

At a glance

事業内容

主な商品・製品・サービス

主な事業会社

エモーショナルバリューソリューション ドメイン

売上高: **1,707** 営業利益: **115** (億円)

機能的価値・感性的価値・社会的価値の高い製品・サービスを創出するとともに、優れた顧客体験を提供するドメイン。
ウオッチ事業は、部品製造から組立、調整まで一貫して手がける世界でも数少ない「マニファクチュール」として、自社製造のウオッチを世界に幅広く展開。タイムクリエーション事業は、掛時計・置時計の製造・販売。公共施設や競技場等で使用される設備時計、スポーツ計時計測機器を取り扱う。さらに銀座を代表する高級専門店・和光では、質の高い商品・サービスを提供。

ウオッチ

- ウオッチ完成品 ● ウオッチムーブメント

タイムクリエーション

- 高級機械式クロック ● 掛時計
- 置時計 ● 目ざまし時計 ● 設備時計
- スポーツ計時計測機器 ● デジタルサイネージ
- 大型表示盤 ● 野球場スコアボード

和光

- ウオッチ ● クロック ● 宝飾品
- 紳士・婦人用品 ● ハンドバッグ
- 室内用品 ● 食品 他

セイコーウオッチ(株)
<https://www.seikowatches.com/jp-ja>



P.26

セイコータイムクリエーション(株)
<https://www.seiko-stc.co.jp/>



(株)和光
<https://www.wako.co.jp/>



デバイスソリューション ドメイン

売上高: **645** 営業利益: **50** (億円)

時計製造や開発から生まれた精密かつ確かな技術で、社会が求める高機能で高品質な製品を提供するドメイン。
高性能、高信頼性の小型電池、低消費電力が特長の水晶振動子や水晶発振器用IC、サブミクロン単位の精度を競う精密加工部品、そして産業用インクジェットプリントヘッド、サーマルプリンタなどの製造・販売を行い、医療、情報システム、自動車等幅広い分野で高度化する社会と産業をサポート。

電子デバイス

- マイクロ電池/チップキャパシタ ● 水晶振動子
- 高機能金属製品 ● 希土類磁石

精密デバイス

- HDD用部品 ● 自動車用部品
- その他精密切削部品

プリンティングデバイス

- インクジェットプリントヘッド ● サーマルプリンタ

その他

- 水晶発振器用IC ● センサ用IC

セイコーインスツル(株)
<https://www.sii.co.jp/jp/>



P.32

セイコーNPC(株)
<https://www.npc.co.jp/>



システムソリューション ドメイン

売上高: **366** 営業利益: **43** (億円)

DXの時代を迎え、ますます複雑化するお客さまのニーズに対して、コンサルティングからシステム構築、運用管理まで社会のイノベーションをワンストップのICTソリューションで提供するドメイン。
タイムスタンプや電子契約、オーダリングシステム、高速データ通信や高精度時刻同期、ITシステム性能管理やAI型予兆管理、ソフトウェアやハードウェアの受託開発や開発支援など、IoT時代を支える多角的なソリューションを展開。

システム関連

- ネットワーク機器/サービス
- 金融/流通関連製品&サービス
- IT/システム性能管理

IoT関連

- IoT基盤/機器・組込モジュール
- 個人向け製品&サービス(モバイル通信機器など)

決済関連

- 決済関連製品/サービス ● 外食産業向けシステム

セイコーソリューションズ(株)
<https://www.seiko-sol.co.jp/>



P.34

64.6%

連結業績
(2023年3月期)

売上高: **2,605** 億円

営業利益: **112** 億円

22.5%

12.9%

※ 上記比率は、ドメイン別売上高構成比であり、本比率は外部顧客への売上高を元に算出

エモーショナルバリューソリューション(EVS)ドメイン



取締役・専務執行役員
エモーショナルバリューソリューションドメイン担当
(セイコーウオッチ株式会社 代表取締役社長)

内藤 昭男

「自分たちの強みを磨き、他社と差別化すること」によって、卓越した品質の商品とサービスを提供し、お客さまに評価される感性価値の実現を目指します。

セイコーウオッチ(株)、セイコータイムクリエーション(株)、(株)和光の3社で構成されるエモーショナルバリューソリューション(EVS)ドメインは、卓越した品質の商品とサービスで感性価値を追求し、お客さまに感動と笑顔をお届けするセイコーグループの支柱事業です。3年余にわたり続いたパンデミックは、繰り返される行動制限などにより世界中の人々に新しい価値観や消費行動の変化をもたらしました。2023年度は国内外で経済活動の再開が本格化し人流が復活しましたが、生活のあらゆる面におけるデジタル化の加速に代表されるようなコロナ禍での社会変容は、ポストコロナの時代にも続いていくものと考えます。

2022年度は、セイコーウオッチ(株)では、ブランドセイコーとして2年連続の受賞となるジュネーブ時計グランプリのクロノメトリー賞に輝いた、世界初の複雑機構を搭載した「Kodo コンスタントフォース・トゥールビヨン」の発表や、創業の地の銀座に開設した世界最高峰の技術を駆使した複雑時計の工房「アトリエ銀座」など、話題の多い年となりました。セイコータイムクリエーション(株)では、半世紀ぶりに新たに開発した機械式ムーブメントの高級掛け時計「息吹」を発売し大きな注目を集めた他、世界陸上オレゴン大会では1987年以来続く公式計時を担当し、新たな計時・計測技術の提供を含め大会の成功に貢献しました。(株)和光では、ウオッチ・ジュエリー・ハンドバッグ等のラグジュアリー商品や、社会的価値の訴求を意識したSDGs関連商品の品揃えを充実したことにより、お客さまの高い評価を得た一方、コロナ禍後の国内外からのご来店客数増加もあり業績が回復しました。これら2022年度の活動を通じて得たEVSドメイン3社に共通する学びは「自分たちの強みを磨き、他社と差別化すること」によってのみ、お客さまに評価される感性価値を提供することができるというものです。EVSドメイン3社は、SMILE145で定めた戦略を引き続き推進しグループパーパスの実現に貢献してまいります。

目指す姿

- お客さまに感動を与える美意識やこだわりを満ち、機能的価値・感性的価値・社会的価値の高い製品・サービスを創出
- 人生に寄り添い、喜びの時とともに歩める商品を、優れた顧客体験を通じて販売することでブランド価値向上と企業価値向上を実現

KPI

	2021年度	2022年度	2026年度目標
営業利益	82億円	115億円	145~150億円
売上総利益率(GP率)	—	+1.8pt (2021年度比)	+5.0pt (2021年度比)
MVP比率*	約45%	約50%	60%

※ 売上高に占めるGB等のラグジュアリー領域および感性価値の高い製品の売上割合

社会のニーズ

- 個人消費の二極化(高付加価値製品への期待拡大)
- エシカル消費に対する関心の高まり
- 「体験」を重視する購買行動の変化

MVP戦略

- 感動を生む商品・サービスの提供/高付加価値の追求
- CX(顧客体験)の進化
- DXによるデータ活用の強化(CRM(顧客管理システム))

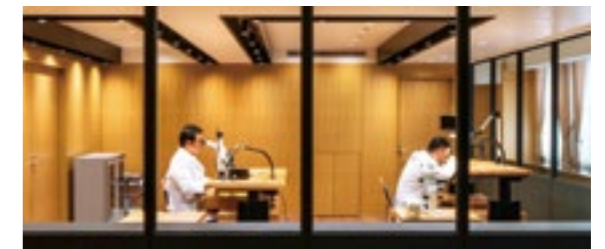
EVSドメイン内シナジー

EVSドメインは、中・高級品ビジネスの拡大を進めるウオッチ、スポーツとの親和性が高いタイムクリエーション、高級小売りビジネスを展開する和光の3事業で構成されています。各事業の特徴や強みを活かし共有することでドメイン内シナジーを発揮し、DXによる各事業のデータ活用、イベントの協働開催による顧客接点の共有、他社とのコラボレーションや日本文化を軸にした協働での商品企画・展開や発信の強化など各事業単独では実現できないEVSドメインならではの顧客体験を提供し、各事業の成長とともにEVSドメインとしてセイコーブランドの価値向上、企業価値向上を実現していきます。



創業の地 銀座に開設した工房「アトリエ銀座」

SEIKO HOUSE GINZA内に開設した「アトリエ銀座」からはEVSドメインにおける日本の美意識に根ざしたものづくり文化や匠の技を発信していきます。ウオッチ事業の「比類なき最高峰の腕時計」を創り上げる特別な工房と位置づけ、特に優れた技を持つ匠がウオッチの組み立て・調整を行うだけでなく、匠の技を間近でご覧いただく特別な体験も提供しています。



今後は優れた技術を有する設計者、デザイナーなどが集い、互いに刺激しあいながら感性価値に訴える革新的な製品開発を追求する工房への進化を目指していきます。

ドメイン横断での取組み

SWC セイコーウオッチ(株) STC セイコータイムクリエーション(株)

共通の顧客層に対するタッチポイントの強化 SWC X 和光

ウオッチ事業と和光事業はどちらも高級品ビジネスの強化を進めており、協働でイベントを開催し、お客さまに特別なおもてなしを提供しています。この取組みを通じてお客さまに新たな商品やサービスとの出会いを提供することで、単独での事業領域を越えたお客さまとの接点の拡大や、つながりを深めることが可能となり、確実に顧客基盤の拡大を実現しています。また、タイムクリエーション事業においても高付加価値な製品の拡大を推進しており、今後は3事業協働のイベントなどの施策も加速していきます。

ディズニー創立100周年とのパートナーシップ

STC X SWC X 和光

当社グループではディズニー創立100周年を祝して、ディズニーとのパートナーシップによりEVSドメインの各事業から特別な商品を発売し、SEIKO HOUSE GINZAでそれらの商品を取り揃えた展示販売イベントを開催しました。さらに銀座のランドマークとして親しまれる時計塔の文字盤をミッキーマウスのデザインに模様替えするなど、他ブランドとの様々な取組みを通じて多くの方々に笑顔をお届けしました。



ウォッチ事業

SMILE145における成長戦略

ウォッチ事業では、グローバルブランド(GB)戦略をSMILE145の成長戦略の中心に位置づけ、グランドセイコー(GS)を中心に高付加価値な製品とサービスで深い感動と大きな満足を全世界の人々に届けるというソリューションを創出するとともに、高収益かつ持続可能な製品・サービスを提供し続けることを目指しています。

グローバルブランド(GB)*戦略とは:

『技術力』と『特別なストーリー』を有し、お客さまに『喜びや感動』を届ける製品を、それぞれのシグネチャーストーリーに沿ったマーケティング活動によってグローバルで展開。

* グローバルブランド(GB)
グランドセイコー(GS)、セイコー プロスペックス、セイコー アストロン、セイコー プレザージュ、キングセイコー、セイコー 5スポーツ

● ウォッチ事業KPI

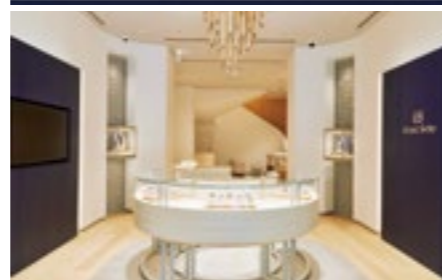
		2021年度	2022年度	2026年度 目標
GB比率*	国内	約60%	約70%	85%以上
	海外	約65%	約75%	

* ウォッチ完成品売上高に占めるGB売上高の割合

グランドセイコーの進化 <日本独自のラグジュアリーブランドへ>

GSは、2017年の独立ブランド化以降、ブランドフィロソフィー「THE NATURE OF TIME」に基づく、日本の美意識を体現したモデル展開やマーケティング活動をグローバルに強化し、海外市場において目覚ましい成長を遂げてきました。現在、海外のGS販売子会社は3社まで拡大し、従来国内が中心だったGSの売上は、2022年度に初めて海外の比率が国内を超えました。

SMILE145の2年目となる2023年、GSはさらなる成長を目指し、新コミュニケーションを立案、全世界に展開しています。「今、この時を生きる人へ。Alive in Time」という新たなメッセージはGSの「終わりなき進化」の決意表明であり、躍動感ある表現でGSの魅力を発信していきます。この新表現は店頭を含む空間演出にも反映し、より現代的な装いへと変化していきます。2023年2月シンガポールのマリーナ・ベイ・サンズにオープンした同国初のGSブティックや、2023年6月銀座並木通りにオープンした日本最大のGSフラッグシップブティック。これら新ブティックの空間演出を通して進化を遂げるGSの魅力を発信していきます。



グランドセイコーフラッグシップブティック 銀座並木通り

GSの近年の外部評価



2022年にはブランド初のコンプリケーションウォッチ「グランドセイコー Kodo コンスタントフォース・トゥールビヨン」が、ジュネーブ時計グランプリにおいて卓越した精度を備えた時計に贈られる「クロノメトリー賞」を受賞しました。GSとしては2021年度の「メンズウォッチ賞」に続いて2年連続の受賞となります。2022年にブランドとして初出展し好評を博した世界最大の高級時計の見本市「Watches and Wonders Geneva」にアジア勢として唯一継続参加したことも含めて、GSは今や世界の高級時計市場の中で独自の存在感を一層高めています。



現在、米国ではGSによる高級流通開拓が一定の段階まで到達し、今後の新規店開拓ペースは落ち着いていく中で、コロナ禍明けの需要変化による市場の混乱やインフレ等より、米国高級品市場全体における影響はあるものの、ブランド価値の発信や流通体制の強化等を継続し、今後も着実な成長を目指していきます。

中国市場もゼロコロナ対策後の経済回復の遅れや不動産市場の混乱で苦戦しているものの、将来的なポテンシャルは高く、中長期的な視野に立って2023年度はビジネスモデルの改革を進めていきます。

中期的には世界的にウォッチの高級品市場は堅調と考えられており、全世界においてGSのさらなるブランド価値向上を図り、主要都市へのGSブティックの出店も含め、日本独自の高級腕時計ブランドとしてグローバル戦略を加速していきます。

GS初のメカニカルクロノグラフ「テナタグラフ」

GSならでのスポーツウォッチとして、「瞬時の判読性、直感的に分かる操作性、頼れる堅牢性」を追求して開発されたGS初のメカニカルクロノグラフ。毎秒10振動による安定した高精度と3日間のロングパワーリザーブを両立した、新開発の自動巻クロノグラフムーブメントキャリバー9SC5「テナタグラフ」を搭載しています。GSにふさわしい「正確な計測と操作性、耐久性」を確保し、10振動の自動巻クロノグラフムーブメントとして最長の持続時間を誇ります。(2023年3月現在、当社調べ)

高い判読性を実現するため、分針とクロノグラフ秒針の先端部は、熟練の職人によって手作業で曲げられ、インデックスとの距離を限界まで近づけています。さらにダイヤルには、製造地を象徴する岩手山の山肌からインスピレーションを得た繊細なパターンと、透明感のあるブルーを組み合わせ、星々が煌めく夜の岩手山を表現しています。



GSの新たな一歩を示す「テナタグラフ」は2023年3月の発表以降、国内外のメディアや販売店から高い評価を獲得しています。

アフターサービスを支える技術者たち

GSのアフターサービスは、高度の専門知識と技術を保有する修理技能士が責任を持ち、修理の対応期間を限定することなく、できる限りお客さまのニーズにお応えする体制をとっています。

お客さまがお持ちになる時計は、使用状況によりそれぞれに状態が異なり、不具合箇所や修理に必要とする部品なども異なります。そのため、個々の製品の特性およびお客さまの腕時計の扱い方などを見抜いて的確な作業を行うための優れた技術力が必要です。GSのアフターサービスを担うセイコータイムラボ(株)に在籍する笹川 修は、時計技能競技全国大会を連覇し、その後も修理技能、技術の研鑽を積みながら積極的に後進の指導にもあたり、2013年には時計メーカーのアフターサービス部門に所属する者としては初となる「卓越した技能者(現代の名工)」に選定され、さらに2022年には黄綬褒章を受章しました。

卓越した技術者の継続的な育成を強化するため、同社では独自のマイスター制度を導入し、熟練技術者が若手技術者を育成する体制を確立しています。思い出を刻み続けるウォッチを永くご愛用いただくためのサービスを充実させ、今後ともお客さまに感動と満足をお届けしていきます。



グローバルブランド(GB)における高付加価値な製品の強化

GBのひとつ、セイコー プロスペックスのグローバル広告モデル、新キャリバー「6R54」を搭載したダイバーズウォッチは、3日間(約72時間)のロングパワーリザーブを実現した実用性と、24時針によるGMT機能に加え、装着性に優れた外観が高評価を得て、国内外で好調な販売を続けています。

GBについては今後も機能性向上などの高付加価値化に加え、ラインナップの充実によるターゲットの拡大や、海外における上位流通の開拓等、国内外で拡販に継続的に取り組んでいきます。



若い世代に向けて腕時計の魅力を発信

腕時計の新たな可能性を育み、様々な楽しさを体験できる発信拠点として2022年、原宿に「Seiko Seed (セイコー シード)」をオープンしました。セイコーのものづくりから生み出される商品だけでなく未来の夢を表現するイベント活動により、セイコーグループのスローガン「時代とハートを動かすSEIKO」を体感できる場を提供しています。

デザインの新たな可能性を提案する「からくりの森」「パワーデザインプロジェクト」、セイコー 5スポーツのカルチャーを体感いただく「セイコー 5スポーツ展」等を開催し、国内外の多くの方々にご来場いただき楽しんでいただいています。

今後も、セイコーの腕時計文化に触れていただく体験を通して、若い世代を中心に腕時計の魅力を広め、セイコーファンづくりを強化していきます。



パワーデザインプロジェクト デザイン展「REBIRTH」

タイムクリエーション事業

タイムクリエーション事業では様々な空間における「時+α」の実現を進めています。“デザイン”や“音”、そして“動き”を加えていくことで人々の暮らしをより豊かにする商品や、「アナログとデジタルのシナジー」で快適な暮らしと社会の基盤を支える商品の開発を進め、さらに最新の技術で提供できる付加価値を最大化させ、“地域の活性化”と“スポーツ振興”に貢献する商品・サービスの提供に力を入れています。

空間を彩る多種多様なクロックや、正確な時刻情報を提供するNTPクロック等、あるいはより幅広い情報が提供できるサイネージや大型表示盤、スポーツの計時計測機器からタイミングサービスにいたる+αの価値の提供で世界の人々へ感動と笑顔をお届けします。



和光事業

和光事業ではSMILE145において、“日本のラグジュアリーブランド”を目指し、リブランディングを進めています。その中で注力している商品は、ウォッチ・ジュエリー・バッグ・アトリエスイーツです。中でもジュエリーは、日本では和光でのみお取り扱いしているアショカダイヤモンドを、和光がジュエリーに仕立て「WAKO×ASHOKA」として本格的にプロモーションを実施中です。銀座のシンボルであるSEIKO HOUSE GINZAにアショカダイヤモンドを散りばめたインパクトのある広告ビジュアルは、ジュエリーだけではなく和光全体への興味や関心を持っていただくきっかけにもなっています。

取り扱う各アイテムにおいて、和光ならではのストーリーを持ち、またSDGsと向き合いながらモノづくりやサービスの提供に取り組んでいきます。



脱炭素社会を目指して

2022年6月、当社グループは腕時計の国内自社工場(盛岡セイコー工業(株)、遠野精器(株)、二戸時計工業(株))における使用電力の100%再生可能エネルギー化を達成しました。

2023年度は、セイコーウォッチ(株)オフィスおよびウォッチ事業におけるグループ会社直営店まで含めた国内拠点で使用する電力について、年間に使用する電力相当分のトラッキング付き非化石証書を購入することにより、実質100%再生可能エネルギー化を目指しています。

今後も脱炭素社会の実現に向けた取組みを強化するとともに、サステナビリティへの関心が高まる市場ニーズに応えるブランドとしてさらなる価値向上に努めていきます。

森林資源の持続可能な活用

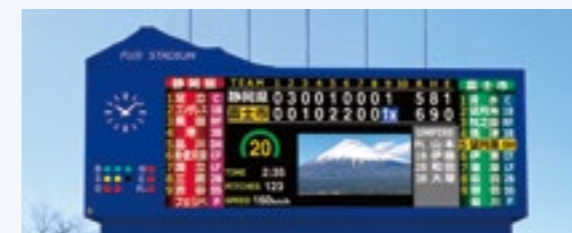
セイコー プロスペックスで採用された、ペットボトル再生原料を100%用いたファブリックストラップや、セイコー ルキアで採用された、人工のダイヤモンド「ラボログロウン・ダイヤモンド」や合成皮革の「アップルレザー」製のストラップなど、一部商品において環境に配慮した材料を積極的に使用しています。また、ウォッチの取扱説明書や保証書のデジタル化を推進することで、紙の使用を順次廃止していき、商品ボックスについても環境配慮型の用紙を使用するなど、環境負荷の低減を図っていきます。



ペットボトル再生原料を100%用いたファブリックストラップ

地域活性化やスポーツ振興への貢献

当社グループは、公共施設の設備時計や競技場等の大型表示装置に最新技術を搭載することで付加価値を高め、地域の活性化やスポーツの振興に貢献することを目指しています。当社ではこれらを重視した提案を行うとともに、それらの商品が長期間使用される中での修理やメンテナンスの過程でリユース・リサイクルの発想を多く取り入れ、環境にも優しいサービスを提供しています。これらを総合的に含んだ提案が評価され、2023年8月には富士総合運動公園野球場のスコアボード改修工事を受注することができました。



心を満たし環境にも優しい商品づくり

和光では、「素材」の選定に環境配慮の観点を取り入れた商品を数多く開発しています。例えば、自社企画のバッグシリーズ「MANACO(マナコ)」からは、製作過程で出る革の端材を活用し、カラフルで遊び心のある革小物「MANACO FRIENDS」を発売。少しでも無駄を減らしつつ、商品の「楽しさ」によって使う人の心を豊かにし、自然と循環型社会に貢献できるような、和光ならではの「人と社会に優しい製品やサービスの形」を追求しています。



デバイスソリューション(DS)ドメイン



取締役・専務執行役員
デバイスソリューションドメイン担当
(セイコーインスツル株式会社 代表取締役社長)

内藤 高弘

「クワトロ戦略」で新たな価値を創出し、 カテゴリNo.1のデバイスソリューションを提供

地球温暖化をはじめとする環境問題や先進国における人口減少などの社会問題を背景に、サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させた超スマート社会「Society 5.0」の実現に向けた取組みが加速しています。そうした中、デバイスソリューションドメインでは中期ビジョンに「Society 5.0における新たな価値創出と、徹底したデザイン・インで、カテゴリNo.1のデバイスソリューションを提供する」を掲げ、事業を展開しています。

第8次中期経営計画「SMILE 145」の初年度(2022年度)の前半はコロナ禍後の需要回復で好調に推移していたものの、後半以降は世界的な金融引き締めによる景気低迷や中国経済の低迷、サプライチェーンの混乱で生じた過剰在庫の調整などにより、民生品向け・汎用品向けデバイスの販売が減速しました。加えて、原材料やエネルギーコストの高騰などにより製造原価を含む費用が増加し、前年度と比べ増収減益となりました。

このような厳しい市場環境ですが、半導体関連、データセンター、医療・ヘルスケア、産業機器をはじめとするMVP製品の販売強化や、新たな国や地域での売上拡大など、将来を見据えた新領域への進出や新製品の創出にも力を入れています。さらに、これまでのデバイス単体の販売から、デバイスの高機能化、モジュール化、トータルソリューションを追求する事業の価値拡大戦略である「クワトロ(4階層)戦略」を推進し、より付加価値の高いビジネスを目指します。

私たちは、長年培ってきた「匠・小・省」*の技術や高い信頼性の半導体技術をさらに進化させるとともに、お客さまのご要望、困りごとを徹底的に、聞く(Hear)、聴く(Listen)、訊く(Ask)を実践し、カテゴリNo.1のデバイスソリューションを提供してまいります。

* 匠・小・省：精緻な技とノウハウで新たな価値を創る「匠」、精密加工や高密度実装技術で小型化を実現する「小」、材料やエネルギーなど様々な資源を効率的に活用する「省」を表した技術理念

目指す姿

- 技術革新が生み出すデバイスソリューションで社会が求める高機能・高品質を提供
- Society 5.0(サイバー空間とフィジカル空間を融合させて社会課題を解決)の実現

KPI

	2021年度	2022年度	2026年度目標
営業利益	56億円	50億円	75~80億円
売上総利益率(GP率)	—	Δ1.3pt (2021年度比)	+5.0pt (2021年度比)
MVP比率*	約40%	約40%	60%

* 売上高に占めるデジタルエコノミーおよびグリーンエコノミー市場向けの売上割合

社会のニーズ

- CPS(サイバーフィジカルシステム)の実現
- 安心・安全な社会構築
- 循環型社会の実現

MVP戦略

- デジタルエコノミーにおける成長市場(情報通信機器・車載・IoT関連他)への積極展開
- 小型、低消費電力、長寿命の技術を生かしたグリーンエコノミー市場への拡販
- ウェルネス、社会/環境分野の製品開発の加速

日本ガイシとの協業で提案力を強化

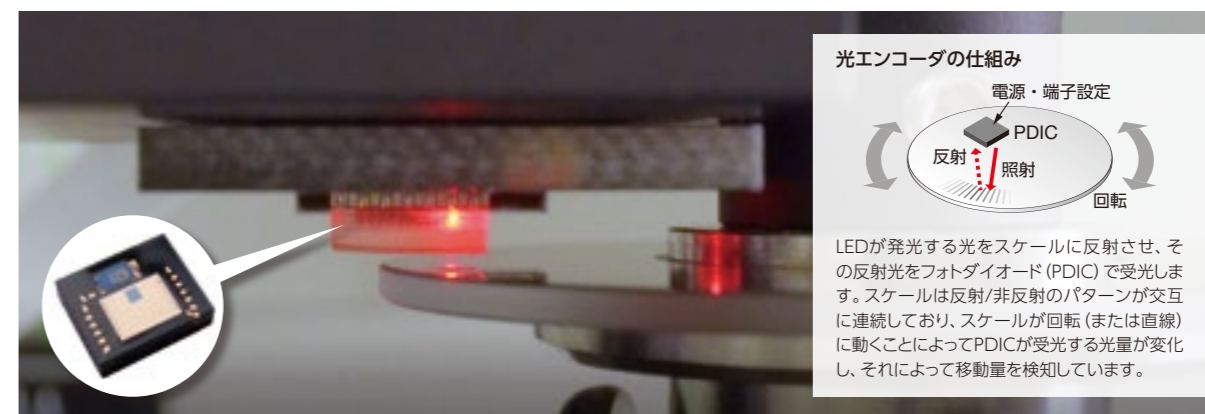
2023年8月、当社グループのセイコーインスツル(株)は、日本ガイシ(株)(以下、日本ガイシ)と、日本ガイシのリチウムイオン二次電池「EnerCera(エナセラ)」の販売店契約を締結しました。EnerCeraとは、日本ガイシ独自の結晶配向セラミックス電極板を使用した半固体電池で、従来は併存が難しかった高容量、高出力、高耐熱といった特性を持っています。一方、当社グループは、小型、高容量で充放電の繰り返しによる劣化の少ないMS(マンガン-シリコン)系リチウム二次電池を長年にわたり製造しており、近年では防犯カメラやドライブレコーダーなどバックアップ電源用として世界中に販売しています。そして、今回の協業により取扱商品を拡充するとともに、小型電池市場の豊富な販売網とノウハウを活かした提案力をさらに強化し、デジタル社会を支える様々な機器の小型化、高機能化のニーズに応えていきます。

さらに、両社の強みを活かした新製品開発や技術協力の可能性を模索していきます。



エンコーダ製品の価値創造ストーリー

モノづくりの現場では、生産効率の改善や人手不足への対応のため自動化や無人化が求められ、ロボットなどの産業機器の導入が拡大しています。当社グループは10年以上にわたりロボットの関節部分の動作に欠かせないサーボモータに使われるエンコーダの開発実績があります。モータの回転量や移動量を検知し、ロボットの動きを制御するものです。当社グループが提供するエンコーダは、業界トップクラスの高度な技術を有しており、お客さまの各種アプリケーションの高精度化を実現しています。さらに、製品導入前の仕様検討段階から導入後のトラブルシューティングまで、お客さまに寄り添い課題解決に向けたサポートを提供しています。高度な技術開発力ときめ細かいサポート体制で、今後もお客さまのニーズに応え続けます。



光エンコーダの仕組み



LEDが発光する光をスケールに反射させ、その反射光をフォトダイオード(PDIC)で受光します。スケールは反射/非反射のパターンが交互に連続しており、スケールが回転(または直線)に動くことによってPDICが受光する光量に変化し、それによって移動量を検知しています。

携帯型ソーラービーコンで子どもの安全を見守る

2022年、通園バス内に3歳児が置き去りとなり、熱中症で亡くなるという痛ましい事故が起きました。その後も同様の事故が続き、その発生防止が社会課題となっています。システム開発を手掛ける(株)ワイイーシーソリューションズは、ICTを活用した通園バス置き去り防止サービス「リリーふなっぴ びーこんおうち」を開発し、そのデバイスに当社グループ製の携帯型ソーラービーコン「T-WA10」を採用しました。このサービスは、園児が身に付けたビーコンからの信号をスマホの専用アプリで受信、通園バスの乗降を自動で記録し確認できるというものです。ビーコンはわずか11gと軽量で、ソーラー発電のため電池交換の手間もありません。本サービスはその品質が評価され、優れた育児向けICT商品・サービスを表彰するコンテストで「BabyTech® Award Japan 2023 Qualified」を受賞しました。当社グループは腕時計製造で培った小型化、省電力制御技術を活かしたデバイスを提供し、社会課題の解決に貢献しています。



システムソリューション(SS)ドメイン



取締役・専務執行役員
システムソリューションドメイン担当
(セイコーソリューションズ株式会社 代表取締役社長)

関根 淳

お客さまの課題に寄り添い、
期待を超えるソリューションを提供。
ステークホルダーの皆さまとともに成長を目指します。

システムソリューションドメイン (SSドメイン) は、目指す姿に向けて、「長期継続的な増収増益」を経営戦略の大目標とし、ストックビジネスの強化と多角化の推進により、その実現を図っていきます。

長期にわたり、継続的に成長するには、まずは社員一人ひとりの成長が基本となります。社員の成長により、従来よりも進化した製品・サービスを持続的に提供することが可能となります。その結果はお客さまの成長として具体化し、それこそが自社の継続的な成長にもつながると考えています。2022年度は、新しいソリューションの立ち上げを加速すべく、ダイバーシティ推進の施策としてM&Aを行い、新たな仲間3社 ((株) インストラクション、(株) BackStore、(株) プレステージ) を加え、シナジー等の共創を通じ、さらなる成長加速の礎を築きました。また、デジタルチャネル活用拡大の動きの顕著化に伴い、お客さま支援に向け、スマホを活用したデジタルソリューションを展開しました。社会のニーズに合わせた新しいソリューションを提供し続けることで、SSドメインでは2024年3月期第1四半期時点で、29四半期、7年にわたり、増収増益を継続しています。SMILE145の2年目となる2023年度は、コロナ禍による制約が緩和されたことで、新しい価値観が生まれやすい時期となります。このような時代の中で、目指す姿を実現すべく、新しいビジネスを創出し、開発に力を入れていきます。

新しいお客さまとのコミュニケーション、働き方を実現するメタパスなど、SSドメインで扱うテーマはすべて社会課題に直結します。社会課題とデジタル、それら一つ一つに丹念に向き合い、デジタルの活用により新しいソリューションを実現していくことで、Society 5.0、さらにはSDGsが目指す社会を実現し、社会・お客さま・社員・その他ステークホルダーの皆が継続して成長していける社会を目指します。

目指す姿

- 社会のイノベーションをワンストップのICTソリューションにより提供しサステナブルな成長を実現
- お客さまニーズに即した持続的な価値提供により、お客さま・社会・グループの価値向上を実現

KPI

	2021年度	2022年度	2026年度目標
営業利益	39億円	43億円	65~70億円
売上総利益率(GP率)	—	+1.8pt (2021年度比)	+5.0pt (2021年度比)
MVP比率*	約60%	約65%	73%

※ 限界利益に占めるストックビジネスの割合

社会のニーズ

- 社会の複雑性・不透明性の拡大、価値観の多様化
- 売り手市場から買う側、使う側優先への変化
- デジタルシフトの加速

MVP戦略

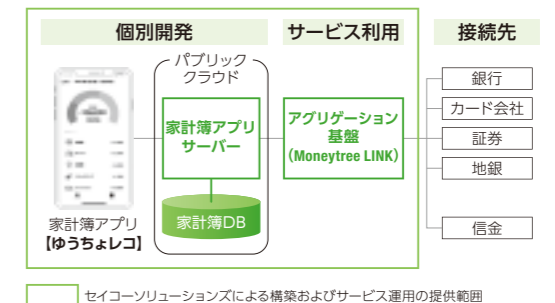
- ストックビジネス化の一層の推進
- M&A、アライアンスによる多角化の拡大
- DXプラットフォームの拡大

多様化するニーズに応えお客さまのDXを実現

当社は2023年2月よりサービス提供が開始された、株式会社ゆうちょ銀行のスマートフォン向け家計簿アプリ「ゆうちょレコ」を構築しました。同社は、中期経営計画におけるデジタル戦略として「共創プラットフォーム」の構築を目指しており、当社グループが持つ幅広い知見とノウハウに新たな先進的な技術を加え、最新の開発手法を活用し、1年に満たない短期間で拡張性に富むスマートフォン向けアプリを構築しました。

当アプリは、銀行口座、クレジットカード、証券口座、電子マネー、ポイントなど複数の金融機関に散らばる資産や毎月の収支管理ができ、将来的には、お客さまごとにパーソナライズされたレコメンド・アドバイス(広告)を配信するサービスの提供も予定しています。

今後も構築したアプリケーションの運用を担うとともに、家計簿に限定しない機能拡張により、多様化するお客さまのニーズに対応した様々なサービス提供をすることで、株式会社ゆうちょ銀行のデジタル戦略の実現の支援を継続します。



セイコーソリューションズによる構築およびサービス運用の提供範囲

デジタルを活用した体験価値の向上を実現

当社は、2023年11月より東海道新幹線(のぞみ号・ひかり号)のグリーン車をご利用のお客さまを対象にサービス提供が開始される、東海道新幹線モバイルオーダーシステムを構築しました。

東海旅客鉄道株式会社が目指す鉄道の将来像の一環である、お客さまの多様なニーズを汲み取り、新たな視点・柔軟な発想により、サービスの充実を図るため、当社グループの「Linktoモバイルオーダー」が採用されました。先進的なテクノロジーを積極的に取り入れ、輸送サービスの在り方を抜本的に変革することで、将来の労働力人口の減少にも対応します。これまでスマートフォンによるオーダーリングシステムやモバイルオーダーなどのサービスで培ってきた豊富な経験と確かな技術力を基に、今後も東海旅客鉄道株式会社のデジタル戦略の推進に貢献していきます。当社はデジタルの活用により、お客さまの体験価値の拡大と向上を図るとともに、従業員エクスペリエンスの強化により、より高度なサービスを実現し、お客さまのサステナブルなビジネスの構築を支援します。



社会インフラを支える人材不足の解決に貢献

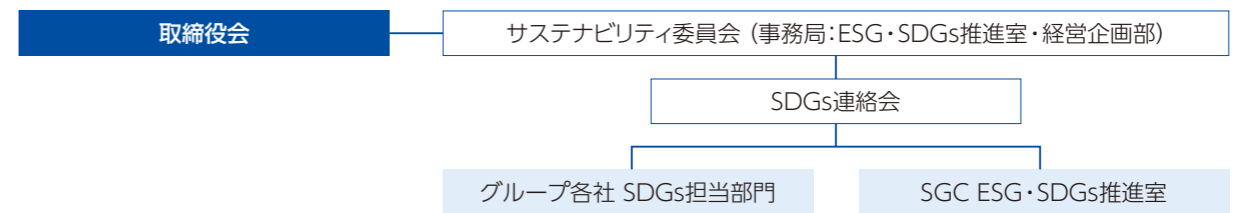
コロナ禍による制約も緩和し、サービスの回復とともに、多岐にわたる業界で人材不足が顕在化しています。さらに、日本では少子高齢化が進んでおります。特に私たちの生活基盤を支える電力やガスなどの公共性の高いサービスにおける人材不足は深刻な社会課題となっています。そのような社会課題に対し、SSドメインではセイコーソリューションズ(株)の無線通信技術や(株)アイ・アイ・エムのAI解析技術、(株)CSMソリューションのセンサー活用技術を共創させ実現した、スマート保安ソリューションを展開します。これまで電気主任技術者が一つ一つの設備を周りながら対応していた設備の異常の予兆や原因特定などを、遠隔の設備に設置されたセンサーで得たデータを無線通信によりリアルタイムで監視し、データの変化から装置の故障等を予防・予知診断することで、効率的なメンテナンスを実現します。AI解析技術の精度を上げることで、技術者の出勤回数を減らし人材不足解消を可能にするだけでなく、ベテラン技術者の感覚をデジタルに落とし込み、知識や経験を次世代へと引き継いでいくことにも貢献します。

SDGs戦略

サステナビリティ方針

セイコーグループは、グループパーパスを原点に、
“WITH” (**W**:well-being よりよい人生を / **I**:inclusion すべての人に) / **T**:trust 確かな信頼で / **H**:harmony 地球との調和)
 を実現する事業活動に取り組み、グループのたゆみない成長とともに持続可能な社会発展に貢献します。

推進体制図



Well-being よりよい人生を

マテリアリティ	キーマジション	主な取組み	具体的な取組みと進捗	SDGs17のゴール
働きがいの実現と多様な人材の活躍	人材の育成を成長戦略の柱とし、エンゲージメント向上とダイバーシティ推進への取組み	<ul style="list-style-type: none"> 人材の育成(事業家人材・DX人材の育成施策実施、制度を含む環境整備) エンゲージメント・サーベイの実施 多様な人材の採用、活躍推進の目標設定 健康経営の推進 	SGC エンゲージメント・サーベイの実施 健康経営優良法人認定(SWC・SGC:2019年度から4年連続認定、STC・和光:2022年認定) HC (株)あおばウオッチサービスにおける障がい者雇用の積極的な推進・人材育成	→ P.44
心身の健康増進・福祉の実現	医療、ヘルスケア向けビジネスの開発・提供	<ul style="list-style-type: none"> 外部連携による医療・ヘルスケア向けデバイスや材料の開発・販売による医療分野への参画 	SII 人工関節材料などの医療向けデバイス・材料の販売 SWC 視覚障がい者向け時計(触読時計・音声デジタルウオッチ)の販売 SFC 口腔内センシングデバイスの開発(臨床実験中)	
人権尊重への取組み	人権デュー・ディリジェンスの実施	<ul style="list-style-type: none"> 人権デュー・ディリジェンス体制の構築および継続的な推進 人権に関する社内教育 	SGC グループを対象に人権デュー・ディリジェンス体制の構築完了(2022年)と人権デュー・ディリジェンスの実施(2023年〜) 人権に関する社内教育(セミナーの開催、啓蒙活動の継続実施、ハラスメント研修の開催)	→ P.42
次の世代の育成・支援	体験型イベント/教室の開催による次の世代の育成支援	<ul style="list-style-type: none"> セイコーわくわく教室の継続的実施 セイコージャズキャンプの開催 	SGC 「わくわく時計教室」「わくわくスポーツ教室」などの開催(2022年度、授業数約300コマ、参加者数約2,500人) セイコージャズキャンプの開催	→ P.52

Inclusion すべての人に

安心・安全でインクルーシブな社会インフラ構築への貢献	すべてのヒトとモノが繋がる[Society 5.0]の実現に向けて、DXを活用したソリューションの創出・提供	<ul style="list-style-type: none"> Cloud/AI/IoTを活用したプラットフォームの提供による社会インフラの高度化の実現 インクルーシブな世界の実現をもたらす製品・サービスの提供 	SSOL AIスマート保守サービスの展開	→ P.35
文化・スポーツ支援を通じた豊かな社会への貢献	人々の心と生活を豊かにするスポーツ、音楽、文化などの社会貢献活動の推進と企業価値向上	<ul style="list-style-type: none"> セイコーミュージアムからの「時」文化発信 スポーツ大会の計時、協賛、アスリートの支援 東日本復興支援コンサートの開催 	SGC セイコーミュージアム、関連イベントによる「時」文化発信 東京マラソンのオフィシャルタイマーを担当(2007年より継続) 「わ」で奏でる東日本応援コンサートの開催(2023年3月10日、Bunkamuraオーチャードホールにて開催)	→ P.52
地域コミュニティに対する貢献	国内外の各拠点における社会の活性化に向けた、地域コミュニティに根付いた活動	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民やコミュニティと協働した、社会貢献に繋がるスポーツイベントの振興や美化活動等の促進 	和光 銀座通り連合会主催「春の銀座通り・晴海通り 一斉清掃」や「ゆかたで銀プラ2023」への参加 NPC 塩原温泉湯けむりマラソンへの協賛	

Trust 確かな信頼で

社会に信頼される高品質な製品・サービスの提供	持続可能な事業活動をもたらす、各事業ドメインの特長を生かした高品質/高付加価値を提供する製品・サービスの展開	<ul style="list-style-type: none"> デジタルトランスの実現による高信頼な商品・サービス基盤の提供 アフターセールスサービスの体制充実および品質向上のグローバル展開 品質保証体制の強化 技能技術の伝承 	SSOL タイムスタンプ/電子契約/インボイスなどによるデジタルトランスの実現 SII 無線センサーネットワーク製品や医療用電池などの製造・販売	→ P.32
責任ある調達・サプライチェーンの推進	人権、環境などの社会課題に対応したサステナブルなサプライチェーンマネジメント体制の構築と運用	<ul style="list-style-type: none"> 調達方針の改定 調達ガイドラインの制定および運用 	SGC 調達ガイドラインの制定(2022年11月)、サプライヤーエンゲージメントに向けた運用ルールの策定、責任ある調達連絡会の発足(2023年7月)、責任ある鉱物調達方針の策定(2023年10月)	→ P.41
コーポレートガバナンス・コンプライアンス体制の強化	法令遵守に基づくコーポレートガバナンス、コンプライアンス運営の維持向上	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンス委員会、企業倫理委員会、リスクマネジメント委員会などの機関運営のさらなる強化 	SGC 参加型ワークショップ形式のハラスメント研修開催予定 社外役員の会社理解とコミュニケーションの充実(主要施設の見学、社員との意見交換会等の実施)	

Harmony 地球との調和

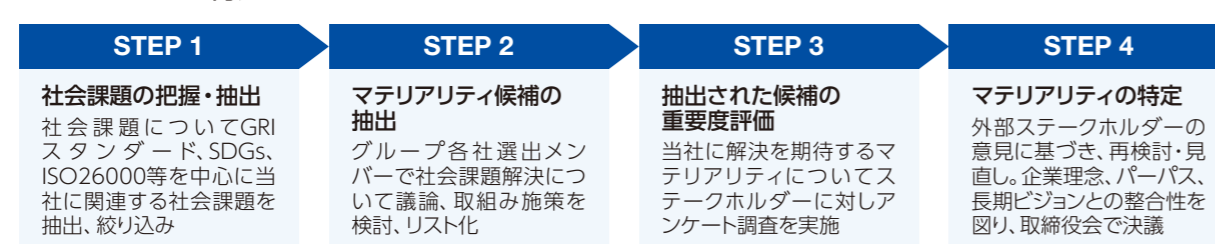
気候変動・脱炭素への取組み	セイコーグループのCO2排出削減の長期目標に紐づく削減施策の立案および推進 脱炭素社会に貢献する製品・サービスの提供	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体で連携した省エネ促進/再生可能エネルギーの積極的導入の推進 環境対応支援システムの導入 	和光 すべての店舗・事務所における使用電力の実質100%再エネ化達成 SWC 国内のすべての工場、店舗、事務所の使用電力の実質100%再エネ化達成予定(2023年) SGC グループの国内100%再エネ化の前倒し計画の策定(2026年度導入) SII NEV用自動車部品の製造・販売	→ P.38
循環型社会の実現	環境配慮型製品/サービスの創出、拡充 3R(Reduce Reuse Recycle)の推進	<ul style="list-style-type: none"> 省資源・エコ関連製品の創出 包装材料の簡素化や再生可能な材料への転換 原材料ロス・廃棄ロス削減 再利用部品やリサイクル材料の使用率向上 	SWC 製品補材(取扱説明書、保証書、ボックス等)における紙プラ削減 繊維会社で初めてB-CORP認証を取得したREDA社の素材を使用したオリジナル商品の開発・販売 SPT CO2排出量の大幅削減につながる「カセット金型」の販売拡大 SSOL 飲食店のオーダー情報収集分析による在庫適正化とフードロス削減 和光 皮革製品の端材などを再利用したアップサイクル商品の発売(MANACO FRIENDS、Momiji) STC 競技用スコアボードの再利用(既存機器の再利用可能パーツを活用したシステム機器の部分更新)	
自然との共生	事業拠点の特長に応じた生物多様性および自然資本の保全活動を通じた、将来にわたる自然との共存	<ul style="list-style-type: none"> 外部専門家や地域住民と連携した自然保護(植林活動)や海洋資源の保全推進 	SWC 若手県包括連携協定のもと環境保全活動への支援と社員参加の活動 PADI Marine Debris Projectへの協賛および社員参加の保護活動 盛岡セイコー工業(株)において「環境教室」を実施	

当社のサステナビリティに関する取組みについては、当社ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.seiko.co.jp/csr/>

SGC セイコーグループ全体 SWC セイコーウオッチ(株) STC セイコータイムクリエーション(株) 和光(株)和光 SII セイコーインスツル(株) NPC セイコー-NPC(株)
 SFC セイコーフューチャークリエーション(株) SSOL セイコーソリューションズ(株) HC ヒューマンキャピタル(株) SPT SEIKO Precision (Thailand) Co., Ltd.

マテリアリティ特定プロセス



国際・国内イニシアチブへの取組み



国際・国内イニシアチブの取組みの詳細については、当社ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.seiko.co.jp/csr/>

気候変動・脱炭素への取組み

近年、気候変動による被害、影響はますます深刻化しています。2021年11月に開催された国連気候変動枠組条約第26回締約国会議（COP26）を経て、世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて1.5°Cに抑える動きは加速し、企業には脱炭素社会の実現に向けたより積極的で長期的な対応が強く求められています。

当社グループでは「気候変動・脱炭素社会への取組み」をグループのマテリアリティ（重要課題）の1つとして設定し、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会において課題解決に向け議論・決議の上対応を進めています。

Scope1,2の削減

当社グループは、温室効果ガス排出量削減の長期目標を設定して、脱炭素社会の実現に向けて取組みを一層強化しています。オフィスや製造現場における省エネ活動や製品・サービスでの省エネ性の向上など、これまでも全事業活動を通じて温室効果ガスの排出量削減に努めてきました。最近では太陽光パネルの設置やPPAの導入、電力契約の変更などグループ全体で再生可能エネルギーの導入を積極的に進めています。

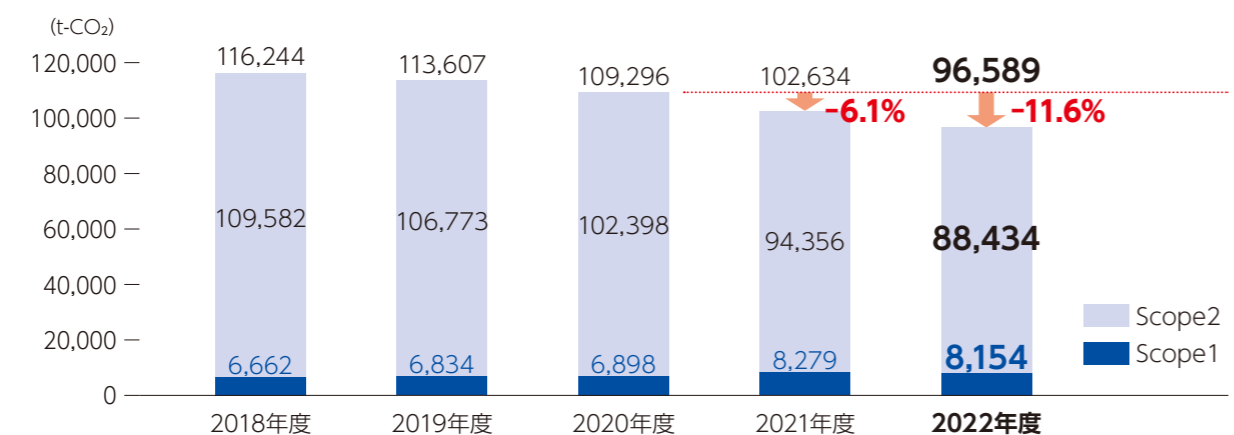
主な方策
<ul style="list-style-type: none"> ● 製造プロセスの見直し/改善 ● 再生可能エネルギー導入の拡大 ● サプライヤーおよび顧客との協働 ● 環境配慮型(エネルギー効率の向上等)の製品・サービス・ソリューションの提供
<ul style="list-style-type: none"> ● 高効率設備の導入/更新 ● エネルギー関連の技術開発

2022年度のCO₂排出量実績 (Scope1,2)

2022年度は▲8.4%の目標に対し、▲11.6%となり目標を達成(2020年度比)

SGCグループCO ₂ 排出量削減 長期目標	
2030年削減目標	
Scope1.2	▲42%削減 (2020年比)
Scope3	▲25%削減 (2020年比)
2050年に	カーボンニュートラルを目指す

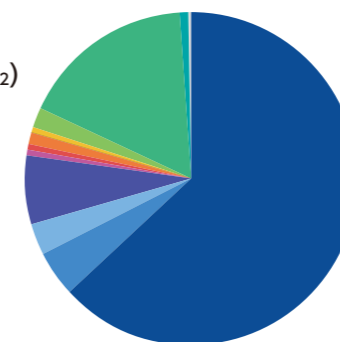
	2020年度	2022年度 (目標)	2022年度 (実績)
Scope1	6,898		8,154
Scope2	102,398		88,434
計	109,296	100,115 (-8.4%)	96,589 (-11.6%)



Scope3の算定

当社グループはScope1,2に加え、2021年度からグループ全体でのScope3算定を実施し、サプライチェーン全体のCO₂排出量を把握しました。長期目標として、2030年にScope3排出量を25%削減(2020年度比)することを定めています。

Scope3 CO₂排出量 (t-CO₂) 実績 2022年度

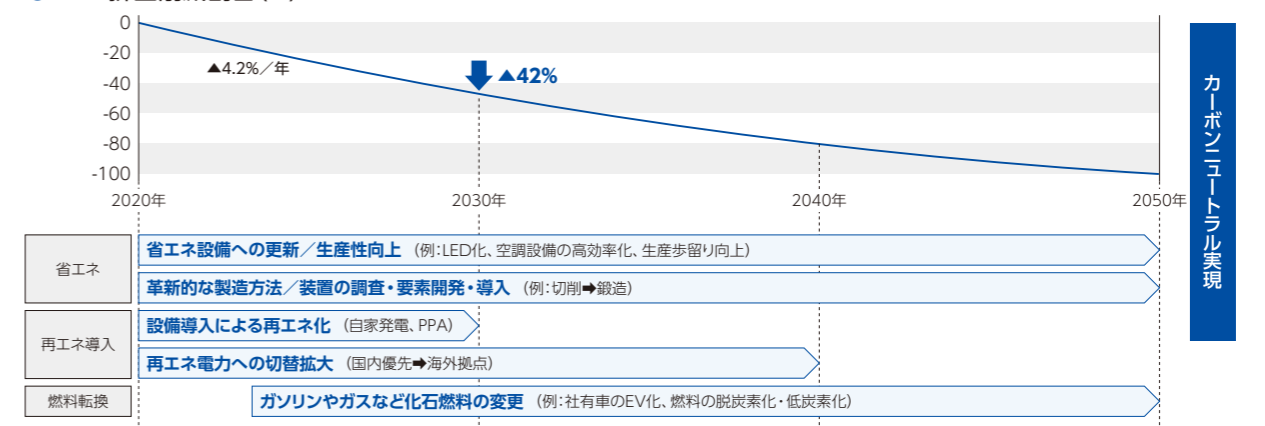


カテゴリ	項目	CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	%
カテゴリ1	購入した製品・サービス	362,206	63.3%
カテゴリ2	資本財	25,690	4.5%
カテゴリ3	Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	16,129	2.8%
カテゴリ4	輸送、配送(上流)	39,073	6.8%
カテゴリ5	事業活動から出る廃棄物	2,888	0.5%
カテゴリ6	出張	3,680	0.6%
カテゴリ7	雇用者の通勤	5,755	1.0%
カテゴリ8	リース資産(上流)	122	0.0%
カテゴリ9	輸送、配送(下流)	2,682	0.5%
カテゴリ10	販売した製品の加工	12,226	2.1%
カテゴリ11	販売した製品の使用	95,739	16.7%
カテゴリ12	販売した製品の廃棄	5,630	1.0%
カテゴリ13	リース資産(下流)	546	0.1%
カテゴリ14	フランチャイズ	—	—
カテゴリ15	投資	—	—
合計		572,367	100.0%

移行計画

省エネや再エネ導入の取組みにより、2022年度はScope1, 2において目標を上回る11.6%の削減(2020年度比)を実現しました。現在、当社グループでは長期削減目標の前倒しを進め、2026年度にすべての国内拠点で、2040年には海外拠点も含めた全拠点での再エネ導入100%化を達成し、2050年にScope3を含めたカーボンニュートラル実現を目指します。

CO₂排出削減割合 (%)



SBT認定申請

当社グループは、温室効果ガス削減目標がパリ協定に整合しているとの認定を受ける「SBT (Science Based Targets) 認定」の取得に向けて2023年4月に認定機関の「SBTイニシアチブ」にコミットメントレターを提出しました。今後は、2024年度のSBT認定取得を目指すとともに、さらなる温室効果ガスの排出量削減に努めます。

CDP

当社グループはCDPの情報開示要請に応じて気候変動質問書に対して回答し、2022年に8段階中の3段階目にあたる「Bスコア」を取得しました。今後も環境リスクに対する対応を推進し、気候変動質問書でのさらなるスコア向上を目指すとともに、水セキュリティ質問書への回答も準備してまいります。



TCFD提言に基づく情報開示

当社グループは、「気候変動・脱炭素への取組み」をマテリアリティの一つに位置づけ、温室効果ガス排出量削減の長期目標を設定して、脱炭素社会の実現に向けて取組みを強化しています。2021年10月に賛同を表明した「気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)」提言に基づき、気候変動が事業に与えるリスク・機会に関するシナリオ分析を行うとともに、脱炭素に向けた取組みに関する情報開示の強化を進めています。



リスク管理

当社グループでは、グループの事業に重大な影響を与えるリスクを一元的に管理すべく、代表取締役社長を委員長とするリスクマネジメント委員会が中心となり、グループ横断で対処すべきリスクへの対応に取り組んでいます。

 **管理体制図**
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tcfd/>

戦略

気候関連リスク・機会が当社グループに与える財務影響および事業インパクトを異なるシナリオ下で評価し、当社グループのレジリエンスを高めることを目的として、シナリオ分析を実施しています。

シナリオ分析のプロセス

リスク・機会分析の前提となるシナリオは、4℃シナリオと2℃未満シナリオを採用しました。シナリオ分析のプロセスでは、STEP1として、抽出した気候関連リスク・機会の重要性を評価し、重要な気候関連リスク・機会を特定し、さらにこれらに関するパラメータを設定。STEP2でSTEP1の情報を踏まえ、既存シナリオのうち関連性の高いシナリオを気候関連シナリオとして設定し、これらの各シナリオについてSTEP3で財務インパクトを評価。中でも炭素税の導入によるコスト増加が特に大きな影響を及ぼす可能性があることを認識し、影響額を試算しました。最後にSTEP4として気候関連リスクおよび機会に対する当社戦略のレジリエンスの評価を行い、さらなる対応策も検討しました。

なお、2021年度は主たる事業分野についてのみシナリオ分析を行いました。2022年度からは対象範囲を全事業に広げて分析を行いました。

 **気候関連リスク・機会に伴う事業インパクトおよび当社グループの対応**
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tcfd/>

ガバナンス

気候変動に係る重要事項は、サステナビリティ委員会で議論のうえ決議され、取締役会に報告されます。取締役会はサステナビリティ委員会の監督機能を担っており、定期的に気候変動に係る重要事項について議論を行います。

また、役員業績連動報酬の業績評価指標 (KPI) に「非財務 (ESG) 評価」としてCO₂排出量削減率を組み入れています。

 **ガバナンス体制図**
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tcfd/>

調達

当社グループは、サプライヤー様とともにサプライチェーン全体においてサステナビリティ課題に取り組むことにより、社会に対する長期的な信頼関係を構築し、地域社会と調和した持続可能な社会の実現に貢献できると考えています。これまで、2022年11月に「セイコーグループ調達方針」を改訂し、さらに調達方針を補足する文書として「セイコーグループ調達ガイドライン」を策定し、サプライヤー様とともに持続可能な調達活動に取り組みました。

 **セイコーグループ調達方針・調達ガイドライン**
<https://www.seiko.co.jp/csr/society/supplier/#supplier-title>

2023年度からはサプライヤーエンゲージメントを一層推進するため、「サステナビリティ委員会」の下に「責任ある調達連絡会」を設置しました。この推進体制のもと、2023年上期にガイドラインの運用ルールを策定し、下期からは重要サプライヤーおよび人権ハイリスクサプライヤーの特定、サプライヤー様への説明会の開催、同意書への署名取得、SAQ (Self-Assessment Questionnaire) 調査を進めています。今後、調達活動に起因するリスクが顕在化した場合には、人権・環境への負の影響を防止・軽減を図る観点から、是正措置を実行・要請するなど、サプライヤー様とともにグループ全体でリスクの軽減に努めます。今後も継続して持続可能な調達の実践に努め、サプライヤー様とともにサステナビリティ課題の解決に取り組んでいきます。

責任ある鉱物調達

世界の紛争地域で採掘される鉱物は現地武装勢力の活動の資金源となってきました。武装勢力は非人道的な行為で、地元住民を強制的に労働させていると言われていました。企業は、その企業活動を通じて、武装勢力による人権侵害や紛争に加担しないため、自らのサプライチェーンを精査し、リスクを回避、緩和することが求められています。当社グループにおいても、人権侵害に加担する鉱物を使用しないよう、2023年10月に「セイコーグループ 責任ある鉱物調達方針」を策定しました。今後は方針に基づき、リスクの特定・評価や緩和・軽減に向けた取組みを進めていきます。

● 各事業会社の取組み

生物多様性保全に向けて

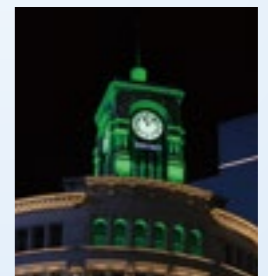
種の減少や絶滅、自然の質の低下、生態系の破壊など、生物多様性は危機的な状況にあります。同時に、企業が生物多様性の保全に取り組む重要性もますます高まっています。

当社グループは、各事業会社において自社の特性に合わせた生物多様性活動を推進しています。生物多様性に配慮した土地利用、製品での配慮、植栽活動、ステークホルダーとの連携、教育啓発などの様々な活動に取り組み、「自然共生社会」の実現を目指しています。盛岡セイコー工業 (株) では、敷地内にある「わくわくの森」にインセクトホテルを設置し、生物多様性の取組みを地域とともに進めています。

和光の取組み

2023年7月～8月に「WAKO's SDGs Month」を開催。「サステナブル A≠Z」と題して和光のサステナブルなサービスや商品をアルファベット26文字になぞらえて紹介しました。

「C/CLEAN ENERGY」では福島県浪江町の浪江酒井第一太陽光発電所で発電した再生エネルギーを利用していることを紹介しました。なお、和光は2023年8月にすべての店舗および事務所で使用する電力の実質100%再生エネルギー化を実現。これを記念して会期中は日没から22時まで時計塔をグリーンにライトアップしました。その他、「N/NEXT GENERATION」では次の世代に受け継がれていく商品を長く取り扱っており、商品のアフターケアも受け付けていること、「U/UPCYCLING」ではオリジナルバッグの製造過程で出るレザーの端材を創造的にアップサイクルしていることを紹介しました。



人権

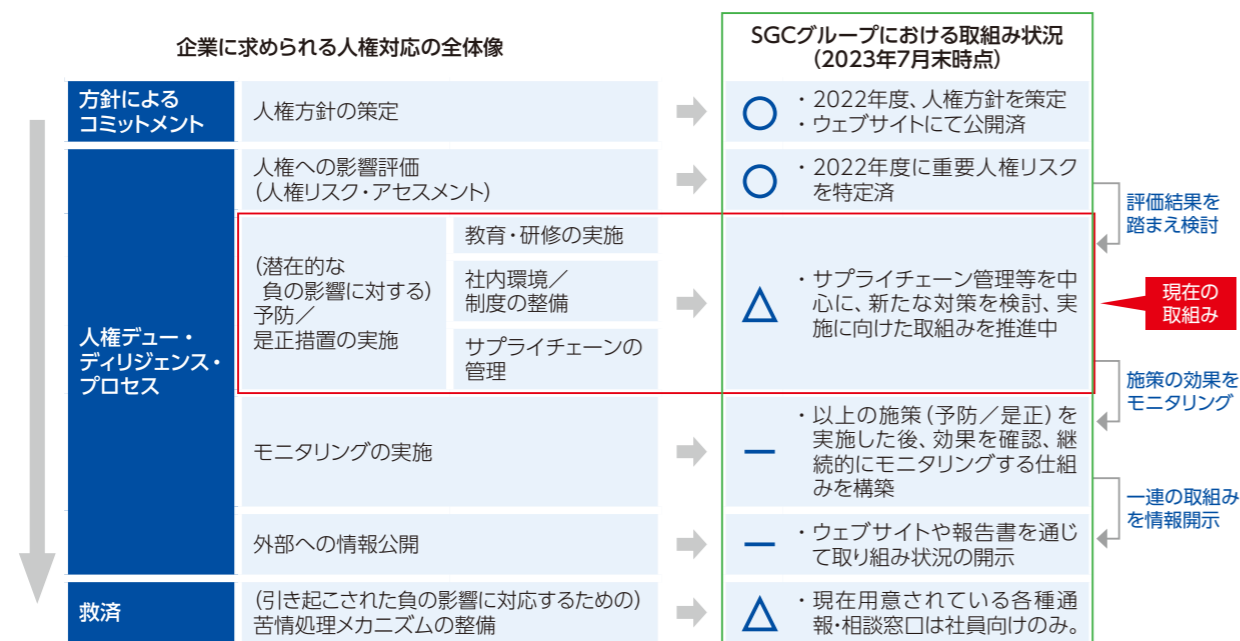
近年、経済活動のグローバル化に伴い、人権を尊重する企業の責任は一層拡大しています。企業は、企業自らが直接引き起こしている長時間労働やハラスメントなどの問題に加え、間接的に負の影響を助長・関与している国外サプライチェーンでの児童労働や強制労働などの問題まで、様々な人権侵害に対応することが求められています。

当社グループにおいても、グループパーパスにある「世界が笑顔であふれる未来」の創造と、「社会に信頼される会社」という企業理念を実現するため、すべての人が生まれながらにして持つ人権を尊重する責任を果たすことを目的に、2022年5月に「セイコーグループ人権方針」を策定しました。人権方針は国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」を基に策定され、当社グループの全役職員を適用範囲とし、自らの事業活動において他者の人権を侵害しないこと、また人権への負の影響が生じた場合は是正に向けて適切に対処することを定めています。

 **セイコーグループ人権方針**
https://www.seiko.co.jp/csr/sustainability_policy/human_rights.html

人権デュー・ディリジェンス

2022年度には「セイコーグループ人権方針」に基づき、人権デュー・ディリジェンスの仕組みの構築と運用を開始しました。人権デュー・ディリジェンスには、事業活動に関係する人権への負の影響を特定、予防、軽減すること、さらに是正措置を講じ、人権に関する取組みを外部に開示することが含まれます。2022年度は「人権リスクアセスメント」(人権への影響評価)を実施して特に注意すべき重要人権リスクを特定し、これらの重要人権リスクに対する予防・是正に向けた対応方針を定めました。今後は、継続して重要人権リスクに対する対応策を講じるとともに、対応状況のモニタリングや外部への情報公開、苦情処理メカニズムの構築など、人権デュー・ディリジェンス・プロセスを推進していきます。



重要人権リスクと対応方針

「人権リスク・アセスメント」では、セイコーグループのサプライチェーン上で発生しうる人権リスクの重要度の初期的な評価を行うために、ヒアリングやアンケートによる各事業会社のリスク認識の調査結果に加え、国際機関・NGOからの指摘事項や業界内のリスク顕在化事例をもとに、当社グループとして考慮すべき人権リスク(潜在・顕在含む)の全体像を洗い出しました。その後、「深刻度(リスクが顕在化した場合に人権に与える被害の深刻さ)」と「発生可能性(当社グループでの顕在化のしやすさ)」の観点から、特に注意すべき重要人権リスクを14項目特定し、各重要人権リスクに対する予防・是正に向けた対応方針を設定しました。14項目のうち、とりわけ早急な予防・是正が必要な7項目の重要人権リスクへの対応については、当社グループとして特に注力して取り組むと同時に、定期的なモニタリングを実施しその進捗状況をウェブサイト上で開示しています。

今後も、人権リスク・アセスメント、予防・是正措置の実施、モニタリング、外部への情報開示のプロセスを実践していきます。

● 各重要リスクの予防・是正に向け、既存の施策に加えて新たに行うべき取組みを分類



 **A～Gの具体的な対応方針**
https://www.seiko.co.jp/csr/sustainability_policy/human_rights.html

人材戦略

人材開発や多様性の向上、組織風土づくりに積極的に取り組み、社員の働きがいを高め、イノベーションの創出を通じて、グループ一丸でソリューションカンパニーを目指します。

基本方針 人材の育成を成長戦略の柱として、エンゲージメント向上とダイバーシティ推進に組み込み、失敗を価値に変える組織風土、体制を構築する。

グループコア戦略の一つである人材戦略においては、複雑化する社会課題の中で新たな価値を創造できる「人材の育成」、変化に強い組織づくりに向けた「ダイバーシティ&インクルージョンの推進」、社員の意欲・能力を最大限に引き出す「社員エンゲージメントの向上」を重点テーマとして設定し、各取り組みを推進しています。

2022年度の進捗

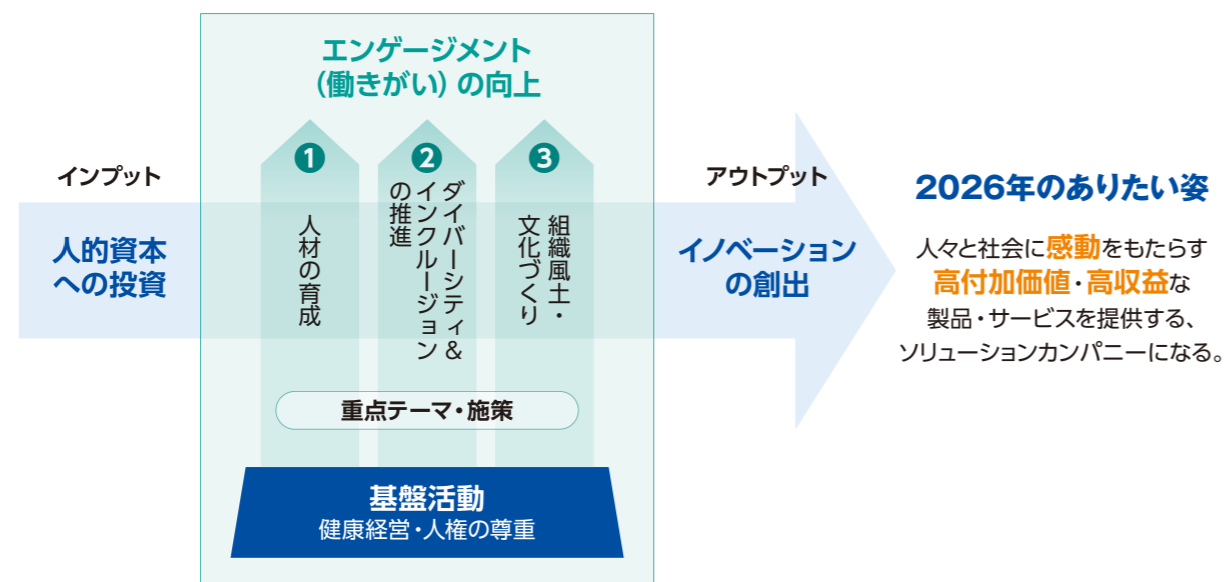
2022年度は基本方針に基づき、グループ全体・各事業会社の個別の取り組みについてそれぞれの計画を策定しました。また、各計画の実行にあたっては、人材面での課題について、あるべき姿と現状とのギャップを把握した上で、その解消に向けた施策をスピーディーに実行していくために、現状把握の取り組みの一つとしてエンゲージメント・サーベイを実施しました。

2023年度の取り組み

エンゲージメント・サーベイの結果から、新たなイノベーションを創出するために必要な組織風土の改革やグループ内外でのさらなる連携強化と、組織の中核として経営計画の推進に取り組んでいるミドルマネジメントの支援の必要性を認識し、新たに人材戦略の柱として「組織風土・文化づくり」を加えるとともに、今年度以降の重点テーマに反映しました。

また、これまで積極的に取り組んできた「健康経営」「人権の尊重」についても人材戦略の基盤となる活動として位置づけ、ソリューションカンパニーに向けた人材戦略の骨子として再整理しました。

● ありたい姿の実現に向けた人材戦略の骨子



当社グループの価値創造ストーリーを支える最も重要なアセットは人材であるという認識に立ち、これからもグループ社員が持てる能力を最大限に発揮し、個々人の成長と自己実現を図ることができる仕組み・環境づくりに取り組んでいきます。

重点テーマ① 人材の育成

DXスキル強化プログラム

2022年度より国内の全社員を対象にDXスキルの底上げを目的としたプログラムをスタートしました。初年度に全10時間の基礎編を完了後、2年目以降にはデータドリブン編・生成AI編など、目まぐるしく進歩するDX分野のトレンドを取り入れながら、グループ全体でDXの基礎力を高めるプログラムを順次計画・実施しています。

また、デジタルを事業と融合させ、新たなビジネス創出につなげるための実践的なプログラムも導入し、新事業創出のスピードアップに寄与する人材の育成にも取り組んでいます。



DXスキル強化プログラム 基礎編の様子

マネジメント力強化のための取り組み

経営・事業計画の達成に向けて社員一人ひとりが目的・目標を理解して業務に取り組み、チームとして成果を最大化することを目的に、職場のマネージャーを対象としたマネジメント力強化のためのプログラムを2021年度より実施しています。さらに、社員の主体性を高めていくため、マネージャーが部下の積極的な意見やアイデアを引き出すためのコミュニケーション・ファシリテーションスキルを高めるプログラムも導入していく計画です。



マネジメント力強化のためのプログラムの様子

経営幹部候補人材の育成

複雑化する経営環境の中で、企業価値を高め、持続可能な成長を実現していくには、グループの経営や各事業の推進を担う経営人材の計画的育成が必須です。今後、経営に必要なリテラシーの習得と経営者として必要な経験の付与を計画的に行う仕組みの構築に取り組んでいきます。

人的資本への積極的な投資を通じて、社員の働きがいを高め、全員でソリューションカンパニーを目指します

セイコーグループは新たな価値創造への挑戦の歴史を通じて、現在では多岐にわたる事業を展開しています。当社グループの中には、それぞれの分野において高い専門性を発揮する社員が多くいますが、グループ一丸で新たなイノベーションを起こしていくためには、そうした多様な社員が物理的にも精神的にも組織の壁を越え、自由闊達に議論し、失敗を恐れずに新たな価値を生み出していくことが必要であると考えます。

セイコーグループでは、そうした人材が活躍する基盤・環境づくりとして、これまで以上に、人材開発や組織風土づくり、多様性向上などの人的資本の分野に積極的に投資していきます。社員の働きがいを高め、全員でソリューションカンパニーを目指せる環境づくりに取り組んでまいります。

執行役員 経営管理本部 副本部長（人事・総務担当） 田嶋 直樹



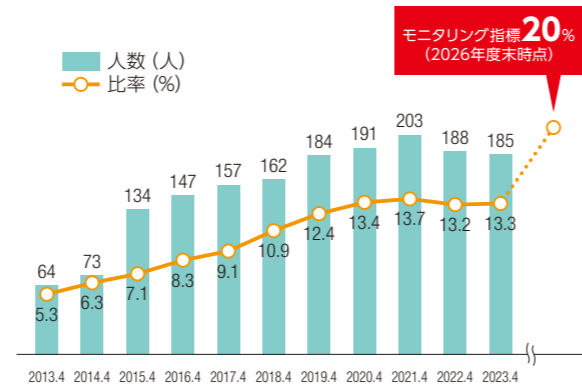
重点テーマ② ダイバーシティ&インクルージョンの推進

女性活躍支援の取組み

当社グループでは、2013年度から各種制度の導入をはじめとする環境の整備や意識改革など、女性活躍推進に取り組んできました。女性の活躍を推進するためには、女性のみならず全社員の意識改革が重要であるとの考えの下、全社員を対象とした教育プログラムも推進しています。

2023年度は、導入済みの時差勤務制度に加え、在宅勤務制度の拡充を行いました。また、教育プログラムの一環として、役員を含めた全社員を対象としたアンコンシャス・バイアス研修やeラーニングの実施を予定しています。今後も、より多くの女性社員がキャリアアップを目指していくための環境づくりを行ってまいります。

● 女性管理職比率の推移



両立支援の取組み

当社グループでは、仕事と育児の両立支援も積極的に行っています。2022年度には、男性の育児休業取得促進のため、出生時育児休業を有給化したほか、グループ社員に向けたトップからのメッセージ発信、男性育休取得促進をテーマにしたセミナー開催など、職場の上司や同僚からの理解も促進し、仕事と育児の両立を行いやすい風土づくりに取り組んでいます。

取組みの結果、2022年度の男性育児休業取得率は46.7%となり、前年度に比べ23.6%向上しました。



育児制度ガイドブック

柔軟な働き方を実現する仕組みの整備

働き方に対する価値観が多様化するなかで、社員が生き生きと働くためには、場所や時間にとらわれず、生産性高く働くことができる環境・仕組みづくりが重要だと考えています。リモートワークを実現する在宅勤務制度の導入はもちろんのこと、効率的な働き方を実現するシェアオフィスを利用した勤務を試験導入しており、企業の垣根を超えた人材交流の機会にもなっています。



リモートワークでの会議の様子

社外経験を有する社員の採用・登用

多くの経験者採用社員が、事業創造やデジタル推進などの高い知見が求められる分野で活躍し、社外の多様な経験を活かした新しい価値創造に取り組んでいます。こうした社員にはマネジメント層に登用される社員も多く、会社の重要な意思決定に携わる社員も年々増えています。また、入社された方の定期フォローアップの仕組みも導入し、早期活躍・定着の支援体制を整えています。

社内外の知見を活用した価値創造を推進するためにも、人物本位で公平・公正な登用をさらに徹底し、経験者採用の社員の活躍を推進していきます。

重点テーマ③ 挑戦を後押しし、イノベーションを創出する組織風土・文化づくり

全社組織風土改革の取組み

2023年度より、「新たなイノベーションを創出していくために必要な組織風土づくりやグループ内外でのさらなる連携強化」を目的に、組織風土改革「SWING Project」をスタートしました。

SWINGはSeiko (セイコーグループが)、Will (意思を持ち)、Identity (主体性があり)、Natural (ありのまま)、Glory (誇りを持てる) のそれぞれの頭文字から取っており、組織文化・風土をSWING (うねりのように揺り動かす、変化させる) という思いを込めています。

まず第一歩として、物理的な壁を取り払う活動として、「オフィスでの服装の自由化」「グループ内での役職・敬称の廃止」「コミュニケーションを活性化するための新たな職場づくり」を行いました。

「コミュニケーションを活性化するための新たな職場づくり」においては、グループ各社で社員の意見を取り入れながら、座席のフリーアドレスやリフレッシュエリアの設置、役員の個室廃止などに取り組みました。

また、社員がグループ経営幹部との直接的な対話を通じて、経営や事業戦略への主体性を高めるための取組みとして、経営幹部との対話の場を設けています。

今後も組織や立場を超えて自由闊達に議論できる組織風土・文化形成に寄与する取組みを順次展開していきます。



経営幹部とのランチ会



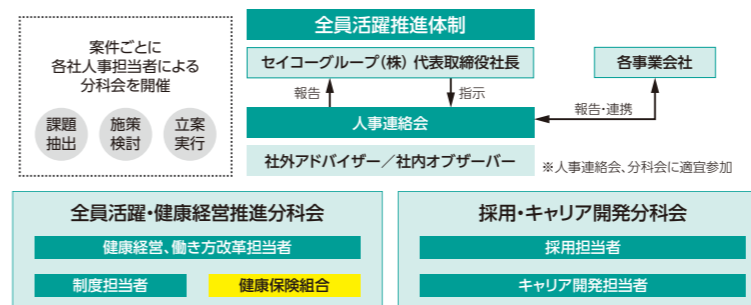
スタンディングスペースの導入

基盤活動 健康経営の推進

2019年度に「健康経営宣言」を行い、グループ横断で社員の健康維持・増進への取組みを推進しています。

当社は2019年度より4年連続で健康経営優良法人(大規模法人部門)の認定を受けており、その他グループ5社においても認定を受けています。

今後も社員の健康意識のさらなる向上に向け、健康セミナーの継続実施や、健康保険組合や産業保健スタッフとの連携による啓蒙活動に取り組んでいきます。



健康経営宣言

セイコーが革新へのあくなき挑戦を続けるための原動力、それは一人ひとりの社員です。

人材なくしてセイコーが人々と社会に信頼と感動をもたらすことはできません。

セイコーは人材を会社の最大の財産ととらえ、社員の健康維持・増進に積極的に取り組みます。

また、社員が笑顔で生き生きと働くことができる環境を整備し、これからもグループの持続的な成長を目指してまいります。

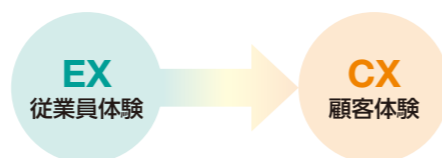
セイコーグループ株式会社
代表取締役社長 高橋修司

DX戦略

デジタルを活用し、お客さまの視点に立った製品やサービスを、より良い顧客体験(CX)で提供します。

基本方針 デジタルとデータを駆使し顧客中心で顧客体験を重視した高付加価値ビジネスを実現する。

当社グループでは、デジタルトランスフォーメーション(DX)は、「お客さまのPain・Gainを掴み、社内外のアセットをデジタルにより高め、製品やサービスをより良い顧客体験(CX)で提供すること」であると考えています。そして、このより良いCXを提供するためには、従業員体験(EX)の充実が不可欠です。私たちは基本方針のもと、これまでよりもさらにデジタルとデータにこだわり、以下の6つの領域で目指す姿を設定し、グループのありたい姿を実現します。



ビジネスに関わる領域

BtoC

OMO^{*1}施策を推進し、オンラインとオフラインを融合した顧客体験を充実させ、付加価値の高い商品・サービスを提供

BtoB

顧客起点の営業活動を深化し、高い生産性と柔軟性をもつ製造体制とともに、新規高付加価値サービスを創出

データドリブン

ビジネスプロセスをデジタルとデータで深化させることにより変化の激しい環境に対応し、サステナブルな成長を継続

IT基盤に関わる領域

インフラ/セキュリティ

IT運用の高度化に向け、安定継続的なITインフラ運用と情報セキュリティの強化を実現

Digitalization

ビジネスプロセスのデジタル化による生産性改善・業務プロセスの見直し

業務システム

ビジネスの基盤となるITの安定継続的な運用を支えるために基幹業務システムを更新

*1 OMO: Online Merges with Offlineの略称。オンラインとオフラインの融合のこと。

2022年度の進捗

2022年度は、2026年のありたい姿へ向け、人材・スキルの育成とデジタル活用による事業競争力の強化を推進しました。BtoCでは目指す姿へ向け、その施策の一つとしてオンラインとオフラインの顧客データの一元化やこれに基づくデジタルマーケティングの推進を図りました。さらに、デジタルチャネルの需要拡大に対応して、ブティックオンライン等の強化を進めました。DX人材の育成については、「DXを自分ごととして捉え、自ら変革者となれるような人材の育成、企業文化の醸成」を目標として掲げており、全員が自分でDXを推進するための基本スキルとモチベーションを高める取組みとして「DX Lab」を推進しました。

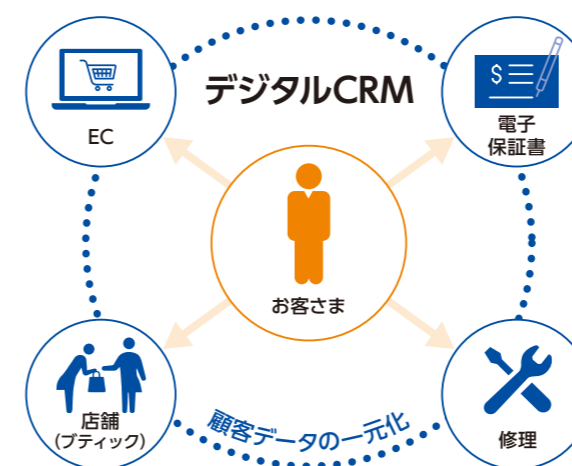
2023年度取組み

2023年度は、引き続きBtoCの施策およびDX人材の育成を推進していきます。BtoCの施策として、一元化した顧客データに基づくターゲット顧客層との関係強化や顧客対応品質向上をテーマに、デジタルCRM^{*2}の推進や顧客管理システムの強化等のデジタルマーケティングの推進の取組みを行っていきます。また、「DX Lab」と並行して、自ら変革者となれるような人材の育成を目的とした「DX Core」の取組みを推進しています。

*2 CRM: 顧客関係管理(Customer Relationship Management)。

顧客データの一元化によるデジタルマーケティングの推進

グループ各社では、ターゲット顧客層との関係強化や顧客対応の品質向上に向けデジタルCRM活用による、マーケティング高度化に向けた取組みを行っています。



タブレットを使用し店頭でお客様の購買データなどを参照している様子

セイコーウオッチ(株)ではお客さまにより良い商品やサービスを提供するため、通常の販売データのほかにQRコードを活用することで保証書をデジタル化して登録し、即時にデータベースの更新をできるようにするなど顧客データの一元化を行い、デジタルCRMの推進を図っています。2023年度は、デジタルチャネルであるオンラインブティックの強化を継続、また収集したデータ活用の強化を図ることで、より良い顧客体験を提供していきます。

(株)和光では、オンラインとオフラインの顧客データを統合した顧客統合基盤を活用し、ターゲットとするお客さまへのeDM(ダイレクトメール)の送付、また購入したお客さまへのアンケートの送付や回収したアンケートのデータ分析といったOMO施策により顧客理解を深め、さらに店頭でタブレットで販売員が顧客情報の閲覧を可能とすることにより、お客さまそれぞれに適した対応や買い回りの促進、接遇機会の増大等の活動を進めています。

DX Coreを通じたイノベーション人材の育成

デジタルを活用した新しいビジネスの創出はますます重要性を増しています。当社グループでも、2022年度に国内グループ全社員を対象とした、DXの基本スキルとモチベーションを高める研修として「DX Lab」を実施しました。

2023年度は、グループのシナジーとデジタルを活用した新しいビジネスを創出すべく、座学ではなく、実体験をもとに、新規ビジネスの創出を実現するための研修として、「DX Core」も推進しています。

今後はさらに外部との連携などを強化しながら、イノベーション人材の育成を図るとともに、新しいビジネスの創出に努めます。



R&D戦略

高付加価値な製品の開発で、人と社会に感動をもたらすソリューションカンパニーを目指します。

基本方針

「永年培ってきた「匠・小・省」と「デジタル」を融合し、
技術をさらに進化させ、新たな価値を創造する」

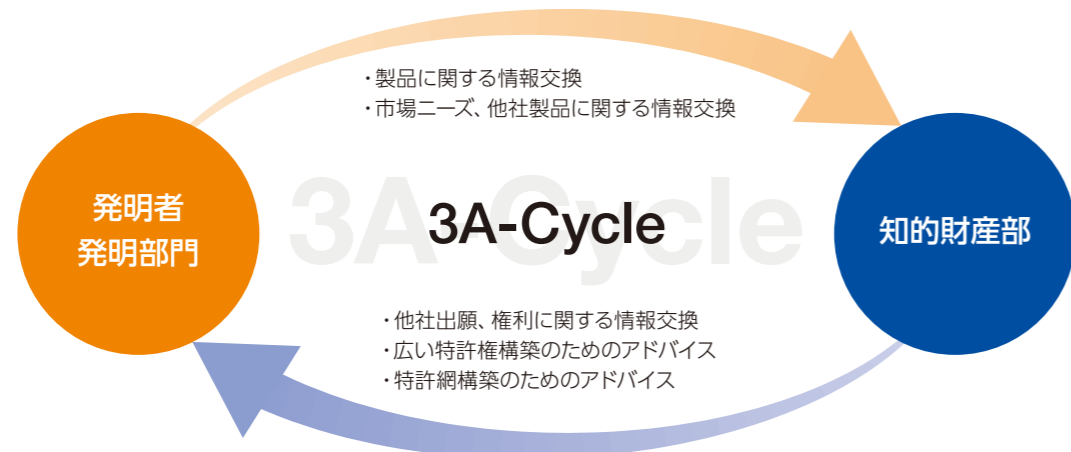
SMILE145で掲げたR&D戦略の基本方針を踏まえ、ソリューションカンパニーとしての製品開発と生産技術の確立を進めています。各ドメインのMVP戦略推進のため各事業会社の企画部門等との連携を強化し、感動をもたらす高付加価値・高収益な製品・サービスの開発やSociety 5.0分野での成長に貢献する技術開発を目指します。また、社会と共にサステナブルな企業であり続けるために、当社グループの強みである省資源、省人化、そしてプロセスの合理化や効率化による環境負荷低減にも積極的に取り組んでいます。

当社グループの知的財産活動

当社グループではグループパーパスを基盤とし、ソリューションカンパニーとして社会のサステナブルな成長に寄与するイノベーションと事業活動を創造的な知的財産活動で支えるという考えのもと、知的財産活動を推進しています。事業の持続的な成長を支える知的財産権の確実な取得と、事業リスクの最小化を目指して、係争予防と対応、知財契約の審査の徹底や当社製品の保護の強化に努めています。

事業に資する知的財産権を確実に取得するためには、発明部門・発明者と緊密な連携を取って活動することが大切です。そのために当社グループでは、出願段階でその発明が有する真の技術的効果について発明者と検討を重ね、権利化段階では、法律的な側面と技術的な側面から複数の権利化手段を十分に検討し、最適な方針を決定します。さらに、最終段階で自社製品の仕様、市場ニーズ、および他社動向を再検討し、製品を多面的に保護する特許網を構築します。このような取組みや徹底した先行技術調査の結果、当社グループの平均特許査定率は全国平均の75.9%（2022年度・特許庁発表）に対し、90%を超える値を維持しています。

また、2022年度からは中期経営計画「SMILE145」の推進を知財戦略の面からサポートすべく、市場や発明部門からの情報と知財情報を分析（Analysis）し、発明部門に対して製品の持続的な展開を図るための調査や製品の市場優位性・付加価値を向上させる知的財産権の構築をアシスト（Assistance）し、事業活動を加速（Acceleration）させるため発明部門と知的財産部との連携を強化するサイクル「3A-Cycle」活動を開始しました。グループMVP製品を保護し持続的な展開を実現するために特許調査の徹底に努めるとともに、MVP製品の強化に向けて、付加価値向上のための網羅的な特許網の構築と周辺技術・将来使用の特許権利化に取り組んでいきます。



セイコーの目指すタイミング技術

セイコーは陸上競技や競泳、アルペンスキーなどの100分の1秒で結果を競うスポーツ種目を中心に、様々なスポーツの計時・計測技術やリザルト表示機器の開発に取り組んでいます。

その大きな目的の一つはスポーツの振興への貢献です。スポーツはその競技をより面白く魅せるためであったり、より高い技術レベルを目指すためであったり、あるいは選手の安全性を向上させるために度々ルールの変更が行われていきます。セイコーはどのようなルール変更がなされても正しく公正に結果を提供できるよう、常に最新のルールを理解し正しく精度に落とし込むための開発を行っています。最近で言えばアーティスティックスイミング、水球などの競技で大幅なルール変更がありました。

またルール変更ではないものの、その競技の記録更新に貢献できる技術の開発や多くの選手が最高水準の計時・計測技術、リザルト表示により演出される雰囲気の中で競技することを楽しむことでその競技が普及していくことを目指した開発も行っています。

かつては3万人を超える市民マラソンで一人ひとりの記録を5km単位で正しく測ることができる通信技術や、水中と水上の屈折による映像のずれを補正するカメラなどの開発、さらに最近では走り幅跳びや三段跳びの計測に向けて開発した画像測定装置のJMS (Jump Management System) などがあります。JMSは踏切と着地の瞬間を画像計測し、最新のカメラ技術にデータ認識技術を組み合わせることで、瞬時にその瞬間を捕捉することを可能にしました。これにより今まで以上に高精度で反則等をジャッジできるほか、選手がすぐに踏切点をチェックし次のジャンプに向けスタート地点の微修正を行って好記録に結びつけることができます。さらに競技をテンポよく進めていくことで選手のリズムを守り怪我の防止にも貢献できています。

セイコーでは計時計測、リザルト表示を通して、大会運営や選手の活動サポート、育成支援、そして競技人口の裾野拡大に貢献するタイミングソリューションを目指していきます。



跳躍踏切判定システムJMS (Jump Management System)

踏切ラインの延長線上に設置されたハイスピードカメラがセイコー独自のアルゴリズムで選手の跳躍の瞬間を捉え、跳躍が有効であるか無効であるかを測定。有効であれば踏切板の横にあるランプが緑色に点滅し、無効であればランプが赤色に点滅する仕組みです。

写真：落合直哉

踏切の瞬間の画像をモニターに表示

photo by aflo sport

ランプが緑の場合は試技成功。反対に赤の場合は失敗となる

ブランディング戦略

社会的価値・技術的価値・感性的価値を重視したブランディング戦略により、お客さまに感動と笑顔をお届けするセイコーブランドを目指します。

基本方針

SEIKOは、社会課題に向き合い、自社の社会的価値・技術的価値・感性的価値を通して、世界中の人々の心を豊かにし、笑顔であふれる未来を創るためのブランディングを行う。

セイコーが世の中に届け続けてきたものは、製品やサービス、テクノロジーだけではありません。長い歴史の中で、築き上げてきた確かな技術と人々に感動をお届けする製品・サービスを通じて、社会に多くの価値を生み出してきました。これからも、セイコーは技術的価値と感性的価値が生み出す社会的価値をより重視したブランディング活動を行い、世界中に笑顔をお届けします。

SEIKOのブランディング戦略を支える3つの価値軸

技術的
価値

技術で時代の一步先をいき、
革新とたゆみないチャレンジをするブランド

社会的
価値

社会課題の解決により持続可能な社会へ
Well-being Inclusion Trust Harmony
よりよい人生を すべての人に 確かな信頼で 地球との調和

感性的
価値

エモーショナルバリューにより
世界中の人々に感動や笑顔を提供するブランド

2022年度の進捗

中期経営計画1年目は、特にグループパーパスの体現を意識した取組みの強化に挑戦しました。具体的には、ブランドロゴの露出を増やすことに固執するのではなく、「感動の提供」や「笑顔の創出」につながるスポーツや音楽をテーマにした活動や、SEIKO HOUSE GINZAを活用した情報発信等、当社独自のブランディング活動を推進しました。

2023年度の取組み

今後の課題は「ブランディング活動の発信力の強化」と考えています。コロナ禍を乗り越え、感染対策や制限のないスポーツや音楽のイベントが各地で再開されています。当社も感動提供、笑顔創出を意識したリアルイベントをさらに強化するとともに、当社の活動を世界中のより多くの人々に認知いただき、信頼と共感を得ることによりブランド価値向上やSMILE145の実現を目指します。そのためにSEIKO HOUSE GINZAを拠点とした新たな発信や、グローバル発信を強化していきます。

主な取組み

スポーツを通して世界中の人々に感動をお届けするブランディング

1987年から世界陸上のオフィシャルタイマーを担当しています。18大会目となるハンガリー・ブダペスト大会では、セイコーの革新が生んだ新機材「三段跳フェーズ計測システム」を投入し、新たなスポーツ観戦の楽しさを提供しました。そして、現地の小学生アスリートを会場に招待し、セイコースマイルアンバサダーの福島千里さんによるスポーツ教室を開催するなど、スポーツを通じて現地での次世代育成を実施しています。また、今大会で初めて「日本代表オフィシャルスポンサー」を務め、出場された日本選手の活躍を後押ししました。正確な計時・計測を通じて、これからも世界中に笑顔と感動の瞬間をお届けしていきます。



世界に広がる次世代育成

セイコーだから届けられる「本物」の体験をとおり、笑顔あふれる未来につなげる次世代育成プログラム「わくわく教室」も6年目を迎え、参加者も年々拡大しています。2023年は、海外で初となる台湾での時計教室を開催。約200人の子どもたちへ「時」や「時計」について楽しく学ぶ体験をお届けしました。本教室では、他にもスポーツ・音楽・環境のメニューを実施しており、学びとおしたCSR活動に取り組みながらブランド価値向上を推進しています。



次世代へ「笑顔をつなぐ」復興支援

2023年3月、通算42回目となる「わ」で奏でる東日本応援コンサートを開催しました。東日本大震災の記憶を風化させず、次世代につなげるために、12年経過した現在も継続してコンサートを開催しています。2023年のテーマは「笑顔をつなぐ」。俳優ののんさん、ウクライナのソプラノ歌手オクサーナ・ステパニユックさんが初めて参加し会場を盛り上げました。2024年には3月10日に東京国際フォーラムで開催を予定しており、今後も当社独自の復興支援の取組みを継続していきます。



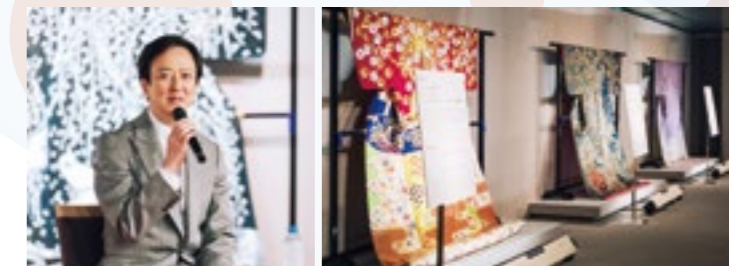
“わ”で奏でる
東日本応援コンサート



銀座から日本文化の魅力を発信

日本独自の美意識をウォッチ等の製品デザインに取り入れてきた当社グループでは、2023年に日本文化の魅力を再発見・発信するための「時と日本文化プロジェクト」を開始しました。第一弾として日本を代表する歌舞伎俳優・坂東玉三郎さんの衣裳展を開催。今後もSEIKO HOUSE GINZAにて、日本の伝統文化・ものづくり・アート等のイベントを開催し、日本文化の魅力を多くの人に体感いただける機会を提供します。

時と日本文化プロジェクト



写真：落合直哉