

# 中期経営計画2027

シチズン時計株式会社

2025年3月25日



|                          |    |
|--------------------------|----|
| 1. 中期経営計画2024振り返り        | 3  |
| 2. 中期経営計画2027            | 7  |
| セグメント別戦略                 | 12 |
| 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応 | 30 |
| サステナブル経営・DX戦略・人財戦略       | 35 |

## 中期経営計画2024振り返り



■ 数値目標と事業方針

シチズングループ  
ビジョン2030

豊かな未来（とき）をつなぐ

「安心」「信頼」そして「感動」を届け、人々の暮らしだけでなく、心まで豊かにし、その豊かさを次世代につなげていく存在へ。

2024年度数値目標

- ✓ 売上高 3,200 億円
- ✓ 営業利益率 8.0 %
- ✓ ROE 8.0 %以上

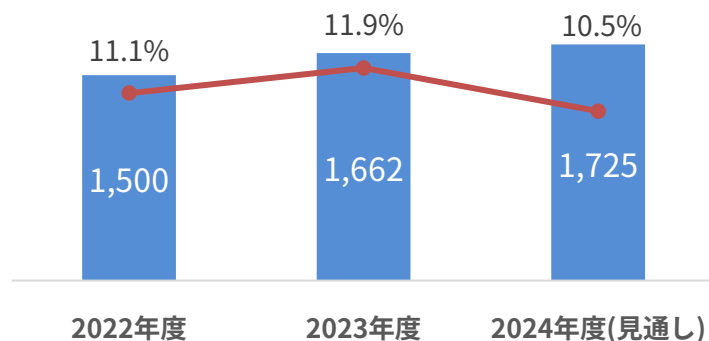
事業方針

|         |                            |
|---------|----------------------------|
| 時計事業    | 収益性の改善と持続的な成長              |
| 工作機械事業  | さらなる成長の実現                  |
| デバイス事業  | 安定成長を目指す                   |
| 電子機器他事業 | 事業・製品の選択と集中                |
| 新事業領域   | 着実な事業領域の拡大<br>事業化に向けて探索・着手 |

## ■ 事業別実績

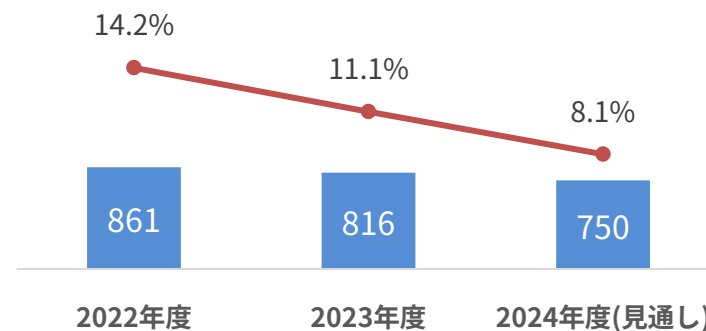
### 時計事業

北米・欧州市場の伸長と国内市場の回復により売上好調  
営業利益も為替影響もあり10%を超える高い利益率で推移



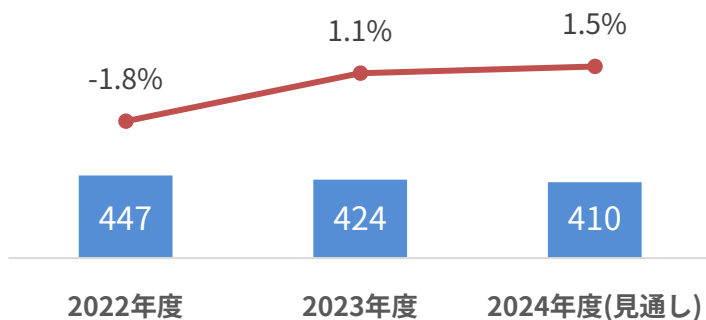
### 工作機械事業

2024年度目標売上高860億円を2022年度に達成するも市場の  
シクリカルな変動の影響を受け、売上・営業利益共に下降



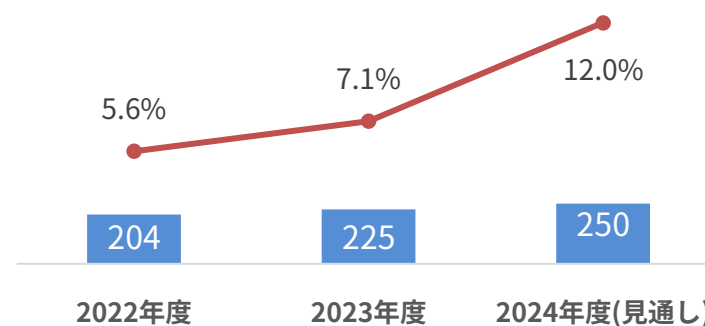
### デバイス事業

中国経済低迷、人件費上昇・材料費高騰などの影響を受け、  
デバイス事業全体として収益性が低迷



### 電子機器他事業

ヘルスケアが為替影響と販売不振により低迷するも、フォト  
プリンターが堅調な需要により好調に推移し収益を牽引



## ■ 事業別の重点施策振り返り

### 時計事業：「収益性の改善と持続的な成長」

- 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

### 進捗状況

- 『プロマスター』北米、日本を中心に着実に伸長
- 『シチズン エル』2023年度より本格的にグローバル展開を開始
- グローバルブランドの売上に占める比率はまだ低く、全体を押し上げる効果は限定的
- 『ザ・シチズン』等を取り扱う国内プレミアムドアーズの店舗数は43店舗となり、2021年度比で約20%増となった
- 『シリーズエイト』2023年度は欧州、2024年度には北米でも本格的に導入を行い、グローバル展開を実施
- ユーザー接点の一元化、MY CITIZENの登録者数目標を達成
- 国内保証書の電子化を実施
- 商品企画や新しいサービスへの活用は未実施

### 工作機械事業：「さらなる成長の実現」

- 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

### 進捗状況

- 軽井沢本社、タイ、中国の設備投資が完了し、生産能力は2021年度比で4割増となり、目標に向け体制を整えた
- LFV（低周波振動切削）の搭載製品は、アジアでも販売を拡大し、2024年度までの累計出荷台数は7,000台を突破し、着実に進展
- CRMレポート機能による潜在的な自動化案件情報を収集、分析し、能動的な営業活動に活用

# 中期経営計画2027

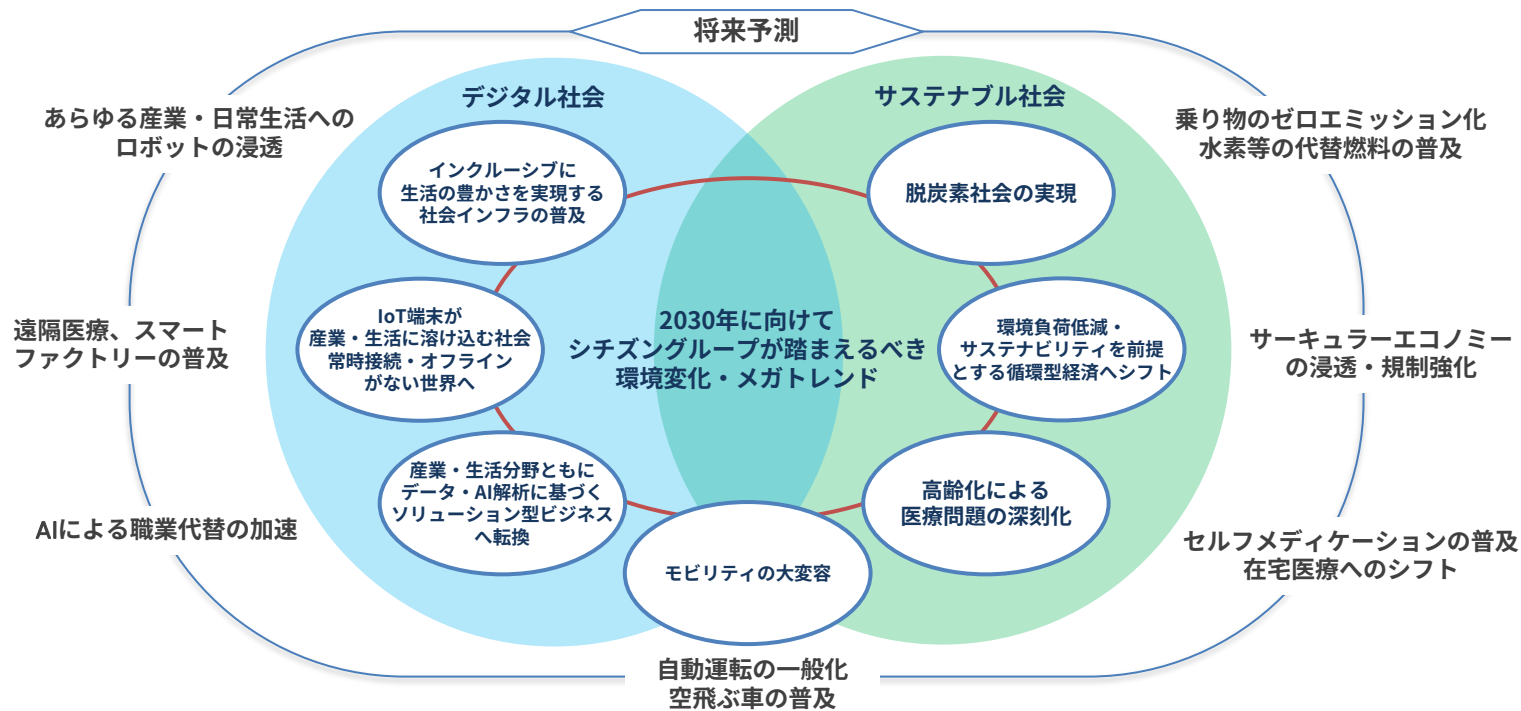


## ■ シチズングループビジョン2030と中期経営計画2027の位置付け





■ 外部環境変化



当社グループに影響する外部環境

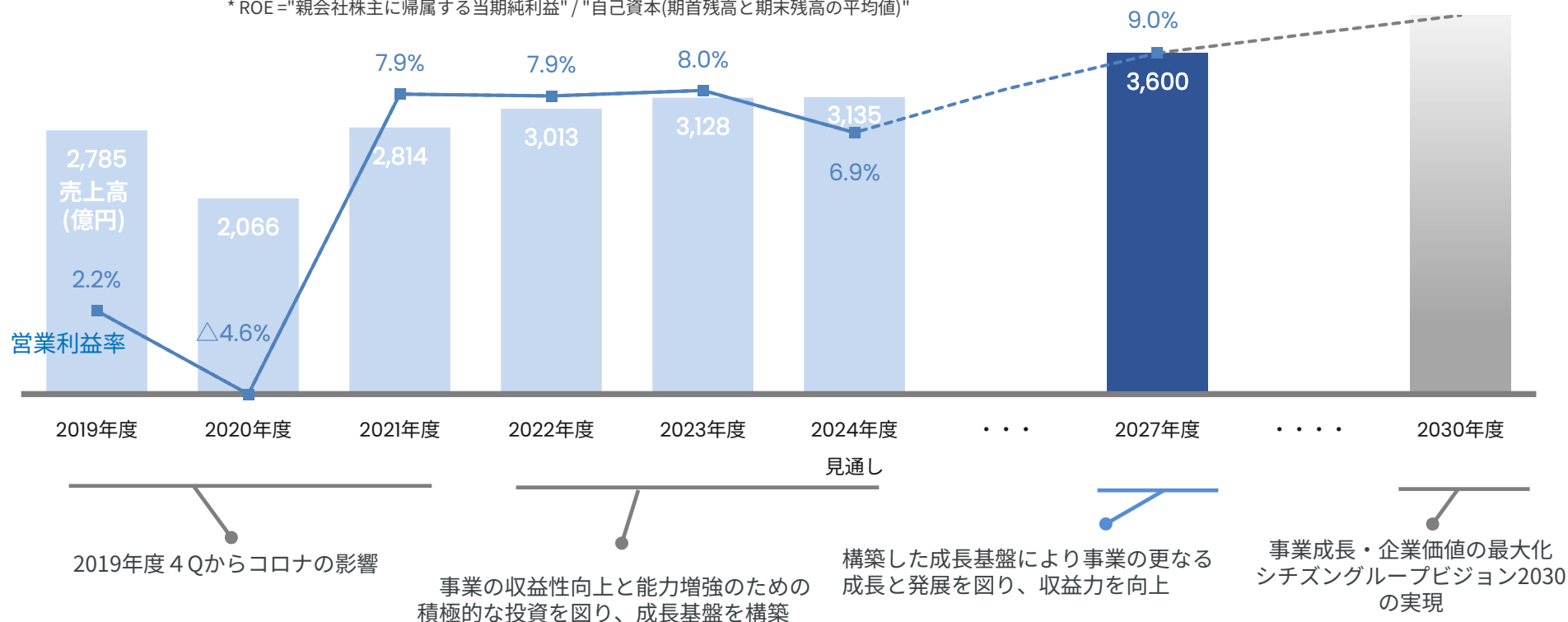
| 事業環境   | 世界情勢   | 社会的変化  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 消費者行動様式、価値観の変容</li> <li>✓ 工作機械業界の再編の動き</li> <li>✓ 次世代自動車の動力源の多様化</li> <li>✓ 生成AIの急激な普及</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 地政学的リスクの高まり</li> <li>✓ 原材料価格の高騰</li> <li>✓ 不安定な為替の変動</li> <li>✓ 不透明な中国経済の先行き</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人材不足と人件費高騰の加速</li> <li>✓ カーボンニュートラルへの社会的要請</li> <li>✓ 自然災害リスクの増大</li> </ul> |

ますます高度化する社会の様々な課題を解決し、その先に広がる未来を見越した持続的な企業活動が求められる

## ■ 2027年度数値目標

|       |         |
|-------|---------|
| 売上高   | 3,600億円 |
| 営業利益率 | 9.0%    |
| ROE*  | 9.0%以上  |

\* ROE = "親会社株主に帰属する当期純利益" / "自己資本(期首残高と期末残高の平均値)"



## ■ 事業ポートフォリオ

### シチズングループ

時計事業と工作機械事業をグループの中核事業と位置づけ、さらなる成長と発展を目指すと共に  
利益率と資本効率性の向上に注力し、持続的な企業価値向上を実現する

#### 時計事業

2027年度売上目標  
1,900億円

ブランド提供価値向上による  
事業成長と収益力強化



#### 工作機械事業

2027年度売上目標  
1,000億円

売上高1,000億円の実現に向け  
“製販イノベーション”の真価を発揮し  
グローバル市場での拡販・顧客開拓を推進



#### デバイス事業

2027年度売上目標  
700億円

製品の選択と集中を進め、  
成長事業への資源投入を強化することにより  
安定的に拡大する収益性の高い事業へと進化  
\*デバイスと電子機器を2025年度以降は1つのセグメントへ集約



# 中期経営計画2027

## 時計事業



■ 事業戦略

中期経営計画方針

ブランド価値向上による事業成長と収益力強化

重点テーマ

定番商品を供給し続ける安定高収益ビジネスモデル

2027年度  
財務目標

売上高

1,900億円

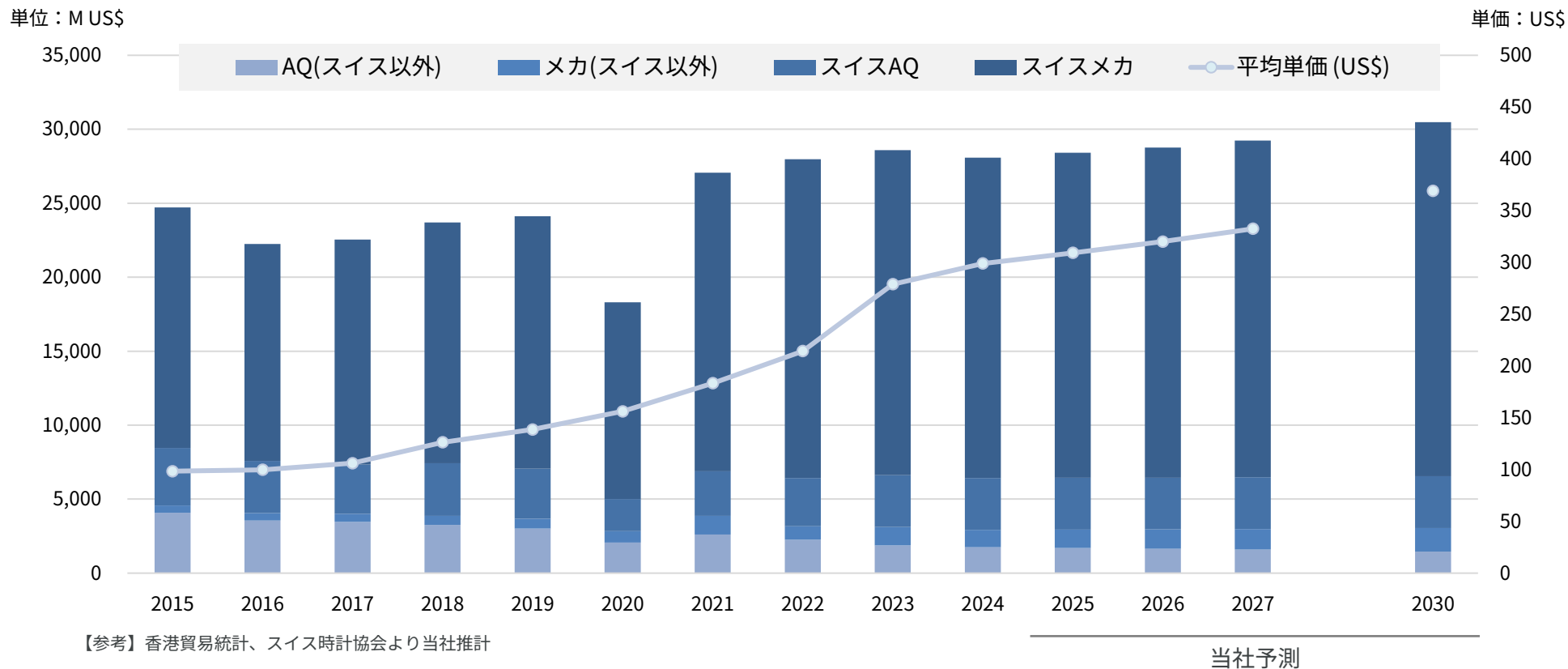
営業利益率

12.0%

重点戦略

- ✓ グローバル戦略によるブランド提供価値向上
- ✓ 北米市場でのさらなる取り組み強化
- ✓ 高付加価値製品を実現するムーブメント開発

### ■ 時計市場推移予測



### 市場環境認識

- 2024年は2023年を下回る見込み。2025年以降微増の想定
- アナログクォーツは減少、メカニカルが伸びる想定は継続
- 出荷数量は漸減するが、出荷金額は単価、メカニカル比率の上昇により増加を見込む

### ■ シチズンブランドの提供価値向上

グローバルサブブランド売上比率（シチズンブランド全体に占める）目標  
20%強（2024年度） ⇒ 35%（2027年度）

#### ▲ PROMASTER



すでにプロフェッショナルスポーツウオッチブランドとしてグローバルに成長を牽引。今後はアジア市場への取り組みを強化。

#### CITIZEN *L*



サステナブルレディスウオッチとして2023年度より本格的にグローバル展開を開始。北米やアジアをはじめ欧州市場でも販売を拡大。

#### Series8



2023年に欧州、2024年に北米へ新規導入を行い、中期経営計画2024の期間中にグローバル展開を実施。

### 『ATTESA』と『The CITIZEN』のグローバル展開開始

#### ATTESA



日本市場のローカルブランドだった『アテッサ』のグローバル展開推進。

海外市場では、直販流通を中心に宝飾チェーン等の小売店でも取り扱いを拡大していく。

#### The CITIZEN



これまで日本市場で展開していたが、中期経営計画2027期間中の2027年度を目途にグローバル展開を開始する。

北米ではフラッグシップストアで展開。

■ シチズンブランドの提供価値向上

The  
CITIZEN



主な特徴

- 時代を超えて身に付けても、飽きることなく愛着の持てる普遍的なデザインを追求
- 文字板に藍染和紙を使用した年差±5秒のエコ・ドライブモデル
- 自社開発の高精度機械式ムーブメントを搭載したメカニカルモデル
- 価格帯は、30万円から限定品では100万円を超える商品を展開

ATTESA



主な特徴

- 軽量でキズに強いシチズン独自の素材「スーパーチタニウム™」を使用しており、長時間の着用でも快適さを保つ
- スポーツシーンからビジネスシーンまで幅広く活躍できるスタイリッシュなデザイン
- グローバル展開では、US\$2,000前後の商品に注力して拡販予定

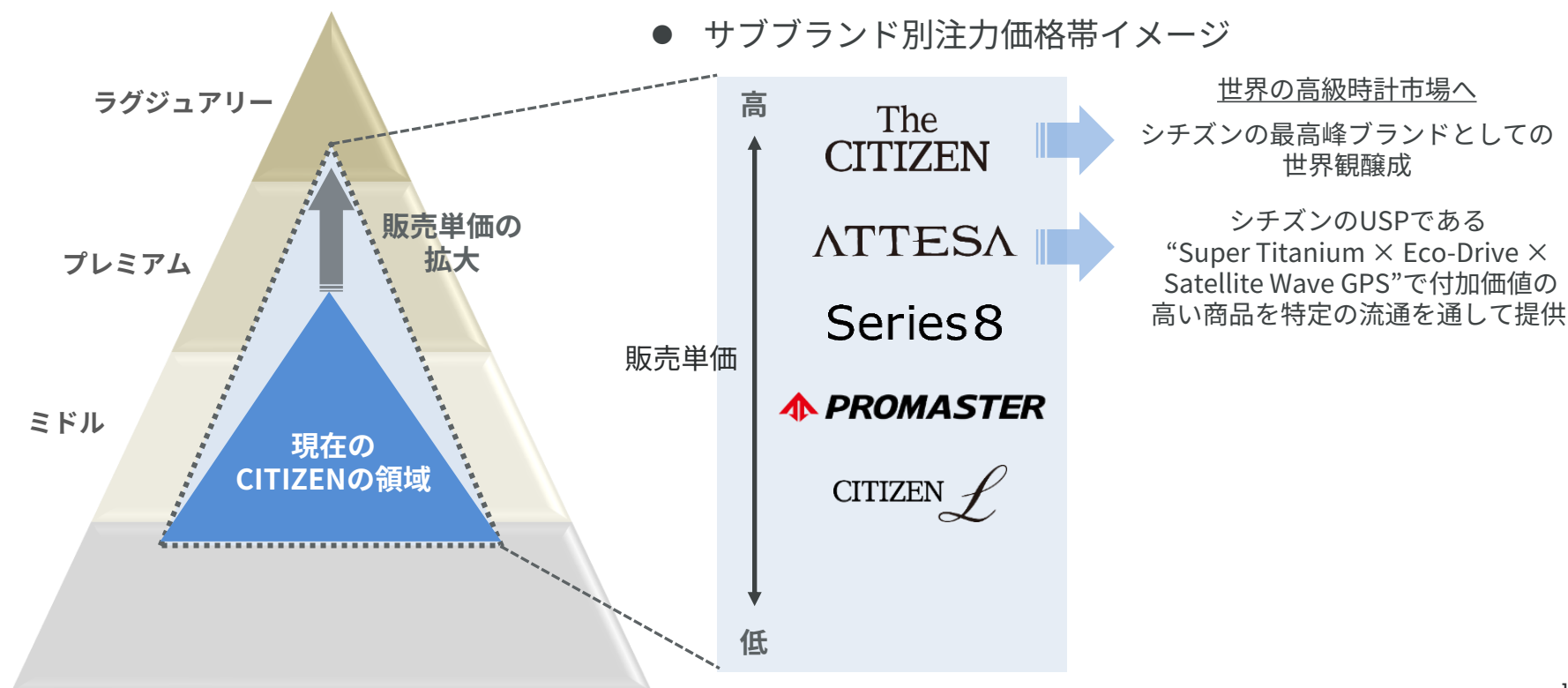


重点戦略：グローバル戦略によるブランド提供価値向上

■ シチズンブランドの提供価値向上

サブブランド活用によるブランドイメージの牽引

- これまで注力していた価格帯よりも高単価である『アテッサ』と『ザ・シチズン』をグローバルに展開することでさらなる販売単価上昇を図る
- スイスブランドの単価引き上げにより発生したホワイトスペースの獲得
- グローバル本部の役割を明確化させ、マーケティング面での管理体制を強化



# 中期経営計画2027 時計事業

## 重点戦略：北米市場でのさらなる取り組み強化

CITIZEN

### ■ 流通戦略と製品ミックス改善の推進



デジタルプラットフォームの充実



ユーザー体験の向上



アテッサの新規導入



レディスセグメント拡大

### 主な取り組み

- 直販流通：『シチズン』『ブローバ』に『フレデリック・コンスタント』も加え、直販チャネルの拡大。  
直販ECは「デジタルフラッグシップストア」と位置づけ、拡大展開を進める  
＊直販EC目標：売上構成比12%（2027年度）
- 販売単価：高価格帯のサブブランドである『アテッサ』『ザ・シチズン』の新規導入  
各サブブランドの品揃えの強化も引き続き行い、販売単価のさらなる上昇を図る
- レディス：『シチズン』『ブローバ』『フレデリック・コンスタント』ブランドを活用したレディスセグメントの構築

# 中期経営計画2027 時計事業

## 重点戦略：北米市場でのさらなる取り組み強化

CITIZEN

### ■ BULOVAブランドの提供価値向上

150  
BULOVA



ブランド150周年によるプロモーション強化



高付加価値商品の導入



LATIN GRAMMYとのパートナーシップ契約

### 主な取り組み

- ブランド誕生150周年をフックに『ブローバ』ブランドの価値向上を図る
- さらなる付加価値向上を行い、これまでより1段上のUS\$1,000～2,000価格帯でトップブランドを目指す
- 『ブローバ』の強みあるヒスパニック層に対してさらにブランドイメージ向上を図り、今後は中南米も含めた“米州”市場でのシェア拡大を進める

### ■ 付加価値創出と生産性向上を両立させた商品開発



ザ・シチズン メカニカルモデル



シリーズエイト GMT搭載モデル



フレデリック・コンスタント  
の付加価値向上




スイス製ムーブメント

### 主な取り組み

- 『ザ・シチズン』向けに、日本とスイスの開発・生産技術を活用し、汎用性の高い高級機械式ムーブメントの増産体制の構築
- 『シリーズエイト』や『プロマスター』のさらなる付加価値向上のため、機械式ムーブメントを活用した製品化を推進
- スイスの生産体制を強化し、『フレデリック・コンスタント』などへも展開を推進することでマルチブランドの付加価値向上を図る

中期経営計画2027  
工作機械事業



■ 事業戦略

中期経営計画方針

売上高1,000億円の実現に向け  
“製販イノベーション”の真価を発揮

2027年度  
財務目標

|       |         |
|-------|---------|
| 売上高   | 1,000億円 |
| 営業利益率 | 15.0%   |

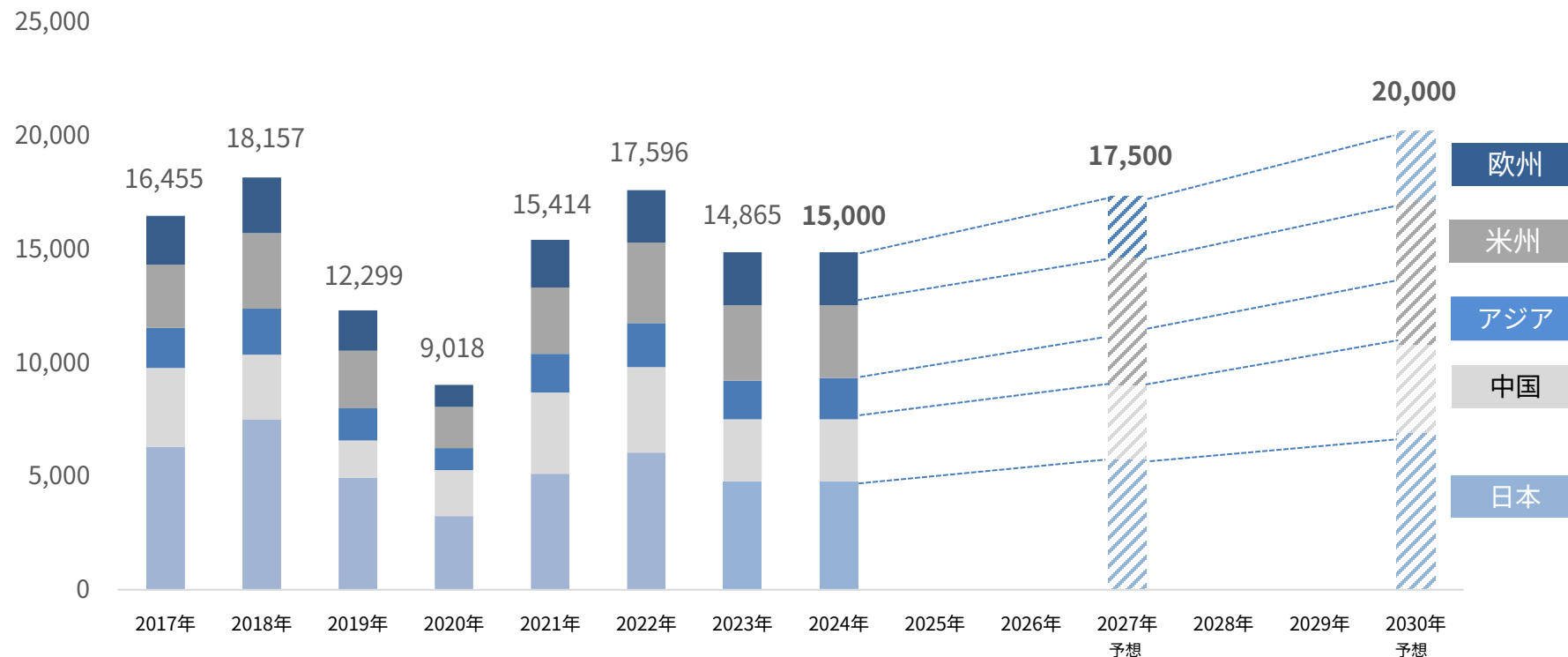
重点戦略

- ✓ 売上高1,000億円に向けた地域別戦略
- ✓ ミヤノブランド(中・大型機)のグローバル販売戦略の推進
- ✓ 顧客価値の創造によるシェア拡大



### ■ 工作機械市場予測

単位：億円



### 市場環境認識

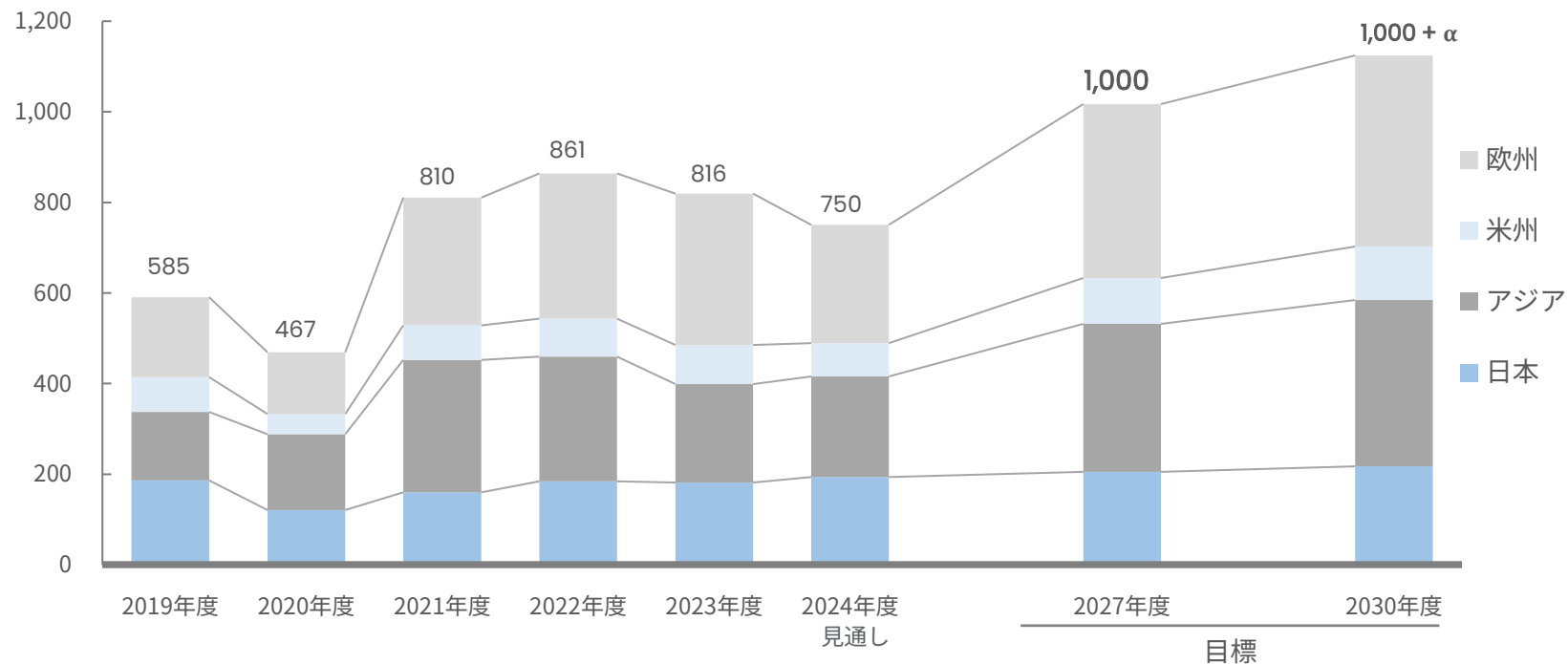
- 2030年に向けては市況による受注の上下を繰り返すも、力強い成長が見込まれるインドを中心としたアジアが牽引。また国内は、様子見であった投資意欲が回復し、主要先進各国においても需要は緩やかに拡大基調となる。
- 今後、「自動化・省力化」へのニーズが自動車業界、医療、半導体など、様々な業種での需要増が見込まれ市場は拡大基調。自動車部品は2027年までは従来エンジン向け自動車部品が回復し、2030年に向けてはEVシフトが緩やかに進むと想定。

## 重点戦略：売上高1,000億円に向けた地域別戦略

### 地域別戦略の明確化及び新市場開拓の推進

- ・ 欧州 市場成長にあわせた着実な拡販及び、東欧市場等の販売強化
- ・ 米州 現地開発力強化の継続と現地主導による既存販売店網の強化
- ・ アジア 現法設立・ショールーム設置など販売拠点への投資 / インド、成長市場向け仕様の開発・投入
- ・ 中国 ミヤノ中型機の拡販 / 現地顧客要望に柔軟に対応できる営業体制の構築
- ・ 日本 独自技術・製品の強みを活かした差別化及びプロモーション戦略

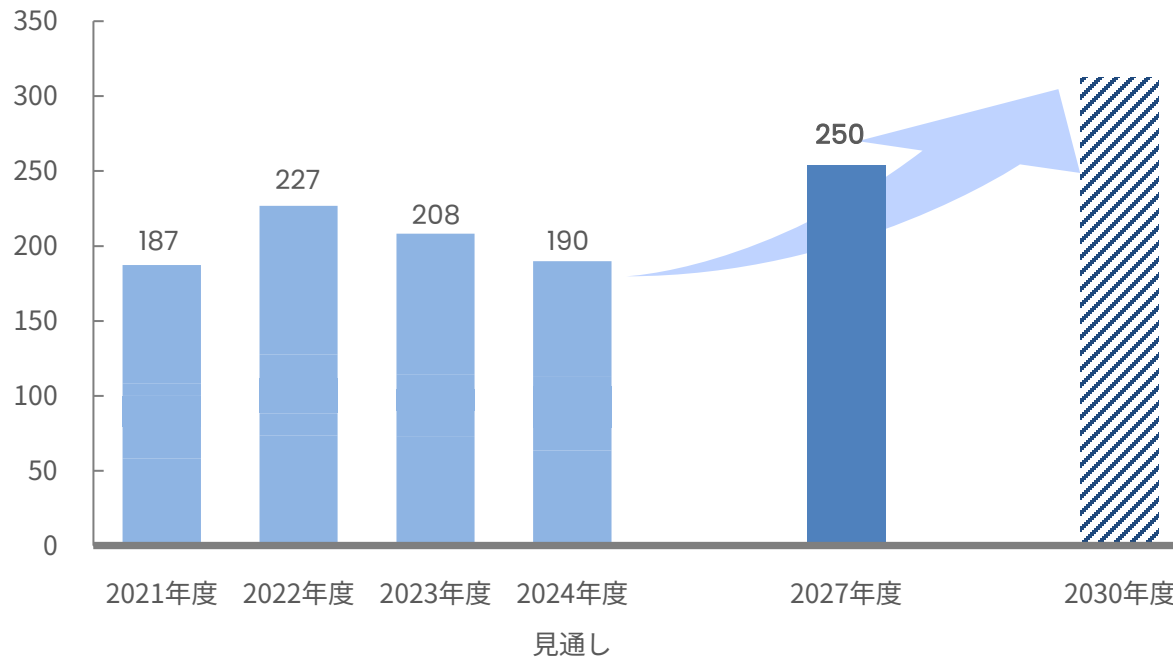
単位：億円





- ・ 国内 : 大型機及びチャッカー機のプロモーション強化による新規顧客開拓を実施
- ・ 欧州 : 航空、時計業界など自動車業界以外の業種への拡販も実施すると共にドイツ、イタリア、東欧でテクニカルセンターを活用し、新地域への進出を狙う
- ・ 米国 : 2030年を見据え、現地主導による販売網の強化を推進
- ・ 中国 : 代理店向けの技術サポートの強化を実施

単位：億円



目標

Miyano



### 主軸台固定形CNC自動旋盤

Ø80/65mmの正面主軸を搭載。  
3基のY軸付きタレットとの組み合わせで、新たな領域のワーク加工が可能。

### 顧客視点での新たな価値を創造し、トータルソリューションの提供

- LJV（低周波振動切削）技術搭載機の年間当たりの出荷台数構成比を2023年度比で4%以上増の32%（2027年度）を見込む
- 次世代機種リリースに向け、顧客へのヒアリング、AI技術を活用した製品/機能の探索を実施
- 差別化を生む特殊加工技術の創出、環境負荷低減の機械/機能の開発、アフターサービス機能の開発
- 地域特性を活かしたスピードある対応と確かな技術でお客様に安心を提供する

#### 独自技術拡販と価値の探索

##### LFV technology



LFVのさらなる拡販、次世代機種の開発

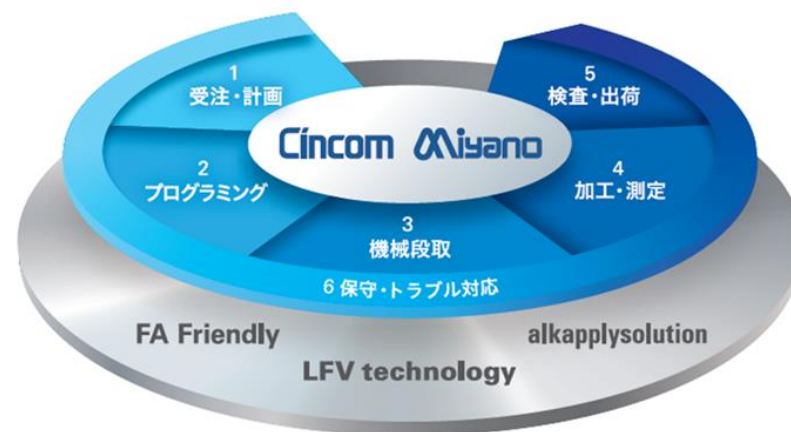
#### 要素技術の開発

##### EcoBalance Machine




地球に配慮した製品の開発

### モノづくりワークフローの革新 INNOVATION FOR WORKFLOW



お客さま工場の「モノづくりワークフローの革新」に貢献する独自の周辺装置や加工技術、自動化・省力化技術などを織り込んだトータルソリューションを提案

中期経営計画2027  
デバイス事業



■ 事業戦略

中期経営計画方針

製品の選択と集中と、  
成長事業への資源投入を実行し、利益を創出

2027年度  
財務目標

|       |        |
|-------|--------|
| 売上高   | 700億円  |
| 営業利益率 | 5.0%以上 |

重点戦略

- 自動車部品 ■ EV関連の新製品やエンジン・ブレーキなど既存領域製品の売上拡大
- セラミックス ■ 光通信向けなどのサブマウント製品のさらなる競争力強化の推進
- モーター ■ 市場のニーズに対応した技術、品質により高い顧客満足を獲得
- プリンター ■ フォトプリンターを中心に安定した利益確保と将来に向けた投資継続

## ■ 成長事業の戦略

### モーター

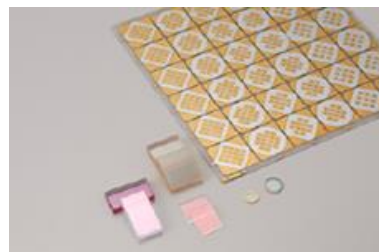


グローバルニッチトップの追求と次世代技術開発による高収益体質の維持

#### 主な取り組み

- DCモーター、ブラシレスモーター、リニアアクチュエータは新規案件獲得による売上拡大
- ガルバノスキャナ製品は、ラインナップ拡大による新規市場の開拓や新規顧客の獲得
- 原価低減や合理化の推進による高利益率の確保

### セラミックス



セラミックス事業は、サブマウントの新規市場参入による売上拡大、生産性向上による競争力の強化

#### 主な取り組み

- サブマウントの製品力向上と省人化の推進
- セラミックス部品は増産体制の構築と新製品開発の推進
- 細菌分析用検体保持プレートの合理化と能力増強

### プリンター



フォトプリンターを成長事業と位置付け、安定した利益確保と将来に向けた投資の推進

#### 主な取り組み

- 成長顧客の受注拡大と高付加価値製品の海外販路拡大の推進
- 高解像度製品など新技術の開発
- 医療・物流向け総合ソリューション提案活動の推進

## 中期経営計画2027

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応



## 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

### ■ PBRを意識した経営と成長・合理化投資の実行

#### ✓ 企業価値向上 ⇒ PBR（株価純資産倍率）を意識した経営

株価純資産倍率

PBR

=

ROE

×

PER

時価総額  
—  
純資産額

自己資本利益率

当期純利益  
—  
純資産額

株価収益率

時価総額  
—  
当期純利益

- ROE：  
収益性の向上、自己資本の圧縮等により中期経営計画2024期間中は目標の「8.0%以上」を上回る実績を残す（2024年度も達成見込み）
- PER：  
事業別成長戦略の着実な実行に向け積極的な設備投資等を行い、期待成長率の向上を行う

#### ✓ 事業成長 ⇒ 成長戦略（成長・合理化投資）の実行

- 時計事業
- 機械式ムーブメントの増産計画に対し、生産能力と生産性を向上させるための投資を行う
  - ブランドを表現する上で重要な流通である直販ECへ投資を行い、ブランドプレゼンスの強化と収益性の向上を図る

- 工作機械事業
- 中期経営計画2024の期間中に整えた生産基盤を活かし、販売拠点のスタッフ増員など、販売力・サポート力を強化し、業務フロー改善と効果的なシステムの運用と併せて拡販のための投資を行う
  - AI技術を活用した次世代機種や自動化・省力化のサービスの拡充のための投資を行う

- デバイス事業
- セラミックス、モーター、フォトプリンターなど、成長が見込める事業に対する増産対応、自動化、生産性改善に向けた投資を行う

## 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

### ■ キャッシュアロケーション

- ✓ 当社は従前より取締役会において資本コストや株価を意識し、適切にバランスシートをコントロールする経営について議論を重ねております。

#### 2025～2027年度の3カ年累計額

キャッシュ・イン

キャッシュ・アウト



時計・工作機械事業の成長とデバイス事業の収益性改善による営業利益創出で、中期経営計画2024を上回る予定

政策保有株式の縮減を中心に実行

- ・ 営業利益の創出
- ・ 在庫適正化

#### 成長・合理化投資方針

- ・ 投資の7割以上がコア事業（時計・工作機械）
- ・ 時計事業…機械式時計の生産能力増強と生産性向上、製造インフラの老朽更新、ブランドプレゼンス強化に向けた流通投資（ECと店舗）
- ・ 工作機械事業…インドを中心とした販売拠点、ミヤノブランドの拡販、次世代機種の開発、業務フローの改善と効果的システムの運用へ投資
- ・ DX投資…製造DX推進、製造工程・間接業務の省人化・自動化

#### 株主還元方針

- ・ DOE（株主資本配当率）5.0%以上を目安
- ・ これまでの配当実績を考慮し、より安定的かつ継続的な配当を重視
- ・ 自己株式の取得は、業績、資本構成、投資計画、株価を含む市場環境等を考慮し、状況に応じて機動的に判断

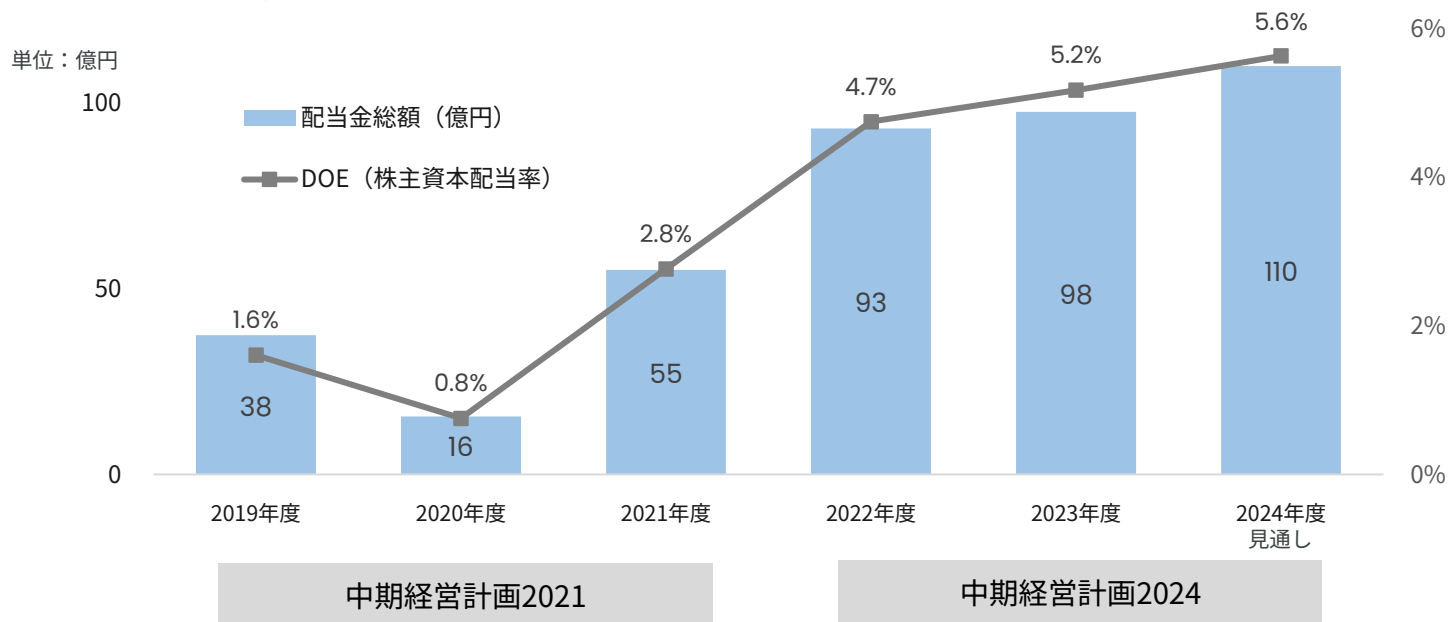


### 株主還元方針（2025-2027年度）

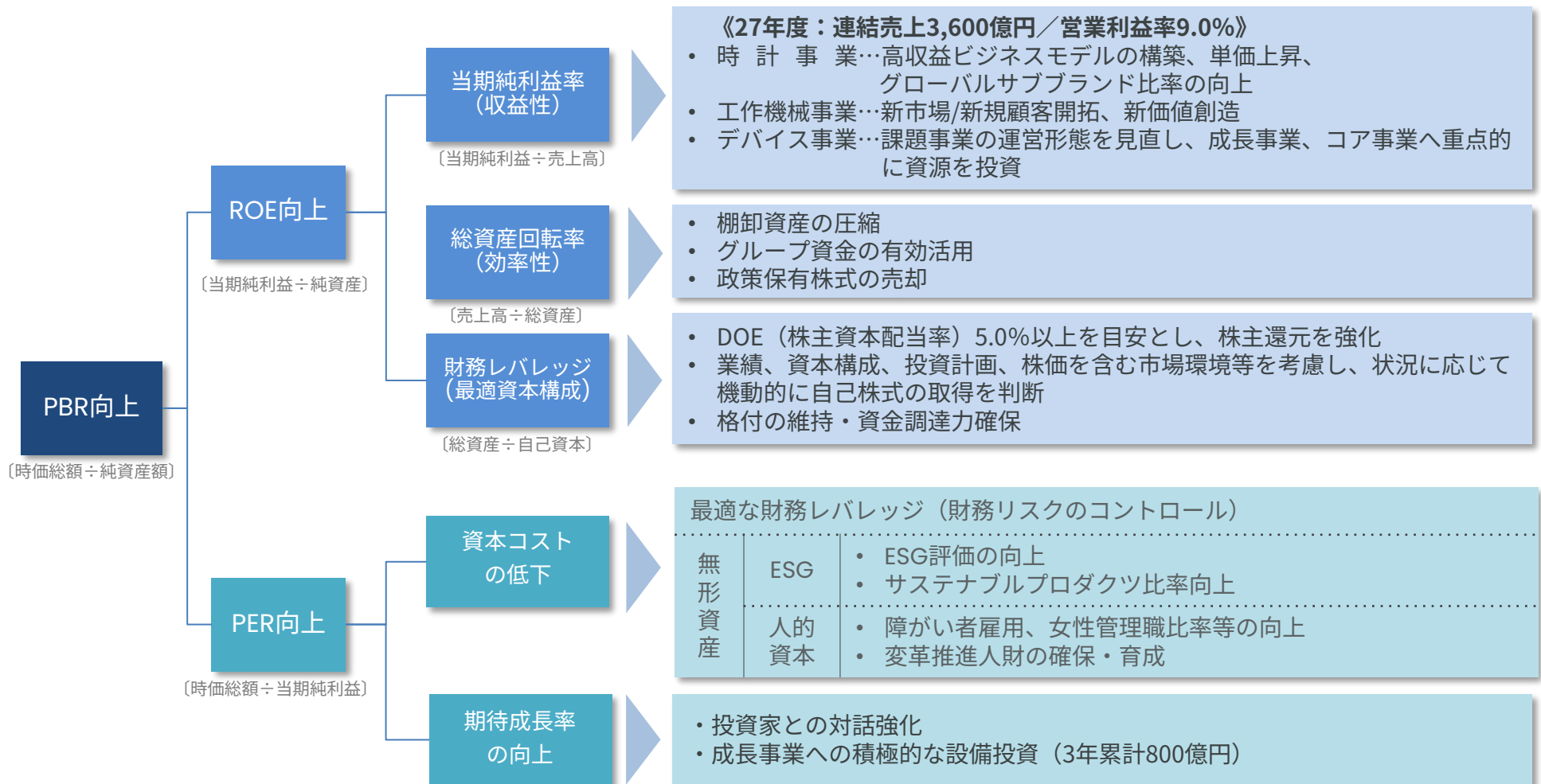
- ✓ **DOE(株主資本配当率)\*5.0%以上を目安**
- ✓ これまでの配当実績を考慮し、より安定的かつ継続的な配当を重視
- ✓ 自己株式の取得は、業績、資本構成、投資計画、株価を含む市場環境等を考慮し、状況に応じて機動的に判断

\* DOE = “配当金総額” / “株主資本(期首残高と期末残高の平均値)”

#### ■ これまでの配当実績推移






### ■ 企業価値（PBR）向上にむけて



## 中期経営計画2027

サステナブル経営 ・ DX戦略 ・ 人財戦略



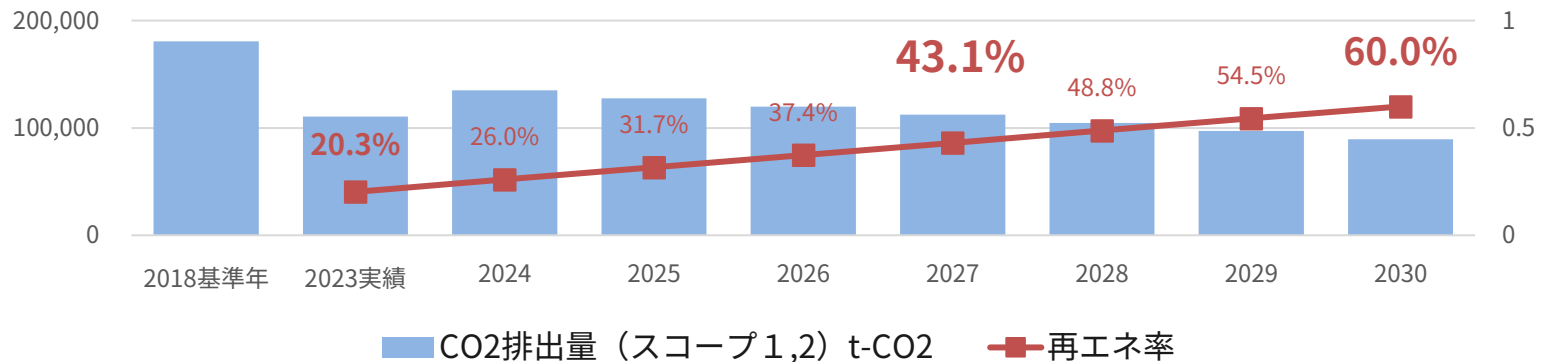
| ESG | マテリアリティ   | 分類                | 主な取り組み  | 該当する事業   |      |      |   |
|-----|---|-------------------|---|--|------|------|---|
|     |   |                   |   | 時計   | 工作機械 | デバイス |   |
| E   | 気候変動への対応と循環型社会への貢献<br> | 気候変動への対応          | <ul style="list-style-type: none"> <li>EcoBalance Machine*に認定された工作機械の提供、エコカー（EV・HV）への部品提供、ENERGY STAR®に適合したPOS・バーコード・フォトプリンターの提供、照明用LEDの提供等</li> <li>CO2排出量削減、再エネ導入拡大等</li> </ul> | ○  | ○    | ○    |   |
|     |   | 循環型社会への貢献         | <ul style="list-style-type: none"> <li>永く愛用できる光発電時計・機械式時計の提供、デジタルゲージの提供等</li> <li>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</li> </ul>  | ○  | ○    | ○    |   |
|     |   | 多様なライフスタイルへの貢献    | <ul style="list-style-type: none"> <li>視覚障がい者対応腕時計の提供等</li> <li>スマートフォン、ウェアラブル端末向け小型スイッチの提供等</li> </ul>   | ○  |      | ○    |   |
|     |   |                   | 医療・ヘルスケアへの貢献  | <ul style="list-style-type: none"> <li>細菌分析用検体保持プレートの提供等</li> <li>誰もが使いやすい体温計・血圧計の提供等、デジタルヘルスケアサービス『Health Scan』の提供</li> </ul> |      |      | ○ |
| S   | 質の高い生活への貢献<br>         | 省力化・自動化ソリューションの提供 | <ul style="list-style-type: none"> <li>EcoBalance Machine*に認定された工作機械の提供、LFV（低周波振動切削）技術を搭載した工作機械の提供等</li> <li>整理券システム・精算システムの提供等</li> </ul>  |  | ○    | ○    |   |
|     |   |                   | モビリティへの貢献   | <ul style="list-style-type: none"> <li>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販売等</li> </ul>  |      |      | ○ |
|     |   | 働きがいの向上と人財の育成     | 働きがいの向上   | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員のWell-being実現及びエンゲージメント向上施策の実施、教育機会の提供、健康経営の施策実施等</li> </ul>                         | ○    | ○    | ○ |
|     |   |                   | 人財の育成   | <ul style="list-style-type: none"> <li>グループサクセッションプランの継続、変革推進人財の育成、採用手法の拡大とグループ連携</li> </ul>                                   | ○    | ○    | ○ |
| G   | 社会的責任の遂行<br>         | リスクマネジメントの強化      | <ul style="list-style-type: none"> <li>グループ重要リスクの更新と運用等</li> </ul>  | ○  | ○    | ○    |   |
|     |   | 品質コンプライアンスの順守     | <ul style="list-style-type: none"> <li>品質行動憲章の浸透活動等</li> </ul>  | ○  | ○    | ○    |   |
|     |   | 人権の尊重と労働慣行        | <ul style="list-style-type: none"> <li>人権デューデリジェンスの実施等</li> </ul>   | ○  | ○    | ○    |   |
|     |   | 持続可能な調達の推進        | <ul style="list-style-type: none"> <li>CSR調達、グリーン調達、責任ある鉱物調達等</li> </ul>  | ○  | ○    | ○    |   |

\*EcoBalance Machine：2024年度に発売を開始した、環境に配慮した製品・技術製品群で社内基準を満たす一部の工作機械

| マテリアリティ                | 主なKPI                      |         | 2025年度 | 2026年度 | 2027年度 |
|------------------------|----------------------------|---------|--------|--------|--------|
| 気候変動への対応と<br>循環型社会への貢献 | CO2排出量<br>削減率<br>(2018年度比) | スコープ1,2 | 29.4%  | 33.6%  | 37.8%  |
|                        |                            | スコープ3   | 17.5%  | 20.0%  | 22.5%  |
|                        | 再エネ率（国内+海外）※               |         | 31.7%  | 37.4%  | 43.1%  |
| 質の高い生活への貢献             | サステナブルプロダクト*<br>売上比率       |         | 24.0%  | 27.0%  | 31.0%  |
| 産業分野における<br>ソリューションの提供 |                            |         |        |        |        |
| 働きがいの向上と人財の育成          | 女性管理職比率（シチズン時計）            |         | 11%    | 12%    | 13%    |

\*サステナブルプロダクト：シチズングループのマテリアリティと結びついた社会課題の解決に貢献し、事業成長に寄与する製品・サービス

## ※CO2排出量（スコープ1,2）と再エネ率の目標



### 方針

データ/デジタル技術を活用した効率的かつ顧客中心の業務プロセスへの転換を目指す

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  
新たなユーザ価値の創出

企業風土の変革  
(グループ共通施策)

### 時計事業

- **設計の標準化・プロセス改革**  
3次元CADデータ
- **スマートファクトリーの実現**  
品質トレーサビリティ基盤の構築
- **営業業務のデジタル活用促進**  
企業間取引サイト活用

- **継続的なユーザー接点の強化**  
顧客分析による最適なサービス提供
- **データマネジメント体制の構築**  
DWHの強化及び蓄積情報の拡大
- **新領域への挑戦**

- **AI活用促進**  
生成AIの活用
- **ESG関連データの収集/集約の効率化**  
人的資本経営に関するデータ収集

### 工作機械

- **製造DXの推進**  
製造現場の生産管理のIT化
- **マスタ管理の強化**  
開発/製造/営業BOMの連携

- **営業DXの推進**  
受注状況や関連指標を加味した販売予測
- **共通情報基盤の整備**  
開発・製造・営業・管理状況のリアルタイム把握

- **デジタル活用による技術/技能継承**  
スキルの一元管理・可視化

### デバイス

- **製造工程の省人化、自動化の徹底**  
IoTデータによる装置稼働状況把握

- **EC販売での販売拡大と収益確保**  
MAツール活用による顧客アプローチの自動化

- **デジタル人財の育成**  
データサイエンティスト研修の実施

グループ人財ビジョン  
(2030年のありたい姿)

社員一人ひとりが長期ビジョンの実現に貢献し  
シチズンで働くことへ誇りを感じている

重点施策

働きがいの向上

人財の育成

DEI (Diversity, Equity & Inclusion)

目標

企業の持続的成長と  
社員のウェルビーイングの実現

企業の変革と成長に必要な人財の育成、  
事業継続に必要な人財の獲得と育成

多様な人財の活躍、  
女性管理職候補の計画的育成と登用

施策

■ 従業員エンゲージメントの向上

エンゲージメント調査の導入を完了し、ウェルビーイングの各要素（組織風土、キャリア自律、健康安全、社会関係、経済自立）の改善を図り、ウェルビーイングの実現を目指す

■ 健康経営の推進

健康経営方針を策定し、健康経営優良法人の認定、ホワイト500の取得維持を目指す

■ タレント・パイプラインの構築

- ・ 戦略ポストの特定と候補者プールを作成、人財委員会にて横断的な育成を図る
- ・ 課長候補からサクセッション候補までグループで一貫して育成する

■ タレントマネジメント・スキル管理システムのグループ共通化

- ・ タレントマネジメントシステムのグループ共通化を図り、グループで人的資本の可視化を進める
- ・ スキル管理システムのグループ拡大を図り、各社における技能継承の促進と将来的にはグループ技術DBの構築を目指す

■ 女性管理職候補の育成

女性管理職比率目標を設定し、意識調査を実施、グループ各社で連携して女性管理職候補の育成を図る

■ 両立支援策による多様な人財の活躍

- ・ 介護に関してグループで定期的に実態アンケートと教育を実施、100%研修受講率を目指す
- ・ 男性の育休取得率目標を設定し、取得促進を図る



# 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。