

# サステナビリティ戦略

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

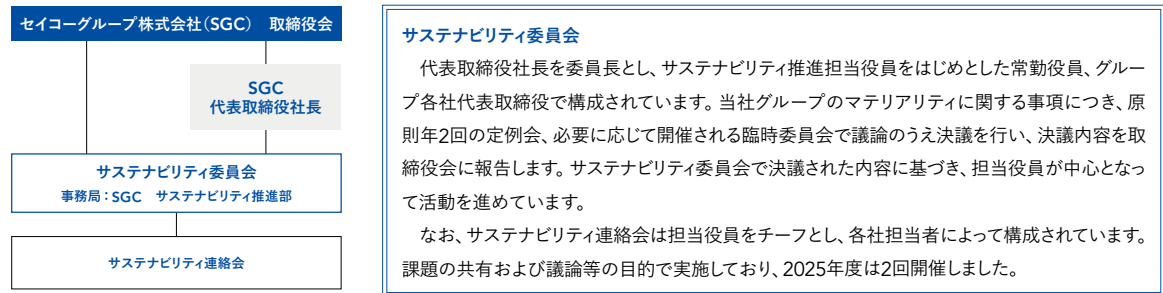
セイコーグループは、グループパーパスを原点に、“WITH”

「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/>

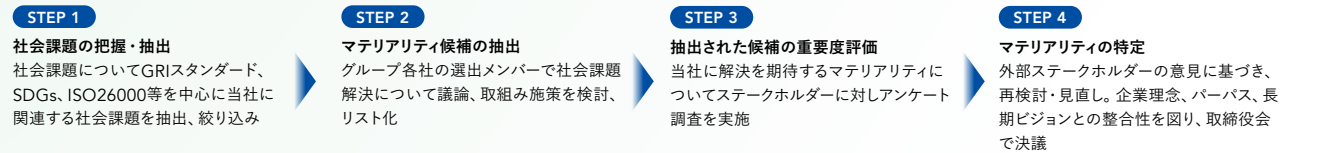
## 推進体制



## マテリアリティ

| マテリアリティ                    | キーアクション                                                           | 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）<br>・エンゲージメント・サーベイの実施<br>・多様な人材の採用、活躍推進の目標設定<br>・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<br>・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                                        | ・セイコー次世代育成活動「時育®(ときいく)」の継続的实施                                                                   |
| 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<br>・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<br>・スポーツ大会の計時、協賛、アスリートの支援<br>・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<br>・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<br>・品質保証体制の強化<br>・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<br>・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<br>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<br>・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<br>3R(Reduce、Reuse、Recycle)の推進                 | ・省資源・エコ関連製品の創出<br>・包装材料の簡素化や再生可能な材料への転換<br>・原材料ロス・廃棄ロス削減<br>・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



## INTERVIEW

従業員インタビュー



株式会社和光  
管理本部 人事部  
デビュティマネージャー  
能圓坊 綾子

株式会社和光  
管理本部 人事部  
デビュティマネージャー  
中谷 真里奈

## 多様なお客さまに寄り添う「接遇」の実践

(株)和光では、DE&Iの概念が一般化する以前より、多様なお客さま一人ひとりに寄り添う「接遇」を大切にしてきました。

障がいの有無や年齢、LGBTQ+などの背景にかかわらず、お客さまの立場で考えることは私たちの基本です。

2025年度は、LGBTQ+や障がい者を含むすべてのお客さまへの対応や配慮をまとめた接客ハンドブックを周知し、売場で培われてきた対応を言語化して共通認識の定着を図りました。

新入社員研修でも本ハンドブックを活用し、理解の浸透に取り組んでいます。一連の取組みを通じて、無意識の思い込みや言葉の受け止め方への理解が深まり、社員の意識向上にもつながっています。

今後も社会の変化やお客さまの声を踏まえ、より良い「接遇」の実現に努めていきます。

5つのグループコア戦略

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

気候変動に関する事項を含むサステナビリティに係る重要事項は、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、定期的にサステナビリティに

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CO<sub>2</sub>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/sustainability\\_policy/](https://www.seiko.co.jp/csr/sustainability_policy/)

戦略

グループ全事業およびバリューチェーン全体を対象に、異なるシナリオ下で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。

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<br>リスク | 政策・規制 | 炭素税導入・強化によるコスト増加                | 8.8億円*2<br>中     | 4.9億円*2<br>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<br>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            |

気候関連機会

| 機会区分      | 機会内容                               | 事業インパクト(2030年)*1 |        |
|-----------|------------------------------------|------------------|--------|
|           |                                    | 1.5℃シナリオ         | 4℃シナリオ |
| エネルギー源    | 再エネ導入によるコスト削減                      | 小                | 小      |
| 製品およびサービス | CPS/IoT社会の拡大に伴う低消費電力対応製品の売上増加      | 中                | 中      |
|           | 自動車のEV化に伴う関連部品の売上増加                | 中                | 中      |
|           | 顧客企業の環境負荷低減に貢献できる低炭素対応製品／サービスの売上増加 | 大                | 中      |
|           | 消費者の環境意識への高まりに対応した製品の売上増加          | 小                | 小      |
| 市場        | 脱炭素経営によるブランド価値向上に伴う売上拡大            | 中                | 小      |

\*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=150JPY

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

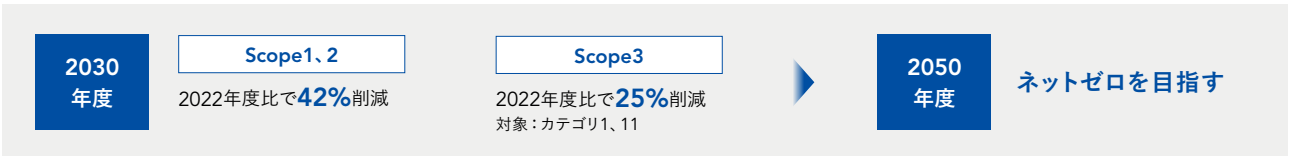
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tcfd/#title03>

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、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

長期目標に沿って温室効果ガス排出量削減に向けたロードマップを策定し、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

として推進しています。これにより、国内拠点の使用電力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使用電力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

GHG排出量 (%)

100  
80  
60  
40  
20  
0

2020年度 2025年度 2030年度 2035年度 2040年度 2045年度 2050年度

▲42%  
国内再エネ100%  
2024年度中に達成

▲90%  
海外再エネ100%  
2040年度中に達成

除去系クレジットの導入により相殺

省エネ設備への更新／生産性向上（例：LED化、空調設備の高効率化、生産歩留まり向上）

革新的な製造方法／装置の調査・要素開発・導入（例：切削⇒鍛造）

設備導入による再エネ化（自家発電、PPA）

設備更新により再エネを継続

再エネ電力への切り替え拡大（国内優先⇒海外拠点）

再エネ電力100%を継続

ガソリンやガスなど化石燃料の変更（例：社有車のEV化、燃料の脱炭素化・低炭素化）

除去系クレジット導入

ネットゼロ実現

46

セイコーグループ 統合報告書2026 47

サステナビリティ戦略

2025年度の温室効果ガス排出量実績

Scope1、2

2025年度のマーケット基準による温室効果ガス排出量（Scope1、2）は50,087t-CO<sub>2</sub>となり、2030年度削減目標の基準年である2022年度比で48.1%削減となりました。国内拠点の使用電力実質100%再エネ化を維持するとともに、各拠点での継続的な省エネ活動および一部拠点における再エネ化推進により、引き続き目標水準を上回る進捗を維持しています。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53.0%へと着実に向上しました。

Scope3

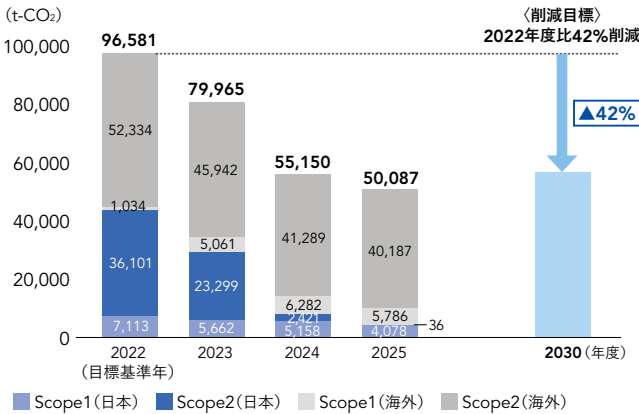
2025年度のScope3排出量は562,963t-CO<sub>2</sub>となりました。主要な排出源はカテゴリ1（購入した製品・サービス）およびカテゴリ11（販売した製品の使用）であり、両カテゴリでScope3排出量全体の約8割を占めています。

カテゴリ1では、2025年度より一部サプライヤーから取得した1次データの活用を開始したことで、調達先のGHG排出量削減努力が反映され排出量が減少した一方、カテゴリ11では売上拡大による製品販売数の増加に伴い排出量が増加しました。

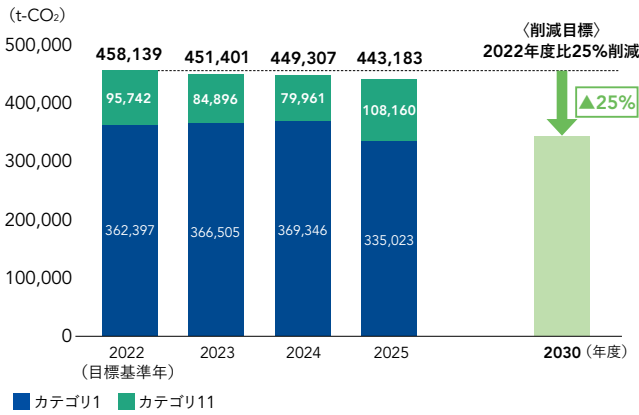
2030年度目標の基準年である2022年度比で、両カテゴリ合計の排出量は約3.3%減少しました。当社グループは主要な排出源であるカテゴリ1およびカテゴリ11を重点領域と位置づけ、2030年度目標達成に向けた取組みを推進していきます。

| カテゴリ   | 項目                           | GHG<br>排出量 (t-CO <sub>2</sub> ) | %      |
|--------|------------------------------|---------------------------------|--------|
| カテゴリ1  | 購入した製品・サービス                  | 335,023                         | 59.5%  |
| カテゴリ2  | 資本財                          | 36,734                          | 6.5%   |
| 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 | 8,291                           | 1.5%   |
| カテゴリ4  | 輸送、配送（上流）                    | 43,100                          | 7.7%   |
| カテゴリ5  | 事業活動から出る廃棄物                  | 1,224                           | 0.2%   |
| カテゴリ6  | 出張                           | 6,428                           | 1.1%   |
| カテゴリ7  | 雇用者の通勤                       | 4,525                           | 0.8%   |
| カテゴリ8  | リース資産（上流）                    | 131                             | 0.0%   |
| カテゴリ9  | 輸送、配送（下流）                    | 2,326                           | 0.4%   |
| カテゴリ10 | 販売した製品の加工                    | 11,800                          | 2.1%   |
| カテゴリ11 | 販売した製品の使用                    | 108,160                         | 19.2%  |
| カテゴリ12 | 販売した製品の廃棄                    | 4,918                           | 0.9%   |
| カテゴリ13 | リース資産（下流）                    | 301                             | 0.1%   |
| カテゴリ14 | フランチャイズ                      | —                               | —      |
| カテゴリ15 | 投資                           | —                               | —      |
| 合計     |                              | 562,963                         | 100.0% |

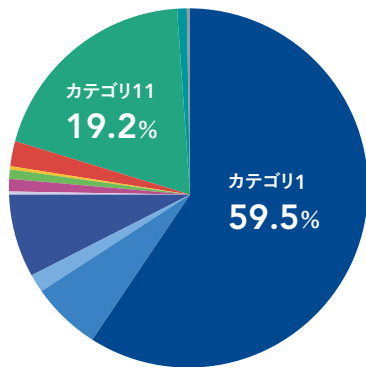
温室効果ガス排出量（Scope1、2）



温室効果ガス排出量（Scope3 カテゴリ1、11）



温室効果ガス排出量（Scope3）  
2025年度実績  
主要な排出カテゴリ



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、事業活動における自然資本への依存・影響およびリスク・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の理念

ガバナンス

自然資本に関する事項を含むサステナビリティに係る重要事項は、サステナビリティ委員会で議論のうえ決議され、取締役会へ報告されます。取締役会はサステナビリティ委員会を監督し、定期的にサステナビリティに係る重要事項について議論を行います。

ガバナンス推進体制

[https://www.seiko.co.jp/csr/sustainability\\_policy/](https://www.seiko.co.jp/csr/sustainability_policy/)

戦略

TNFDが推奨するLEAPアプローチに沿って、当社グループの主な事業活動における自然資本への依存・影響を評価し、リスク・機会の特定および対応策の検討を行いました。今

依存・影響の特定・評価

当社グループの主な事業について、バリューチェーン全体を対象に、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）を活用して潜在的な自然資本への

「依存」に関するヒートマップ

|                 |                 | 上流 → 直接操業 → 下流      |         |          |
|-----------------|-----------------|---------------------|---------|----------|
|                 |                 | 金属鉱物の採掘<br>原材料製造・加工 | 製品製造・加工 | 輸送・販売・廃棄 |
| 供給サービス          | バイオマス供給サービス     |                     |         | M        |
|                 | 水の供給            | H                   | M       | H        |
| 調整およびメンテナンスサービス | 空気濾過サービス        | M                   |         | M        |
|                 | 地球規模の気候調整サービス   | H                   |         | M        |
|                 | 降雨パターン調節サービス    | VH                  | M       | VH       |
|                 | 土壌および堆積物の保持サービス | H                   | M       | H        |
|                 | 固形廃棄物の浄化        | M                   | M       | VH       |
|                 | 暴風雨緩和サービス       | M                   | M       | H        |
| 文化サービス          | 洪水緩和サービス        | H                   | M       | H        |
|                 | 水流調整サービス        | H                   | M       | H        |
|                 | 浄水サービス          | VH                  | M       | VH       |
|                 | 大気および生態系による希釈   | M                   |         | M        |

また、生物多様性にとって重要かつ脆弱な「要注意地域」より、事業における重要性を踏まえ「優先地域」として特定した当社グループの国内外製造8拠点を対象に、自然の状態や自然への影響に関する実態調査を行いました。排水管理や廃棄物削減等、自然への影響を低減する活動が継続的に



に賛同し、2025年10月にTNFD Adopterへ登録し、TNFD最終提言に沿った情報開示の高度化に取り組んでいます。

後は、上流・下流についてもより詳細な分析を進め、バリューチェーン全体での依存・影響、リスク・機会の評価を深化させていきます。

依存・影響を特定・評価しました。

評価の結果を可視化したヒートマップは下記のとおりです。

「影響」に関するヒートマップ

|                 |                 | 上流 → 直接操業 → 下流      |         |          |
|-----------------|-----------------|---------------------|---------|----------|
|                 |                 | 金属鉱物の採掘<br>原材料製造・加工 | 製品製造・加工 | 輸送・販売・廃棄 |
| 陸／淡水／海<br>の利用変化 | 陸域利用地域          | M                   | M       | M        |
|                 | 淡水域利用地域         | VH                  |         |          |
|                 | 海域利用地域          | VH                  |         | M        |
| 汚染              | GHG以外の大気汚染物質の排出 | H                   | H       | H        |
|                 | 水と土壌への栄養汚染物質の排出 | M                   |         | H        |
|                 | 水と土壌への有毒汚染物質の排出 | VH                  | VH      | H        |
|                 | 固形廃棄物の発生と排出     | VH                  |         | M        |
| 資源使用            | 水使用量            | M                   | M       | M        |
|                 | 非生物資源の採取        | VH                  |         |          |
| 気候変動            | GHG排出           | H                   | M       | H        |
|                 | 外来種・その他         |                     |         | VH       |
|                 | かく乱（騒音、光等）      | VH                  | M       | VH       |

VH Very High H High M Medium Low Very Low N/A

推進されている一方、持続的な水管理や高インパクト一次産品（生産や調達過程で生物多様性や水資源等への影響が大きい原材料）の調達管理などにおいて、取組みの高度化が必要であることを認識しました。

5つのグループコア戦略

サステナビリティ戦略

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  
主な事業活動において、財務的な影響度が高いと考えられ  
るリスクと機会を特定し、さらに、それらについての具体的な

対応策を下記のとおり検討しました。本報告書では、事業へ  
の影響の大きさおよび発現可能性を踏まえ、とくに重要な項  
目を抽出し掲載しています。

【リスク・機会および対応策 一覧】(抜粋)

| リスク区分 |         |       | リスク内容                                                                                              | 時間軸*  | 主な対応策                                                       |
|-------|---------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------|
| リスク   | 物理      | 急性    | 洪水の頻発・増加に伴う事業拠点の操業停止・復旧費用の増加およびサプライチェーンの寸断による生産量・収益の減少                                             | 短期～中期 | BCPの高度化、調達先の多様化、適正在庫確保、代替部品・代替拠点の確保                         |
|       |         | 慢性    | 干ばつや生態系劣化に起因する水不足や水質悪化に伴う取水制限、浄水コスト増による操業停止・収益力低下                                                  | 中期～長期 | 節水の徹底、純水の循環利用、排水管理、法令遵守                                     |
|       | 移行      | 政策・規制 | 自然環境への汚染リスクを背景とした廃棄物・資源循環規制強化による処理高度化・管理負担増加および製造コスト上昇                                             | 短期～中期 | 規制に対応した材料管理、包装材・製品へのプラスチックの使用削減・代替・循環利用                     |
|       | 移行      | 市場・技術 | 顧客の環境志向変化を背景とした、サステナブルな原材料の需要増による、調達品の変更に伴うコストアップや製品開発費用の発生                                        | 中期～長期 | サステナブルな原材料の段階導入、設計の共通化、調達先との協働によるコスト抑制                      |
|       |         |       | 自然資本への影響を考慮した調達要件の高度化に対応する技術や低環境負荷材料の導入遅延が生じた場合、市場ニーズからの乖離やサプライヤーの調達条件未達を招き、顧客からサプライヤーとして選定されないリスク | 中期～長期 | 調達先の多様化、環境動向の先行対応、認証材・再生材の導入                                |
|       |         | 評判    | 環境汚染により、拠点周辺の保護区や生息する希少種に悪影響を及ぼすことによる地域社会からの信用失墜と企業イメージの低下に伴う収益減少                                  | 中期～長期 | 法令遵守、有害物質の漏洩防止、事故対応訓練の実施、設備管理の強化                            |
|       |         | 賠償責任  | 環境法規制の不遵守や突発的な事故等による有害物質の漏出により環境汚染が発生した場合の賠償責任および、操業停止に伴う取引先からの損害賠償リスク                             | 短期～長期 | 法令遵守、有害物質の漏洩防止、事故対応訓練の実施、環境管理・監視の強化                         |
| 機会区分  |         |       | 機会内容                                                                                               | 時間軸*  | 主な対応策                                                       |
| 機会    | 資源効率化   |       | リサイクル原料の活用、GHG排出削減に資する生産技術あるいは節水・水の循環利用促進につながる設備導入によるコスト削減                                         | 中期～長期 | 高効率設備・再生材を活用した設計の導入、工程見直しによるCO <sub>2</sub> 削減策、水循環・節水設備の導入 |
|       | 製品・サービス |       | 高インパクト一次産品に代わる素材開発や資源依存低減により、調達・規制リスクへの耐性と事業レジリエンスの向上                                              | 長期    | 代替素材の開発、調達先の多様化                                             |
|       | 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                                                    | 短期～長期 | 森林・海洋保全活動の推進、森林・海洋保全活動と連動した製品展開                             |
|       | レジリエンス  |       | 環境への負荷の配慮や高効率の生産プロセスへの移行によるコスト削減と事業継続力の強化                                                          | 長期    | 資源有効活用、廃棄物削減、節水・水循環利用、高効率設備への更新                             |

\* 本開示における短期・中期・長期の区分は、各リスク・機会が発現し、その事業および財務に対する影響が顕在化し継続する期間を基準として設定しています。  
(短期：1～2年、中期：3～9年、長期：10～30年)

 **TNFD リスクと機会 (全文)**  
<https://www.seiko.co.jp/csr/environment/tnfd/#title02>

リスクと影響の管理

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/tnfd/#title03>

指標と目標

当社グループでは、自然関連の指標として温室効果ガス排出量や取水量、廃棄物の排出量、再資源化率等を定量的に把握し、下記の目標を設定して、達成に向けた活動を推進しています。

| 指標        | 当社グループにおける測定指標 | 目標     |                |                    |
|-----------|----------------|--------|----------------|--------------------|
| GHG排出量    | Scope1,2       | 2030年度 | 2022年度比        | 42%削減              |
|           | Scope3         | 2030年度 | 2022年度比        | 25%削減（対象：カテゴリ1、11） |
| 取水量       | 取水量            | 2026年度 | 2021年度比        | 5%削減               |
|           | 取水量売上高原単位      | 2026年度 | 2021年度実績以下     |                    |
| 廃棄物の発生と処理 | 再資源化率          | 2030年度 | 再資源化率(国内)90%以上 |                    |

 **指標と目標 最新情報 ESGデータ**  
[https://www.seiko.co.jp/csr/esg\\_data/](https://www.seiko.co.jp/csr/esg_data/)

資源循環

当社グループは「循環型社会の実現」を重要課題とし、原材料の調達から廃棄・再資源化に至るライフサイクル全体で、資源の有効活用と廃棄物削減を推進しています。製品設計や製造工程における対応を徹底したうえで、梱包材や販売後の製品の資源有効活用に向けた取組みを推進するとともに、

サプライチェーン全体で調達ガイドラインに基づく管理を強化しています。今後は、2030年度に再資源化率(国内)90%以上とする目標に向けて、廃棄物削減の進捗状況を把握・管理し、また各事業拠点における廃棄物管理の実態把握を進め、取組みの改善を図っていきます。

 **資源循環**  
[https://www.seiko.co.jp/csr/environment/resource\\_circulation/](https://www.seiko.co.jp/csr/environment/resource_circulation/)

水資源

当社グループは、事業活動における水資源の利用と排水が環境に与える影響を踏まえ、水の使用量把握、効率的利用、および水リスクの評価・低減に取り組んでいます。全製造拠点を対象に、水リスクの評価ツールであるAqueductおよびWater Risk Filterを用いて評価を実施した結果、海外5拠点(タイ、中国)が水ストレスの高い地域に所在することを確認しました。これらの拠点の取水量はグループ全体の約4分の1を占めるた

め、リスクの大きさに応じた重点的な対応を実施しています。  
また、2026年度に、取水量を2021年度比で5%削減、取水量売上高原単位を2021年度実績以下とする目標を掲げ、節水に加えて洗浄工程での純水リサイクルなどの取組みの推進により、2025年度の取水量は720千m<sup>3</sup>、取水量売上高原単位は0.21千m<sup>3</sup>／億円となり、2026年度目標を上回る削減となりました。

 **水資源**  
[https://www.seiko.co.jp/csr/environment/water\\_resources/](https://www.seiko.co.jp/csr/environment/water_resources/)

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り締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#title01](https://www.seiko.co.jp/csr/society/human_rights.html#title01)

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、事業活動に係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](https://www.seiko.co.jp/csr/society/human_rights.html#title03)

5つのグループコア戦略

サステナビリティ戦略

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。

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。

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       |
|                         | ハラスメント      |  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 |
| 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 | ➡             | ④ 顧客対応に係るDE&Iの推進                    |
|                         | 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 女性管理職増加を目指すプログラムの拡充・強化            |
|                         | 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            | ➡             | ④ 多様な人材の採用・活躍推進に向けた施策の充実・強化         |
| 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               | ➡             | 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      |
|                         | 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   | ➡             | ④-1. サプライヤーに対する調達ガイドラインの周知徹底        |
|                         | 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        | ➡             | 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)            | ➡             | ④ 高リスク原材料の特定・排除に向けた取組みの強化           |
| 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               | ➡             | ④-1. 「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)   |

※ 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

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

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

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／ハイリスク)のリスク評価を行うことで、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、重点的にリスク評価を行いました。調査後には、ご回答いただいたすべ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。特にハイリ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

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。2025年度からは、RMIの調査票を用いた3TG(錫、タンタル、

求めています。

2023年度からはサプライヤーエンゲージメントの取組みを強化するため、「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、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、サプライヤーへの説明動画の配信、SAQ(Self-Assessment Questionnaire)調査を実施しています。

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。

なりリスク評価に努めるとともに、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。この結果、2025年度はハイリスクに該当するサプライヤーの比率が10%へと低減し、サプライチェーンにおけるリスク水準の着実な改善が見られます。

SAQのリスク評価の推移

|        | 2023年度  | 2024年度   | 2025年度   |
|--------|---------|----------|----------|
| ローリスク  | 89(57%) | 122(69%) | 114(66%) |
| ミドルリスク | 33(21%) | 30(17%)  | 40(23%)  |
| ハイリスク  | 34(22%) | 25(14%)  | 18(10%)  |
| 合計     | 156     | 177      | 172      |

※ 調査範囲：責任ある調達連絡会を構成するEVS／DS／SS各ドメインの事業会社における主要サプライヤー

タングステン、金)およびコバルトの調査を開始するとともに、ダイヤモンドのトレーサビリティ確認やカラーストーンの原産国調査にも取り組んでいます。

今後は、認証製錬所からの調達比率向上に向けたサプライヤーへの働きかけなど是正・改善活動を推進していくとともに、ダイヤモンドおよびカラーストーンについても、トレーサビリティおよびリスク把握の高度化に取り組み、責任ある鉱物調達のさらなる強化を図っていきます。

 セイコーグループ 持続可能な調達に関する取組み  
<https://www.seiko.co.jp/csr/society/supplier/>

# 人材戦略

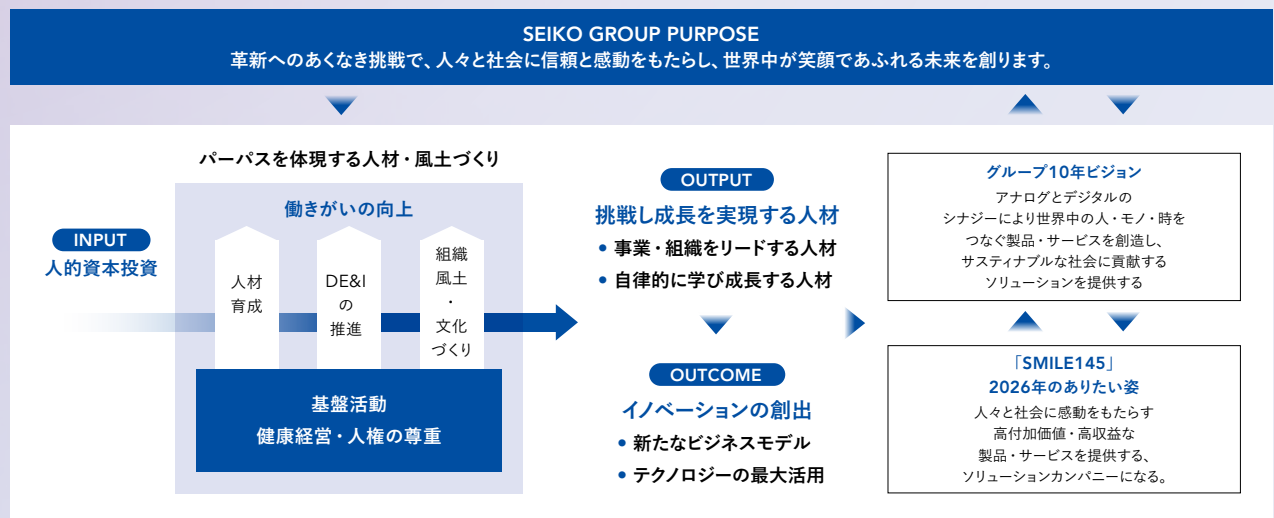
## 基本方針

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现する人材・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

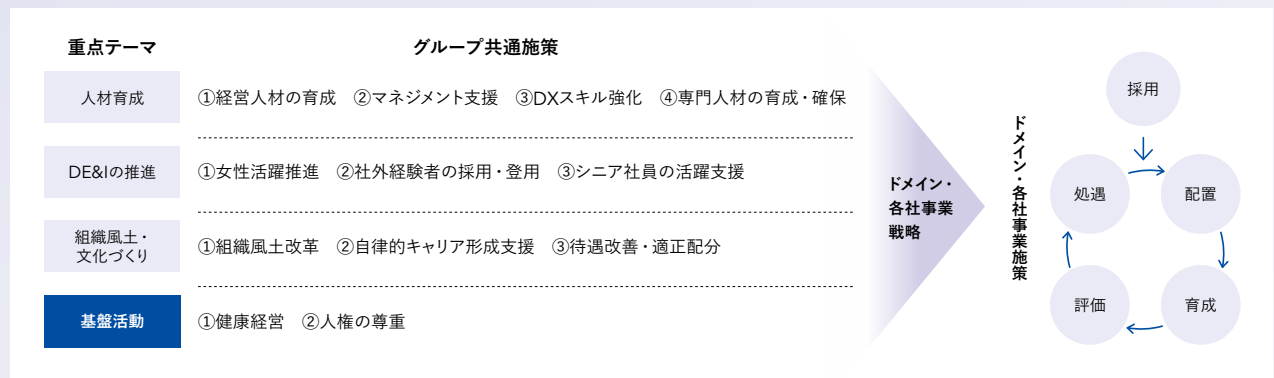
を創出することで、中長期ビジョンを達成するとともに、企業価値を向上させ、次なる人的資本への投資を生み出すというサイクルの考えのもとで推進しています。



## 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

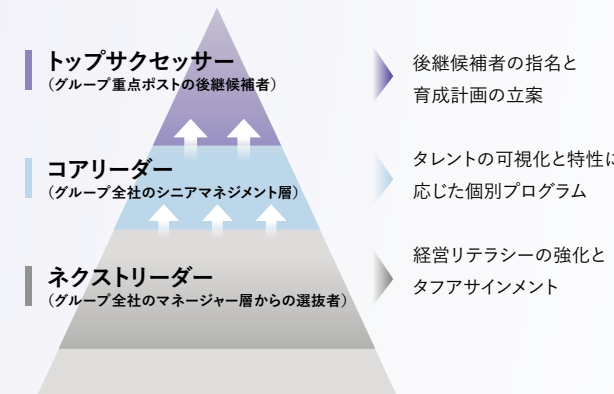
当社グループの持続的な成長を支える人材の育成を重要なテーマと位置づけ、経営人材の育成とマネジメント力の強化に取り組んでいます。これらの取組みを通じて、当社グループの競争優位性の維持・向上につなげていきます。

### 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ていくためには、グループ経営や各事業を担う経営人材の計画的な育成が不可欠と考え、各種プログラムを推進しています。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、後継候補者の育成計画の策定やタレントの可視化を進めています。

次世代リーダー候補者の育成プログラムでは、グループ各社から選抜された人材が約1年間、経営戦略やビジョン構築、リーダーシップを実践的に学ぶ育成プログラムを実施しています。修了後は、タフアサインメントを通じて、実践の中での成長を促進しています。

また、幹部人材を対象としたアセスメントを実施し、強みや行動特性を把握するとともに、育成方針や配置検討に活用しています。今後は、さらに対象層を拡大しグループ横断での管理職育成プログラムを整備し、育成の基盤を構築することで経営戦略の実現と変革を担う人材の継続的な輩出を目指します。



次世代リーダー育成プログラム

### マネジメント支援

職場のダイバーシティが進展し、社員の就労意識や価値観の多様化が進む中、部下の育成や組織運営を担うマネジメント層に求められる役割は拡大しています。一方で、コンプライアンスやリスクマネジメントへの対応など、職場運営における課題は複雑化しており、マネジメント層の負担も高まっています。こうした課題に対応するため、マネジメントに役立つ情報や実践事例を毎月提供するプラットフォームを展開しています。メンバーとのコミュニケーションや育成のポイントなどを動画コンテンツとして配信するとともに、「動画視聴(インプット)→職場実践(アウトプット)→ワークショップ(ブラッシュアップ)」のサイクルを通じて、学びを職場での実践につなげています。今後も、マネジメント力の向上を通じて、組織力の強化とエンゲージメント向上を図っていきます。



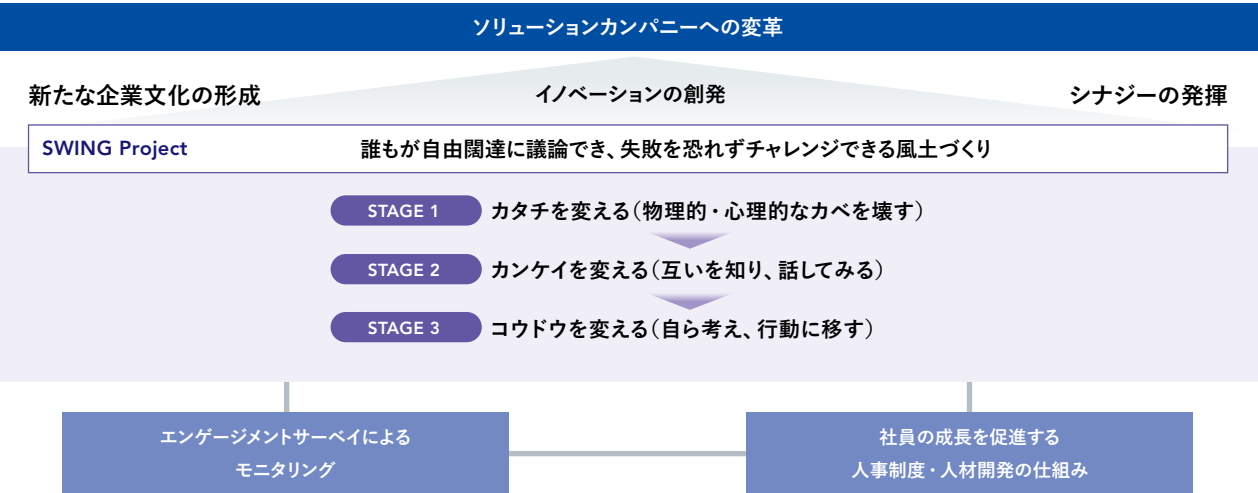
動画コンテンツ

### 人材戦略

#### グループ共通重点テーマ

#### 組織風土・文化づくり

グループシナジーの発揮とイノベーション創発を促進することを目的に、2023年度より全社的な組織風土改革プロジェクト「SWING Project」を推進しています。本プロジェクトでは、「誰もが自由に議論でき、失敗を恐れずチャレンジできる風土づくり」を目指し、組織変革を3つのステージで進めています。STAGE1では、物理的・心理的な組織の壁を取り除き、多様な人材がつながりやすい環境づくりを進め、続くSTAGE2では、組織や立場を超えた対話を通じて相互理解を深め、協働を促進する関係性の構築に取り組んでいます。そしてSTAGE3では、一人ひとりが主体的に考え、行動する文化の定着を目指しています。こうした取り組みを通じて、新たな企業文化の形成やイノベーションの創発、グループシナジーの発揮を促進し、持続的な企業価値向上を図ります。



#### 経営と社員の対話による相互理解の促進

組織風土・文化づくりの中核施策である「SWING Project」のSTAGE2「カンケイを変える(互いを知り、話してみる)」の取り組みとして、経営層と社員の相互理解を深める場を設けています。2024年度から経営幹部とグループ社員による対話会を開催し、お互いの仕事に対する価値観や考え方、仕事のやりがいや悩み・課題などを共有しながら、立場や組織の枠を超えた率直な意見交換を行っています。

これにより、経営層と社員の双方において新たな気づきが生まれるとともに、社員同士のつながりや協働意識の醸成にもつながっています。社員が社長に対して直接提案をすることで、新たな施策の導入につながった事例もあります。こうした社員の生の声を組織運営や組織風土改革の施策に反映していくことで、風通しの良い組織文化を目指していきます。



社長対話会



役員対話会

### 社員のキャリア自律を支援する取組み

「SWING Project」のSTAGE3では、「自ら考え、行動に移す」ことのできる人づくりに向けて、社員一人ひとりの主体的なキャリア形成と挑戦を支援しています。2024年度よりキャリア形成支援プログラムを開始し、キャリア講演会や年代別セミナー、キャリアカウンセリングを通じて、社員の自己理解とキャリア自律を後押ししています。また、2025年度にはグループ公募制度およびキャリアチャレンジ制度(自己申告制度)を導入し、社員が自らの意思でキャリアを描き、グループ

内で新たな業務や役割に挑戦できる環境を整えています。職場の上司が部下のキャリア形成をサポートするために必要な考え方やスキルを理解するための上司向けコンテンツも準備し、上司に対するサポートの充実も図っています。これらの取り組みを通じて、社員の自律的な成長とグループ内の人材流動化を促進し、多様な経験や知見の融合による組織の活性化と新たな価値創出を促進していきます。



上司向け動画コンテンツ



社員向け 制度案内動画コンテンツ

#### 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

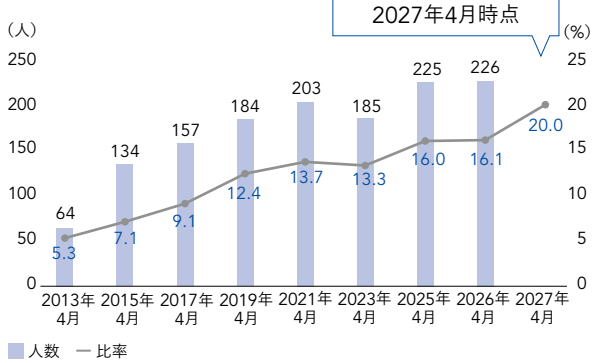
変化に強い組織となるためには、多様な価値観と強みを持つ人材が集い、それぞれのメンバーが持てる能力を最大限に発揮していくことが不可欠であるという考えのもとで、多様な仲間の活躍を推進します。

#### 女性活躍支援

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)の取り組みを継続的に強化してきました。制度・仕組み面の整備に加え、次世代女性リーダーの育成を目的とした「Seiko Woman Academy」を展開し、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、主体的なキャリアアップを支援しています。これらの取り組みを通じ、

女性管理職比率20%(2027年4月目標)の実現に向けて、グループにおける女性社員の課長層への登用が進みつつあります。今後は、部長・役員層などの上位層への積極的な登用に向けて、女性社員のさらなるステップアップを後押しするための育成施策、就業環境の整備を進めていきます。こうした取り組みにより、グループで多様な人材が活躍できる環境変化に強い組織を目指します。

#### 女性管理職比率の推移



Seiko Woman Academy

5つのグループコア戦略

人材戦略

グループ共通重点テーマ

基盤活動

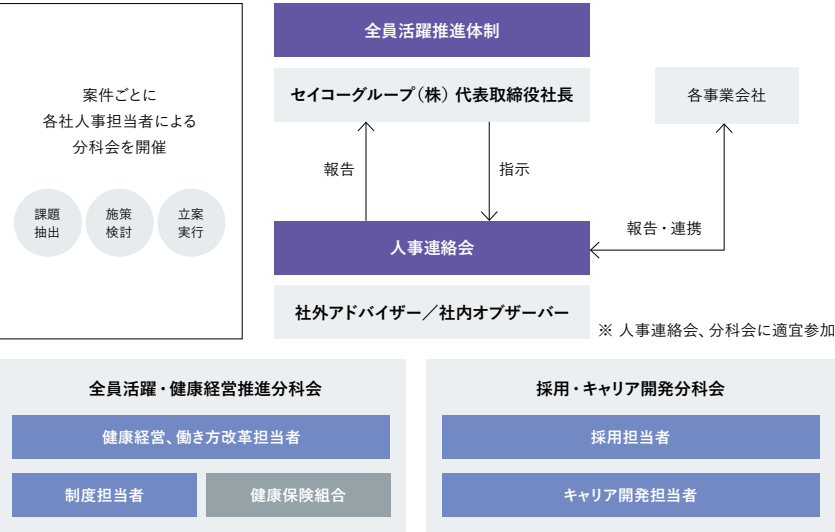
人材戦略を推進するうえで社員の健康と人権の尊重は最も重要な基盤となるという考えのもとで、グループに集うすべての社員が相互に認め合い、心身ともに安心して力を発揮できる職場環境づくりを行っていきます。

健康経営・人権の尊重

人権尊重の取組みとして、2025年度には、グループの役員を対象に「アンガーマネジメントのセミナー」を実施し、感情の適切なコントロールを通じてストレスの軽減ならびにハラスメントの防止や相互尊重に基づくコミュニケーションについて学びました。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のもと、定期健康診断の受診率向上、ストレスチェック、メンタ

ルヘルス対策、運動機会の提供など、幅広い施策を展開しています。これらの取組みは評価され、2020年から2026年まで「健康経営優良法人」の認定を継続して取得しています。今後は、二次検査の受診促進や健診項目の拡充など、健康診断後のフォロー体制を強化し、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、働きがいと生産性の向上を目指します。

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、社員が笑顔で生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

健全な職場環境の実現に向けたコミュニケーションの取組み

当社グループの役員を対象に、アンガーマネジメントに関するセミナーを実施しました。本セミナーでは、怒りを自然な感情として捉えながら、怒りに振り回されず、適切にコントロールし、問題解決に向けた建設的な表現に変換する手法について理解を深めました。心理的に安全な職場づくりを役員自らが先頭に立って実践することで職場のエンゲージメントを高め、社員の主体的な挑戦を通じたイノベーションの促進につなげていきます。



アンガーマネジメントに関するセミナー



中川 博美 ①

セイコーグループ株式会社  
執行役員 人事・グループHR戦略担当  
1992年入社。  
セイコーウオッチにて事業管理・セイコーグループにてIR・経理業務に従事。  
2021年より経営企画部長、2023年より執行役員として経営企画・財務企画を担当。2024年より現職。グループ横断で人材戦略や人材開発、DE&Iを推進。

富田 直弘 ②

エスアイアイ・プリンテック株式会社  
営業課  
2006年入社。  
液晶開発・設計を経てインクジェット事業へ転じ、製品開発リーダーを経験。現在は営業として中国市場を中心に、タイル・段ボール・テキスタイル向け印刷ソリューションを担当。開発・設計・営業の経験を活かし、市場ニーズを捉えた提案活動と新たな顧客価値の創出に取り組む。

神尾 知宏 ③

セイコーウオッチ株式会社  
企画推進部  
2009年入社。  
百貨店営業を経て商品企画部門に従事し、グランドセイコー・クレドールを担当。2025年より現職。高級ブランド領域において、企画と連携しQCD(品質・コスト・納期)の推進を担い、ブランド価値の向上を目指す。

江間 直子 ④

セイコータイムクリエーション株式会社  
管理部  
2005年入社。  
クロック製品の商品企画に長く携わった後、現在はスポーツ・ファシリティ事業で総務・人事を担当。組織改編により多様化した会社の一体感醸成や人材基盤の強化に取り組むほか、社員一人ひとりが能力を発揮できる組織づくりを推進している。

阿部 直樹 ⑤

株式会社インストラクション  
クラウド営業部  
2018年入社。  
会計・販売などの基幹業務ソフト向けクラウド環境のサポートセンター業務を経て営業職へ。顧客へのわかりやすい提案力を強みに業務を拡張。営業に加え新規事業の企画や社内研修のファシリテーションにも携わり、組織横断での価値創出に取り組む。

セイコーグループ 人材戦略座談会

SPECIAL TALK

「つながり」が生み出す価値 ― 次世代リーダーが語るグループの未来

長い歴史の中で培われてきた信頼とブランド力を、これからの成長へどうつなげていくのか。事業会社の垣根を越えて対話した社員たちが、人材交流、組織づくり、未来への挑戦をテーマに、率直な想いを語り合いました。



多彩な経歴から見た、セイコーのブランド力と風土

**中川：**今日は様々な事業会社から次世代を担うリーダー4名にお集まりいただきました。まずはこれまでの経歴と、皆さんが感じるセイコーグループで働く魅力について教えてください。

**神尾：**営業としてキャリアをスタートし、その後商品企画に携わってきました。現在は高級ブランド領域で、企画と製造の橋渡し役として、商品価値の最大化に取り組んでいます。長く同じブランドに関わる中で感じるのは、セイコーは短期的な成果だけでなく、時間をかけて価値を積み上げていく文化があるということです。世界のトップブランドに挑戦し続けられる環境があることも、大きな魅力だと感じています。

**富田：**私は、開発・設計を経て営業に移り、現在は海外市場を中心に製品を展開しています。事業部の再編などを経験する中で、分野にとらわれず必要と

## 5つのグループコア戦略



される場所で役割を担ってきました。そうした中で感じるのは、セイコーというブランドの強さです。海外でも「セイコー」という名前があることで信頼を得やすく、新たな商談機会につながる場面も多い。こうしたブランド力は、長年積み重ねてきた技術と実績の賜物だと実感しています。

**阿部:** ITサービスの保守運用事業にて、サポートスタッフや営業としてキャリアを築いてきました。セイコーグループにはM&Aをきっかけに加わりましたが、これまで以上に事業の幅が広がりました。自社単独では難しい取組みでも、グループ内の強みを掛け合わせることで実現できることに魅力を感じています。

**江間:** 商品企画に長く携わった後、家族の海外赴任への同行を機に一度退職しました。その後再入社し、現在は人事部門で働いています。一度離職した後に戻ってきて感じたのは、セイコーの「人」の魅力です。会社としての環境や制度も大切ですが、一緒に働く人への信頼感や、安心感があることが、このグループで働く大きな理由だと思います。製品やブランドへの誇りに加え、働く人の温度感が似ていることも、セイコーらしい風土の一つだと感じています。

## グループ横断の対話が広げる、新たな価値創造

**中川:** 皆さんには、セイコーグループの将来像について議論するグループ横断のプロジェクトに参加していただきました。事業や会社の枠を越えて意見を交わす中で、どのような発見や気づきがありましたか。

**阿部:** 印象的だったのは、「セイコー」という言葉から連想する価値が人によって大きく異なることでした。時計、技術、歴史、伝統——それぞれの事業や立場によって捉え方は異なりますが、議論を重ねる中で共通していたのは「信頼」という価値でした。そして、その信頼を支えているのは、期待を超える品質やサービスを追求し続ける姿勢ではないかという結論に至りました。私たちが提供する価値が業界の基準となり、新たな成長につながっていく。

その可能性を改めて実感しました。

**神尾:** プロジェクトでは、服部さん自らが「グループが永続的に成長し、社会から必要とされる企業であり続けるためには何が必要か」という問題提起をされました。その問いを起点に、10年後、20年後を見据えたセイコーグループの未来について考えたことは、私にとって大変貴重な機会となりました。同時に、グループ内には想像以上に多様な事業や専門性が存在し、それぞれが独自の強みを発揮していることを改めて実感しました。普段は自社や自部門の業務に向き合う時間が中心となるため、グループ他社の取り組みや人材の強みを深く知る機会は決して多くありません。だからこそ、こうしたグループ横断の対話を通じて新たな発見が生まれ、相互理解が深まることに大きな価値を感じました。お互いを知ることこそが、新たな連携や価値創造の第一歩だと思います。

**江間:** 私もグループ内の理解が不十分だと強く実感しました。お互いの事業や技術への理解が不足していたため、「この技術とこの事業を掛け合わせれば新しい価値が生まれるのではないか」という発想まで議論を深めることが難しかった場面もありました。一方で、それは伸びしろでもあると思っています。日頃から事業や人材への理解を深める機会が増えれば、グループとしての可能性はさらに広がるはずです。

**富田:** 今回のようなグループ横断で議論する機会が増えれば、各社への理解が深まり、新たな連携やシナジー創出の可能性も広がると感じています。今回築くことのできたつながりを一過性のものにせず、継続的な交流へ発展させることが重要です。互いの事業や強みへの理解が深まることで、新たなキャリアへの挑戦やグループ内での人材流動も活性化されるでしょう。こうした経験の積み重ねが、個人の成長だけでなく、グループ全体の競争力向上にもつながると考えています。

**中川:** 今、皆さんは「グループには想像以上に多様な事業や人材がいることに気づいた」とおっしゃいましたが、この点がグループにとって大きな課題であると同時に、最大の伸びしろだと考えています。当社グループは、組織再編やM&Aを通じて多様な事業と人材を擁する企業グループへと進化してきました。多様性が一気に広がった一方で、その多様性を価値に変える仕組みはまだ道半ばです。今後、持続的な成長を実現するためには、各社が培ってきた強みを活かしながら、グループ横断で知見や人材が循環する仕組みをさらに強化することが重要です。

各社・各部門が単独で努力するだけでは、事業間の壁はなかなか越えられません。だからこそ、その壁をグループ全体の仕組みで取り払い、知見や人材が会社を越えて行き交う流れを意識して作っていくことが、持株会社の人事の役割だと考えています。2025年度からグループ公募制度やキャリアチャレンジ制度を導入しました。もちろん、これは一歩目に過ぎません。事業や組織の枠を越えた対話と協働を促進し、新たな価値創造につなげていきます。

## 次世代を担うリーダーが描く、セイコーグループの未来

**中川:** 最後に、皆さんが思い描くセイコーグループの未来と、その実現に向けてご自身が果たしていきたい役割についてお聞かせください。

**神尾:** 優秀な若い世代が次々と加わる中で、組織としても常に変化し続けることが求められています。だからこそ、従来の成功体験にとらわれず、自らも学び続けながら、現場の声を起点とした戦略立案に取り組んでいきたいと考えています。また、時計技術の継承や職人育成など、セイコーならではの価値を次世代へつなぐ人的資本投資にも力を注ぎ、長期的な競争力の向上に貢献していきたいと思っています。



**富田:** 開発、設計、営業と異なる立場を経験してきたことで、多様な視点から物事を捉える重要性を実感してきました。今後も事業や職種の枠を越えて挑戦を続け、グループ内で幅広い経験を積みながら知見を広げていきたいと考えています。そして、個社の視点だけでなく、セイコーグループ全体の成長を考え、変革を推進できるリーダーを目指していきたいです。

**阿部:** 私は、人と組織をつなぐ「戦略の翻訳者」のような存在になりたいと考えています。経営戦略やビジョンは、単に伝えるだけでなく、その背景や意義まで含めて共有することで初めて組織の力になります。また、現場の声を経営に届けることも同じくらい重要

## SPECIAL TALK



です。経営と現場をつなぐ架け橋として双方向のコミュニケーションを促進し、組織全体が同じ方向を向いて挑戦できる環境づくりに貢献していきたいと思います。

**江間:** 私は、社員一人ひとりが安心して挑戦できる組織づくりを支えていきたいと考えています。人事・総務部門への信頼は、社員の挑戦や成長を支える土台になるものです。まずは「困ったときに相談できる存在」として信頼を積み重ねるとともに、多様な人材が能力を発揮できる制度や環境の整備にも取り組んでいきたいと思っています。社員の成長が組織の成長につながる、その好循環を生み出すことが私の目標です。

**中川:** 今回の対話を通じて改めて感じたのは、セイコーグループの最大の強みは、「人」だということです。神尾さんの価値を次代へつなぐ視点、富田さんの枠を越えて挑戦する姿勢、阿部さんの経営と現場をつなぐ架け橋、そして江間さんの挑戦を支える土台、これらがつながると、それはグループにとって大きな競争力となります。多様な経験と価値観を持つ人材が、事業や会社の枠を越えて知見をつなげることが、事業を越えたシナジーを生み、新たな価値創造の実現へとつながるのです。私たちは今後も人材への投資を、未来への投資と捉える「人的資本経営」を重要戦略と位置づけ、社員一人ひとりの挑戦と成長を後押ししていきます。グループの未来は、一人の力で実現できるものではありません。未来への想いを仲間と共有し、対話を重ね、ともに挑戦しながら形にしていく。その積み重ねこそが、新たな価値創造につながると考えています。長い歴史への敬意を持ちながら、その先の未来を自分たちの手でつないでいく。そんな志を持つ人材が次々と生まれる会社でありたいと思います。



# DX戦略

## AIとの共創による持続的な成長構造の確立

セイコーグループが推進するDXの本質は、単なる業務の効率化にとどまりません。デジタルテクノロジーの力を全社に浸透させ、真の「ソリューションカンパニー」へと、グループ全体のビジネスモデルと風土を革新していく挑戦です。

激変する環境において、テクノロジーは私たちの可能性を広げる強力な原動力です。すべての社員がデジタルを当たり前に使いこなし、人間にしかできない創造的な仕事や新たな価値創造に自律的に挑戦できる、イノベティブな組織風土を目指し、グループ一丸となって取組みを進めます。

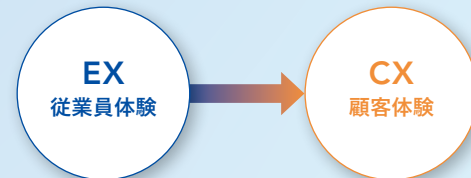


専門役員 IT・DX推進担当  
**倉田 修**

### 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。

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。



|                       | 目指す姿                                          | 2026年度の主な取組み                                                                                                                                          |
|-----------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Digitalization</b> | 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経営計画達成のための課題解決を遂行する | <ul style="list-style-type: none"><li>複数LLMに対応した、セキュリティと利便性を両立したAI基盤強化：SEIKO AI GATEWAY</li><li>階層別研修やアイデアコンテスト、社内コミュニティ運営を通じたAI人材育成</li></ul>        |
| <b>インフラ／セキュリティ</b>    | 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     | <ul style="list-style-type: none"><li>グループ共通IT基盤とネットワークの再構築による、競争力向上と安定成長を支える基盤への刷新</li><li>サイバーリスクを前提とし、即応力や回復力を高め、事業継続と成長を支えるゼロトラスト型対策の実現</li></ul> |
| <b>業務システム</b>         | 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目指す | <ul style="list-style-type: none"><li>基幹システムの刷新とクラウド化を推進し、持続的な成長を支える業務基盤を構築</li><li>データ基盤の構築による高度化を進め、データドリブンな意思決定基盤を確立</li></ul>                     |

## 重点取組み事例

### 事例1

#### 顧客統合基盤を活用したマーケティングの高度化

(株)和光では、店舗やオンラインストアにおける顧客・売上・行動データを統合した「顧客管理基盤」を活用し、LINEやメール、ダイレクトメール等を通じた最適な顧客アプローチの展開を進めています。リアルとデジタルを融合させたデータ駆動型の施策により、お客さま一人ひとりの嗜好に寄り添った、さらなる顧客体験(CX)の高度化と提供価値の向上を目指します。



### 事例2

#### 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、「サイバーリスクを前提に、即応力と回復力を高め、事業継続と成長を支える」セキュリティ方針に基づき、各種対策を推進しています。

ガバナンス体制の整備に加え、共通ポリシーおよびガイドラインの策定を行い、教育・訓練・評価を通じてPDCAサイクルを確立・運用しています。

また、重大インシデントの発生を前提とした対応力強化のため、システム全体の状況やイベント、ネットワーク等を横断的に相関分析する統合監視の高度化を推進しています。



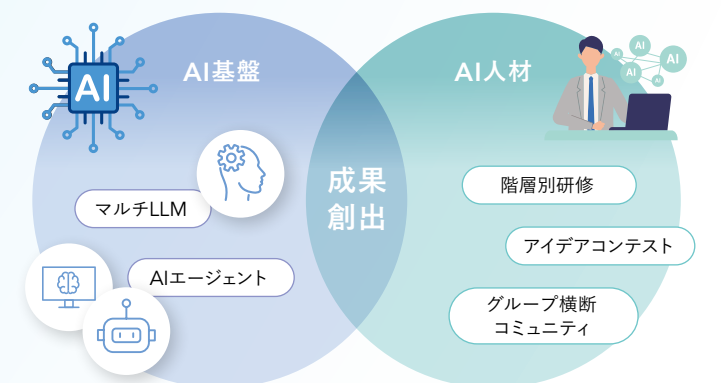
### 事例3

#### AI基盤強化とAI人材育成

グループ全体のDX推進を加速させるため、「AI基盤強化」と「AI人材育成」を両輪とした戦略を展開します。セキュアで高度なマルチLLM基盤やAIエージェントの利用環境を拡充・整備する一方で、階層別研修やアイデアコンテスト、社内コミュニティ運営を通じた人材育成や風土醸成を進めます。

この「基盤」と「人」の確かな融合が、日々の業務効率化だけでなく、これまでにない創造的な価値創出を力強く下支えしていきます。

#### セイコー AI

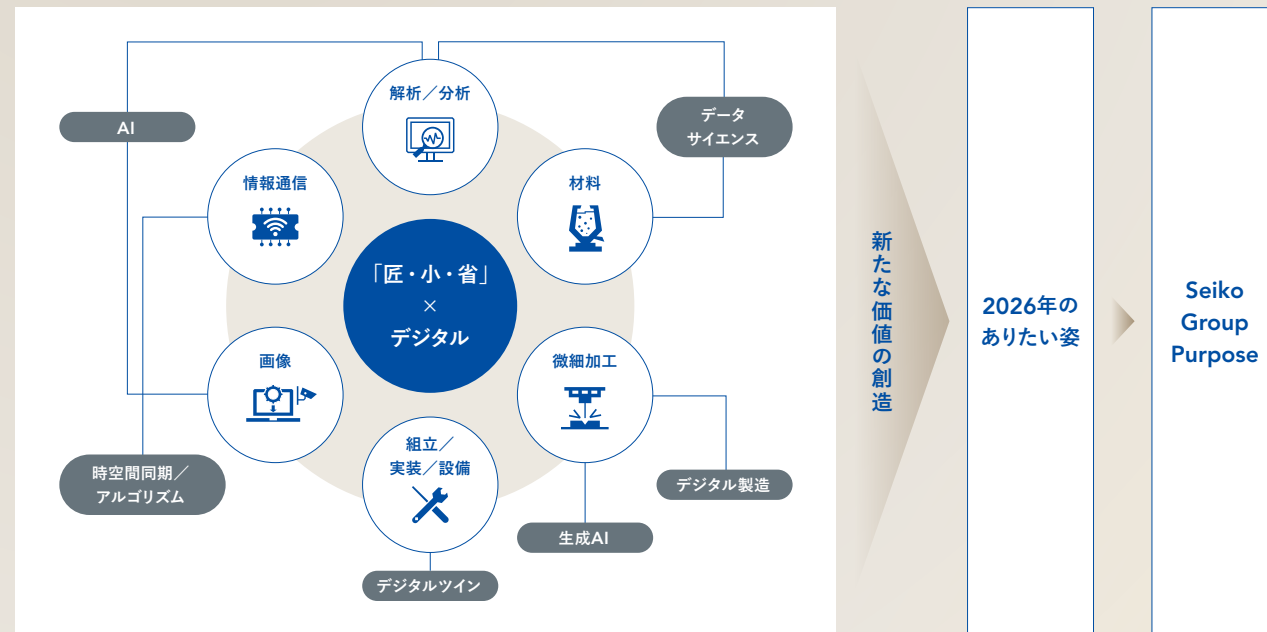


# R&D戦略

## 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」「組立／実装／設備」「画像」「情報通信」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

事例 1 デジタル解析で極める機械式時計の実用精度

事例 2 次世代モビリティを支える精密部品開発

事例 3 次世代測位・同期技術の社会実装へ

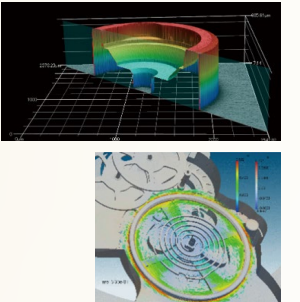
事例 4 Laboratory Automation  
—理研-セイコー連携センター(RSCC)を設立

## 重点取組み事例

### 事例 1

## デジタル解析で極める機械式時計の実用精度

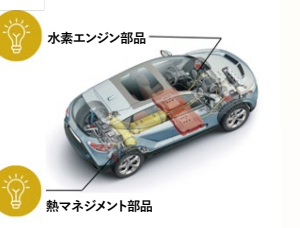
当社は、機械式時計の開発プロセスにおいて、時計内部で発生する空気抵抗、磁場影響、応力、変形など、微細かつ多様な物理現象をデジタル上で可視化・検証できるCAE(コンピュータによるシミュレーション技術)を本格導入しています。従来の開発プロセスでは、試作と実測を繰り返していましたが、熟練技術者の経験知と科学的解析を融合したCAE技術を確立し、プロセスの大幅な効率化による開発スピードのアップと製品品質の向上を目指しています。機械式時計の実用精度における世界最高水準を持続的に更新していきます。



### 事例 2

## 次世代モビリティを支える精密部品開発

セイコーインスツル(株)は、自動車の「走る」「止まる」を支えるABS(Antilock Brake System)部品や、インジェクター(燃料噴射装置)部品を長年製造しています。近年は、セイコーグループの研究開発を担うセイコーフューチャークリエーション(株)と連携し、次世代モビリティとして注目されるFCV(燃料電池自動車)部品、水素エンジン部品、熱マネジメント部品などについて、各種分析手法を用いて構造を解析し、セイコーインスツル(株)の強みを活かした新たな精密部品の可能性を追求しています。



### 事例 3

## 次世代測位・同期技術の社会実装へ

当社は、「時」の専門企業として培った技術を核に、次世代高精度測位技術の社会実装を加速しています。衛星測位が届かない屋内・地下・高架下などの環境でも、センチメートル精度の位置把握を実現する測位基盤「Chrono Locate®(クロノロケート)」を開発し、大成建設(株)をはじめとした建設業界各社との連携のもと、実環境での適用可能性を実証しています。本技術は物流・自動搬送など多様な産業分野への展開も見込まれており、デジタルツイン基盤の高度化にも貢献していきます。「時」から「位置」へ——計測の精度を軸に、産業と社会の発展を力強く推進していきます。



### 事例 4

## Laboratory Automation —理研-セイコー連携センター(RSCC)を設立

当社は、国立研究開発法人理化学研究所(以下、理研)と共同で理研の開拓研究所(埼玉県和光市)内に「理研-セイコー連携センター(RSCC)」を開設しました。パイオものづくりに当社が時計製造をはじめとする機械産業分野で培ってきた独自の技術基盤(精密制御・自動化・画像解析技術)を活用し、実験を自動化・最適化する「自律型実験システム」の構築などを目指します。当センターでは、自律型の微生物培養装置や微生物・生体分子の高精度ピッキング装置、計画策定から試料処理、解析までを一気通貫で実行する実験システムの開発を主に研究し、バイオを中心とした実験の世界のプラットフォームを目指します。



## SPECIAL FEATURE 01

精密時刻同期が生む、次世代の「時空間インフラ」：  
次世代位置情報基盤 Chrono Locate®

セイコーグループは、長年培ってきた「正確な時」を計る技術を深化させ、社会課題の解決に直結する新たなソリューション「Chrono Locate®(クロノロケート)」の社会実装を進めています。



## 技術の独自性と競争優位性

本技術は、国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)の無線双方向時刻同期技術をベースに、デバイス同士が一兆分の一秒単位で時刻を同期し、その通信時間差から距離を算出するものです。

最大の強みは「衛星への非依存性」にあります。従来のGPS(GNSS)では測位が困難だった屋内、地下、ビル街においても、デバイス同士の直接通信によりセンチメートル単位の高精度な測位を可能にしました。また、少数のデバイスで広範囲をカバーできるため、導入コストと運用効率の両面で高い優位性を有しています。



## 社会インフラとしての市場機会と展開

「時」と「場所」の情報の高精度化は、デジタルトランスフォーメーション(DX)を加速させる基盤となります。現在、以下の成長分野で実証実験(PoC)および実用化を推進しています。

**建設・土木：**地下や鉄骨に囲まれた工事現場での自動測量を実現。建設DXの本命課題である「GPS不可エリアの無人施工」に直接応える。

**農業：**ビニールハウス内やソーラーパネル下などの「GPSの盲点」を解消し、農機の完全自動走行によるスマート農業推進に貢献する。

**自動運転・物流：**GPSの死角を補完し、自動運転・無人搬送のシームレスで安全な移動インフラを構築する。



## 持続的な価値向上に向けて

「Chrono Locate®」は、当社のマテリアリティである「社会インフラ構築への貢献」と「高品質な製品・サービスの提供」を具現化する中核技術です。現在は、多様な産業機器への組み込みを見据えたデバイスの小型化と、社会実装に向けた開発を加速させています。

社会実装の推進においては、事業会社であるセイコーソリューションズ(株)と連携し、本技術を活用した新たなソリューション開

発を牽引しています。あわせて、多数のパートナー企業との協業を深化させ、各産業に根強く残る現場課題の解決と価値創出を強力に推進していきます。

時計事業で磨き上げた「精密化・小型化・省電力化」のDNAを、単なる計時を超えた「時空間インフラ」へと転換することで、社会的価値の創出と持続的な経済価値の向上を両立させていきます。

## 知的財産を通じた価値創造と競争力強化

当社は、1881年の創業以来、精密加工や製造技術をはじめとする高度な技術力を基盤に事業を展開してきました。これら長年にわたり培ってきた技術・製造ノウハウ、デザイン、ブランドを含む知的財産を、事業競争力および中長期的な企業価値を支える重要な経営資源と位置づけています。

これら経営資源を守り、育成するために、知的財産部が中核となり、グループ各社の知的財産活動を横断的に統括しています。そして、知的財産活動においては、事業戦略と一体となった知財戦略の構築と、その着実な実行を通じて、持続的な価値創造を支えるため、以下を業務の一例としています。

## 出願戦略・IPランドスケープと製造ノウハウの秘匿化

各事業の市場環境や技術特性を踏まえ、発明の創出段階から知的財産部が事業部門と連携し、戦略的な出願活動を推進しています。また、先行技術、競合動向、市場・技術トレンドを俯瞰的に整理するIPランドスケープを取り入れ、重点領域における特許網の構築や、事業価値の高い技術の確実な権利化を図るとともに、新規事業・新規技術テーマの創出を図り、権利化を進めています。

一方で、すべての技術を権利化するのではなく、140年以上の歴史の中で培われた製造プロセスや加工条件など、競争優位性の源泉となるノウハウについては、あえて特許化せず営業秘密として管理し、法律の保護を受けられる状態とする方針も採用しています。権利化と秘匿化を適切に使い分けることで、技術資産の価値を最大化しています。

## 社外への知財力の発信

セイコーグループは、知的財産を通じた技術力・創造力を社外にも積極的に発信しています。

公益社団法人発明協会が主催する地方発明表彰への継続的な応募を通じて、技術成果の社会的評価を得るとともに、企業としての知財力を対外的に示しています。

2025年度の地方発明表彰では、エスアイアイ・クリスタルテクノロジー(株)の特許権(特許第6571339号)が栃木県知事賞を、セイコーNPC(株)の特許権(特許第5540406号)が栃木県発明協会会長賞を、セイコーウオッチ(株)、エスアイアイ・プリンテック(株)も発明奨励賞を受賞しました。

また、特許庁をはじめとする関係機関との意見交換の場を設け、知的財産を経営戦略の中核に据える重要性や、産業競争力強化に向けた課題について対話を重ねています。

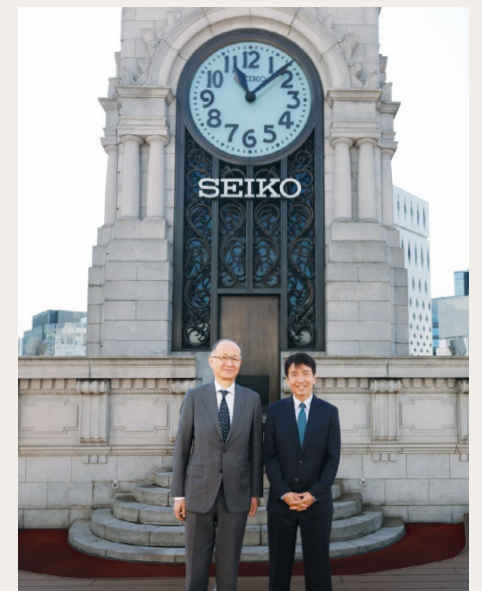
2026年には、河西特許庁長官をはじめとする特許庁の方々をお迎えし、意見交換を開催しました。産業競争力の強化に向けた課題、知的財産を経営戦略の中核に据えることの重要性のほか、産業政策として特許庁の支援施策などについて意見交換を行いました。

さらに、一般社団法人日本知的財産協会(JIPA)に対して専門委員会や部会へ積極的に派遣しています。

これらの取組みは、当社グループの知財活動の透明性と信頼性を高めるとともに、持続的な価値創造に向けた基盤強化につながっています。



地方発明表彰式の様子  
(左からエスアイアイ・クリスタルテクノロジー(株) 市村、セイコーNPC(株) 菱沼、セイコーウオッチ(株) 野村)



左から高橋社長、河西特許庁長官

Photo: amigraphy

# 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・感性的価値を通じて、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。

## 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

技術的  
価値

技術で時代の一步先を行き、  
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サステナブルな社会へ

Well-being  
よりよい人生をInclusion  
すべての人にTrust  
確かな信頼でHarmony  
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

2026年の  
ありたい姿Seiko  
Group  
Purpose

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。

## 重点取組み事例

## 事例

1

### セイコー次世代育成活動「時育®」 文部科学省アワード 優秀賞受賞

セイコーグループが推進する次世代育成活動「時育®(ときいく)」は、子どもたちが“時間”の大切さや価値を主体的・体感的に学ぶ独自の取組みです。これまで累計18,000人以上の子どもたちが体験し、その学びの質と社会的意義が評価され、文部科学省「いーたいけんアワード」において優秀賞を受賞しました。長年「時」と向き合ってきた企業としての知見を活かし、未来を担う世代の育成やセイコーファンの創出に貢献しています。

事例  
2

### 世界の頂点に挑むアスリートとともに、感動を創出するセイコーのスポーツ支援

世界最高峰のアスリートが集う「セイコーゴールデングランプリ陸上2026東京」を、高精度な計時技術で支えました。本大会では、東京2025世界陸上で導入したビデオトラックトラッキングシステム(VTT)を活用し、レースの“速さ”だけでなく“速さの中身”まで可視化することで、陸上競技の新たな魅力を発信しました。また、会場には「セイコーブース」を設置し、計時・計測機器の体験や、世界陸上で実際に使用されたファイナルラップベルの展示を通じて、来場者に“本物”に触れる機会を提供しました。さらに、Team Seikoからは山縣亮太選手、デーデー プルーノ選手、豊田兼選手、田中希実選手が出場。世界へ挑む彼らの力走を通じて、スポーツが生み出す感動を共有するとともに、新たなファン層の拡大につながりました。

事例  
3

### ジャズに取り組む若者をサポートするセイコーの音楽支援企画が10周年

近年、国内でレベルが上がっていると言われるジャズですが、日本ではアメリカのように気軽にジャズを学べる場が少ないのが現状です。セイコーではアメリカからプロのジャズミュージシャンを招き、「Seiko Summer Jazz Camp」を2016年より参加費無料で開催しています。これまでの10年間で300人近くの受講生を輩出し、そのうち約80人がプロとして活躍するなど、日本のジャズ界において存在感を高めています。2026年は、新たに講師としてグラミー賞にノミネートされた音楽家の扶間美帆氏を招聘しました。さらに10周年を記念し、人気ジャズコミックとのコラボレーションを実現したほか、本場アメリカでのライブも開催。講師陣と卒業生は、ジャズの聖地であるJazz at Lincoln Centerにおいて、現地の観客に向けて演奏を披露しました。



## Voice

Seiko Summer Jazz Camp卒業生の声



2019年参加者

治田 七海(トロンボーン)

### Seiko Summer Jazz Campでの出会いが運命を変えた

私は小学生の頃からトロンボーンを吹いていますが、いずれアメリカで本格的に学びたいと考えていました。有名音楽大学への留学も検討しましたが、2019年、17歳のときに「Seiko Summer Jazz Camp」に参加し、最優秀賞を受賞。その際に講師リーダーのマイケル・ディーズ先生と出会いました。この先生のレッスンをもっと受けたいという想いから、先生が教鞭をとるミシガン州立大学音楽学部への留学を決意しました。2025年には、全米でアルバム「The Vibe」をリリース。そのきっかけも、このキャンプでの出会いにありました。ディーズ先生から「七海のアルバムを作ってみないか?」とお声がけいただいたことが始まりです。

このキャンプの最も素晴らしい点は、まず講師陣が一流のミュージシャンであることです。また、参加者同士の出会いも大切にしたいと思います。音楽仲間が増えることはとても貴重です。毎月1回、卒業生によるライブが開催されており、卒業後も交流が続くのも魅力だと感じています。