



CITIZEN

中期経営計画 2024

シチズン時計株式会社
2022年3月30日

代表取締役社長の佐藤です。
本日はご多忙のところ、弊社「中期経営計画 2024」説明会にご参加いただき、ありがとうございます。

それでは、2022年度からスタートする新しい中期経営計画につきまして、ご説明します。

中期経営計画 2021振り返り	3
シチズングループビジョン 2030	6
中期経営計画 2024	13
時計事業	17
工作機械事業	27
デバイス事業 / 電子機器他事業	33
シチズングループ価値創造ストーリー	35

中期経営計画 2021振り返り

まず、「中期経営計画 2021」の振り返りです。

中期経営ビジョン2021

数値目標

重点施策

時を感じ、未来に感動を
Innovation for the next

時代（とき）の変化に敏感となり、シチズンは従来のものづくりにとどまらず、今までにない新たな価値創造に挑戦し、持続可能な未来に感動を創ります。

売上高	3,700億円
営業利益	300億円
ROE	8.0%

I	時計・工作機械事業の成長促進
II	デジタルトランスフォーメーションの推進 - バリューチェーンの新たな価値創造 - グループ横断の間接業務の効率化
III	サステナブル経営(SDGs)の推進
IV	品質コンプライアンスの強化

「中期経営計画 2021」では、数値目標として売上高 3,700億円、営業利益 300億円、ROE 8%を掲げ、達成に向けて取り組んできましたが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響は想定以上の規模となり、またその影響も長引いていることから、2021年度売上高と営業利益については、数値目標を大きく下回る厳しい見通しとなっています。

一方で、ROEについては目標値に近い水準となる見込みです。困難な状況にありながらも、重点施策である「時計・工作機械事業の成長促進」、「デジタルトランスフォーメーションの推進」、「サステナブル経営の推進」、「品質コンプライアンスの強化」については着実に実施し、今後の成長に向けた土台作りが行えたものと認識しています。

<p>時計事業の再成長の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 製品領域の拡大 ■ マルチブランド戦略の成果発現 ■ 製造革新によるムーブと完成品のコスト力強化 	<p>総括：市況環境が激変する中、目標未達も収益性改善 課題：価値の収益化及び持続的な成長の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Cal.0200搭載『The CITIZEN』メカニカルモデル、『Series 8』を投入 ■ 『The CITIZEN』のリブランディングに着手 ■ BULOVAが北米で販売拡大 ■ 機械式ムーブメントの合理化・自動化によるコスト削減が進展 ■ アナログクォーツムーブメントも取り組み進行中
<p>工作機械事業の更なる成長促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 生産革新による売上高800億円規模を実現する事業基盤の確立 ■ IoTを活用した顧客ソリューションを提供できる新しいモノづくり企業へ進化 ■ 既存事業の拡大に加え、新たな事業領域の探索 	<p>総括：部材調達難の影響から目標に僅かに未達も概ね計画通りの成果 課題：生産能力及び営業・サービス体制のさらなる強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 中国工場、タイ工場、本社工場の生産能力強化に向けた設備投資を推進 ■ 稼働監視システム『alkartlive2』販売開始 ■ IoT接続ツール『alkartstation』販売開始 ■ 省力化・自動化ニーズに応える新たなソリューション『FAフレンドリー』の販売開始
<p>デジタルトランスフォーメーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ デジタル技術の活用によるバリューチェーンの最適化と新たな価値創造 	<ul style="list-style-type: none"> ■ グループ各社のスキル/ノウハウの見える化進展 ■ 時計事業：ユーザー接点のデジタル化 ■ 時計事業：日米市場において直販ECを開設 ■ 時計事業：『FTS（ファイン・チューニング・サービス）』、『AIウオッチレコメンド』のオンラインサービスを開始
<p>サステナブル経営(SDGs)の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 事業プロセスを通じた社会課題解決 ■ 製品を通じた社会課題解決 	<ul style="list-style-type: none"> ■ マテリアリティ2030年ロードマップの策定・運用 ■ サステナビリティ委員会の設置とグループ方針類を整備 ■ 時計事業：シチズンブランド全体で新製品への認証材/再生材等の活用 ■ 工作機械事業：『摩擦接合技術』の製品化を実現

それぞれの重点施策について、ご説明します。

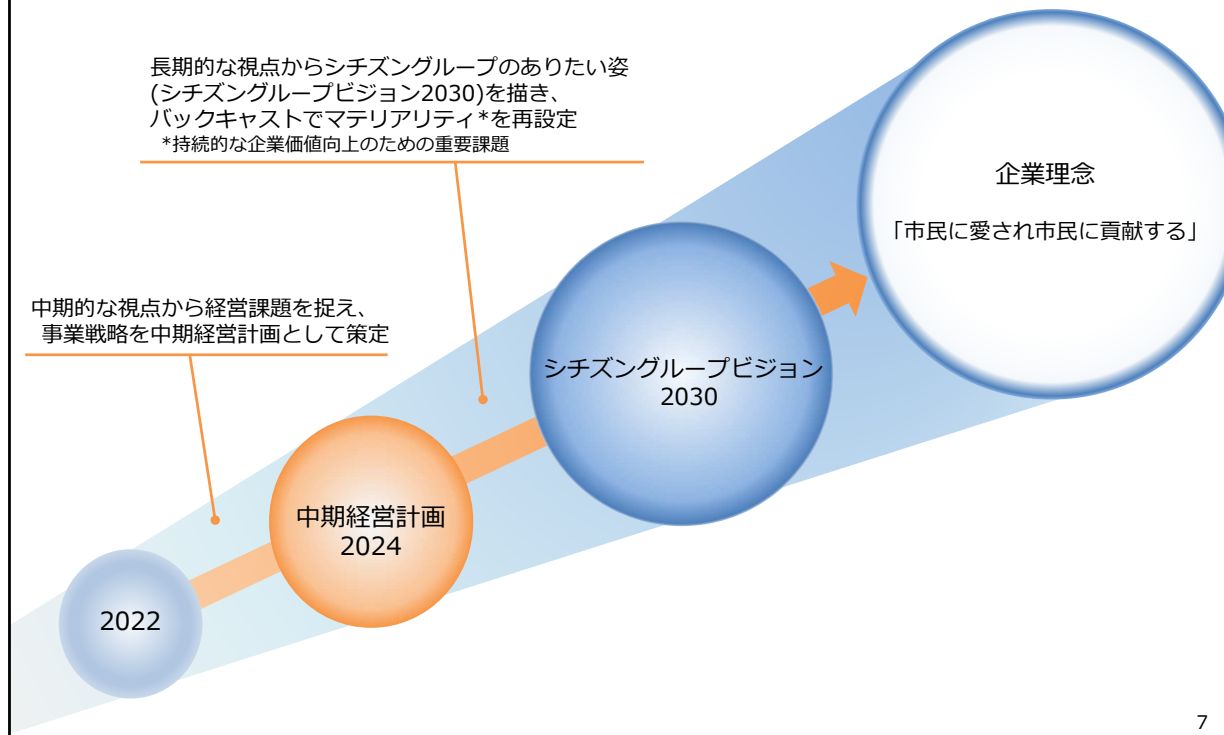
時計事業では、機械式時計の新製品を投入し、製品領域の拡大を進めたほか、CITIZENブランドに加えBULOVAブランドも北米市場を中心に好調に推移するなど、成長につなげることができました。

また、合理化や自動化といった収益力の改善に向けた取り組みを進めた他、ムーブメントと完成品のコスト力の強化も図りました。市況環境が大きく変化する中、引き続き、高付加価値化による持続的な成長を目指して行きます。

工作機械事業では、中国工場の生産能力強化に向けた設備投資を進めたほか、IoTの活用、新たな事業領域の探索を図り、おおむね想定通りの成果を得ることができました。新中期経営計画では引き続き、タイや本社工場の生産能力増強に取り組み、生産能力及び営業、サービス体制の強化を図っていきます。

シチズングループビジョン 2030

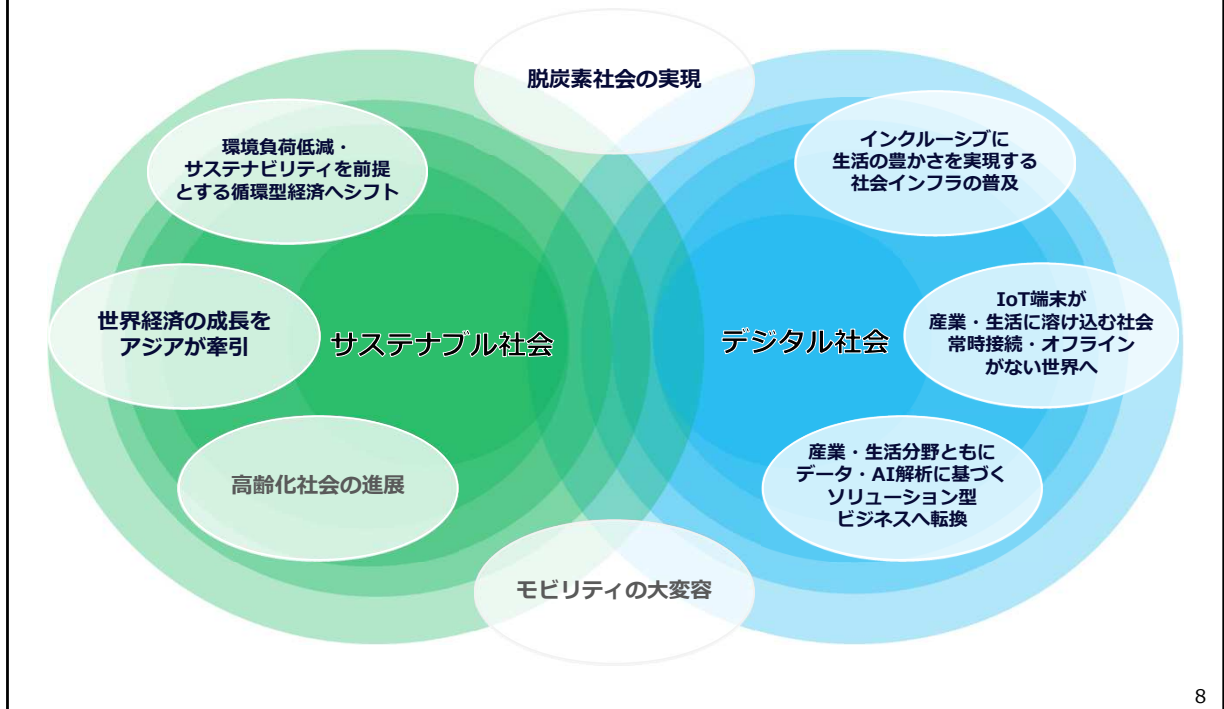
続いて、「シチズングループビジョン 2030」についてご説明します。



シチズングループでは、今後想定される様々な将来の環境変化を踏まえた上で、グループの長期ビジョンとして、「シチズングループビジョン 2030」を策定しました。

2030年という長期的な視点から、シチズングループのありたい姿を描き、そこからバックキャストすることで我々のマテリアリティを再設定し、「中期経営計画 2024」を策定しています。

「中期経営計画 2024」では、想定される将来の環境変化を見据えて、ありたい姿の実現に向け、取り組んでいきます。



サステナブル社会、デジタル社会の進展など、踏まえるべき様々な社会変化があります。シチズングループとしては、社会課題の解決につながるような事業運営を進め、このような様々な変化へ対応し成長できる企業となることを目指して行きます。

シチズングループビジョン2030

**豊かな未来（とき）をつなぐ
Crafting a new tomorrow**

想像してみてください。
2030年のシチズンを。

1918年に国産時計の開発からはじまったシチズンの技術は、
その後、工作機械・デバイス・電子機器へと発展し、
数々の安心と信頼の製品・サービスを生み出してきました。

この先は、安心と信頼にもうひとつ、
「感動」を生み出すことを目指していきます。
世界の人々の暮らしだけでなく、心までより豊かにすること。
そして、その豊かさを次世代につなげていくこと。
これが、私たちの新しい使命です。

2030年、シチズンは、
世の中に安心、信頼そして感動を届ける存在になります。
それこそが、
豊かな未来をつなぐことができると信じて。

9

「シチズングループビジョン 2030」では、豊かな未来（とき）をつなぐ、Crafting a new tomorrowを新たなビジョンとして掲げます。

2030年のシチズンが、世界の人々の暮らしだけでなく、心までより豊かにすること。そして、その豊かさを次世代につなげていくことが、私たちの使命であると考えます。

シチズンが、世の中に安心、信頼そして感動を届ける存在になれるように努めていきます。

ESG	マテリアリティ	分類	主な取り組み	該当する事業			
				時計	工作機械	デバイス	電子機器他
E	気候変動への対応と循環型社会への貢献 	気候変動への対応	・エコカー（EV・HV）への部品供給、照明用LEDの販売等 ・CO2排出量削減、再エネ導入拡大等	○	○	○	○
		循環型社会への貢献	・永く愛用できる光発電時計と機械式時計の販売 ・LFV・摩擦接合技術搭載製品の拡充等 ・水使用量の削減、再資源化の推進、有害化学物質管理、包装資材の削減等	○	○	○	○
	質の高い生活への貢献 	多様なライフスタイルへの貢献	・カスタマイズ時計・サービス ・パーソナライズ体験のIoTプラットフォームの提供等 ・デジタルカメラ、ヘッドマウントディスプレイ等への液晶デバイス供給等	○		○	
		医療・ヘルスケアへの貢献	・細菌分析用検体保持プレートの販売等 ・誰もが使いやすい体温計・血圧計の提供 ・デジタルヘルスケアサービス『健康予約』の提供等			○	○
S	産業分野におけるソリューションの提供 	省力化・自動化ソリューションの提供	・「機械・デジタル技術・使いこなす技術」の活用と提供等 ・ソリューション型生産設備、セルフ端末ソリューションの提供等		○		○
		次世代通信技術への貢献	・正確な時刻情報が必要とする機関への時刻基準情報の提供等 ・センシングデバイス（遠隔操作ロボット等）の開発・販売等	○		○	
		モビリティへの貢献	・EV車のシグナル灯等へのレーザーの開発・販売等 ・高度なブレーキシステム、通信システム、センサー等への部品供給等			○	○
	働きがいの向上と人材の育成 	働きがいの向上	・従業員エンゲージメント向上施策の実施、教育機会の提供等	○	○	○	○
	人材の育成	・変革推進人材のグループでの育成、経営人材育成におけるグループ連携強化等	○	○	○	○	
	ダイバーシティ・インクルージョン	・女性管理職候補の計画的育成と登用、男性の育児休業取得推進等	○	○	○	○	
G	社会的責任の遂行 	リスクマネジメントの強化	・グループ重要リスクの更新と運用等	○	○	○	○
		品質コンプライアンスの順守	・品質行動憲章の浸透活動等	○	○	○	○
		人権の尊重と労働慣行	・人権デューデリジェンスの構築等	○	○	○	○
		持続可能な調達	・CSR調達、グリーン調達、紛争鉱物対応等	○	○	○	○

こちらは、シチズングループのマテリアリティです。

「気候変動への対応と循環型社会への貢献」、「質の高い生活への貢献」、「産業分野におけるソリューションの提供」、「働きがいの向上と人材の育成」、「社会的責任の遂行」の5つを、事業ごとに関連性を整理しマテリアリティとして特定しました。

「再生可能エネルギーの導入と拡大」や「永く愛用できる光発電時計と機械式時計の販売」への取り組み等により、気候変動への対応と循環型社会への貢献を図るなど、事業ごとに製品とサービスを通じた社会課題の解決を進めていきます。



TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

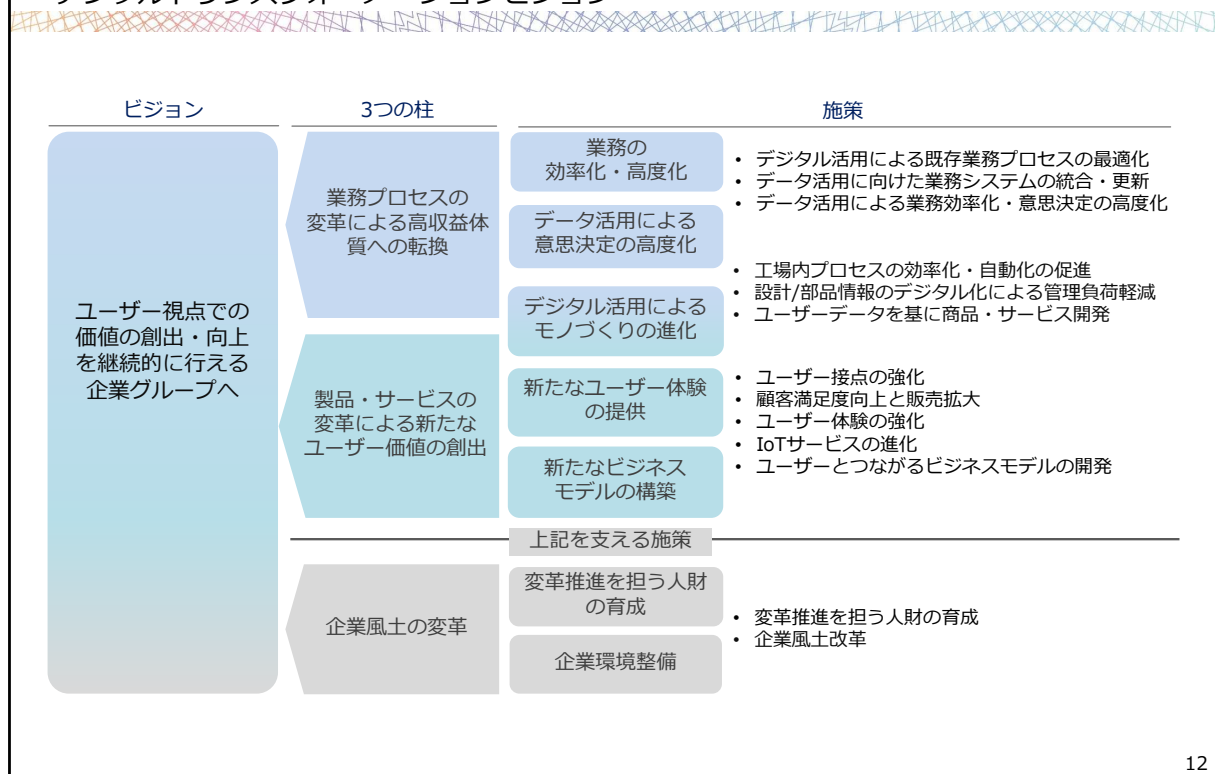
「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に従い、グループの事業や財務へのインパクトが大きいリスクと機会の評価と特定をシナリオ分析により推進

シチズングループは、2024年度までに**SBT認定取得**を目指す

* SBT(科学と整合した目標設定):パリ協定の水準に整合する企業の温室効果ガス排出削減目標

次に気候変動への対応です。

気候変動への対応は企業にとって最重要課題の1つと捉えています。シチズングループでは2020年度にはTCFD提言への賛同を行い、また、2024年度までにSBT認定取得を目指します。



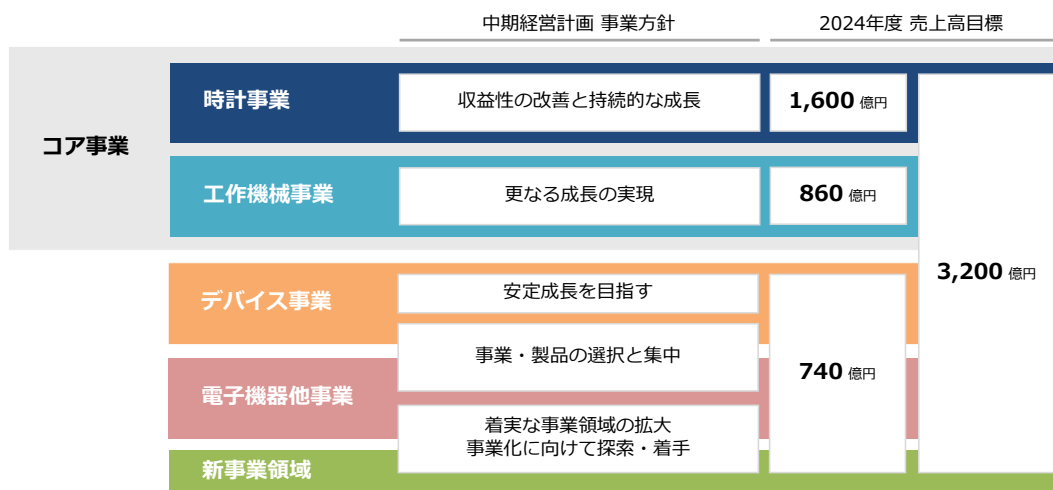
そして、シチズングループのデジタルトランスフォーメーションビジョンです。

様々なデータの活用やユーザー接点の強化等により、「業務プロセスの変革による高収益体質への転換」、「製品・サービスの変革による新たなユーザー価値の創出」、「企業風土の変革」を進めることで、ユーザー視点での価値の創出、向上を継続的に見える企業グループを目指していきます。

中期経営計画 2024

それでは、長期ビジョン実現に向け策定した、「中期経営計画 2024」についてご説明します。

- 時計事業、工作機械事業がグループ成長を牽引するコア事業
- 成長可能性のある新事業領域の探索・着手

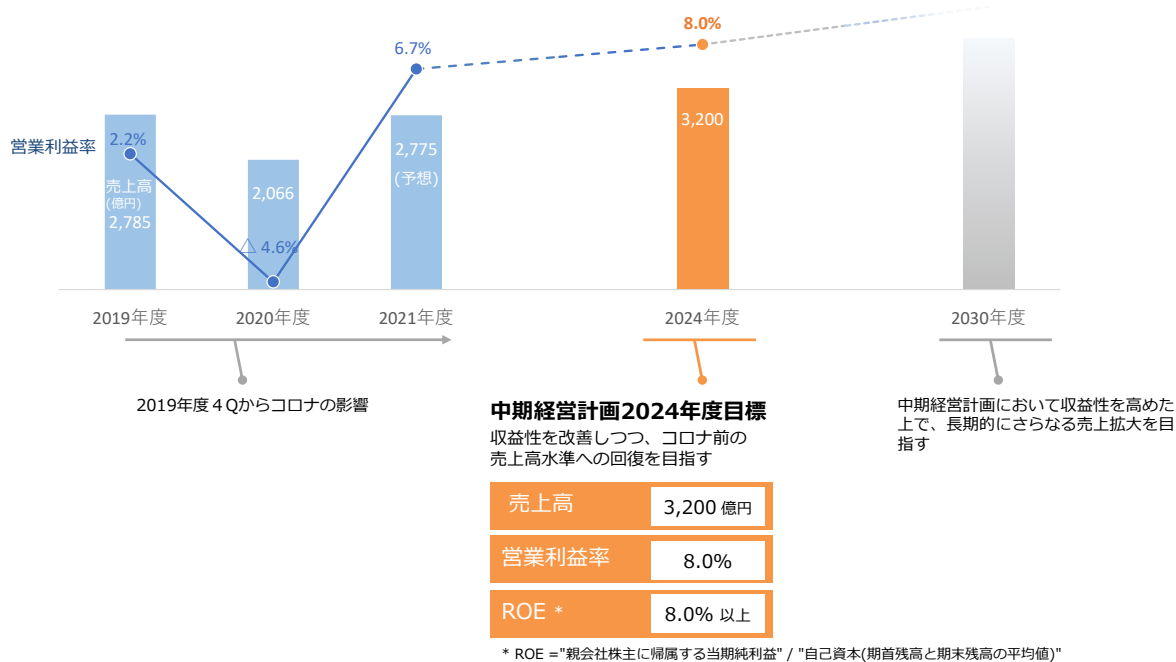


14

まず事業ポートフォリオにつきましては、引き続き、時計事業と工作機械事業をグループ成長を牽引するコア事業と位置づけ、リソースを戦略的に投資していくことで、更なる成長を目指していきます。

デバイス事業と電子機器他事業は、安定成長を目指しながら、事業や製品の選択と集中を進めます。

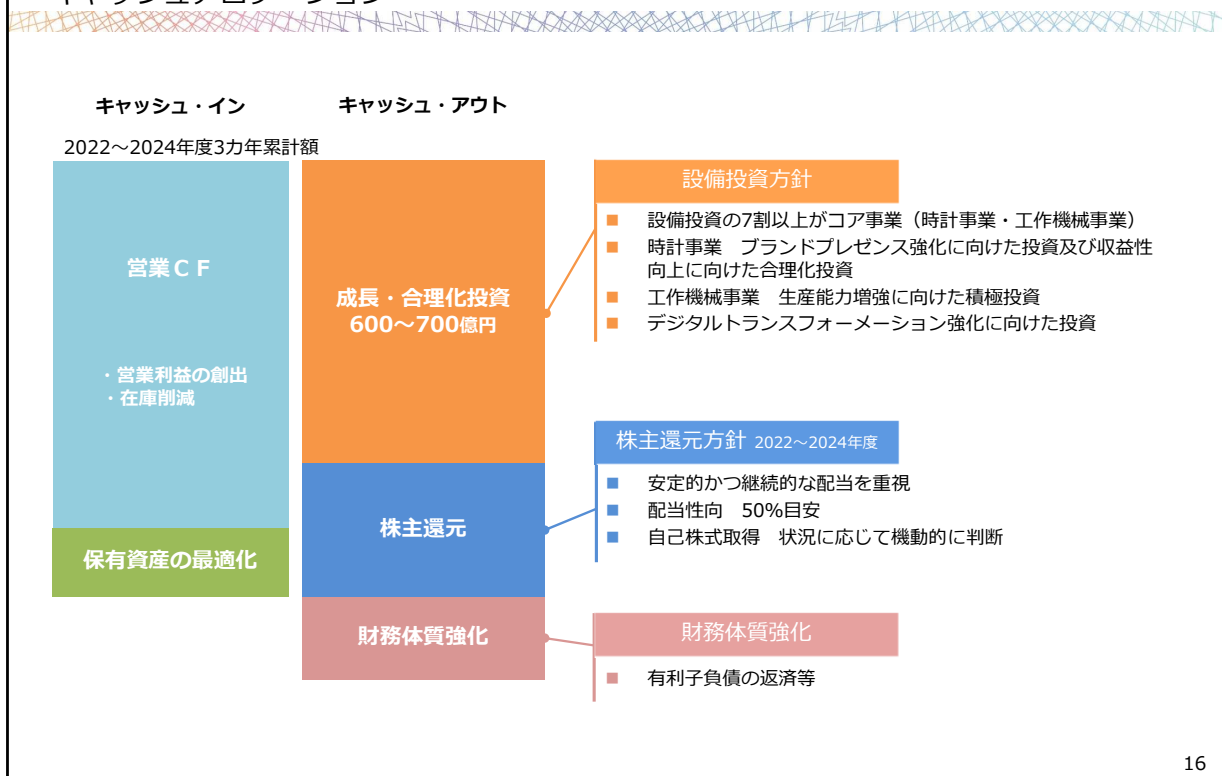
一方で、成長可能性のある新事業領域の探索と着手も進めていきます。



数値目標は、2024年度売上高3,200億円、営業利益率8%、ROE8%以上です。

2024年度は収益性を改善しつつ、コロナ前の売上高水準へ回復させ、営業利益率は8%を目指します。

そして、長期的には収益性を高めた上で、更なる売上拡大を進めていきます。



続いて、キャッシュアロケーションについて、ご説明します。

資金の使途として、2022～2024年度の累計期間で成長・合理化投資額を600～700億円とする方針であり、その7割以上を時計事業及び工作機械事業のコア事業へ充てます。

時計事業はブランドプレゼンスの強化に向けた投資や収益性向上に向けた合理化投資を進める他、工作機械事業は、生産能力の増強に向けた積極投資を加速します。

また、デジタルトランスフォーメーションの強化に向けた投資も継続していきます。

株主還元方針は、安定的かつ継続的な配当を重視し、配当性向50%を目安とします。自社株買いについては、状況に応じて、機動的に判断していきます。

また、有利子負債の返済等により財務体質の強化も図っていきます。

中期経営計画 2024

時計事業

それでは各事業の戦略について、時計事業からご説明します。

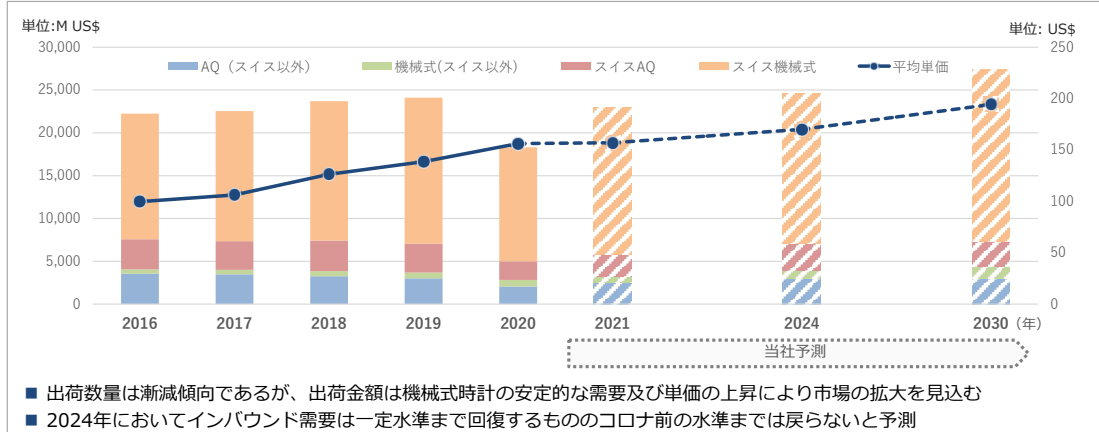
中期経営計画の方針	収益性の改善と持続的な成長	■ グローバルブランド戦略	
2024年度 数値目標	売上高	1,600 億円	重点戦略 ■ プレミアムブランド及び機械式時計戦略 ■ 継続的なユーザー接点の強化とデータ活用
	営業利益 営業利益率	145 億円 9.0 %	

取り組む マテリアリティ		気候変動への対応と循環型社会への貢献
		質の高い生活への貢献
		働きがいの向上と人財の育成
		社会的責任の遂行

時計事業は、収益性の改善と持続的な成長を図り、「グローバルブランド戦略」、「プレミアムブランド及び機械式時計戦略」、「継続的なユーザー接点の強化とデータ活用」の3つの重点戦略に取り組み、2024年度は売上高1,600億円、営業利益率9%の達成を目指します。

時計市場推移予測

【参考】香港貿易統計、スイス時計協会より当社推計



市場環境認識

①機械式時計需要の継続的な拡大	機械式時計は安定した需要があり、かつ今後も持続的な市場規模成長を見込む
②サステナブル意識の浸透	消費者の中で「長く使う」・「エコ」・「フェアトレード」といったポイントが製品選択、意思決定に影響を及ぼす
③消費者行動様式、価値観の変容	製品の機能・技術の交換価値からサービス全体の使用価値・経験価値・体験価値へ
④スマートウォッチ市場の拡大	スマートウォッチと同程度の価格水準の時計市場はスマートウォッチの影響を受け、競争環境の悪化を見込む

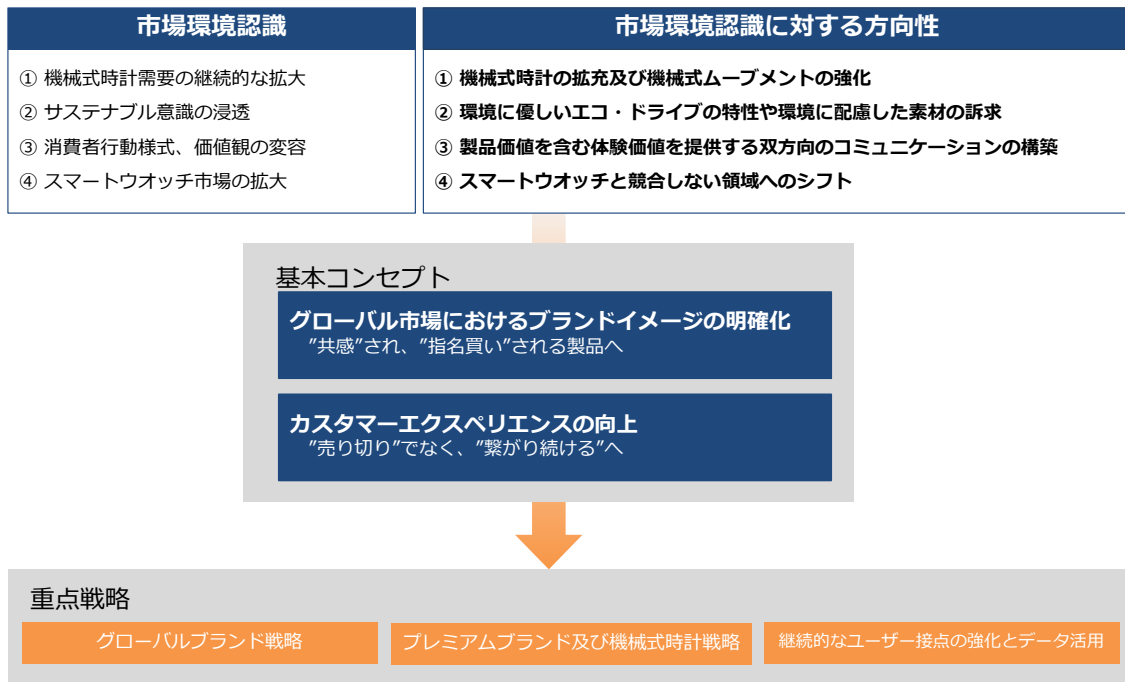
19

まず時計市場の環境認識と推移についてです。

出荷数量は漸減傾向であるものの出荷金額は増加傾向にあり、機械式時計の安定的な需要増及び単価の上昇により、引き続き市場の拡大を見込んでいます。

2024年の時計市場は、インバウンド需要の回復は一定程度に留まると見ており、当面は各地域での需要の取り込みが必要になります。

時計市場においては、「機械式時計需要の継続的な拡大」、「サステナブル意識の浸透」、「消費者行動様式や価値観の変容」、「スマートウォッチ市場の拡大」といった環境変化が起きていると認識しています。



「機械式時計需要の継続的な拡大」が見込まれていることから、業界トレンドを捉えた機械式時計の拡充と明確なブランドコンセプトの発信を行っていきます。

また、環境に優しいエコ・ドライブの特性やリサイクル素材を用いるなど環境に配慮した素材の訴求を行うことで、サステナブル意識の更なる浸透を進めていきます。

そして、「消費者行動様式、価値観の変容」については、製品価値を含む体験価値を提供する双方向のコミュニケーションの構築を進めるほか、「スマートウォッチ市場の拡大」については、スマートウォッチと競合しない領域へのシフトを図ります。

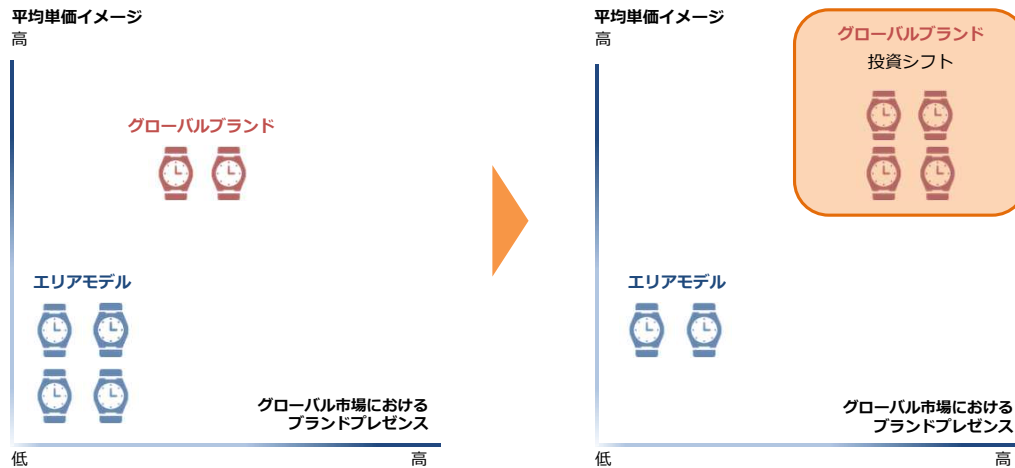
これらの市場環境認識に基づき、「グローバルブランド戦略」、「プレミアムブランド及び機械式時計戦略」、「継続的なユーザー接点の強化とデータ活用」の3つの重点戦略を策定しました。

現状

- 各地域の特性に応じたエリアマーケティングを実施し、それぞれの地域に合ったエリアモデルを軸に売上拡大
- エリアモデルは、グローバル市場におけるブランドプレゼンスの構築や投資の効率性に課題

中長期的な取り組み

- グローバルブランドへ投資をシフトし、投資効率の向上を図る
- グローバル市場でブランドプレゼンスを高め、「顔」となるブランドイメージを構築する



まず、「グローバルブランド戦略」についてご説明します。

これまで、グローバルブランドを展開していましたが、各地域の特性に合わせたエリアモデルを軸とすることで売上拡大を図ってきました。

エリアモデルは、その地域においては強みを発揮していましたが、グローバル市場においてはブランドイメージが拡散してしまい、ブランドプレゼンスの構築や投資の効率性において課題が出てくるようになりました。

新中期経営計画では、グローバルブランドに投資をシフトし投資効率の向上を図ることで、ブランドプレゼンスを高め、グローバル市場においてシチズンブランドの「顔」となるブランドイメージの構築を目指します。

PROMASTER

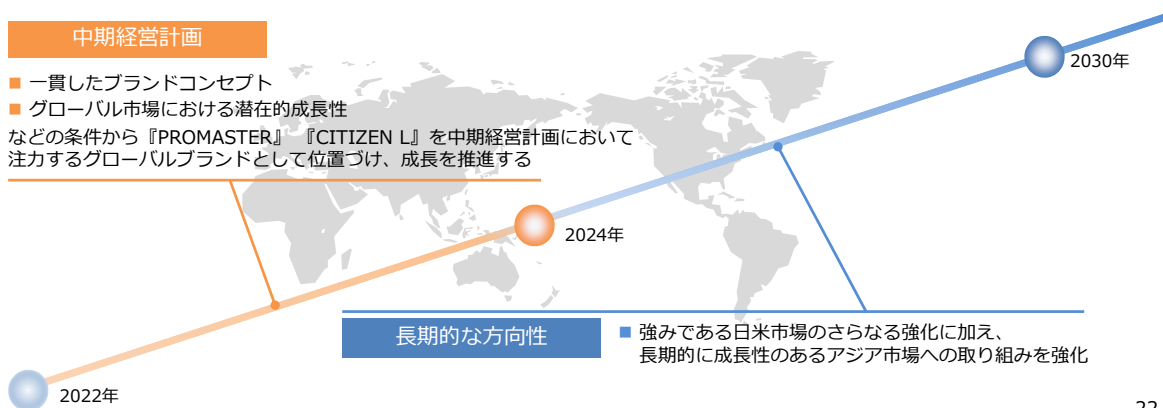


CITIZEN L



中期経営計画

- 一貫したブランドコンセプト
 - グローバル市場における潜在的成長性
- などの条件から『PROMASTER』『CITIZEN L』を中期経営計画において注力するグローバルブランドとして位置づけ、成長を推進する



22

「中期経営計画 2024」においては、一貫したブランドコンセプトを持ち、グローバル市場において潜在的成長性が期待できることから、『PROMASTER』と『CITIZEN L』をグローバルブランドとして位置づけ、成長推進を図ります。

すでにプロフェッショナルスポーツウォッチブランドとしてグローバル展開している『PROMASTER』は成長ドライバーの中核として、地球環境や人に配慮したサステナブルウォッチブランド『CITIZEN L』は、グローバルレディスブランドの中核として育成を進めていきます。

そして長期的には強みである日本、北米市場の更なる強化に加え、将来的な成長が期待されるアジア市場への取り組みも強化していきます。



次に、「プレミアムブランド及び機械式時計戦略」です。

引き続き安定した需要の拡大が見込まれる機械式時計市場において、最上位ブランド『The CITIZEN』と、新たな機械式時計ブランド『Series 8』の取り組みを強化します。

海外市場においては直営旗艦店や直販ECによる段階的な販売強化を進めつつ、まず国内市場を中心に、シチズンのプレミアムブランドを扱うプレミアムドアーズの店舗数を2024年度までに3割増とするなど、ブランドプレゼンスの強化を図っていきます。

そして、長期的に『The CITIZEN』と『Series 8』をグローバルブランドとして海外市場に向けた展開を本格化させたいと考えています。



- ユーザーとつながり続ける接点を強化し、データ分析から製品・サービス価値を向上させることにより、継続的にユーザーに購入いただける循環の構築に取り組む

続いて、「継続的なユーザー接点の強化とデータ活用」についてご説明します。

広告、店舗などそれぞれのタッチポイントを強化することでユーザーとつながり続ける仕組みづくりを行っていきます。

また、これらのデータを分析することで、製品・サービス価値を向上させ、継続的にユーザーに購入頂ける循環の構築に取り組みます。

時計は単に時間を知るだけの道具ではありません。購入時に選択する喜び、着用時の気持ちの高まり、使用時に得られる共感など、様々な体験やサービスが製品以上の価値をもたらす存在へと変化しています。

更なる時計の価値を追求し、新たな価値創造へとつなげていきます。

BULOVA



主な取り組み

- 強みとする北中米市場におけるターゲット層は長期的に拡大基調
- 主力商品に新規性のある素材や技術を取り込み、従来よりも付加価値の高いエントリーラグジュアリー領域を強化



次に、BULOVAブランドについてご説明します。

BULOVAブランドは、強みとする北中米市場において引き続きターゲット層の拡大が見込まれており、主力商品に新規性のある素材や技術を取り込み、従来よりも付加価値の高いエントリーラグジュアリー領域を強化していきます。



主な取り組み

- 長期的にも安定的に推移すると見込まれる機械式ムーブメントの収益性のさらなる強化
- 傘下のManufacture La Joux-Perret S.A. (ラ・ジュール・ペレ) のスイスメイドムーブメント開発及び販売の強化

26

ムーブメントについては、収益性が大幅に改善しており、今後も自動化、合理化の推進と付加価値化を進めながら、安定的な需要増が見込まれている機械式ムーブメントの収益性強化を図っていきます。

また、メイドインジャパンのムーブメントの他、傘下のラ・ジュール・ペレのスイスメイドムーブメントの開発や販売強化も進めていきます。

中期経営計画 2024

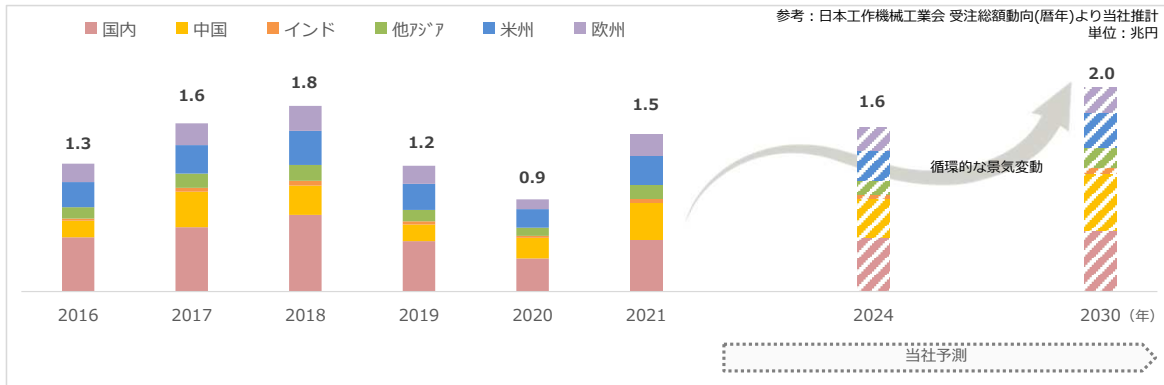
工作機械事業

次に、工作機械事業についてご説明します。

中期経営計画の方針	更なる成長の実現	■ 売上1,000億円に向けた事業基盤の構築
2024年度 数値目標	売上高	860 億円
	営業利益 営業利益率	125 億円 14.5 %
取り組む マテリアリティ		気候変動への対応と循環型社会への貢献
		産業分野におけるソリューションの提供
		働きがいの向上と人材の育成
		社会的責任の遂行

工作機械事業は、更なる成長の実現に向け、「売上高1,000億円に向けた事業基盤の構築」、「加工技術による差別化」、「自動化・省力化領域の拡大」の3つの重点戦略に取り組む、2024年度は売上高860億円、営業利益率14.5%の達成を目指します。

工作機械市場推移予測



市場環境認識

- 景気変動を繰り返しながら、自動化・省力化への設備投資需要が自動車（含むEVの新たな需要）、医療、半導体など幅広い業種で見込まれ長期的に市場は拡大基調
- アジア地域（特に中国、インド）における需要拡大が見込まれ、主要先進国においても緩やかに需要は拡大基調

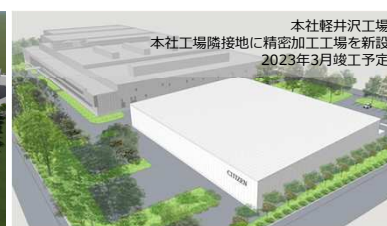
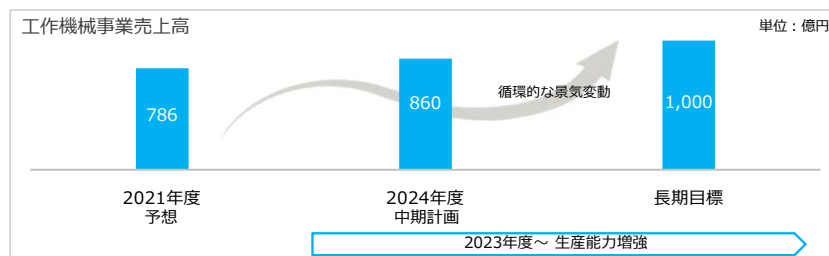
工作機械市場の環境認識です。

工作機械市場は景気変動の影響を受けやすい市場ですが、景気変動の波を繰り返しながらも、自動化や省力化への設備投資需要が、自動車、医療、半導体など幅広い業種で見込まれており、長期的に拡大基調を辿ると見られています。

主要先進国は緩やかな上昇となる一方で、特に中国、インドなどのアジア地域においては大きな需要拡大が期待されています。

生産能力及び営業・サービス体制の強化

- 中国、タイ、本社工場の生産能力強化を推進し、2023年度に生産能力は4割増(2021年度比)となる見込み
- 長期的に成長が見込まれるアジア地域での営業・サービス体制をさらに強化
- 循環的な景気変動の中、長期的な目標として売上高1,000億円を見据えつつ、中期経営計画においては経過点として売上高860億円を目指す



まず、重点戦略、「売上高1,000億円に向けた事業基盤の構築」についてご説明します。

売上高1,000億円の達成を見据え、中国、タイ、本社工場の生産能力を増強し、2023年度は生産能力が4割増となる見込みです。

十分な生産能力を確保した上で、成長が見込まれるアジア地域での営業、サービス体制の更なる強化に取り組んでいきます。

LFV（低周波振動切削）技術

- LFV（低周波振動切削）技術は切りくずを分断しながら加工するシチズン独自の加工技術
- 切りくずに関するさまざまな課題を解決し、生産効率の向上に大きく貢献
- 強みである日欧米市場だけでなく、アジア市場でもLFV搭載機は販売を伸ばしており、競争優位性のある加工技術を生かし、さらなる拡販に取り組む

LFV技術搭載機 グローバル累計出荷台数 3,700台（2022年1月末時点）
（単位：台）



31

次に、「加工技術による差別化」です。

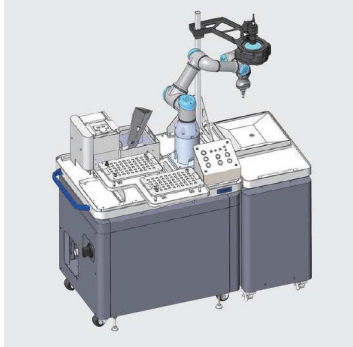
LFV技術は、2013年の搭載開始以来、徐々に搭載機種を増やしており、グローバル累計出荷台数3,700台を超えました。

切りくずを分断することで、切りくずがもたらす様々な生産現場の課題を解決し、生産効率の向上に大きく貢献しています。

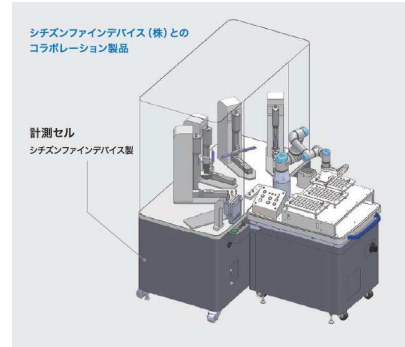
現在、強みである日欧米市場が中心ですが、効率性を求めるアジア市場での販売も増えており、更なる拡販を目指していきます。

FAフレンドリー(ロボットシステム)

- FAフレンドリー(ロボットシステム)を導入した製品開発及び販売体制の強化
- 材料供給装置、製品輸送装置、製品収納装置、機械間輸送装置など自動化・省力化をさらに高める新たなソリューションに取り組む



- バラ置きワークピッキング仕様(オンカートタイプ)
バラ置きされたワークをカメラにより姿勢・形状認識を行いピッキング、簡易洗浄、エアブローを行いバレイジングするシステム



- 計測セル ドッキング仕様(オンカートタイプ)
パレットに収納されたワークの内径・外径・長手計測及びカメラによる外観検査(異物付着、打痕確認)を行う自動検査システム

次に、自動化・省力化領域の拡大についてご説明します。

FAフレンドリーは、お客さまの自動化・省力化ニーズに応える、新たなロボットシステムです。材料供給装置など自動化・省力化を更に高める新たなソリューションに取り組みます。

中期経営計画 2024

デバイス事業 / 電子機器他事業

次に、デバイス事業、電子機器他事業についてご説明します。



デバイス事業

精密部品	自動車部品	高付加価値品の受注促進・EV関連部品の拡販・自動車部品以外の領域開拓
	水晶デバイス	脆性材料、精密加工技術を活かした事業の拡大
	モーター	特定市場の深耕及び次世代技術開発による高収益事業体質の継続
オプトデバイス	照明用LED	高効率、長寿命、環境配慮型製品の拡充
	一般用LED	新たな事業領域への参入と拡大

電子機器他事業

電子機器	フォトプリンター	昇華型プリンター事業の成長とシェア拡大
	小型プリンター	特定分野に強みを持った製品の開発と販売強化
	ヘルスケア	EC販売の拡大と「健康予約」アプリの普及促進



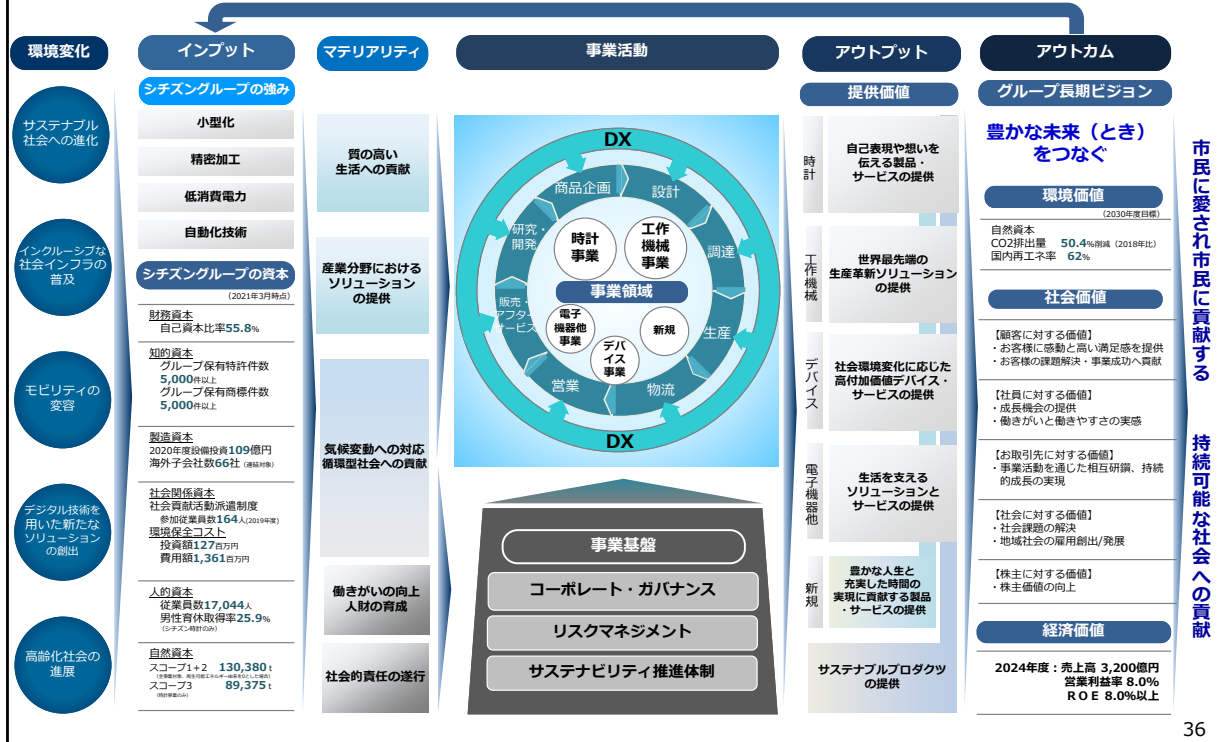
デバイス事業は、自動車部品において高付加価値品の受注促進等を進め、照明用LEDは高効率、長寿命、環境配慮型製品の拡充を図るなど、精密加工技術の強みを生かし、安定成長を目指します。

また、電子機器他事業は、フォトプリンターの事業成長とシェア拡大を進める他、ヘルスケアの分野を強化し、事業領域の拡大を目指します。

中期経営計画 2024

シチズングループ価値創造ストーリー

最後に、シチズングループの価値創造ストーリーについてご説明します。



シチズングループには、小型化、精密加工、低消費電力、自動化技術などの強みがあります。これらの強みとシチズングループの持つ資本を生かして、いかにしてより多くの課題を解決に導けるかが重要であり、グループ一丸となって取り組んでいきます。

緊迫化する国際情勢、複雑化する社会環境と世界はますます不確実性を増す中で、変化へ対応し、持続可能な社会に貢献し続けることが求められます。

「中期経営計画 2021」期間中は過去にないような厳しい環境に置かれ、計画した数値に届くことができませんでした。

持続可能な社会への貢献は収益力の伴った成長と価値の創造があつてこそだと考えており、「中期経営計画 2024」では確実な成長を強く意識して臨んでいきたいと考えています。

私たちは、企業理念である「市民に愛され市民に貢献する」ことを使命とし、持続的に価値を生み出せる存在となることを目指していきます。

以上で私からの説明を終わります。
ご清聴ありがとうございました。

CITIZEN

本プレゼン資料における将来予想は、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は様々な要因により大幅に異なる可能性がありますことをご承知おき下さい。