★★
	⇓	⇓
2014年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 制定人权尽职调查指引 基于依法合规意识调查的实施和调查结果在全球展开教育 	<ul style="list-style-type: none"> 加强日立建机、日本国内集团公司的自主化活动 支持提高妇女地位

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

实施人权尽职调查试点

制定“日立集团人权方针”的目的在于，符合国际规范，减少集团整体的人权风险，实现真正符合全球企业的经营质量。

日立建机基于2013年5月制定的“日立集团人权方针”的内容，制定了“日立建机集团人权方针”，并于2014年3月将其正式定为公司规定。到2015年3月为止，计划依次对集团公司推广，并将其作为各公司规定。为了使全体员工充分理解“日立建机集团人权方针”，推进了“人权网络学习”的模式。

在履行尊重人权的责任时，2013年对董事和部门负责人进行了培训，通过对内部和外部的访谈进行了风险的确定。此外，日立建机集团还开始了构建人权尽职调查的体制。



人权尽职调查部门负责人培训

推进多样性

日立建机集团为了实现经营愿景“2020VISION”，作为真正的全球化企业生存下去，需要以新的战略和崭新的构想来开展事业。因此，认同每一个人才的价值观和个性，尊重多样性是非常重要的。

日立建机集团将推进多样性定位为经营的重要课题之一，于2011年4月设置了多样性推进部。2013年对5家公司、管理职务189名实施了多样性培训，并对所有的日本国内公司实施了管理职务人员进行培训。

此外，还新设置了支援女性活跃的工作组，举办多样性讨论会(以女性员工为对象)，并针对制度运用者及其上司，实施了工作与家庭兼顾相关制度运用情况的问卷调查。多样性讨论会采纳参加者的意见，计划自2014年以后，还将对男性员工推广实施。



第4次 多样性讨论会

Stakeholder's Message

为了成为重视多样性的企业

在多田机工，有包括日本在内的10个国家的员工在工作，多样性的推进，在多田机工成为了重要的活动。完全不懂日语的人员极少，他们都希望能够与日本员工进行交流，每天都认真地工作，在工厂总是轻松愉快的挥手打招呼。在2013年以管理职务为对象举办的多样性培训，它已被用来作为一种熟悉的问题。



多田机工株式会社
返田 宜仁

活动方针 5

推进环保活动

日立建机集团为了实现可持续发展的社会，不断地推进减少对生态体系和生活环境造成负荷的行为。



安装了低燃耗混合动力系统的“ZH210LC-5”

主题	通过统一管理来实现削减环境的负荷	开发和扩大环保产品
2013年度措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 设定环境负荷削减目标 (按新的基本单位进行评价) 扩大资源的循环利用 (促进最终处理量的削减和产品的循环使用) 	<ul style="list-style-type: none"> 100%适用环保设计评价Ver.4※ ※ 环保设计评价：在开发产品时，按8个环境范畴进行定量评价的手法。同时，还可按照产品使用周期(LC)进行环境负荷评价
	⇓	⇓
2013年度活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 设定集团各公司的最佳管理指标，实施管理 (选定基本单位并进行目标值的管理和评价) 开展工厂的削减环境负荷活动 (通过能源、废弃物、水、VOC的每月管理以及利用Web网站使负荷可视化来加强PDCA) 在集团公司的9个工厂实现新的零排放 (最终处理率0.5%) 支援推进配件再生事业以及配重再生事业 <p>以日立建机集团各生产工厂为对象，开始了减低环境负荷的每月管理。得到每月变化的信息，通过相关人员的彻底了解，运用展开环保活动的成果和课题的早期对策，有助于实现新的零排放活动。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 100%实施环保设计评价Ver.4 (在本公司以及4家公司对23个机型实施评价。登记至全机型环保产品) 对产品的环境负荷削减成果进行管理 (削减使用产品时的CO₂排放189万吨(2025年目标：350万吨)的管理) 实施LC-CO₂(Scope1、2、3)的第三方评价 (通过评价计算原材料、生产、运转、废弃和运输的产品使用周期内的CO₂，实施第三方审查) <p>新开发的产品均实施环保设计评价，实现环保产品。销售额中环保产品所占比率基本实现90%。2013年的环保产品新登记数量为23个机型，自2000年以来的登记数量已达172个机型。</p>
评价	★★★	★★★
	⇓	⇓
2014年度措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 推进每月管理，稳固加强PDCA 促进公开环境负荷数据 (使用第三方审查公开具可靠性的非财务信息) 	<ul style="list-style-type: none"> 环保产品性能的可视化和对外公布 支援并推进环保产品的选择 扩大Scope3的范畴

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

推进环境管理系统

日立建机集团从2011年起基于日立集团第3期环境战略、“Go Together2013”的环境计划，不断推进环保活动。作为活动的重点项目，始终致力于减少和管理产品使用周期对环境的负荷。还考虑到各集团公司对环境负荷管理的业务特点，修订了原单位管理的方式。

为了加强PDCA，推进了集团之间的交流并实施减低环境负荷的每月管理。每月统计4种负荷，使目标实绩和期末预测可视化。此外，除了各公司的课题以外，为了向展开环境话题和措施事例，向包括集团在内的相关人员发送摘要。

自2014年启动的“GROW TOGETHER 2016”中，要求进一步提高性能，并设定了新的目标值。我们将充分运用此环境负荷的“可视化系统”，不断地提高其功能。



视察工厂的场景

与集团公司间的监督和交流更为活跃

日立建机通过环境监督与交流，提高了集团公司环境活动性能。2013年对日本国内的1家集团公司进行了环境监督，与3家海外集团公司之间进行了环境交流。

以4年一次的频率，按照日立集团通用的监督步骤实施环境监督。此次进行的日立住友重机械建机起重机株式会社的监督是自2009年以来的监督，确认了管理体制和绩效均得以改善。

在环境交流方面，有来自2家海外集团公司的4名环保负责人来到日本，出席了总部会议，视察了日本国内工厂，并进行了环境管理的意见交换等。另一方面，环境本部也前往海外集团公司，听取了本地工厂的环境管理状况和管理方法的相关报告。此外，除了环境管理以外，还开始了推进和支援各公司的地区交流活动。

2013年已在Web新闻中公开了集团公司所进行的地区社会和环保活动。今后仍将继续进行此类交流。



推进集团环保负责人之间的交流

Stakeholder's Message

日立建机Tierra的环保活动

日立建机Tierra将每月初在工厂周围的清洁活动作为基本活动加以实施，并率先参加了由甲贺市举办的环保活动。2013年12月首次参加了“甲贺市环保节及学习体验广场”。让孩子们乘坐在作为环保产品的小型挖掘机上，让他们实际体验了托盘粉碎操作。以此次展出为契机，还接到了希望参观工厂的要求。为了成为受当地爱戴、及值得当地居民骄傲的公司，今后，我们希望重视与地区间的联系并持续地开展相关活动。



株式会社日立建机Tierra
牛谷 健司

活动方针 6

推进社会贡献活动

为了实现更加美好的社会，基于日立建机集团社会贡献方针，充分发挥事业的特长，积极地参与到社会贡献活动中。



在各地举办的“日立建机庆祝活动”

主题	人道支援	环境保护	与地区共生
2013年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 支援NPO法人“丰饶的大地(GEJ)”的活动 持续支援东日本大地震受灾地区的灾后重建 	<ul style="list-style-type: none"> 推进生物多样性的措施 展开浦幌环保学校的措施 推进海外集团公司的措施 	<ul style="list-style-type: none"> 积极地融入地区社会 提高地区社会的教育
	⇩	⇩	⇩
2013年度 活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 支援GEJ活动，通过解说吸引增加会员人数 (活动报告→P.40) 向受灾自治团体无偿出借设备 <p>从2007年开始对支援排雷后的当地居民自立的NPO法人“丰饶的大地(GEJ)”持续实施支援。作为农业训练的支援成果，年收入最高增加到了8倍(与2009年相比)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 在浦幌实施环保教育 支援科尔沁沙漠绿化活动(日立建机(上海)) 开展环保教育活动(日立建机(中国)、日立建机(上海)) <p>除了日本国内，还在海外积极地推进环保活动。在中国，将环保教育活动对象从幼儿园拓展到中学。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 向梅茶专科学校(英国)无偿借出液压挖掘机(重型机械) (活动报告→P.23) 举办“Jagriti”(TATA日立建机) (活动报告→P.20) 在日本国内各地举办“日立建机庆祝活动”。2013年再次在龙崎工厂举办 <p>充分运用地区特性，推进了一系列活动，如，向梅茶专科学校借出液压挖掘机，推进南非的“Let's PLAY Program”、与印度尼西亚当地住民之间进行体育交流等。</p>
评价	★★★	★★★	★★★
	⇩	⇩	⇩
2014年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 支援GEJ的活动 支援菲律宾台风受灾地区(提供建筑机械设备) 	<ul style="list-style-type: none"> 持续开展生物多样性的措施 推进环境教育 	<ul style="list-style-type: none"> 持续融入地区社会 提高地区社会教育

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

支援NPO法人“丰饶的大地”的活动

由日立建机集团支援的NPO法人“丰饶的大地”(以下简称GEJ)，参加了于2013年10月举办的“全球FESTA2013”以及“横滨国际FESTA2013”的展览。使用照片和图表对柬埔寨的活动场景进行了展板展示的同时，还使用模拟地雷传达了地雷造成的惨状和可怕的程度。GEJ开展活动的目的在于，希望当地的居民能够尽早地自立。对国际贡献的关注，不论男女老少，感觉到到场的参观人员正在逐年的增加。日立建机今后将持续支援GEJ的活动。

[详情登录在了Web网站上。](#)



与实物相同尺寸制作的木制模拟地雷(全球FESTA)

向到场者说明地雷埋设状况(横滨国际FESTA)



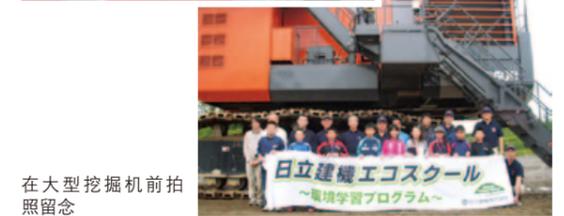
举办日立建机环保课堂的教育活动

日立建机于2013年7月在日立建机浦幌试验场举办了第二次日立建机环保课堂，有浦幌镇内的9名小学生参加。在环保授课中，由霞浦市民协会的泷下先生、日本野鸟会的室濑先生和国际鸟盟的市田先生对地球环境和动植物进行了讲解。在体验学习中，还试驾了挖掘机和自卸卡车，在亲身体验机器工作的同时，对运转的机器以及身边机器的CO2排放进行了说明。此环保课堂是让我们思考环境和生活关系的好机会，今后将通过环境教育不断地进行地区贡献和启蒙活动。

[详情登录在了Web网站上。](#)



直接接触鸟类剥制标本，观察动物身体的结构



在大型挖掘机前拍照留念

Stakeholder's Message

给予大地收获，给予孩子们笑容

为了支援居住在柬埔寨排雷后旧址上的居民能够生活自立，从2011年起就开始进行“丰饶的大地”的支援。在听取当地村民的愿望的同时，不断完善基础设施，并对他们进行农业技术指导以增加农业收入，并为肩负未来的孩子们建造学校。我们将NPO的活动作为起点推动日常的活动，期待居住在原地雷埋设区上的人们能够不断扩大自立的范围。希望以日立建机集团为首的各位能够持续地进行支援。



NPO法人“丰饶的大地”事务局长
寺平 诚 先生

活动方针 7

创造轻松的工作环境

集团全体员工在安全的岗位上通过工作来实现自我，本着热情自主地工作，以实现工作生活两者的平衡。



推进构建安全且卫生的生产环境

主题	推进安全卫生活动	推进工作与生活的平衡 (提高员工满意度)
2013年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 推进取得安全卫生管理OHSAS18001 (包括海外制造工厂) 开展全球安全巡视活动 	<ul style="list-style-type: none"> 对包括日本国内集团公司在内的员工实施意识调查
	⇩	⇩
2013年度 活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 日立建机Tierra、日立建机Camino、日立住友重机械建机起重机、日立建机(中国)已取得OHSAS18001 多田机工已取得集团内认证 (活动报告→P.42) 在海外集团公司开展安全巡视活动 (亚洲、大洋洲7家公司、中国2家公司、印度1家公司、欧洲1家公司、非洲1家公司) 	<ul style="list-style-type: none"> 在公司内部局域网上公开员工意识调查结果 (活动报告→P.42) 举办工作与生活之间的平衡相关演讲会 (详细→Web网站) 2013年5月作为“支持生育的企业”，取得了“KURUMIN标志” (详细→Web网站)
	日本国内集团公司顺利地取得了OHSAS18001。海外集团公司中，日立建机(中国)已取得。目标是在2016年所有的集团公司均取得OHSAS。	实施工意识调查，包括日本国内集团公司在内，取得了4,134人的回答。今后计划实施包括海外集团公司在内的意识调查。
评价	★★★	★★
	⇩	⇩
2014年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 推进取得安全卫生管理OHSAS18001。(包括海外制造公司) 推进全球劳动安全卫生活动 	<ul style="list-style-type: none"> 继续实施工意识调查 改善并推进工作与生活之间的平衡相关制度的使用方法、事例等宣传

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现

CSR活动 Highlight 2013

推进安全卫生管理

日立建机集团每年召开2次“安全卫生推进委员会”，致力于收集各公司的工伤相关信息并制定活动计划。同时，通过培养推进负责人等，支援构建劳动安全卫生管理系统，以及取得OHSAS18001的认证。

2013年，日立住友重机械建机起重机、日立建机Tierra、日立建机Camino取得了外部认证机构的认证，多田机工取得了日立建机本社的OHSAS18001的集团内认证[※]。关于新泻材料、新东北金属，也计划在2014年6月取得集团内认证。在海外，日立建机(中国)取得了外部认证机构的认证，日立建机印度尼西亚、日立建机(澳大利亚)、日立建机南非、CablePrice (NZ)正在推进取得认证的准备工作。

[※]OHSAS18001的认证是认证机构通过审查评价来得到认可的认证，日立建机集团内认证是由日立建机本社派遣的审查员进行评价，由日立建机本社进行认可的认证。到构建OHSAS18001为止的措施内容，与认证机构的内容相同。



取得OHSAS18001的集团内认证(多田机工)

实施工意识调查，将调查结果公布在公司内部局域网上

日立建机集团于2013年9月实施了日本国内集团员工的意识调查，取得了4,134人的回答。此调查运用了日立集团整体在Web上实施的意识调查，目的在于，通过了解员工的意识，把握集团各公司的长处和弱点、课题，并实施对策。

此次的调查结果表明，日立建机集团具备“对公司的自豪感”和“领导能力”等的长处，另一方面，也有工具和系统、信息的公司内部发送和共享等的“公开及支援”课题。此结果已登载于公司内部局域网上，已对员工公开。

今后我们将运用此结果，创造更好的工作环境，同时，通过每年持续地了解员工意识，还将验证改善效果，实施PDCA循环。



工作与生活的平衡演讲会

Stakeholder's Message

确立轻松的工作环境

要确立轻松的工作环境，必须推进安全卫生活动。迄今为止应该推进得很充分，但通过取得OHSAS18001，重新了解到还有需要完善的地方。

仅是取得OHSAS1800并不是就能减少灾害。此次希望通过取得OHSAS1800进一步加强安全卫生活动的推进，以创建轻松的工作环境。



日立建机Camino株式会社
三浦 健一

活动方针 8

与业务合作伙伴 共享社会责任意识

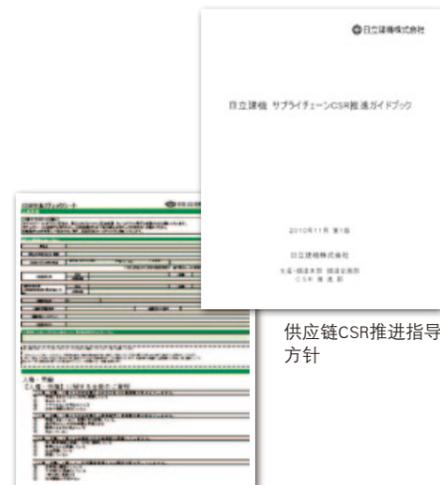
日立建机集团让所有的交易对象理解CSR活动，以期共同实现事业的持续成长，并作为最佳合作伙伴共同支持日立建机品牌。



与供应商一起实施改善活动

主题	与业务合作伙伴之间实施CSR采购的措施
2013年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 持续实施供应链上的CSR调查 在海外集团公司实施供应链CSR调查 实施CSR培训 (对日本国内集团公司的海外采购公司展开)
2013年度 活动成果	<ul style="list-style-type: none"> 以202家公司为对象实施供应链CSR调查 (回收率100%) 运用“日立建机化学物质管理信息系统(Hi-Chemis)”，实施JAMA表调查。进行第8次、9次调查的同时，取得100%的回收率，并召开2次输入说明会(13年7月、14年2月) 在供应商的业务联席会上实施CSR培训 <p>面向日本国内202家供应商实施CSR调查，得到了100%的回答。确实感到供应商CSR意识的提高。今后包括集团公司在内，将不断地实施供应链CSR调查。 (活动报告→P.44)</p>
评价	★★
2014年度 措施计划	<ul style="list-style-type: none"> 对集团公司展开供应链CSR调查 为确认事业持续计划(BCP)，推进相应措施 (包括集团公司)

★ 部分实现 ★★ 基本实现 ★★★ 实现



供应链CSR推进指导方针

CSR自我检查表



在预算说明会上对供应商实施CSR培训



日立建机集团的协作会(TOKIWA会)的大会

CSR活动 Highlight 2013

实施“供应链CSR调查”

作为实践CSR采购的第一步，日立建机集团自2010年开始实施“供应链CSR调查”。2013年以日本国内202家供应商为对象实施了调查，并得到了所有供应商的回答。此外，对于评价低的供应商，督促其制定和提交改善计划。

2014年计划对日本国内集团公司展开，此外，考虑到各国的文化和商业习惯等基础上，计划在海外工厂也实施调查。

对供应商实施CSR培训

在2013年11月召开的供应商业务联席会上，对主要的193家供应商实施了CSR培训。通过具体地说明CSR的理念和日立建机的CSR活动，共享了企业的社会责任意识。

今后，我们将积极地持续推进对供应商的培训。



面向供应商的CSR培训用说明资料

(TOKIWA)会下一代领导人培训会

(TOKIWA)会*在2013年举办了3次培训，目的在于培养各公司的下一代领导人。培训内容从“领导人”相关报告开始，还涉及到下属的培养和指导、依法合规、Kenkijin(建机人)精神以及心理健康教育等多个方面。此外，以“最强的领导人是怎样的”为主题进行分组讨论，并进行了发表。

2014年将进一步地推进培训，以期通过培训培养出更多的下一代领导人。

* (TOKIWA)会是以构建和维护与日立建机集团之间的合作伙伴关系为目的的创建的协作会，截止2014年4月，共有47家公司加盟。



(TOKIWA)会 领导人培训会

Stakeholder's Message

参加下一代领导人培训会

我参加了此次的下一代领导人培训会。之前一直对本培训会有着浓厚的兴趣，但由于日常的工作繁忙，当初没有时间参加培训会。但是，实际参加了2天的培训并听了各位讲师的授课后，才有了未来自己要成为公司骨干的想法，同时也感到责任的重大。此外，分班进行小组讨论过程中，全体成员坦率地交流了本公司存在的问题和困扰，做到了相互理解。



图南锻工株式会社
吉富 崇纯 先生

组织管理

意识到我们是全球社会的一员，
贯彻公正且透明度高的企业经营。

企业管理

基本观点

日立建机集团在努力追求销售业绩上升的同时，深深地认识到企业是社会的一员，必须贯彻采取公正且透明的企业行动，这是企业管理的目的，也是对利益相关方的责任和义务，进而提升企业价值，及进一步提高股东的价值。

此外，作为母公司，日立制作所的集团一员，共享

基本理念和品牌以及基本的经营方针，根据日立制作所的企业行动标准制定了日立建机企业行动标准作为企业管理的基本方针，并将其定位为日立品牌和CSR活动的基础。

企业管理体制

日立建机集团在构建可迅速、切实地执行经营战略的执行体制的同时，以实现公正且透明度高的经营为目标，采用公司法第2条第12号中规定的企业管理委员会组织体制，通过经营监督功能与业务执行功能的分离，

以加强企业管理。

对公司内部组织导入事业部体制，在构建各领域均可准确且迅速作体制的同时，设立跨部门的企业部门和委员会等，以实现整体最佳。

董事会由董事9名（其中，公司外部董事3名）组成。业务执行的决定和业务执行是按照董事会制定的经营基本方针，由接受了委任的代表执行董事和执行董事来进行。关于执行董事的职务、指挥命令关系、执行董事的相互关系的事项，由董事会决定。

作为由代表执行董事、执行董事社长决定业务执行的咨询机构，设置了由所有执行董事组成的执行董事会（原则上每月召开2次会议），并对业务运营相关重要事项进行管理。

而且，为了迅速应对事业的全球化推进以及事业环境的变化，在包括执行董事会在内的主要会议均采用了运用Web的会议系统。由此，构建可适时地与亚洲和大洋洲、中国、印度、欧洲、俄罗斯、中东、非洲和美洲等各地区之间进行协商，同时可即时获取信息的体制，从而实现高效率的业务执行。此外，按照董事会规则、监督委员会规则、内部监督规则对业务执行进行检查和监督。

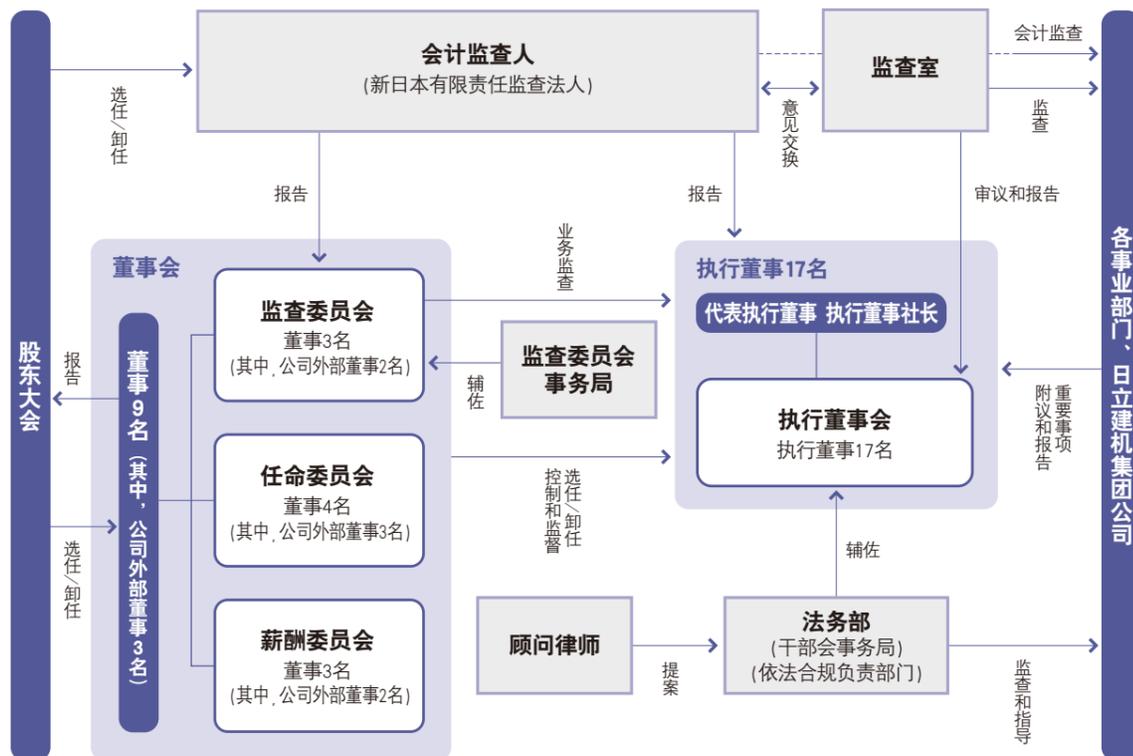
董事薪酬的计算方法(与业绩挂钩的薪酬制度)

日立建机按照企业管理委员会组织体系的相关公司法规定，由薪酬委员会制定董事及执行董事的薪酬额等相关方针。

在考虑到其他公司的薪酬水平基础上，对董事及执行董事设定的薪酬水平符合其要求的能力及责任。董事的薪酬是按全职或兼职的基本薪酬加上职位津贴的“月薪”、与月薪乘以一定系数后的金额为基准的“期末津贴”构成。执行董事的薪酬是根据所在职位相对应的基准额进行评估后而决定的“月薪”、根据业绩和担当业务的结果决定的“与业绩连动的薪酬”构成。此外，对兼任执行董事的董事，不发放作为董事的薪酬。

关于退休金，在2008年3月31日召开的薪酬委员会上，从2008年度的薪酬开始，废除了董事退休金制度，决定在董事以及执行董事卸任时支付对应制度适用期间的退休金。

● 企业管理体制



(截至2014年6月23日)

内部管理

基本观点

为强化集团经营基础，在公司法和日立建机集团金融商品交易法的基础上，构建并维持集团统一的内部管理体系，确保财务报告的可靠性。

此外，对各事业部以及集团公司的风险管理和内部管理以及企业管理的有效性进行评价，实施内部监查以期改善。

母公司对确保一定独立性的观点

日立建机集团始终保持事业运营的独立性，作为母公司，日立制作所集团的一员，遵循集团的基本理念及品牌，实现了基本经营方针的一体化。

日立建机的2名公司外董事兼任了日立制作所的董事，因此，通过在董事会上的意见表述，将对本公司的经营方针决定等会带来一定的影响。但是，除上述2名董事外，还有指定为独立董事的公司外董事1名、没有兼任日立制作所及其集团企业的职务的董事6名，由他们组成了董事会，可独自进行本公司的经营判断。

依法合规

使每一个人都具备很高的意识，
贯彻符合企业伦理和严格遵守法令的行动。

依法合规

推进合规活动

日立建机集团将遵守企业活动基本的法令和符合企业伦理的行动理解为“依法合规”，并致力于提高依法合规级别。

具体来说，是以日立建机日本国内集团公司全体员工为对象实施意识调查，此外，基于其调查结果实施合规培训，通过反复实施此类程序，致力于把握和提高依法合规级别。

此外，在2013年的企业伦理月期间，向日立建机日本国内集团公司的董事、全体员工分发“日立建机集团行动规范”的随身携带卡，并通过再次宣传，促进大家对集团依法合规的共同理解，以期进一步地提高意识和知识水平。

■ 实施“员工依法合规意识调查”

日立建机集团迄今为止，在2005年、2008年以把握员工的依法合规意识以及知识的渗透状况为目的，持续实施过依法合规意识调查。在2012年，以日立建机的员工为对象，实施了第3次“员工依法合规意识调查”。

从2013年到2014年，以日本国内集团公司为对象，实施了第2次的依法合规意识调查。调查的统计和分析结果已向员工公布，并反映在今后继续贯彻依法合规的相应措施中。

■ 推进依法合规教育

日立建机集团在以新进员工、新任主任和新任课长为对象举办的各级别培训、各种营业培训、以及供应商培训中，实施依法合规教育。此外，还实施依法合规意识调查的跟进调查培训，2013年共计有3,500人以上参加了培训。

海外集团公司从2011年起通过以各地的当地员工为对象的核心教育“HGB(HCM Global Basics)”[※]展开了依法合规培训。从2014年开始在日本国内也进行了一个周期的意识调查和培训，致力于提高合规意识和知识水平。

[※]以当地员工的人才培养为目的的培训课程。按“Kenkijin(建机人)精神”、“依法合规”和“CSR”这三个主题进行教育。



依法合规培训(会场:土浦工厂集会大厅)

■ 在全球完善可应对依法合规的通报制度

日立建机集团以尽早发现依法合规的问题、去除不正的萌芽、贯彻依法合规为目的，设置了内部通报窗口的依法合规热线。

2013年的通报件数约20多件，主要包括公司制度问题相关提问和岗位交流的相关困扰和协商，适时与相关部门协作并解决问题。

此外，还设置了能够让海外集团公司的员工也平等使用的、可应对多国语言的外部窗口(全球通报热线)。由此，可进一步在集团整体宣传依法合规。今后，我们将积极地不断推进全球通报热线等相应活动。

● 全球通报热线的联络受理流程



风险管理

以全球化的角度加强集团间的协作，
进一步提高风险应对能力。

风险管理

基本观点

在企业活动中，以各种灾害为主，无法避免要应对违反法令、环境污染、PL诉讼、个人信息泄露等各种风险。因此，日立建机集团以合规风险管理本部为中心，积极推进风险管理。

此外，在“风险必然显视化”的前提下，进行风险识别，并采取相应措施将受害程度控制在最小限度。从这种认识出发，对风险作出如下定义，并制定相应的对策。

■ 风险的定义

风险是指，因事件、事故以及其他问题的发生，而导致日立建机集团的事业、员工及其家人，以及日立建机集团的相关人员遭受直接或间接损失的所有事件。

■ 风险的种类

1. 人身伤害：对人身安全等造成危害，或可能造成危害
2. 物质损失：公司财产的破损，毁坏以及因此引发的生产障碍，销售停滞等损害，或可能发生上述损害
3. 经济损失：赔偿金支付，利润流失发生所造成的损失，或可能发生上述损失

4. 信誉损毁：因公司，产品和员工等的信用丧失导致企业形象受损，或可能发生上述损失
5. 违反法律：违反法律，或可能违法
6. 违悖伦理：发生与企业伦理等相悖的行为，或可能发生

■ 风险对策

按照合规风险管理本部制定的步骤，进行如下的风险对策。

1. 我们将在风险发生初期迅速地采取应对对策。此外，迅速地进行风险等级识别的同时，根据风险内容判断应进行贯彻通晓的范围。
2. 我们经常对员工以及相关人员进行防范风险意识的养成，贯彻依法合规的意识，防范风险和以外于未然，制定风险发生时的对策等日常启蒙教育活动。
3. 我们还注重在风险发生后，或在有可能发生风险时，不论风险的大小，均迅速向上司，总务担当部课长联络并报告的习惯的培养。
4. 我们随时对风险，潜在风险进行确认，并逐一采取相应的预防对策。
5. 我们时常为维系与地区社会(警察局，劳动局，消防局，职业介绍所，地区居民等)的良好关系而不断努力。

风险管理

董事及执行董事

截至2014年6月23日

强化全球风险管理

日立建机集团为了让企业在全世界不断地成长，要在整个集团内不断地加强风险管理体制是很重要的。为了履行作为制造商的责任，在世界任何地方遇到灾难的风险时，也能够将对事业的影响控制在最小限度，从而能尽早地恢复正常运作，因此不断地推进“构建事业持续计划(BCP)”和“强化事业持续管理(BCM)”的措施，从而维持供应链。

2013年在实施“日本国内及海外集团各公司的风险应对调查”的同时，由合规风险管理本部制定了危机应对指导方针。在全球化的角度上，切实地把握可能对本集团公司造成影响的风险，在推进必要对策的同时，还开展教育，不仅限于日本人，集团所有的员工在本国以外的不安定国家或地区开展业务时，均需确认安全等。

2014年我们将继续以加强全球的风险应对能力作为目标。因此，在进一步加强危机管理体制的同时，还将推进集团整体的风险对策合作。

■ 日本国内和海外集团各公司的风险应对能力调查

世界形势由于各种原因，每时每刻都在发生着变化，在此形势下，我们于2012年制作了本集团公司的全球风险图，致力于重新认识集团可能面临的风险。2013年调查了自然灾害和事故等各种风险的对能力并进行了评价。

今后，我们在此调查结果的基础上，由集团各公司相互协作并维持和加强危机管理体制，同时将不断地推进重要风险对策。

■ 危机应对指导方针

2013年1月在阿尔及利亚发生了恐怖行动人质事件之后，考虑到同类的风险可能不断升高，向集团所有公

司发送了社长寄语，再次贯彻对于安全的保证，要采取万全应对姿态。

在合规风险管理本部，为了应对以自然灾害、恐怖行动、传染病、犯罪、不同文化的适应为主的所有不测事态，在整个集团公司强化风险管理体制，在确保员工以及相关人员的方面，不惜做出最大限度的努力，以此为基础方针制定了“危机应对指导方针”，对平时以及危机发生时的应对和事后处理进行了贯彻通晓。

尤其是，当员工前往不安定的国家和地区开展业务时，事前应基于外务省和驻外使馆等的信息确认当地的情况，根据其状况采取必要的安全对策后，再判断可否出国。同时加强了相关体制。

此外，在日立制作所的协助下，日立建机本社还招聘了专业的讲师，面向管理者举办了危机管理讲座，在把握世界各地形势和地区特有的风险发生状况的同时，实施了风险应急处理培训。

今后，我们将基于此指导方针推进指导手册的完善，并扩大教育等，以期提高员工的知识水平和意识水平，从而构建能抵抗风险企业体质。



危机管理讲座

董事



川村 隆
董事长
公司外部董事



小豆畑 茂
公司外部董事



三田村 秀人
公司外部董事



有马 幸男
执行董事专务兼董事



冈田 理
董事



田部井 三浩
代表执行董事
执行董事专务兼董事



辻本 雄一
代表执行董事
执行董事社长兼董事



德重 博史
董事



水谷 努
执行董事专务兼董事

执行董事

代表执行董事 执行董事社长
执行董事专务
代表执行董事 执行董事专务
执行董事专务
执行董事常务
执行董事常务
执行董事常务
执行董事常务
执行董事常务

辻本 雄一
有马 幸男
田部井 三浩
水谷 努
大野 俊弘
落合 泰志
住冈 浩二
平冈 明彦
广田 则夫

执行董事
执行董事
执行董事
执行董事
执行董事
执行董事
执行董事

太田 贤治
桂山 哲夫
角谷 守朗
杉山 玄六
玉树 正人
平野 耕太郎
福本 英士
本井 正

注：分职务按日语五十音图的顺序记载。