

サステナビリティ戦略



常務執行役員
サステナビリティ推進担当
金川 宏美

一人ひとりの想いが、未来を動かす

セイコーグループは、グループパーパスを原点に、サステナビリティ方針で掲げる“WITH”の理念のもと、社会課題の解決とグループの持続的な成長の両立を目指しています。

この取り組みの中心にいるのは、社員一人ひとりです。日々の業務の中で社会課題を「自分ごと」として捉え行動に移す、自分の働く会社を、家族や友人に誇れる存在にしたいという想いが、セイコーグループの未来を力強く支えてくれると確信しています。

私たちは、経済活動がますますグローバルに広がる中で、サプライチェーンを含む多様なステークホルダーの皆さまと手を取り合いともに歩みながら、脱炭素経営の推進、グループマテリアリティへの対応、そして非財務情報の開示強化という3つの柱を軸に、サステナビリティ活動をさらに加速させています。

そして、「ソリューションカンパニー」への進化を目指し、挑戦と革新を続けることで、社会に信頼と感動をお届けし、持続可能な未来の実現に向けて一歩ずつ歩みを進めていきます。

グループパーパス

革新へのあくなき挑戦で、人々と社会に信頼と感動をもたらし、世界中が笑顔であふれる未来を創ります。

企業理念

社会に信頼される会社であること

サステナビリティ方針

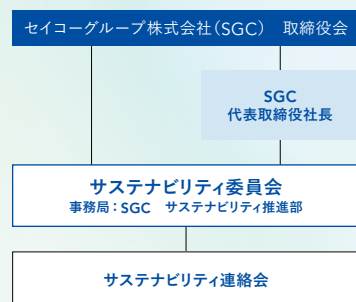
セイコーグループは、グループパーパスを原点に、“WITH”

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。

サステナビリティ
<https://www.seiko.co.jp/csr/>

推進体制



サステナビリティ委員会

代表取締役社長を委員長とし、サステナビリティ推進担当役員をはじめとした常勤役員、グループ各社代表取締役で構成されています。気候変動に係る重要事項を含む、当社グループのマテリアリティに関する事項につき、原則年2回の定例会、必要に応じて開催される臨時委員会で議論のうえ決議を行い、決議内容を取締役に報告します。サステナビリティ委員会で決議された内容に基づき、担当役員が中心となって活動を進めています。

なお、サステナビリティ連絡会は担当役員をチーフとし、各社担当者によって構成され、課題の共有および議論等の目的で原則年3回開催しています。

マテリアリティ

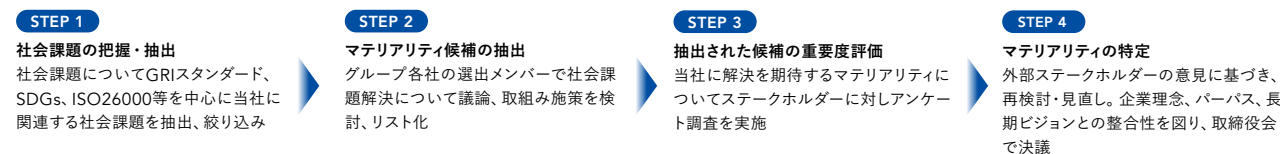
マテリアリティ	キーマクション	主な取組み
Well-being よりよい人生を		
働きがいの実現と多様な人材の活躍	人材の育成を成長戦略の柱とし、エンゲージメント向上とダイバーシティ推進への取り組み	• 人材の育成（事業家人材・DX人材の育成施策実施、制度を含む環境整備） • エンゲージメント・サーベイの実施 • 多様な人材の採用、活躍推進の目標設定 • 健康経営の推進
心身の健康増進・福祉の実現	医療、ヘルスケア向けビジネスの開発・提供	• 外部連携による医療・ヘルスケア向けデバイスや材料の開発・販売による医療分野への参画
人権尊重への取り組み	人権デュー・ディリジェンスの実施	• 人権デュー・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
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	• 「セイコーわくわく教室」の継続的实施 • 「Seiko Summer Jazz Camp」の開催

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つながる「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	• 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
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	• 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
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	• 地域住民やコミュニティと協働した、社会貢献につながるスポーツイベントの振興や美化活動等の促進

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活かした高品質／高付加価値を提供する製品・サービスの展開	• デジタルトラスト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
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	• 調達方針の改定 • 調達ガイドラインの制定および運用
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	• 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

Harmony 地球との調和		
気候変動・脱炭素への取り組み	セイコーグループの温室効果ガス排出量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	• 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
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	• 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
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	• 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

マテリアリティ特定プロセス



サステナビリティ戦略

気候変動(TCFD提言に基づく情報開示)



ガバナンス

気候関連のリスクおよび機会などを含む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。

 **ガバナンス推進体制**
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tcfd/>

戦略

グループ全事業を対象としてシナリオ分析を実施し、以下のとおり、重要性の高いリスクおよび機会の評価を行い、対応策を策定、推進しています。なお、シナリオは、2°C未満シナリオから1.5°Cシナリオへの見直しを行っています。

シナリオ分析ステップ



気候関連リスク

リスク区分		リスク内容	事業インパクト(2030年)*1	
			1.5°Cシナリオ	4°Cシナリオ
移行 リスク	政策・規制	炭素税導入・強化によるコスト増加	8.5億円*2 中	4.8億円*2 中
	市場	取引先からの気候関連対策の要請に対応できないことによる売上減少	中	中
		原材料価格の上昇による仕入れコスト増加	小	小
物理 リスク	急性	異常気象によるサプライチェーンの寸断・物流遅延による売上減少	小	中
		異常気象による工場・店舗の運営中断・人員確保困難に伴う売上減少	中	大
	慢性	異常気象増加による損害保険料の増加	中	中

*1 事業インパクト大：利益影響10億円以上、あるいは、事業の撤退、または数か月以上の事業中断等、事業に対し極めて重大な影響をもたらす。
事業インパクト中：利益影響1億円以上10億円未満、あるいは、事業計画への影響、事業の縮小、または1週間～1か月程度の事業中断等、事業に対し重大な影響をもたらす。
事業インパクト小：利益影響1億円未満、あるいは、事業計画への影響・事業中断はほとんどなく、事業に対し影響をもたらすが軽微である。
*2 2030年度のGHG排出量(Scope1、2)を成長予測および削減計画に基づき算出し、1.5°C・4°CシナリオごとのIEA炭素価格を掛けて算出。為替レート 1USD=145JPY

シナリオ分析の結果、脱炭素社会への移行における当社グループのレジリエンスが検証できました。気候変動に対するレジリエンスをより高めるべく、引き続き、戦略的な取組みを推進していきます。

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、当社代表取締役社長を委員長とするセイコーグループリスクマネジメント委員会が中心となり、グループ全体のリスク管理体制の整備・強化に取り組んでいます。

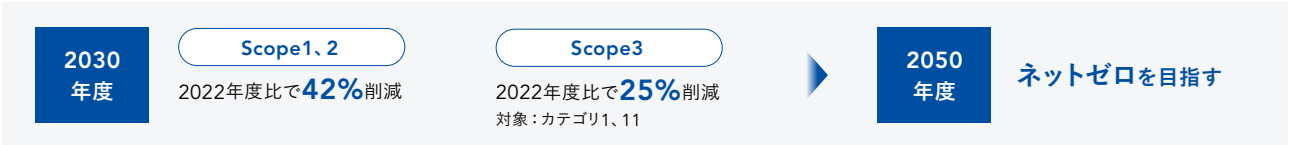
 **グループリスクマネジメント推進体制**
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tcfd/>

指標と目標

温室効果ガス排出量削減の長期目標

当社グループは、2023年11月、長期目標を改定し、国内拠点の温室効果ガス排出量から戦略的に削減を進めています。なお、2030年度に向けた目標については、パリ協定で定める1.5°C水準に整合した目標であるとして、SBTi(Science Based Targets initiative)からSBT認定を取得しました。

温室効果ガス排出量削減の長期目標

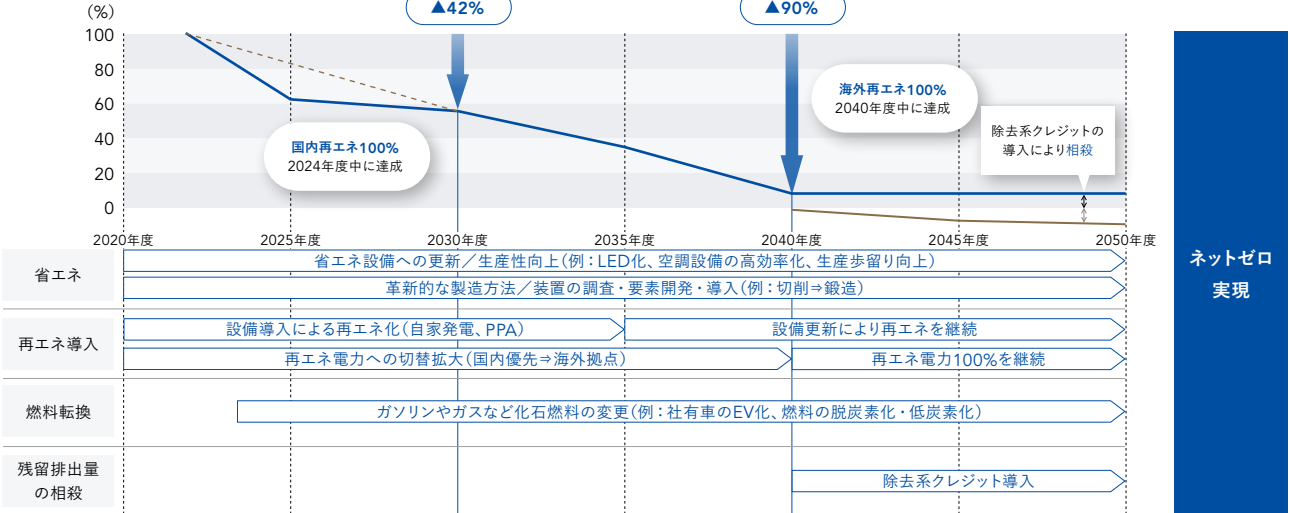


脱炭素移行計画

Scope1、2

温室効果ガス排出量削減の長期目標改定に伴い、脱炭素に向けたロードマップを改定しました。既存設備の省エネ設備への更新、生産性向上、革新的な製造方法や装置の調査・要素開発・導入による省エネを継続して進め、再エネ導入については、設備導入から優先して行い、各拠点の再エネ電力への切り替え計画を前倒しして進めます。これにより、国内拠点100%再エネ化は2024年度に達成しました。海外拠点も含めた全拠点の100%再エネ化は2040年度中に達成する計画です。使用する燃料も化石燃料から脱炭素・低炭素なものに切り替えを図り、残留排出量については除去系クレジットの導入で相殺し、2050年度にネットゼロの実現を目指します。

GHG排出量

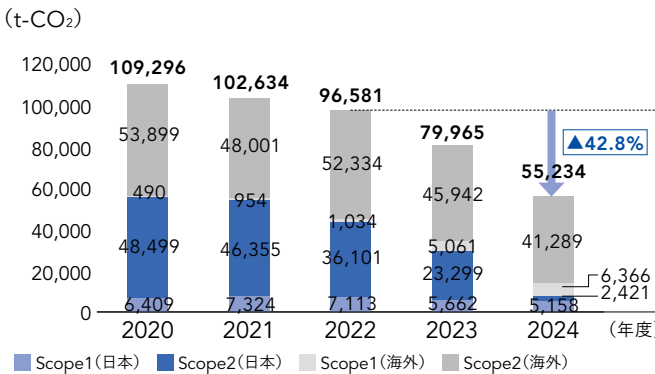


2024年度の温室効果ガス排出量実績

Scope1、2

2024年度の温室効果ガス排出量は55,234t-CO₂となり、2022年度比で42.8%削減しました。長期目標達成に向けて必要な2022年度比の削減率である10.5%を大きく上回ることができました。これは各拠点での省エネ活動の推進に加え、国内の全拠点における使用電力を実質100%再生可能エネルギー化したことで実現しました。また、当社グループの全使用電力における再エネ電力比率は、49.1%となりました。

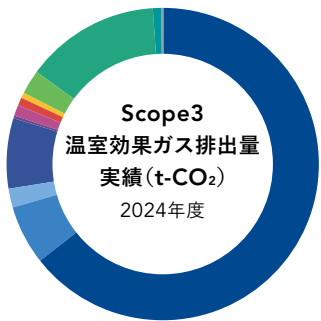
温室効果ガス排出量(Scope1、2)



サステナビリティ戦略

Scope3

Scope3については、2021年度からグループ全体での算定を実施しています。2024年度の排出量は572,561t-CO₂で、売上増加に伴う購入製品・サービスの増加があった一方、低消費電力製品の販売比率が上昇し、2030年度削減目標の基準年2022年度比でほぼ横ばい(▲1t-CO₂)となりました。カテゴリ1、カテゴリ11が主要な排出源となっています。



カテゴリ	項目	温室効果ガス排出量 (t-CO ₂)	%
カテゴリ1	購入した製品・サービス	369,423	64.5%
カテゴリ2	資本財	35,373	6.2%
カテゴリ3	Scope1、2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	11,074	1.9%
カテゴリ4	輸送、配送(上流)	41,928	7.3%
カテゴリ5	事業活動から出る廃棄物	1,676	0.3%
カテゴリ6	出張	5,188	0.9%
カテゴリ7	雇用者の通勤	5,048	0.9%
カテゴリ8	リース資産(上流)	123	0.0%
カテゴリ9	輸送、配送(下流)	3,692	0.6%
カテゴリ10	販売した製品の加工	13,777	2.4%
カテゴリ11	販売した製品の使用	79,961	14.0%
カテゴリ12	販売した製品の廃棄	4,826	0.8%
カテゴリ13	リース資産(下流)	473	0.1%
カテゴリ14	フランチャイズ	-	-
カテゴリ15	投資	-	-
合計		572,561	100.0%

生物多様性保全 (TNFD提言に基づく情報開示)

TNFD提言への対応

TNFDは、自然資本に関する事業のリスク・機会を適切に評価し、開示するための枠組みを構築する国際的なイニシアティブです。当社はTNFDの最終提言に沿った初期的な調査と開示を行いました。また、TNFDの理念に賛同し、2025年4月にその活動をサポートするTNFDフォーラムへ参画しました。

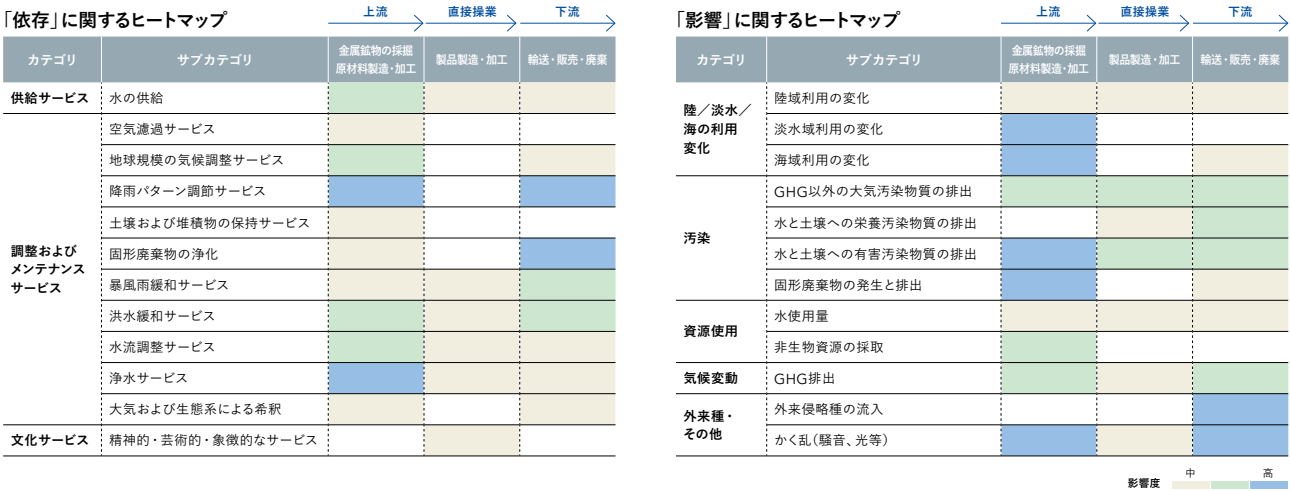


戦略

当社グループの主な事業分野について、バリューチェーン全体を対象に、自然資本への依存・影響とリスク・機会を俯瞰的に評価しました。

依存・影響の特定・評価

ENCORE(組織が自然関連のリスクや影響を把握するための分析ツール)を活用し、対象とした主要な製造関連事業の活動と関わりの深い生態系サービスを特定し、依存と影響を5段階で評価したうえで、中程度以上の3段階を抽出しました。可視化したヒートマップは以下のとおりです。



リスク・機会の特定・評価

自然資本への依存・影響の評価をもとに、当社グループの事業活動において、財務的な影響度が高いと考えられるリスクと機会を以下のとおり特定しました。今後は自然資本への依存・影響度が高い事業拠点を特定し、リスク・機会への具体的な対応策を検討のうえ推進していきます。

リスク区分			リスク内容
リスク	移行	政策・規制	• 水使用量の制限、汚染に関する規制強化、温室効果ガス排出規制強化、RoHS指令強化などによる調達品コストの上昇や代替品への切り替えに伴う商品開発費用の発生
		市場	• 環境負荷低減を求める消費者の購買行動の変化に対応できない場合の収益減少 • 顧客の環境志向変化を背景とした、調達品の変更に伴うコストアップや商品開発費用の発生
		技術	• 自然への負荷が少ない技術への移行のための技術開発、導入等の費用の増加による調達品コストの上昇 • 自然への負荷が少ない技術等、研究開発の対応の遅れによる収益低下

機会区分		機会内容
機会	資源効率化	• リサイクル原料の利用、3Rの徹底、温室効果ガス排出削減に資する生産技術の導入によるコストダウン • 節水や水の循環利用促進につながる設備の導入による安定した生産とコストダウン
	市場	• 森林保全や海洋保護の活動等、生物多様性保全に関連付けた製品による市場評価の獲得および収益の増加

生物多様性保全

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

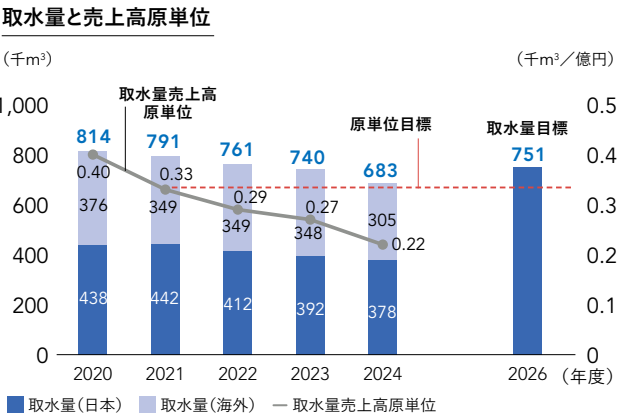
水資源

水リスクの評価

当社グループの全生産拠点について、水リスク評価のグローバルツールとなっているAqueduct、およびWater Risk Filterを用いて調査を行った結果、現時点、および2030年時点(予測)で、海外5拠点(タイ3拠点、中国2拠点)が水ストレスの高い地域に位置していることが判明しました。当該拠点における2024年度の取水量の合計は174千m³であり、これは当社グループの総取水量の25.4%となります。

目標と実績

取水量売上高原単位目標(2021年度実績：0.33千m³／億円)に加えて、取水量削減の取組みをより明確にするために、2026年度に取水量を2021年度比で5%削減する新たな目標を設定しました(取水量の2021年度実績：791千m³)。2024年度の取水量は683千m³となり、2023年度より57千m³、7.7%削減しました。取水量売上高原単位は、2023年度の0.27千m³／億円と比べ0.22千m³／億円まで減少しました。



水資源

https://www.seiko.co.jp/csr/environment/water_resources/

サステナビリティ戦略

人権

当社グループは、グループパーパスにある「世界中が笑顔であふれる未来」を創造し、「社会に信頼される会社であること」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、「セイコーグループ人権方針」を策定しています。人権方針は国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」をもとに策定され、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人権を尊重し、侵害しないよう、ステークホルダーと協力しながら改善に努めています。

人権に関する取組みの推進責任者はサステナビリティ推進担当役員が担い、サステナビリティ推進部が主担当となって人権デュー・ディリジェンスなどを行っています。取組みの進捗状況は、サステナビリティ委員会が定期的に取締役役に報告し監督を受けています。今後も、人権方針に基づく活動を円滑に推進していきます。

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

人権デュー・ディリジェンス

当社グループでは、「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を構築・運用しています。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年度に実施した「人権リスクアセスメント」(人権への影響評価)では、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。

当社グループは、今後も特に注意すべき重要人権リスク(潜在・顕在含む)の予防・是正に向けて、継続してステークホルダーとの対話の機会を確保し協議を行っていきます。また、今後も各事業会社で改善に向けたPDCAサイクルを継続的に実施し、当社グループ全体の人権デュー・ディリジェンスの取組みを強化し、潜在的なリスクの低減に努めています。

 人権デュー・ディリジェンス
https://www.seiko.co.jp/csr/society/human_rights.html#title03

苦情処理メカニズムの整備状況

当社は、企業倫理・コンプライアンスに関する社員の相談・通報窓口として「企業倫理ヘルプライン」を設置しています。社内窓口のほか弁護士事務所に外部窓口を設け、利用者が相談・通報しやすい環境を整えています。

また、当社グループはサプライヤーとともに持続可能な調達活動を推進するため、サプライチェーン上の救済メカニズムの構築に向けて、「お取引先向け通報窓口」を設置しています。

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、当社グループのサプライチェーン上(自社／サプライヤー・委託先／原材料の調達先／販売先等)で発生しうる人権リスクの重要度について初期的な評価を行うため、ステークホルダーとの対話・協議(各事業会社に対するヒアリングやアンケートを用いたリスク認識の調査)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」と「発生可能性」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、とりわけ早急に予防・是正が必要な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。

特に注意すべき重要人権リスクと予防・是正に向けた対応方針

	特に注意すべき重要人権リスク(潜在・顕在含む)		予防・是正に向けた対応方針	
自社	労働時間	 自社内における長時間労働・過重労働	➡	長時間労働・過重労働に関する取組み(既存施策)の継続・強化
	パワハラ	 自社従業員間でのパワー／モラルハラスメント	➡	④ ハラスメント関連研修の拡充・強化
	労働安全衛生	 自社内の労働環境における安全・衛生の不備	➡	労働安全衛生に関する取組み(既存施策)の継続・強化
	消費者の安全と知る権利	 自社製品・サービス等の欠陥による消費者の健康や安全の侵害	➡	製品納入先への製品説明に関する取組み(既存施策)の継続・強化
	差別的対応	 自社サービス提供時の顧客(消費者)への差別的対応	➡	④ 自社BtoB商材の間接的人権リスク／経済安全保障リスクの把握・是正
		評価・待遇・昇進等における自社従業員への差別的対応	➡	④ 女性管理職増加を目指すプログラムの拡充・強化
サプライヤー・委託先	強制的な労働	 サプライヤーや委託先(主に海外)における深刻な形態の強制労働・奴隷労働	➡	
	児童労働	 サプライヤーや委託先の工場(主に海外)における深刻な形態の児童労働	➡	④ 調達ガイドラインに基づいたサプライヤー管理スキームの構築 ④-1. サプライヤーに対する調達ガイドラインの周知徹底 ④-2. SAQ等を通じた調達ガイドライン遵守状況の確認
	労働時間	 サプライヤーや委託先における長時間労働・過重労働	➡	
原材料の調達先	紛争等への加担	 紛争鉱物の利用による紛争・人権侵害への加担	➡	
	強制的な労働	 原材料の生産現場(主に海外)における深刻な形態の強制労働・奴隷労働	➡	④ 高リスク原材料の特定・排除に向けた取組みの強化 ④-1. 「責任ある鉱物調達」への対応推進 ④-2. 「注意すべき原材料リスト」の作成・配布(対サプライヤー)
	児童労働	 原材料の生産現場(主に海外)における深刻な形態の児童労働	➡	
	労働安全衛生	 原材料の生産現場における安全・衛生の不備(海外)	➡	
販売先 等	紛争等への加担	 自社製品の利用による紛争・人権侵害への加担	➡	④ 自社BtoB商材の間接的人権リスク／経済安全保障リスクの把握・是正

※ ④～⑥ とりわけ早急に予防・是正が必要な重要人権リスクへの対応

 ④～⑥ の具体的な対応方針
https://www.seiko.co.jp/csr/society/human_rights.html#title05

経済安全保障リスクの把握・是正

当社グループはグローバルに事業活動を展開しており、各地域の政治・経済情勢を取り巻く多様なリスクを慎重に考慮する必要があります。特に近年では、国際的または地域的な紛争に伴って、自社製品が紛争や弾圧に利用されることで、企業が販売先を通じて間接的に人権侵害に関与するケース等も想定されます。

当社グループでは、経済安全保障リスクの中でも特に、「自社製品の利用による紛争・人権侵害への加担」を重要人権リスクの一つとして認識し、自社BtoB商材の間接的人権リスクの把握・是正のため、2023年度に経済安全保障デュー・ディリジェンスを実施しました。

今後は、サプライチェーン全体での人権リスク管理をより一層強化するため、当社グループ全体に及び体制構築を検討し、適切な推進に向けて準備を進めていきます。

サステナビリティ戦略

調達

当社グループは、サプライヤー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。「セイコーグループ調達方針」の制定に加え、レスポンシブル・ビジネス・アライアンス行動規範をもとに各種基準を参考にしながら自社の事業環境とマテリアリティを考慮した「セイコーグループ調達ガイドライン」を策定し、サプライヤーへの賛同も求めています。



セイコーグループ調達方針・セイコーグループ調達ガイドライン

<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。この推進体制の下、重要サプライヤーおよび人権ハイレスクサプライヤーの特定、サプライヤーへの説明会の開催、SAQ (Self-Assessment Questionnaire) 調査を開始しました。

SAQ (Self-Assessment Questionnaire) 調査

2023年度より開始したSAQ調査では、サプライチェーンにおけるリスク把握のため、9つのテーマ（CSRに関わるコーポレートガバナンス、人権、労働、環境、公正な企業活動、品質・安全性、情報セキュリティ、サプライチェーン、地域社会との共生）に沿って、それぞれのサプライヤーにおける、方針・ガイドラインの有無、推進体制、取組み状況等を確認しています。調査に使用するSAQ調査表は、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンのサプライチェーン分科会が発行する「CSR調達セルフ・アセスメント質問表（共通SAQ）」をベースとして作成されています。

SAQ調査結果の評価の考え方

回収した回答を集計してサプライチェーン全体のリスク傾向を分析するとともに、サプライヤーごとに総得点率とクリティカル設問の回答状況から3段階（ローリスク／ミドルリスク／ハイレスク）のリスクランク判定を行うことで、リスクのあるサプライヤーの顕在化を図っています。クリティカル設問には、人権デュー・ディリジェンスで特定した重要人権リスクである、サプライヤーや委託先における「強制労働」「児童労働」「長時間労働・過重労働」に関する設問を選定し、重点的にリスク判断を行いました。

調査後には、ご回答いただいた全てのサプライヤーにフィードバックシートを送付して調査結果を通知しました。特にハイレスクに該当したサプライヤーに対してはSAQ設問に関連する取組み状況を面談でヒアリングするなど、より適切なリスク判定に努めるとともに、今後リスクが顕在化した場合にはグループ全体でリスクの軽減に取り組むことができる体制づくりを行っています。

2024年度の調査では約180社のサプライヤーから回答をいただき、ローリスクに該当するサプライヤーの比率は前年度と比較して12%増加しました。

責任ある鉱物調達

当社グループは、武装勢力による人権侵害や紛争に加担するおそれのある、紛争地域で採掘された鉱物を使用しないよう、2023年11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。方針では、経済協力開発機構（OECD）が定めた「OECD 紛争地域および高リスク地域からの鉱物の責任あるサプライチェーンのためのデュー・ディリジェンス・ガイダンス」に基づき、責任ある鉱物調達を推進することを定めています。2024年度には当社グループにおける鉱物の調達状況とサプライチェーンの把握状況を確認し、3TG（錫、タンタル、タングステン、金）・コパルト・ダイヤモンド・カラーストーン（ルビー、サファイア、エメラルド）を調査対象の鉱物として選定しました。



セイコーグループ 責任ある鉱物調達方針

<https://www.seiko.co.jp/csr/society/supplier/#title06>

責任ある鉱物調達に関するトピックス

2025年1月、責任ある調達連絡会のメンバーを対象に「責任ある鉱物調達勉強会」を開催しました。外部専門家から責任ある鉱物調達に取り組む意義や、国際イニシアティブとルールについてご講演いただいた後、当社グループが今後推進する取組みの方針について説明しました。



コミットメントと外部評価

外部イニシアティブへの参画



国連グローバル・コンパクト



The Valuable 500



気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)



日本気候リーダーズ・パートナーシップ (JCLP)



気候変動イニシアティブ (JCI)



SBTi (Science Based Targets initiative)



自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD) フォーラム

外部評価



CDP (気候変動)



FTSE Blossom Japan Index



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index



S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数



Morningstar日本株式ジェンダー・ダイバーシティ・ティルト指数 (除くREIT)

2025 CONSTITUENT MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数

MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数

THE INCLUSION OF SEIKO GROUP CORPORATION IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF SEIKO GROUP CORPORATION BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

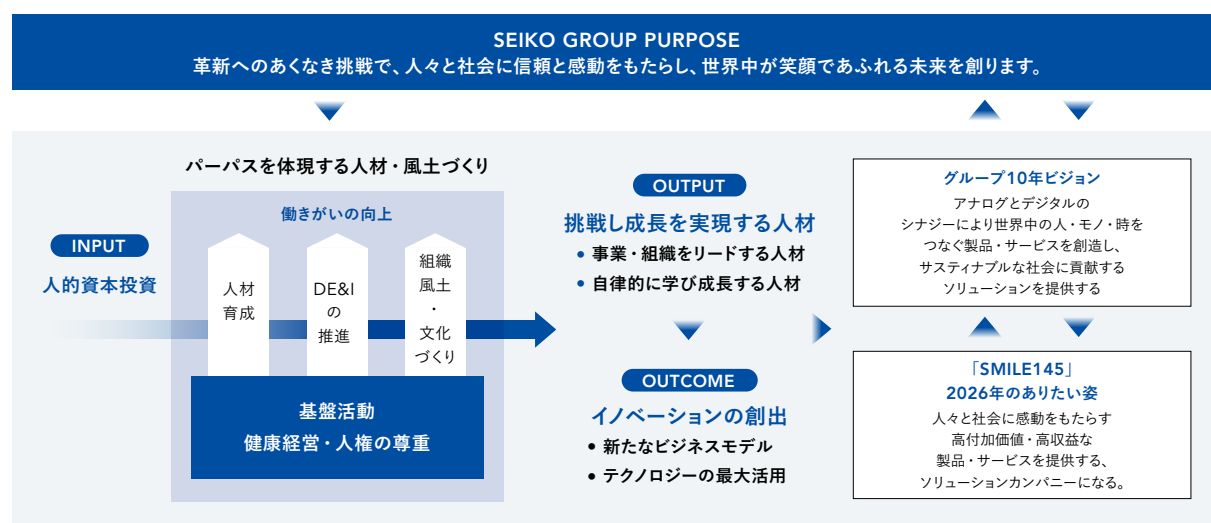
人材戦略

基本方針

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。

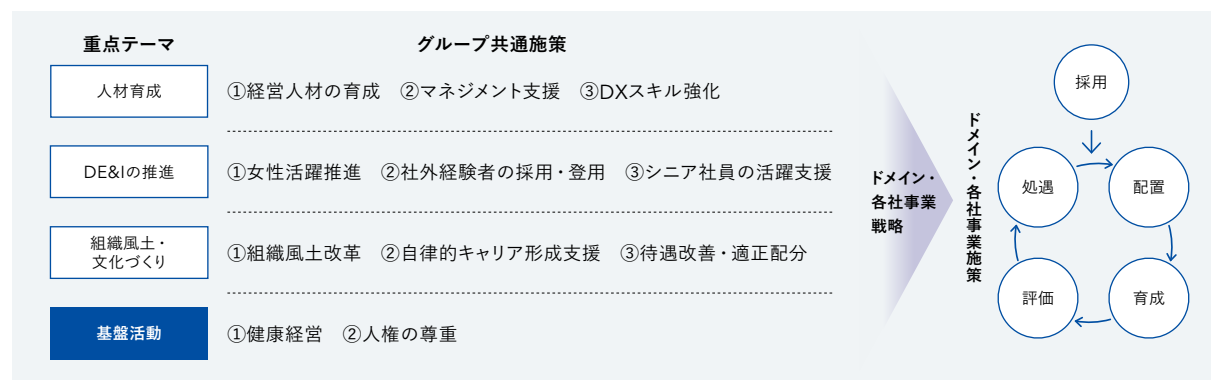
グループパーパス実現のために取り組む人的資本経営

当社グループの人的資本経営は、グループパーパスを体現する人材・風土づくりを中心とした人材戦略への投資を通じて、挑戦し成長を実現する人材を輩出し、イノベーションを創出することで、中長期ビジョンを達成するとともに、企業価値を向上させ、次なる人的資本への投資を生み出すというサイクルの考えのもとで推進しています。



第8次中期経営計画「SMILE145」と連動した人材戦略

「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す」をグループ人材戦略の基本方針として掲げています。その中で、重点テーマとして「人材育成」「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進」「組織風土・文化づくり」を設定するとともに、基盤活動としての「健康経営」「人権の尊重」を定め、グループ共通の取組みおよびドメイン・各事業会社の施策に取り組んでいます。



グループ共通重点テーマ

人材育成

取り巻く経営環境の変化に素早く適応し、ビジネスや組織の変革をリードする経営人材の計画的な育成に取り組むことで、当社グループの競争優位性の維持向上につなげます。

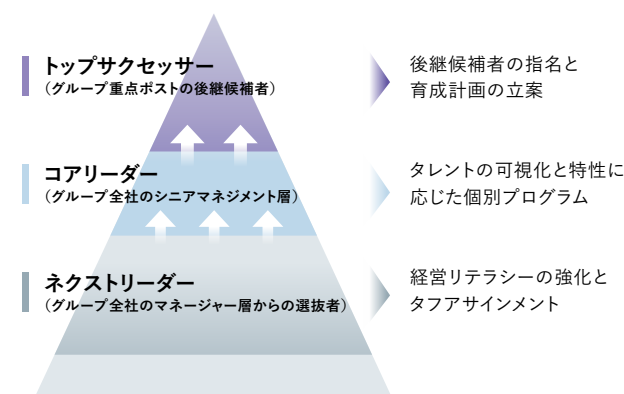
経営人材の育成

複雑化する経営環境の中で、企業価値を高め、サステナブルな成長を実現していくためには、グループ経営や各事業の推進を担う経営人材を早期かつ計画的に育成することが必須であるとの考えのもと、各種プログラムに取り組んでいます。

グループにおける経営リーダー候補層を「トップサクセッサー」「コアリーダー」「ネクストリーダー」の3階層に分類し、グループにおける重点ポストの後継候補者の指名および育成計画の立案(サクセッションプラン)やグループのシニアマネジメント層への早期抜擢につなげるタレントの可視化施策、次世代のリーダー候補者を対象とした経営リテラシー教育の

実施とより難易度の高い役割への登用(タフアサインメント)を推進するプログラムを展開しています。

次世代リーダー候補者を対象としたこの育成プログラムでは、グループ各社から様々なバックグラウンドを持った人材が選抜され、約1年間かけて経営戦略の基礎を学ぶとともに、変革リーダーとしてビジョン構築、リーダーシップを身につけていきます。そしてプログラム終了後、それぞれの育成プランに基づいて、より高い役割や環境が大きく変化する業務の付与(タフアサインメント)を行い、成長を促進していきます。



次世代リーダー育成プログラム

VOICE | 従業員インタビュー



ともに学んだ仲間とセイコーグループに変革の波を起こしていきたい

次世代リーダー育成プログラム

このプログラムでは、経営知識を学ぶことはもちろんのこと、終始一貫して「リーダーとしてどのように行動すべきか」を問われました。リーダーは、メンバーそして自らを動機づける意志がないといけなく、そのためには常に視座を高く持つことが重要であると学びました。そして、プログラムが終わるころには、ビジネスや会社組織をこうしたい、という強い想いを持つようになりました。現在は、執行役員という立場になり、メンバーに対して、リーダーとして何を成し遂げたいのかという意志を明確に示すことを心がけるとともに、「一人ひとりが自らの意志を持って行動しよう」と呼びかけています。

これから、ともに学んだ次世代のリーダーたちとセイコーグループのさらなる変革に向けた波を起こしていきたいと思っています。

グループ共通重点テーマ

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)の推進

変化に強い組織となるためには、多様な価値観と強みを持つ人材が集い、それぞれのメンバーが持てる能力を最大限に発揮していくことが不可欠であるという考えのもとで、多様な仲間の活躍を推進します。

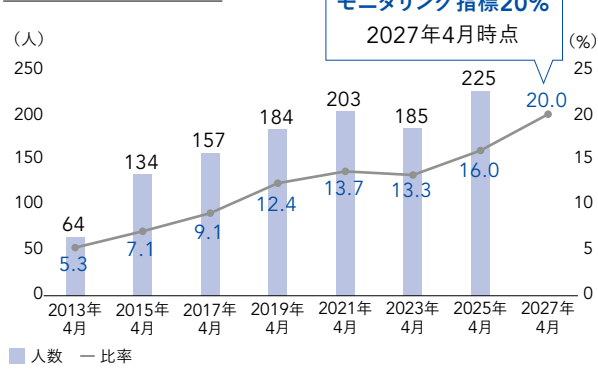
女性活躍推進

セイコーグループでは、2013年度より女性活躍推進を起点に、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)の取組みを継続的に強化してきました。これまで取り組んできた仕組み・制度面の充実に加え、2024年度からは、次世代の女性リーダー育成を目的とした新たなプログラムとして「Seiko Woman Academy」をスタートしています。グループ各社から選出された女性社員が、社内外のロールモデルとの対話や強みを活かしたリーダーシップ開発を通じて、それぞれのリーダー像を描き、積極的なキャリアアップを志向し

ていくことを目指します。この取組みを通じて、参加者同士のネットワーク形成やグループ内での理解・認知も広がっており、女性管理職比率20%(2027年4月目標)に向けた基盤づくりを進めています。

今後も、女性社員が個々の強み・特性を活かしてステップアップしていくためのサポート施策・環境の整備を進めることで、多様な人材が活躍できる変化に強い組織を目指していきます。

女性管理職比率の推移



Seiko Woman Academy

両立支援

社員がライフイベントと仕事を両立しながら安心して働き続けることができる環境づくりを目指して、柔軟な働き方を実現する制度づくりと職場の理解を促進する取組みを行っています。

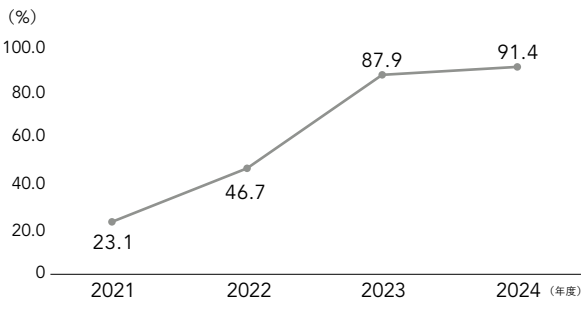
特に男性育児休業取得の推進においては、2022年度から最大4週間を100%有給で取得できる出生時育児休業を導入するとともに、経営トップによる取得啓発メッセージの発信、セミナーの開催、男性育児休業取得者の体験談の共有を通じて、

男性の育児参加を積極的に支援する職場づくりを行っています。

2024年度の男性育児休業取得率は91.4%となりましたが、取得率100%を目指してさらなる啓発の取組みを強化していきます。

これからも社員のライフイベントや業務効率向上の観点から、短時間の勤務や在宅勤務・シェアオフィス活用など、時間や場所にとらわれない柔軟な働き方を支援する取組みを積極的に行っていきます。

男性育児休業取得率



* セイコーグループ(株)および国内事業会社8社



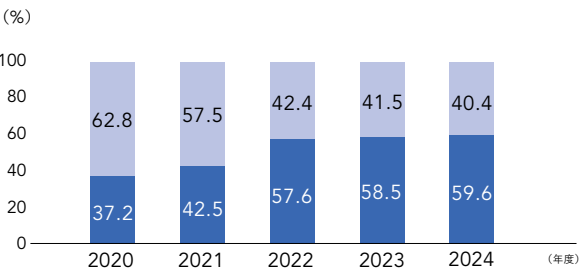
育児休業取得中の社員

キャリア採用

新たな知見や多様な価値観を取り入れることで、組織の変革とイノベーション創出を加速するため、積極的にキャリア採用に取り組んでいます。採用にあたっては、公平・公正な選考を徹底するとともに、入社後の早期活躍・定着に向けたコミュニケーション強化のための取組みを行っています。

また近年では、退職した社員と会社がネットワークを持ち続ける「アルムナイ」の枠組みの中から、社外での経験や視点を得て、再びグループに入社する事例が増えており、即戦力としての活躍だけでなく、組織に良い影響を与えています。

採用比率



* セイコーグループ(株)および国内事業会社8社

VOICE | 従業員インタビュー

Seiko Woman Academyでの学びが一人ひとりの「強み」に 目を向けるきっかけに

Seiko Woman Academy

「Seiko Woman Academy」への参加を通じ、自身の特性を再認識するとともに、チームメンバーそれぞれの強みや個性に目を向けるようになりました。多様な価値観を尊重し合うことが、働きやすい職場づくりやチームの力を最大限に引き出す鍵であると実感しています。キャリア入社という経歴から、社内人脈の乏しさに不安を感じていましたが、同アカデミーでの学びを通じて横のつながりができ、活躍する女性管理職の存在も身近に感じられたことで、自身のキャリアを前向きに見つめ直す機会となりました。

現在は管理職として、個々の強みや特性を理解し、それを活かせる環境を整えることが、自分の役割であると考えています。チーム全体が前向きに、そして楽しく働ける組織づくりができるよう、多様性を力に変えるマネジメントを目指していきます。



セイコーグループ株式会社
広報部 マネージャー
副島 由希子

グループ共通重点テーマ

組織風土・文化づくり

新たなイノベーションを創発するため、多様な人材が物理的にも精神的にも組織の壁を越えて自由闊達に議論し、失敗を恐れずにチャレンジできる環境の整備に取り組みます。

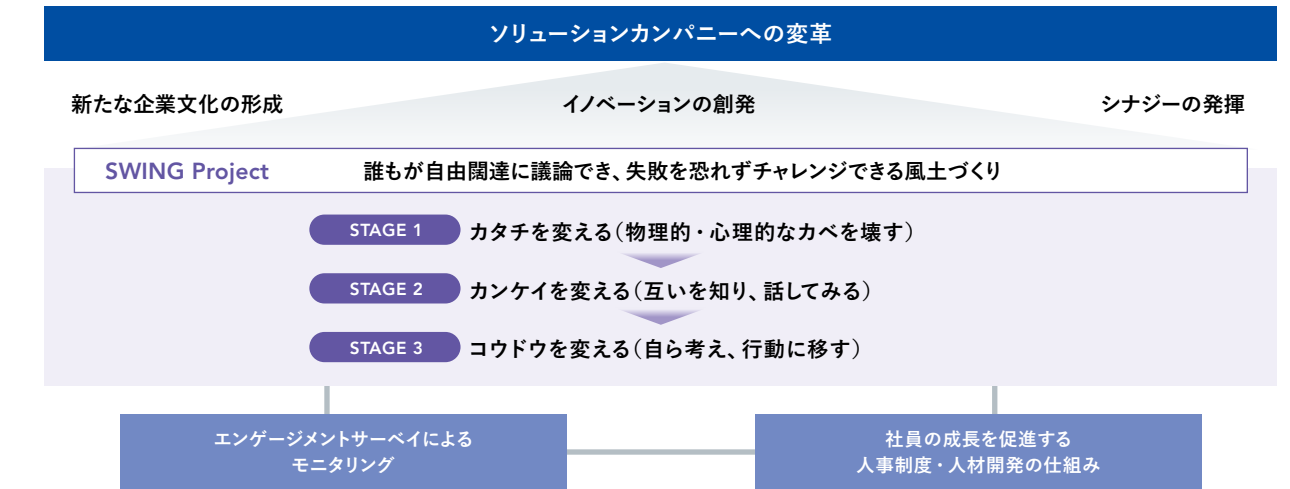
全社組織風土改革の取組み

「ソリューションカンパニー」への変革を実現していくためにはグループシナジーを高め、イノベーションを創発する新しい企業文化を形成していく必要があると捉え、2023年度より組織風土改革の取組みである「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)という想いを込めています。

2025年度からは、社員のキャリア自律を後押しする施策として、「グループ公募制度」「キャリアチャレンジ制度」を導入します。社員の意思による新しい領域へのチャレンジを支援することにより、多角的な視野や柔軟な思考力を獲得するとともに、グループ全体の創造性とイノベーションの創発につなげます。

これまで取り組んできた、組織のタテ・ヨコの垣根を越えた交流やコミュニケーションを促進する取組みも継続しながら、社員の自律的なチャレンジを促し、さらなるエンゲージメントの向上につなげていきます。



VOICE | 従業員インタビュー



社員の挑戦を後押しする風土づくりーチャレンジ制度の導入

セイコーNPC(株)では、中期経営計画にて「挑戦と自律」を人材戦略の柱に掲げ、「NPCチャレンジ制度」を創設しました。従来は製品ロードマップに沿った開発が中心で、ゼロからの開発機会は限られていましたが、この制度により、誰もが新しいもののづくりに挑戦できる機会を設け、グループの組織風土改革にもつながる「挑戦する風土」を根付かせたいと考えました。所属長を介さず応募できる仕組みや、挑戦を業績評価と切り離して評価することにより、社員が手を挙げやすく、参加しやすいよう配慮しています。技術経験のない社員も開発に挑戦した実際のプロジェクトでは、参加者全員が成果を出すことができる環境づくりを意識した結果、10か月で全員が特許出願を達成することができました。挑戦の成果は社内ですら表彰・共有され、次の挑戦への意欲につながるなど、社員の意識にも変化が見られています。今後も制度の改善と展開を重ね、より多くの社員のチャレンジを後押しし、「挑戦と自律」の組織風土醸成を目指していきます。

基盤活動

健康経営と人権の尊重を人材戦略の基盤に据え、多様性を認め合い、心身ともに安心して力を発揮できる職場環境づくりを通じて、Well-beingの実現と持続的な成長を目指します。

健康経営・人権の尊重

すべての社員が安心して働ける職場環境の実現に向けて、「健康経営」と「人権の尊重」を基盤活動として推進しています。

人権の尊重に関する取組みとしては、2024年度にグループ各社の人事担当者を対象とした「LGBTQ+研修」を実施し、性の多様性に対する配慮と職場における正しい対応について理解を深めました。

また、当社グループでは社員の心身の健康を経営の重要基盤と位置づけ、2019年度に「健康経営宣言」を策定しました。以降、グループ横断の推進体制を構築し、定期健康診断の受診率向上、ストレスチェックの実施、メンタルヘルス対策、運動機会の提供など、予防から支援まで幅広い施策を展開しています。こうした取組みが評価され、2020年から2025年まで、グループ各社で「健康経営優良法人」の認定を継続的に取得しています。

今後は、健康診断後のフォロー体制を強化すべく、二次検査の受診促進や健診項目の拡充を行うことで、早期発見・早期治療の実効性を高めていきます。社員の健康維持・増進に向けた取組みをさらに充実させていくことで、社員の働きがいと生産性の向上を目指します。



人事担当者向け LGBTQ+研修

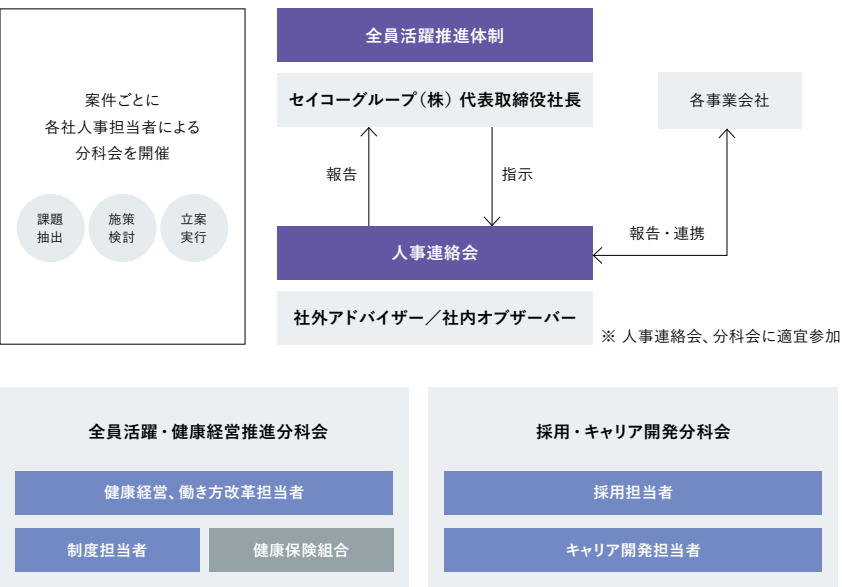
【健康経営優良法人認定】

大規模法人部門： セイコーグループ(株)、セイコーウオッチ(株)、セイコーインスツル(株)、セイコーソリューションズ(株)、セイコータイムクリエーション(株)、(株)和光

中小規模法人部門： セイコーNPC(株)、ヒューマンキャピタル(株)

健康経営優良法人 2025 KENCO Investment for Health

健康経営推進体制



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、社員が笑顔で活き活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。

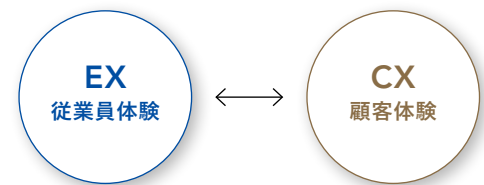
セイコーグループ株式会社
代表取締役社長 高橋修司

DX戦略

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します。

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。

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をつかみ、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3つの領域で目指す姿を設定し、グループのありたい姿の実現に貢献します。



Digitalization

デジタルとデータを活用し、事業会社各社が主体的に中期計画達成のための課題解決を遂行する

インフラ／セキュリティ

IT活用の高度化に向け、先進的なITインフラの構築と情報セキュリティ強化を実施する

業務システム

急速なビジネス環境の変化に対応するため、ビジネスの基盤となる基幹業務システムの更新を推進する

2024年度の進捗

- セイコーウオッチ(株)：Grand Seiko IDの導入により、国内で展開する各種サービスへのシームレスなログイン環境を提供
- セイコーインスツル(株)：生産スケジューラーの抜本的改革により、各職場の実態と多様な作業条件をソフトウェアへ反映し、自動化と迅速な顧客対応を実現
- セイコーソリューションズ(株)：生成AIを活用したソリューションのビジネス化
- DX推進：リテラシー向上と業務効率化を目指し生成AIのeラーニングの実施およびDXアイデアの募集と計画立案支援のためのDX Garageを実施し、DX大会を開催
- セキュリティ：ゼロトラストネットワークの導入実施と24時間365日の監視運用体制を構築し、外部専門機関による第三者評価を実施

2025年度の取組み

- (株)和光：顧客一人ひとりの嗜好に合わせた提案の実現
- セイコーインスツル(株)：デジタル活用による製造、営業、アドミニストレーション機能の強化
- セイコーソリューションズ(株)：顧客基盤活用の取組みの強化と生成AIソリューションの開発
- DX推進：さらなる生成AI活用の推進とDX GarageおよびDX大会の実施
- セキュリティ：海外も含めた全域におけるネットワーク、セキュリティ対策強化と統合監視システムの構築による広範囲なセキュリティ対策の実施
- 業務システム：安定・継続的な運用を支えるためのSAP最新ソリューションへの移行開始

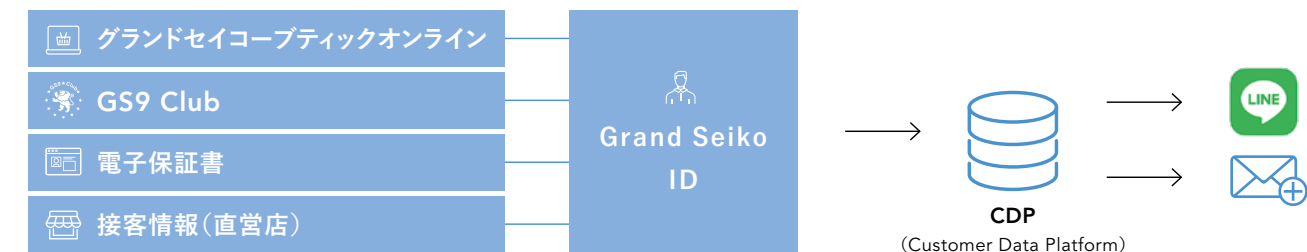
重点取組み事例

事例
1

Grand Seiko IDを活用したCRM*の強化

セイコーウオッチ(株)では、電子保証書、GS9 Club(会員制コミュニティ)、グランドセイコーブティックオンライン、直営のグランドセイコーブティックなどで登録していただいたGrand Seiko IDを活用したCRMの取組みを強化しています。今後は、CDP(顧客データ基盤)の導入、顧客情報の収集分析を行い、メールやLINEを利用した施策を実行します。

* Customer Relationship Management



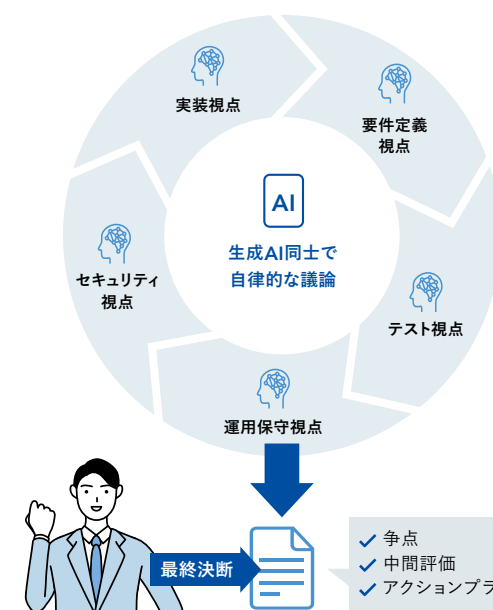
事例
2

生成AIを活用したビジネスソリューション展開の取組み

セイコーソリューションズ(株)は、生成AIを活用したBtoBソリューション展開の一環として“Seiko Futureworks”を進めています。

Seiko Futureworksは、専門家の知見を反映した複数のAI人格との対話技術により、システム開発における要件定義書などの高度なドキュメントレビューを実現する画期的なソリューションです。レビュー観点・判断プロセスをAI人格に学習させることで、個別担当者に依存しない自律的なレビュー支援を可能とします。

さらに同社では、音や画像などマルチモーダル活用や各種アプリケーションへの展開など、多様な切り口での商用化を進めています。



事例
3

ゼロトラストネットワーク導入および監視強化とセキュリティガバナンス強化

当社グループでは、ガバナンス体制の構築のため、共通のポリシーやガイドラインを制定し、セキュリティ教育・訓練・評価を行いPDCAサイクルを回します。

SASE*1を導入することにより、アクセス制御や通信の可視化やデータ保護を実現しています。

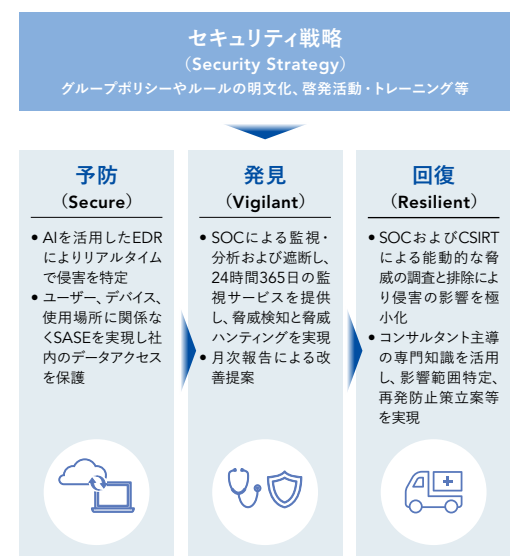
EDR*2およびSOC*3やCSIRT*4による24時間365日監視体制を構築しました。ゼロトラストの考え方に基づき、全社的なセキュリティ統制とガバナンスの高度化を推進しています。

*1 Secure Access Service Edge

*2 Endpoint Detection and Response

*3 Security Operation Center

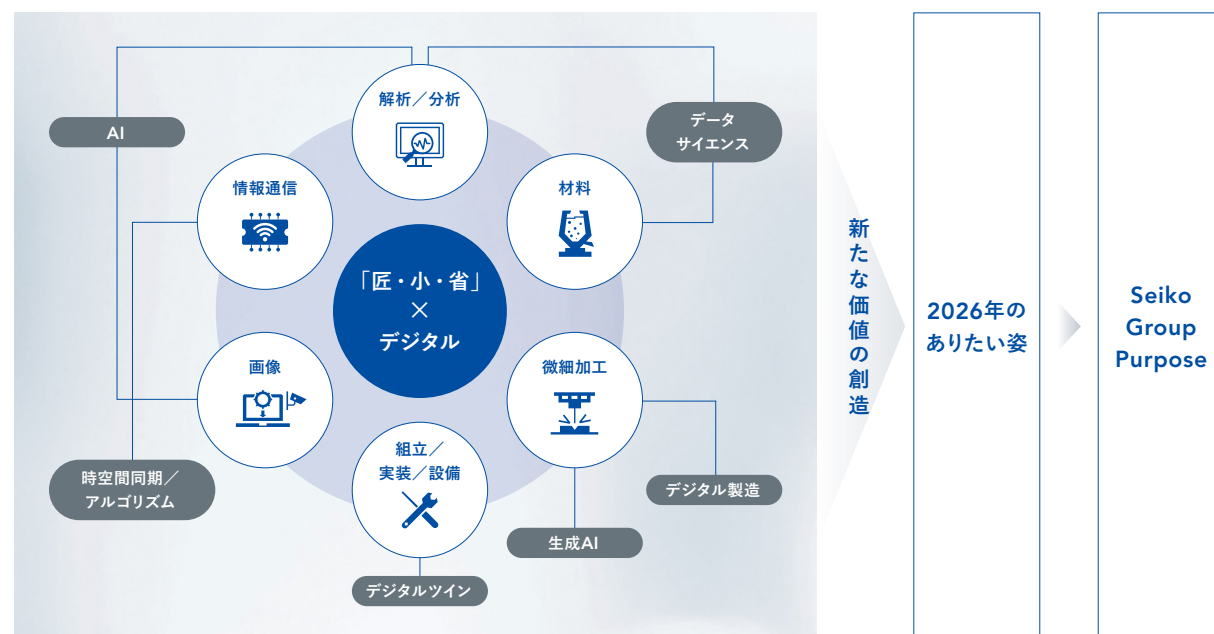
*4 Computer Security Incident Response Team



R&D戦略

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、新たな価値を創造します。

グループパーパスの実現に向け、R&D戦略で目指す姿



「SMILE145」のR&D戦略の基本方針に基づき、当社グループはソリューションカンパニーに向けた製品・サービスに寄与する研究開発と生産技術の確立を推進しています。各ドメインのMVP戦略に基づき、事業会社の企画部門との連携を強化し、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分野での成長に寄与する技術開発を目指しています。さらに、社会とともに持続可能な企業であるために、当社グループの強みである資源の節約、人手の削減、プロセスの合理化と効率化による環境負荷の低減にも積極的に取り組んでいます。

長年にわたり培ってきた「匠・小・省」の技術として、「解析／分析」「材料」「微細加工」「情報通信」「組立／実装／設備」「画像」の6つの技術を基礎技術として設定しています。これらの基礎技術の一つひとつを深化させ、「匠・小・省」を追求するとともに、AIやデジタル技術を組み合わせることで基礎技術を進化させることで、お客さまの課題を解決するソリューションを提供することを目指しています。

取組み

- ラグジュアリー／プレミアム領域拡大への貢献
- 医療・ヘルスケア分野にフォーカスした超小型IoTモジュール
- 次世代の無線同期技術を活かした社会基盤への貢献
- Laboratory Automation—研究現場のデジタル変革

重点取組み事例

事例1

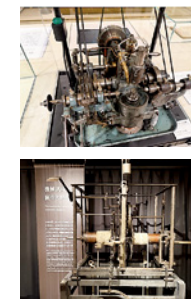
ラグジュアリー／プレミアム領域拡大への貢献

当社は、機械式時計の価値向上への取組みとして、セイコー独自で開発した古い製造設備の復元を行っています。機械式時計は他の工業製品と比べて長い歴史があり、部品精度を支える基幹技術はずっと変わらず伝承されてきた、温故知新が生きている技術分野です。

我々のものづくりは「ヒト」と「機械設備」から成り立っており、ヒト(匠)の技が伝承されつつもより進化するように、機械設備も古い機械を復元して伝承する中で、さらなる技術革新につながる学びがあります。

復元した製造設備は、「時と時計」に関する資料・標本の収集と保存、研究を行う機関として誕生したセイコーミュージアムに展示しました。

1881年の創業以来、セイコーが大切に伝承してきた素晴らしいものづくりの世界を多くのお客さまに実感していただける環境を整えました。



事例2

医療・ヘルスケア分野にフォーカスした超小型IoTモジュール

時計技術で培った小型化・低消費電力化技術の強みを活かし、医療・ヘルスケア分野への価値提供を進めています。これまで大きさや使い勝手の点から提供されてこなかった口腔内での常時生体モニタリングIoTモジュールを提供することで、本人が気づいていない疾患の早期発見の一助となることが期待されます。また、スポーツの分野で装着感が感じられないほど小型な筋肉の活動をモニタリングするデバイスを提供することにより、競技中のパフォーマンスを損なうことなく筋肉活動をモニタリングできる可能性があります。このように我々は自社の技術の強みを、まだ提供されていない分野に適用していきます。



事例3

次世代の無線同期技術を活かした社会基盤への貢献

当社は「時」の専門企業としての技術力と知見を活かし、次世代のワイヤレス時刻同期技術の開発をリードしています。複数のカメラを高精度に同期させることで、多視点・自由視点による臨場感あふれるスポーツやエンタメ体験を実現します。さらに、都市に点在するセンサーデータを時間軸で統合することで、災害対応や交通最適化など、精緻なデジタルツインに基づく社会インフラの高度化にも貢献します。すでに複数の実証成果が得られており、大阪・関西万博にて一部成果を公開しました。当社は「時」の精度と信頼性を核に、未来の社会基盤づくりを支えていきます。



次世代のワイヤレス時刻同期技術
※ 本技術にはNICTの研究成果が使われています



観戦体験の向上



デジタルツイン

サイバー空間
複数センサーが協調。現実空間の写し鏡をデジタル上に再現。

Laboratory Automation 高精度技術を活かした研究効率化への貢献



時計製造技術で培った
高速・高精度の位置決め技術

創薬実験効率化による
ウェルネス領域への貢献

事例4

Laboratory Automation —研究現場のデジタル変革

当社は、ファクトリーオートメーション(FA)技術を核に、バイオものづくりや医療・食料分野における微生物研究の自動化(Laboratory Automation)を通じて、研究現場のデジタル変革(LabDX)を推進していきます。研究者の負荷軽減と実験の効率化・精度向上を実現し、人手不足や感染症対策といった現代の課題に対応しながら、バイオ生産の最適化を図り、持続可能で安心できる社会の構築に貢献していきます。

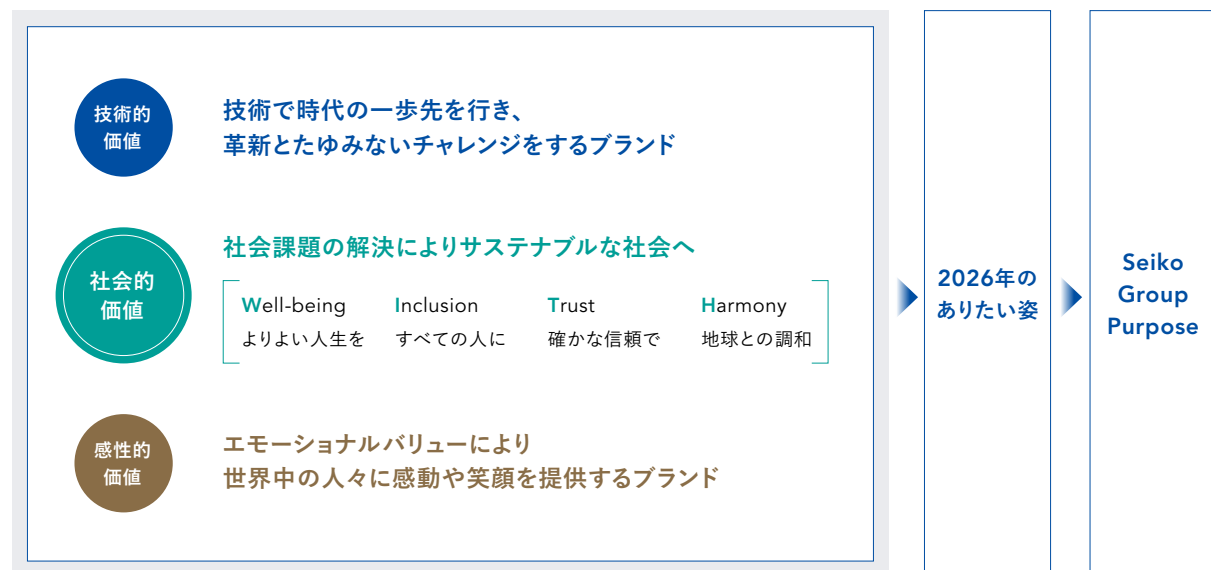
ブランディング戦略

基本方針

セイコーは、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ります。

Photo by AFLO SPORT

グループパーパスの実現に向け、ブランディング戦略で目指す姿



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届ける製品・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。

中長期的視点での取り組み

グループの中長期目線での課題と重点的な取り組み



祖業である時計事業をはじめとした各事業会社が140年以上の歴史の中で積み上げてきたセイコーの「強み」を活かしたブランディング活動を通して、技術的価値、感性的価値の一層の向上を図ります。さらに、当社グループの社会的価値向上に向け、スポーツや音楽への協賛活動や、次世代育成活動「時育(ときいく)」を推進し強化していきます。

創業150年、さらにその先に向けて、グループの聖地とも言える東京・銀座のSEIKO HOUSEから様々な情報を発信するとともに、人々の「心に響く」ストーリーを語り、セイコーを応援していただけるファンを増やします。

重点取り組み事例

事例1

セイコー次世代育成活動「時育® わくわく日時計づくり教室」in大阪・関西万博

セイコーならではの次世代育成活動「時育(ときいく)」のビジョンは、「時を学び 未来をつくる」。活動は海外にも広がり、すでに1万2千人以上の子どもたちにわくわくする体験をお届けしています。2025年度は、大阪・関西万博会場内で「日時計づくり教室」を実施。これからも子どもたちの笑顔を世界中に広げるサステナブルな活動を進めていきます。



Photo by Naoya Ochiai

事例2

音楽の力で人々の想いを次の世代へつないでいくセイコーの社会貢献活動

東日本大震災で被災した東北3県と東京で開催してきた「わ」で奏でる東日本応援コンサート」は、2024年9月に、セイコーとして大切な拠点でもある岩手県雫石町で初めて開催しました。また、2025年3月12日に開催したNHKホールでのコンサートは通算50回目となり、大きな節目を迎えました。震災から14年が経ち、被災地の方々が置かれる状況も変わりつつありますが、今後も音楽の力で笑顔の「わ」を広げていきます。



事例3

東京2025世界陸上の協賛を通じた新たなファンの獲得

2025年9月に開催された東京2025世界陸上でセイコーは19大会連続となるオフィシャルタイマーを担当し、正確な技術で大会を支えました。また、自国開催の機会を活用してSEIKO HOUSEで世界陸上企画展を開催するなど、セイコーのブランド発信拠点である銀座との連動企画も実施しました。世界陸上を通して、計時計測の取り組みやスポーツが生み出す感動を世界中へ発信し、新たな「セイコーファン」の創出につなげていきます。



Photo by AFLO SPORT

VOICE | 従業員インタビュー



セイコーグループ株式会社
コーポレートブランディング部
スポーツ担当
甘原 令和

歓声であふれた国立競技場を思い描いて取り組む、東京2025世界陸上!

国立競技場を満員にして、多くの方々に今回の大会でのセイコーの取り組みを知っていただきたいという想いで準備を進めてきました。

例えばセイコーをまだ知らない方や、陸上にあまり興味がない方にも届くよう、どうすれば幅広い層の方々とながれるかを日々考えながら、大会主催者との協力はもちろんのこと、他のスポンサー企業との連携やセイコーグループの各事業会社とも一緒になって取り組んできました。自国開催の世界陸上は、とても名誉ある機会であり、私自身にとっても大きなチャレンジです。セイコーならではの特別な体験を皆さんにお届けし、セイコーファンを世界中に、そして若い世代にも広げていけるよう、全力で頑張ります!

※ インタビューは2025年7月現在のものです。