



CITIZEN

統合報告書

CITIZEN REPORT
2025

A lush green park with a winding gravel path and many trees. The path is made of dark gravel and curves through a grassy area. There are many trees with green leaves, some with yellowing leaves, suggesting a late summer or early autumn setting. The sky is visible through the tree canopy.

企業理念

市民に愛され市民に貢献する

シチズンの掲げる企業理念「市民に愛され市民に貢献する」とは
「市民に愛され親しまれるものづくり」を通じて
世界の人々の暮らしに広く貢献することです

国土交通省「優良緑地確保計画認定制度(TSUNAG)」
「CITIZENの森」が第1号に認定



目次

イントロダクション

- 03 シチズングループの歩み
- 05 価値創造ストーリー

企業価値向上に向けた経営戦略

- 07 社長メッセージ

中期経営計画2027

- 11 中期経営計画2024振り返り
- 13 中期経営計画2027
- 15 経営・財務戦略

事業別戦略

- 17 時計事業
- 21 工作機械事業
- 25 デバイス事業

サステナビリティ戦略

- 27 サステナブル経営
- 28 マテリアリティの特定
- 29 サステナブルプロダクト
- 31 サステナブルファクトリー
- 31 コンプライアンスの徹底
- 33 環境
- 35 ステークホルダー・エンゲージメント／
サプライチェーンエンゲージメント
- 36 CITIZEN OF THE YEAR
- 37 人財戦略

経営基盤の強化

- 39 コーポレート・ガバナンス
- 42 社外取締役インタビュー

企業データ

- 43 財務・非財務ハイライト
- 45 役員一覧
- 47 株主・投資家との対話状況
- 48 会社情報

編集方針

「CITIZEN REPORT」はシチズングループについて、環境に配慮しつつ、わかりやすくお伝えするため要約しています。詳細情報については、当社オフィシャルサイトをご覧ください。



見通しに関する注意事項

本レポートの将来予測に関する見通しなどは現時点で知りうる情報に基づき作成したものであり、様々なリスクや不確定要素を含みます。今後、市場環境やその他の変化等により見通しと異なる可能性があることをご承知おきください。

優良緑地確保計画認定制度「TSUNAG認定」とは

国土交通省が「まちづくりGX」の一環として、2024年11月に施行された改正都市緑地法に基づき、企業等による良質な緑地確保の取り組みを、気候変動対策・生物多様性の確保・ウェルビーイングの向上といった観点から、国土交通大臣が評価・認定する仕組みで、今回が初の認定となります。



シチズングループの歩み



シチズン時計創業者
山崎亀吉
Kamekichi Yamazaki

時計事業

スイスやアメリカ製の懐中時計が主流だった当時、創業者の山崎亀吉の「国産時計をつくりたい」という強い意志のもと1918年に創業。時計の精度を高めるための部品用工作機械を自社で製造し、優れた技術者育成のために時計学校を開設するなど、徹底的に技術にこだわったものづくりを進めました。シチズン初の製品は、山崎と親交のあった、時の東京市長・後藤新平伯爵によって「永く広く市民に愛されるように」と「CITIZEN」と名付けられました。



「CITIZEN」の名が初めて冠された
初代懐中時計

米国市場
ミドルレンジシェア
トップクラス

ムーブメント販売
世界トップクラス

時計づくりを原点に。広く市民に貢献するシチズングループへ

シチズンは、時計づくりの小型精密技術を活かし、新たな分野への挑戦を続けてきました。工作機械、デバイスなど、あくなき挑戦から生まれた事業は会社へと発展し、次々とグループ企業を誕生させてきました。時代の移り変わりとともに社会の要請に応えながら、現在のシチズングループへ至ります。

1910

•1918

シチズン時計の前身である
尚工舎時計研究所を設立



•1931

シチズン初の腕時計
「CITIZEN F型」



•1952

国産初のカレンダー付
ウォッチ「カレンダー」



•1924

シチズンのオリジン
初代懐中時計



•1959

国産初の
完全防水時計
「バラウォーター」



•1956

国産初の耐震装置
「パラショック」



•1936

時計用精密機械の内製化「AL-1」



•1961

工作機械の外販開始

•1957

カム式自動盤



工作機械事業

価格の高いスイス製の機械に代わる精密機械を自社で開発。1961年より外販を開始。

中小型 CNC 自動旋盤

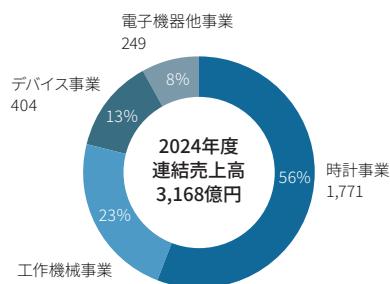
世界シェアトップクラス

デバイス事業

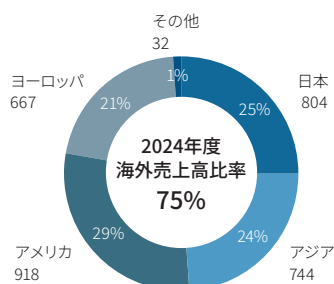
時計の組み立てで培われた精密加工技術や小型精密技術を応用展開。

•1964

事務機器
分野に進出



単位(億円)



単位(億円)

2030
▼

•1970

世界初のチタニウム腕時計
「X-8コスモトロン チタンケース」



•1993

世界初の多局受信型電波時計
「Cal.7400」



•2011

世界初人工衛星の
電波を受信する時計
「エコ・ドライブ
サテライト ウェーブ」



•2021

新型機械式ムーブメント
搭載のメカニカルモデル
「ザ・シチズン」



•1976

世界初のアナログ式太陽電池時計
「クリストロン ソーラーセル」



•2012

プロサー社株式取得

•2008

フローバ社株式取得



•2016

世界最薄1mmムーブメントの
光発電時計「エコ・ドライブ ワン」
フレデリック・コンスタント社
株式取得



•2024

シチズンのオリジン
初代懐中時計誕生から100年
「CITIZEN」ブランド時計
100周年記念 懐中時計

•1970

世界初の自動旋盤「D16」



•1996

ネットワークマシン「L20」



•1986

主軸台移動形NC自動旋盤
ロングセラーモデル「L16」



•2011

シチズンマシナリーと
ミヤノが経営統合



•2018

摩擦接合技術



•2022

機械と周辺装置を組み合わせた
トータルソリューション・モデル



•2013

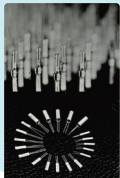
マルチステーション
マシニングセル「MC20」



LFV(低周波振動切削)技術

•1976

シチズンの腕時計用
音叉型水晶振動子の生産開始



•1983

ICセンサー電子体温計
世界初ICセンサー搭載
「CT-20」



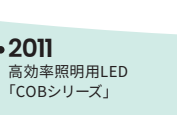
•1997

家庭用超音波
洗浄器
「SW1500」



•2011

高効率照明用LED
「COBシリーズ」



•2017

業界最小クラスの高さ・横幅を実現
サーマルプリンター「CT-S255」



•2013

小型リニアモーター
ガルバノ光学スキャナ
「GVMシリーズ」



•2023

レシートプリンター
「CT-S801III/CT-S851III」



•1990

時計部品加工技術で
自動車部品を製造



•2007

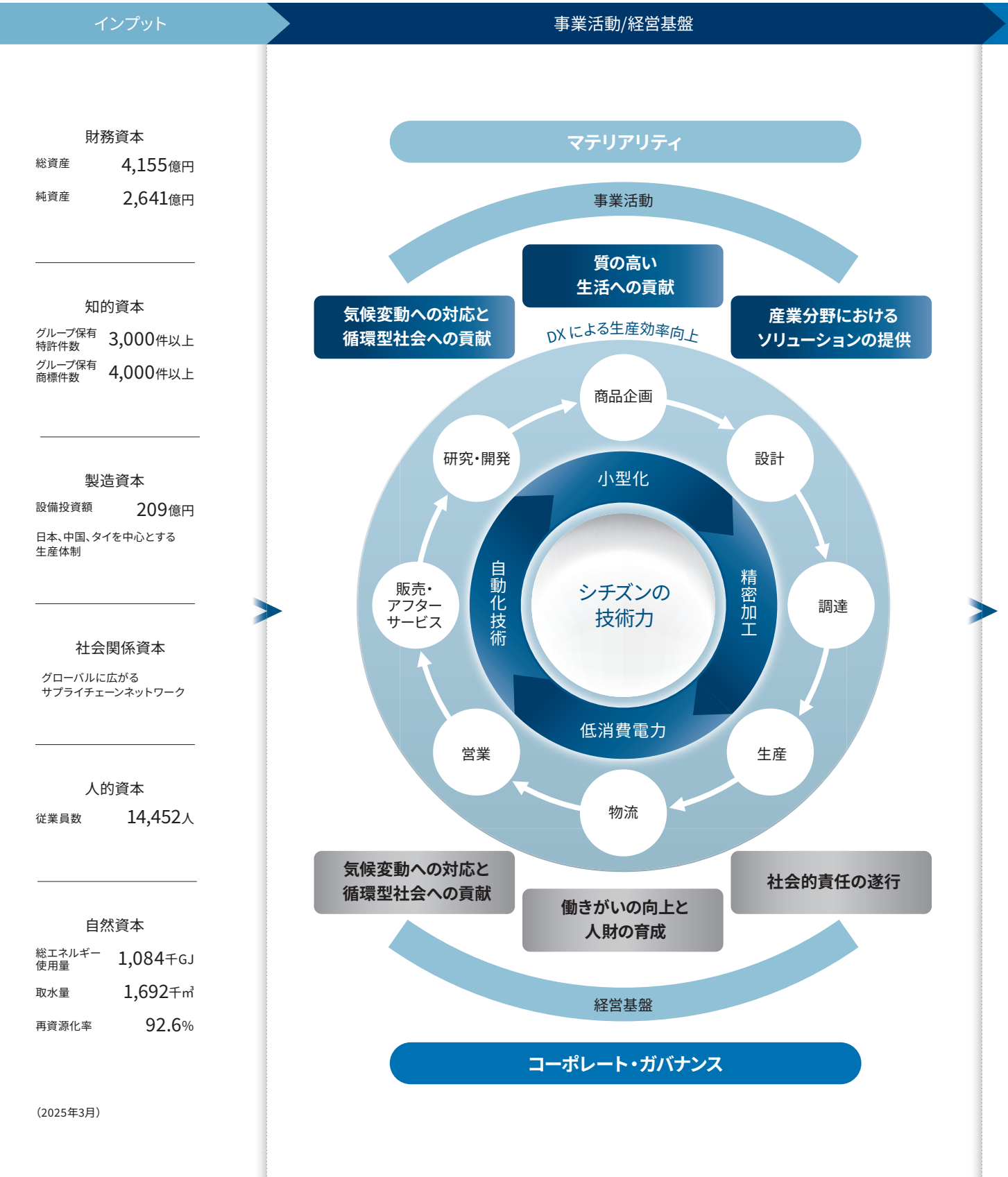
昇華型熱転写方式
デジタルフォト
プリンター
「CXシリーズ」



•2021

セラミックス製極小
流体動圧軸受





アウトプット

アウトカム

提供価値

サステナブルプロダクツの提供

時計

自己表現や想いを
伝える製品・サービスの提供



工作機械

世界最先端の
生産革新ソリューションの提供



デバイス

世界の産業と人々の暮らしを支える
キーデバイスの提供



サステナブルファクトリーの実現



グループ長期ビジョン

豊かな未来を
つなぐ

Crafting a new tomorrow

企業理念
市民に愛され市民に貢献する

■ 社長メッセージ

とき
豊かな未来をつなぐ
Crafting a new tomorrow

グループで一つのチームとなり
企業理念の実現に向けて邁進します

シチズン時計株式会社
代表取締役社長

大治 良高 Yoshitaka Oji



社長就任にあたり

2025年4月よりシチズン時計の代表取締役社長に就任いたしました大治良高です。これまでの経験を活かし、「中期経営計画2027」の目標達成に取り組むとともに、「シチズングループビジョン2030」の実現に向けて中長期的な視点で、企業価値の向上に取り組み、グループの成長に向けて尽力してまいります。

1986年に入社して以来、時計事業における企画や販売、海外工場の立ち上げ、製品開発の推進など様々な経験を積んでまいりました。時計づくりに長く携わってきた経験から、「より良いものをつくりたい」

というシンプルな想いがあります。マーケティングによるブランド・企業価値向上は欠かせませんが、その根底となるものは「信頼と安心のおける製品」だと思います。

また、企業経営において私が大事にしていることは、組織全体が同じ方向に向かって一つのチームとなって努力することです。一人ひとりができることには限界がありますが、全体が協力することでより高いパフォーマンスを発揮できると考えています。

2025年度から始まった「中期経営計画2027」を着実に進めていくためにも「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念を掲げる「シチズン」という旗のもと、グ

ループ全体で取り組みを進めていきます。

企業理念への想い

創業以来、「シチズン」という社名を持ち、「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念を常に経営の根幹に置くことで、これまでシチズングループは成長を続けてきました。当社は、時計というBtoCの事業領域を源流とし、そこで培った技術から派生し、工作機械事業やデバイス事業などBtoBの様々な分野へと拡大してまいりましたが、すべての事業が最終的には完成品となり、市民に貢献することができていると考えています。社長就任にあた



り、改めてこの企業理念が私たちにとって大切な財産であると感じていますし、信頼性の高い製品やサービスを提供することで、今後ともこの企業理念を体現していきたいと思います。

「中期経営計画2024」の振り返りと評価

「シチズングループビジョン2030」で掲げた「豊かな未来をつなぐ」の実現に向け、「中期経営計画2024」では、積極的な投資を図り、成長基盤を構築することを目指しました。

中計の最終年度である2024年度の数値目標は、売上高3,200億円、営業利益率

8.0%、ROE8.0%以上を掲げました。時計事業は、為替の追い風もありましたが、各エリアにおいて製品ミックスが改善し、販売単価の上昇に着実につなげることができたことに加え、北米・欧州市場での伸長もあり、目標を達成しました。工作機械事業は、初年度に売上目標を達成したものの、周期的な受注の調整局面の影響を受け、2023年度以降は減収減益となり、目標に対しては未達となりました。また、デバイス事業も中国経済の停滞等の影響を受け、シチズングループ連結の売上高と営業利益率は目標未達となりました。しかしROEは、株主還元や保有資産の最適化に取り組んだことで、中計の期間を通して目

標を達成することができました。

この3年間で、中計で掲げていた戦略を着実に進めることができたことと認識していますが、想定通りにいかなかったことも整理しておく必要があります。時計事業では、中国を中心としたアジアは想定よりも弱く、引き続き取り組むべき課題と認識しています。工作機械事業は、市況の波の影響を受けざるを得ないビジネス環境の中でも競争力を発揮するため、営業力やサービス体制等の強化が必要と感じています。また、デバイス事業では収益性が低迷しており、しっかりと利益創出ができる体質への転換が求められています。各事業で対応すべき点を洗い出し、これからの3年間で掲げた施策を着実に実行していきます。

「中期経営計画2027」への想い

2025年度からスタートした「中期経営計画2027」は「シチズングループビジョン2030」の実現に向けた第2ステージであり、これまでの第1ステージで構築した成長基盤を活かし、さらなる成長と収益力の強化を図り、企業価値の向上に取り組んでいきます。

グループ成長の核である時計事業は、ブランド価値向上による事業成長と収益力強化に取り組めます。そのためには、今まで以上に情緒的価値を伴う高付加価値製品をつくり出していく必要があります。工作機械事業は、生産体制の強化など次の飛躍への準備はおおむねできました。販売力強化や顧客価値創造を中心とした重点戦略を進め、中計期間中に売上高1,000億円達成を狙います。デバイス事業は、選択と集中を進め、成長事業への資源投入を強化し、安定的に拡大する収益性の高い事業へと進化させていかなければなりません。

変化がますます激しくなる現代社会において、組織そして個人もレジリエンス(変化への対応力)を高めていく必要があります。柔軟性を持ち、状況を見極めながら必要に応じて適宜対応していくことで、2027年度の目標達成を目指していきます。

「サステナブル経営」

シチズングループでは、取り巻く環境が変化する中、社会課題の重要性評価を全般的に見直し、重要度と影響度の高いものを集約して、「①気候変動への対応と循環型社会への貢献」「②質の高い生活への貢献」「③産業分野におけるソリューションの提供」「④働きがいの向上と人財の育成」「⑤社会的責任の遂行」の5つをマテリアリティとしています。前中計で特定したこの5つのマテリアリティに変更はありませんが、気候変動のシナリオ分析や社内外の情勢を考慮し、取り組みの更新を行いました。

①～③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・サービスを「サステナブルプ

ロダクツ」とし、グループ連結売上に占める売上比率目標を新たに設定しました。

良い製品であることはもちろんですが、環境負荷をなるべくかけず、人権や労働環境に配慮した良いものづくりを追い求め、さらにそれを維持させていくことが重要だと考えています。バリューチェーン全体での対応に一層注力していきます。

また、当社は自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD: Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) *1の情報開示提言への賛同を表明し、2025年4月に、TNFD Adopter *2に登録しました。2023年3月よりTNFDフォーラム *3に参画しており、TNFD提言に沿った自然関連の情報開示は、2026年度に開始する予定です。シチズングループは「シチズングループ生物多様性ビジョン」のもと、生物多様性

によってもたらされる生態系サービスの重要性や、事業活動が生物多様性に与える影響を認識し、地域社会とともに生物多様性の保全に努めています。今後もTNFDが目指す情報開示フレームワークの構築に協力しながら、自然資本に関する適切な情報開示を進め、株主・投資家を含むステークホルダーとの信頼関係の醸成と持続的な企業価値向上に努めていきます。

*1 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD): 自然に関する企業のリスク管理と開示枠組みを構築するために設立された国際組織

*2 TNFD Adopter: TNFD提言に沿った情報開示を行う意思を表明した企業・組織

*3 TNFDフォーラム: 専門知識を提供するステークホルダーとしてTNFDをサポートする国際組織



光発電エコ・ドライブ時計の文字板を100%リサイクル材を使用した再生ポリカーボネートに切り替え



タイの視覚障がい者学校の卒業生に視覚障がい者対応腕時計を寄贈

DX 戦略について

新中計でのデジタルトランスフォーメーションは、データや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ことを方針としています。具体的な施策としては、3次元CADデータを活用した設計の標準化及びプロセス改革、生成AIの活用促進、デジタル技術やデータ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などです。あわせて、データマネジメント体制の構築、デジタル人財の育成、デジタル活用による技術や技能の継承なども推進していきます。

また、時計事業では、北米においてユーザー接点の強化により、直販ECサイトの売上拡大につながるなど成果が出ています。今後は、北米での成功事例を他エリアでの取り組みへ活用するなど、販売拡大へ寄与できる施策として展開していきます。



人財戦略について

シチズングループでは、前中計から2030年のありたい姿に向けたグループ人財ビジョンとして「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」ことを掲げています。このビジョン達成に向けて「働きがいの向上」「人財の育成」「DEI(Diversity, Equity & Inclusion)」の3つの重点施策を推進していきます。

「働きがいの向上」においては、企業の持続的成長と従業員のウェルビーイングの実現を目指し、従業員エンゲージメントの向上と健康経営の推進を図ります。「人財の

育成」については変革をもたらす人財の育成に加えて、事業継続に必要な人財の獲得と育成を目指します。そして、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を図り、グループ全体で技能継承の促進や人的資本の可視化を進めます。また、多様な人財の活躍を目指して、ダイバーシティ&インクルージョンにエクイティを加えた「DEI」を推進し、多様な人財の活躍に加え、女性管理職候補の計画的育成と登用を進めます。

近年は、人財採用の難易度が高まってき

ており、こうした状況に対応するためにも、適切な賃金体系や仕事と生活を両立できる環境づくりなどの制度面での充実に加え、シチズングループで働きたいと思ってもらうための施策を進めていくことが重要だと感じています。そのためにはポジションや年齢、性別等に関係なくグループ内のコミュニケーションをさらに活性化させ、従業員の一体感を醸成していくことが必要となってきました。職場内に、同僚から憧れられるような、活き活きと働いている従業員を一人でも多く育てていきたいと考えています。

ステークホルダーの皆様へのメッセージ

当社は、100年以上の歴史の中で培ってきた小型化、精密加工、低消費電力、自動化などの高い技術力を持っています。こうした強みこそが、私たちが今日まで事業を継続することができた源泉であると確信しています。一方でこれからは、こうした強みをしっかりと外部評価につなげていく取り組みにも注力していきます。コア事業である時計事業と工作機械事業を中心に付加価値向上をさらに推進し、それぞれのブランド力をグローバルで確実に高めていきます。そのために、私自身はもちろん、グループ従業員それぞれに対して仕事に向き合う姿勢や行動を変革するよう求めています。

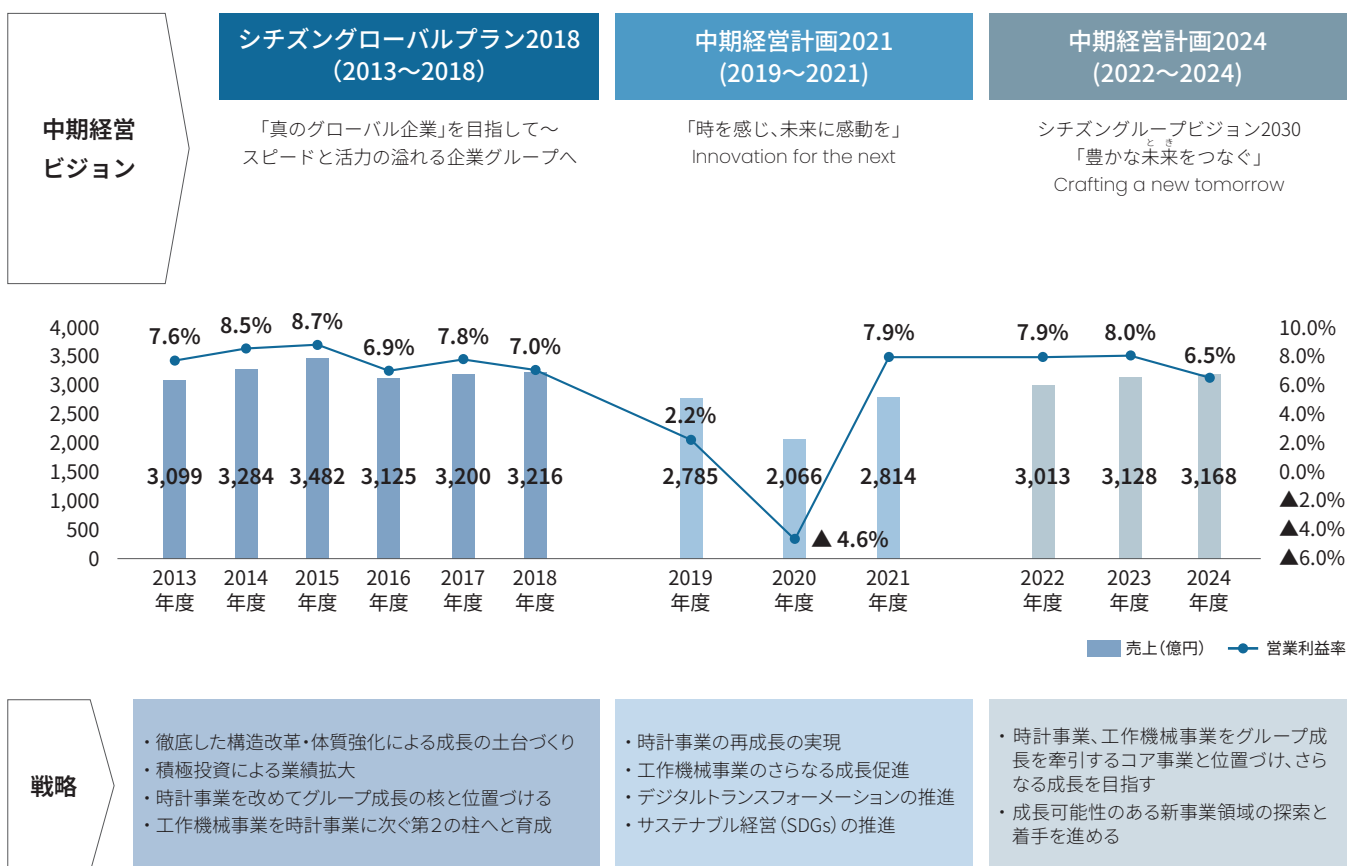
2027年度の数値目標の達成、そしてその先の未来に向けて、「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念のもと、企業として持続的な成長を続けていけるよう、グループ全体で取り組みを進めていきます。引き続き皆様のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

中期経営計画 2024 振り返り

「中期経営計画2024」では、「豊かな未来をつなぐ」 Crafting a new tomorrow」という、シチズングローブビジョン2030を策定し、この実現を見据えて、積極的な投資による成長基盤の構築を目指し、数値目標は、売上高3,200億円、営業利益率8.0%、ROE8.0%以上と設定しました。

最終年度である2024年度は、売上高3,168億円、営業利益率6.5%と目標には届きませんでしたが、時計事業は各エリアにおいて製品ミックスが改善し、着実に販売単価の上昇へとつなげることができ、目標である売上高1,600億円、営業利益率9.0%を1年前倒しで上回ることができました。工作機械事業は、受注の調整局面の影響を受けながらも、次の本格的な受注回復を見据えた生産能力の増強を着実に進めることができました。ROEについては、株主還元や保有資産の最適化に取り組んだこともあり、3年連続で「中期経営計画2024」の目標を達成することができました。

過去中期経営計画の実績推移



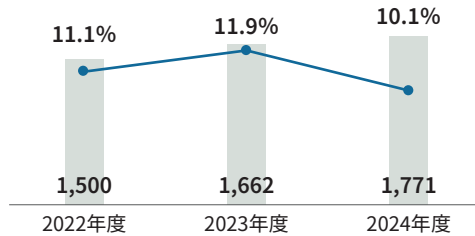
	シチズングローバルプラン2018	中期経営計画2021	中期経営計画2024	
	2018年度実績	2021年度実績	2024年度目標	2024年度実績
売上高	3,216億円	2,814億円	3,200億円	3,168億円
営業利益	224億円	222億円	—	205億円
営業利益率	7.0%	7.9%	8.0%	6.5%
ROE [※]	5.2%	10.2%	8.0%以上	9.5%

※ 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)”

事業別実績

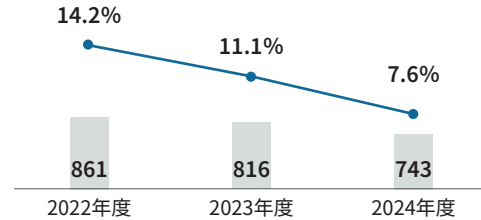
時計事業

北米・欧州市場を継続して伸長させることができたほか、国内市場の回復もあり、3年連続で増収。また、営業利益率も10%を超える高い水準で推移しました。



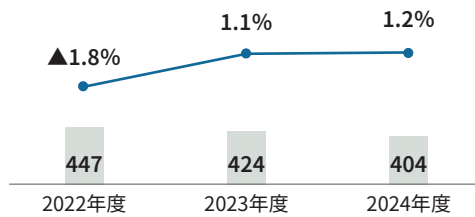
工作機械事業

「中期経営計画2024」の目標売上高860億円を2022年度に達成。2023年度以降は市場のシクリカルな変動の影響を受け、売上・営業利益ともに下降しましたが、生産能力の増強など、着実に事業基盤の構築を進めました。



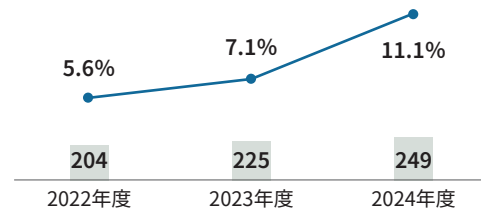
デバイス事業

中国経済の影響や自動車部品の市場低迷を受け、事業全体として苦戦が続きましたが、収益性改善に向け、取り組みを進めました。



電子機器他事業

ヘルスケアが為替影響や販売不振により低迷しましたが、フォトプリンターが堅調な需要により好調に推移するなど収益を牽引しました。



■ 売上高(億円) ● 営業利益率

コア事業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」

進捗状況

■ グローバルブランド戦略

- 『プロマスター』は、北米、日本を中心に着実に伸長
- 『シチズン エル』は、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

■ プレミアムブランド及び機械式時計戦略

- 『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』は、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

■ 継続的なユーザー接点の強化とデータ活用

- 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」

進捗状況

■ 売上高1,000億円に向けた事業基盤の構築

- 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

■ 加工技術による差別化

- 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台突破と着実に進展

■ 自動化・省力化領域の拡大

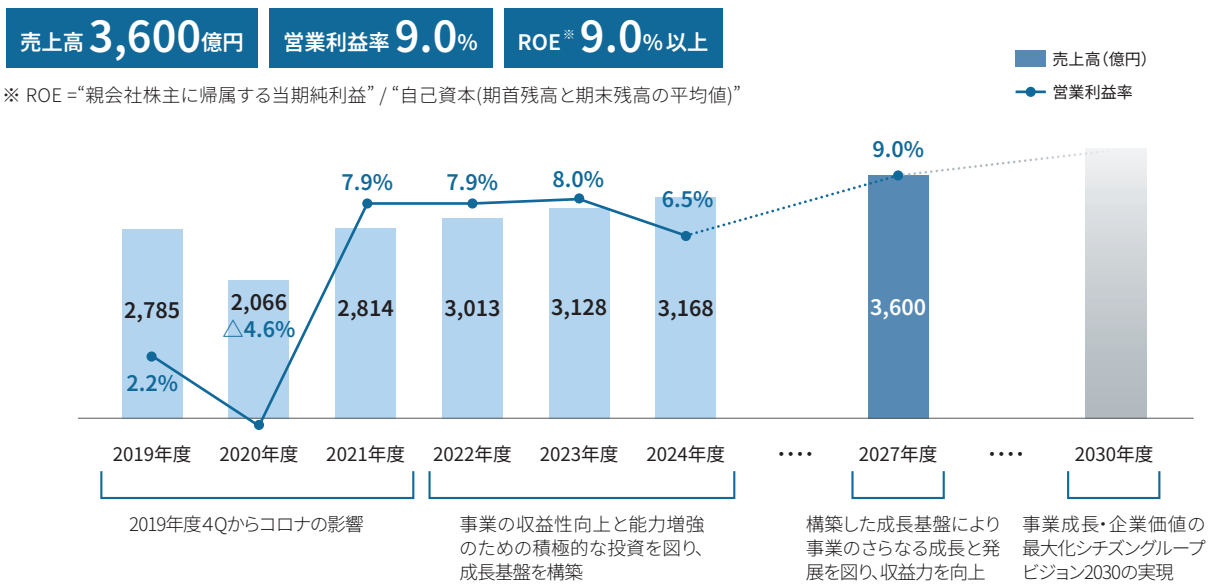
- CRMレポート機能による潜在的な自動化案件情報を収集、分析し、能動的な営業活動に活用

「シチズングループビジョン2030」と「中期経営計画2027」の位置づけ

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。「中期経営計画2027」では、「中期経営計画2024」の3年間で構築した成長基盤を活かし、各事業のさらなる成長と発展を図り、収益力のより一層の向上に取り組みます。



2027年度数値目標



マテリアリティ

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
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	・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・フォトリンターの提供、照明用LEDの提供等		○	○
		・CO ₂ 排出量削減、再エネ導入拡大	○	○	○
	循環型社会への貢献	・光発電時計・機械式時計の提供等	○		○
		・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	・視覚障がい者対応腕時計の提供等	○		
		・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			○
	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提供等			○
		・誰もが使いやすい体温計・血圧計の提供等			○
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	・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		○	
		・整理券システム・精算システムの提供等			○
	モビリティへの貢献	・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提供			○
働きがいの向上と人財の育成 	働きがいの向上	・従業員のウェルビーイング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	○	○	○
	人財の育成	・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	○	○	○
	ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン	・女性管理職候補の計画的な育成と登用、男性の育児休業取得推進、多様な人財の活躍施策実施等	○	○	○
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・デリジェンスの実施等	○	○	○
	持続可能な調達	・CSR調達、グリーン調達、責任ある鉱物調達等	○	○	○

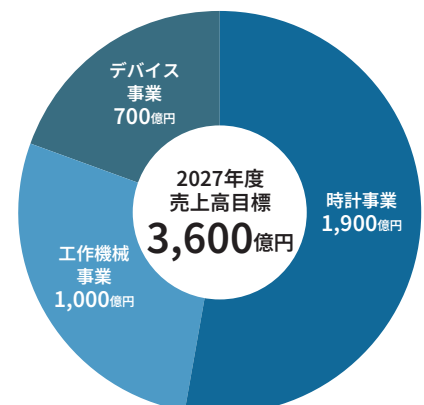
*EcoBalance Machine: 2024年度に発売を開始した、環境に配慮した製品・技術製品群で社内基準を満たす一部の工作機械

事業ポートフォリオ

シチズングループ基本方針

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	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	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	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	



戦略的に成長投資を行い 企業価値のさらなる向上を 目指します

専務取締役

古川 敏之 Toshiyuki Furukawa



「中期経営計画2027」における資本政策

「中期経営計画2024」に引き続き、時計事業と工作機械事業をグループの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下することで、さらなる成長を目指していきます。

キャッシュアロケーションについては、2025～2027年度の累計期間で、前中計を超える800億円の成長・合理化投資の実行を予定しています。投資の内訳は、時計事業と工作機械事業、そしてDX投資の大きく3つです。前中計と同様に、全投資額のうち7割以上をコア事業に割り当てる予定ですが、前中計期間の3年間で工作機械事業の生産能力増強を中心とした設備投資が一段落したことから、2025年度以降は、時計事業への投資を重点的に行っていきます。

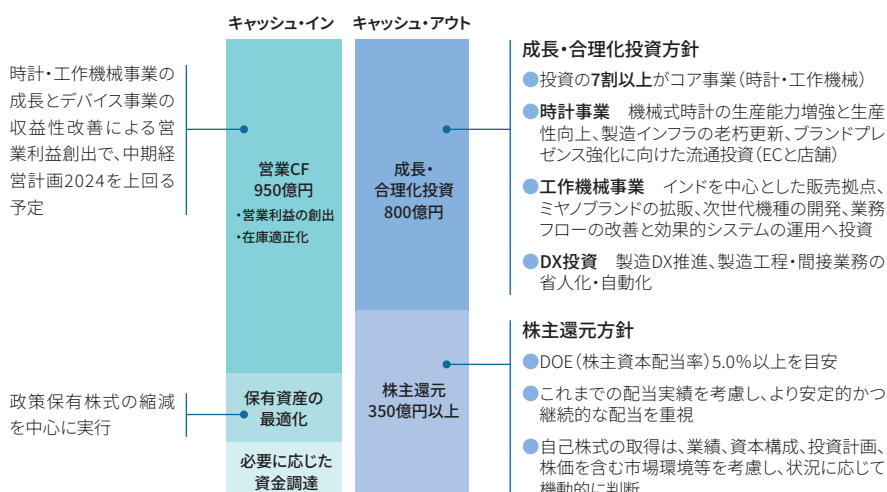
時計事業では、グローバル戦略を推進するほか、当社の最大市場である北米市場における取り組みを強化し、完成品全体の高付加価値化を図るなど、ブランド価値向上に

向けた継続的な成長投資と収益力強化に向けた合理化投資を進めます。工作機械事業は、前中計で構築した生産基盤を活かしながら、販売拠点の整備や次世代機種の開

発、業務プロセス改善に向けたシステムなどへの投資が中心となります。また、DXの観点では、データ活用によるユーザー価値の創出や製造DX推進への投資を行います。

キャッシュアロケーション

2025～2027年度の3カ年累計額



株主還元方針

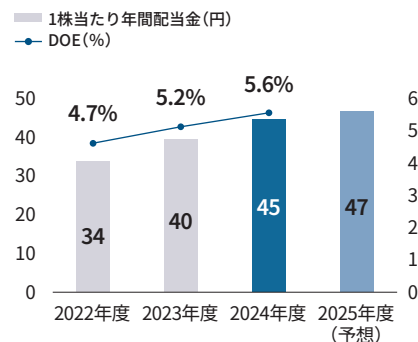
「中期経営計画2027」における株主還元方針として、配当については、新たな指標として、DOE（株主資本配当率）*を取り入れました。DOE5.0%以上を目安として、これまでの配当実績を考慮し、より安定的かつ継続的な配当を重視しています。自己株式取得は、業績や資本構成、投資計画、株価を含む市場環境などを考慮し、状況に応じて機動的に判断することとしています。また、今後も資本コストを意識した適切な

バランスシートのコントロールを行っていきます。

なお、2025年度の年間配当予想は、安定配当と業績動向等を総合的に勘案し、前年度よりも2円増配である、1株当たり47円とさせていただきます。

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

1株当たり年間配当金及びDOE

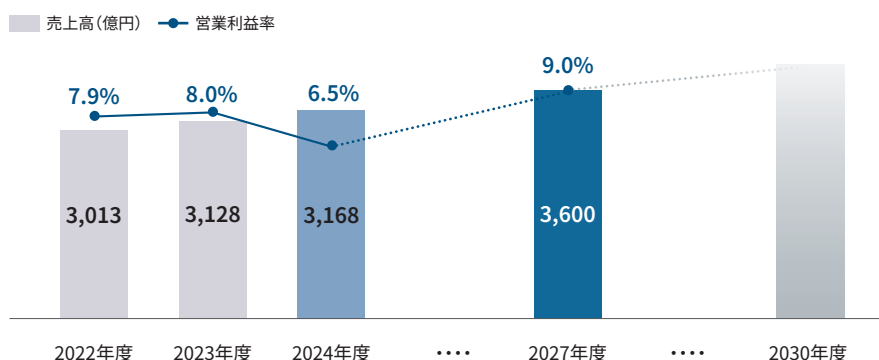


財務戦略

海外子会社等においては、キャッシュマネジメントシステムの構築に取り組んでおり、本社が海外子会社の資金をコントロールすることで、海外子会社の資金を有効活用し、シチズングループ内での資金効率を高め、本社への資金集約を図っています。

また政策保有株式についても継続的に縮減を進めており、今後も縮減に向けた取り組みを積極的に進めていきます。

中期経営計画2027数値目標



2024年度の業績及び2025年度の見通し

2024年度の連結業績は、売上高は想定を上回った一方、営業利益は目標を下回る結果となりましたが、時計事業は、各エリアにおける製品ミックスの改善などにより、販売単価の上昇につなげることができたほか、工作機械事業は、受注の調整局面の影響を受けながらも、次の本格的な受注回復を見据えた生産能力の増強を着実に進めることができました。また、ROEは、株主還元や保有資産の最適化に取り組んだことなどにより、3年連続で「中期経営計画2024」の目標指標であるROE8.0%以上を達成することができました。

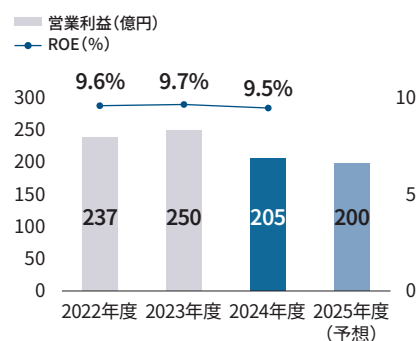
「中期経営計画2027」では、2027年度

売上高3,600億円、営業利益率9.0%、ROE9.0%以上の達成を目標としています。ROEについては、状況が変化しても、資本コストを上回ることができるよう、9.0%以上の継続的な達成が重要であると認識しています。

2025年度は、米国の関税政策の動向や為替変動など、経済情勢の先行き不透明感が強い状況で推移しています。このような状況のもと、2025年度の業績予想は、グループ連結では、やや減益となっていますが、コア事業である時計事業と工作機械事業は増収増益を見込んでいます。「中期経営計画2027」で描いた施策を着実に実

行し、さらなる成長と収益性の向上に邁進いたします。

業績の推移（営業利益・ROE）



世界有数のマニファクチュールとして 時計が持つ価値と豊かな未来を届けます

代表取締役社長

大治 良高 Yoshitaka Oji



「中期経営計画2024」振り返り

時計事業は、「中期経営計画2024」の最終年度の目標数値を、売上高1,600億円、営業利益145億円、営業利益率9.0%とし、取り組んできました。2022年度からの3年間では、各エリアにおいて製品ミックスが改善し、販売単価の上昇に着実につなげることができ、2023年度以降は目標を達成することができました。エリア別では、北米・欧州市場を継続して伸長させることができたことに加え、国内市場の回復もあり、3年連続で増収となったほか、営業利益率も10%を超える水準で推移しました。

重点戦略を振り返ると、「グローバルブランド戦略」のもと、グローバルサブブランドと位置づけた『プロマスター』と『シチズン エル』の売上が順調に拡大し、販売単価の上昇にも貢献することができました。売上全体に占めるグローバルサブブランドの構成比はさらに高めていく必要があると認識しており、新中計において引き続き販売の拡大を図っていきます。「プレミアムブランド及び機械式時計戦略」では、『ザ・シチズン』は国内の取

り扱い店舗数を増やし、『シリーズエイト』は欧州と北米でも取り扱いを始め、グローバル展開を実施することができました。

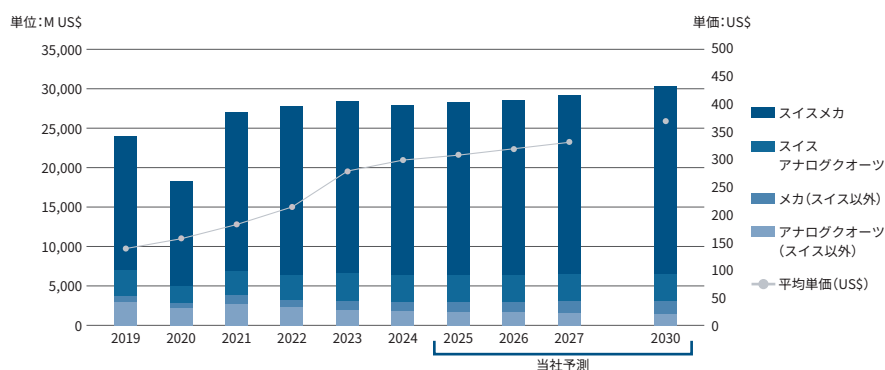
「中期経営計画2027」

2025年度からスタートした「中期経営計画2027」では、「ブランド価値向上による事業成長と収益力強化」を方針とし、2027年度の財務目標は、売上高1,900億円、営業利益率12.0%としています。時計市場の動向については、出荷数量は漸減するものの

機械式時計の比率向上などによる単価上昇から出荷金額は増加を見込んでおり、市場は緩やかな成長が続いていくと想定しています。こうした環境認識のもと、3つの重点戦略を定め、着実に実行していきます。

また、当社の強みは、『シチズン』『プロバ』『フレデリック・コンスタント』という日本・米国・欧州それぞれのブランドを有すること、そして、日本・スイスにおいてムーブメントの開発・製造ができることです。販売に加え、製造におけるシナジー効果の創出にも取り組んでいきます。

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



中期経営計画方針

2027年度財務目標

ブランド価値向上による
事業成長と収益力強化

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

重点戦略「グローバル戦略によるブランド提供価値向上」

新中計ではサブブランドを活用し、シチズンブランドの提供価値向上をさらに促進させます。『プロマスター』『シチズンエル』『シリーズエイト』は、引き続きグローバル戦略を進め、販売拡大を行います。そして、2025年度からは『アテッサ』、2027年度中に『ザ・シチズン』のグローバル展開を開始します。シチズンブランドの売上に占める、グローバルサブブラン

ド比率は、2024年度の20%強から、2027年度の目標を「35%」と設定し、さらなるシチズンブランドイメージの向上と売上拡大を目指します。

また、5つのサブブランドの役割を明確にすることで、商品ミックスの改善と付加価値向上による販売単価の上昇を行い、継続的な販売拡大を図ります。『プロマスター』と『シチズンエル』は、当社の

強みである400ドルから1,500ドルの価格帯で、引き続き販売単価の上昇を狙います。『アテッサ』と『シリーズエイト』は、スイスブランドの値上げによって空白地帯となってきた1,500ドルから3,000ドルの価格帯でシェア獲得を進めていくほか、『ザ・シチズン』は、シチズンの最高峰ブランドとしての世界観を中長期的に醸成していきます。

PROMASTER



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に成長を牽引。



CITIZEN L



サステナブルレディスウォッチとして2023年度より本格的にグローバル展開を開始。



Series 8



2023年に欧州、2024年に北米へ新規導入を行いグローバル展開を開始。



『アテッサ』と『ザ・シチズン』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』のグローバル展開を推進。

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。新中計期間中の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。



重点戦略「北米市場でのさらなる取り組み強化」

最大市場である北米では、『シチズン』と『ブローバ』に『フレデリック・コンスタント』を加え、直販チャンネルの拡大を行います。特に2024年度、販売拡大をしている直販ECサイトを「デジタル・フラッグシップストア」と位置づけ、質の高いユーザー体験を提供し、ブランド訴求と高収益性を両立させ、さらなる拡大展開を進めます。

1875年にアメリカ・ニューヨークで創業した『ブローバ』は、2025年にブランド誕生150周年を迎えました。このブランド誕

生150周年をフックに、メディア訴求や限定品の販売を通じて、ブランド価値のさらなる向上を図ります。商品面では、機械式時計のラインナップ充実などにより、付加価値をさらに高め、これまでより1段上の1,000ドルから2,000ドルでのトップブランドを目指します。また、北米での高いブランドプレゼンスを一層強化することに加え、ラテングラミーとのパートナーシップ契約を更新するなど、中南米でもブランドイメージ向上を図り、“米州”においてもシェア拡大を進めていきます。

重点戦略「高付加価値製品を実現するムーブメント開発」

日本とスイスにおける開発・製造技術を活用して、『ザ・シチズン』向けの高級機械式新ムーブメントの開発を進め、商品のラインナップをアップグレードします。また、『シリーズエイト』に加えて、『プロマスター』も機械式商品に注力するほか、ラ・ジュール・ペレ社製ムーブメントを『フレデリック・コンスタント』の商品に搭載するなど、ムーブメント開発による完成品全体の高付加価値化を図ります。



スイス、ラ・ショー＝ド＝フォンに拠点を置くムーブメント製造メーカー「Manufacture La Joux-Perret」。高い技術力で手巻きや自動巻きといったシンプルな機械式ムーブメントから、複雑機構であるトゥールビヨンに至るまで、幅広いラインナップの製品を製造しグループ内外のブランドへ提供しています。

マルチブランド展開



BULOVA

『ブローバ』は、ジョセフ・ブローバが1875年のニューヨークで創業。先進的な技術力をもとに時計市場を牽引。世界初の音叉式腕時計など数々の「世界初」を生み出してきました。



FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE

1988年創業、スイス、ジュネーブを本拠地とする『フレデリック・コンスタント』。クラシカルで高品質なスイス製機械式時計を手の届きやすい価格で提供するという理念のもとに誕生しました。



ARNOLD & SON
1764

18世紀に名を馳せたイギリスの時計職人、ジョン・アーノルドの名前を冠した『アーノルド＆サン』。氏からインスピレーションを受け、伝統的な職人技で時計をつくり続けています。

ユーザーの皆様へのメッセージ

当社は、部品製造から完成品組立まで一貫したものづくりと販売・サービスの提供を行うことができる世界でも有数の企業です。完成品ブランドでは、『シチズン』、『ブローバ』、『フレデリック・コンスタント』を保有していることに加え、ムーブメントにおいては日本（ミヨタ）とスイス（ラ・ジュール・ペレ）の両国に製造拠点をもち、世界の時計業界を見渡しても非常にユニークな存在です。私たちは、保有するブランドを通じて、人々の時に寄り添い、時計を身に着けることで、気持ちの高揚をもたらすことができるような価値を追求していきます。そして、次の世代にも受け継ぐことのできる商品とサービスを提供し、時計が持つ様々な価値と豊かな未来を、世界中のお客様へお届けすることを目指しています。このような取り組みを通じて、当社を世界の時計産業を支える企業へと成長させたいと考えています。

シチズンの技術を象徴するチタニウムウォッチ『アテッサ』

『アテッサ』はイタリア語で「期待」「予感」という意味を持ちます。

1987年の誕生以来、シチズンのチタニウム加工技術を用いた新世代の腕時計ブランドとして、期待に応える世界初の技術を搭載し、革新を遂げてきました。これまでは日本市場のローカルブランドでしたが、2025年度よりグローバル展開を進めていきます。

35年を超える歴史を持つブランドとして、これからも、新しい未来へ向けて、挑み続けていきます。



1. スーパーチタニウム™ 驚くほど軽く、サビない。



人が身に着ける腕時計にとって、ふさわしい素材とは何か。1970年、チタニウムが宇宙用素材として注目されるなか、シチズンは世界初のチタニウムケースの腕時計を発表。以来、進化を重ねてたどりついた一つの答えが、キズに強く、軽く、肌にやさしく、サビにくい、シチズン独自の素材「スーパーチタニウム™」です。

『アテッサ』ではさらに、「デュラテクトDLC」を施したモデルを「ブラックチタン™シリーズ」として展開。オンオフを問わず様々なシーンになじむ色合いが人気のシリーズです。

2. 光発電エコ・ドライブ 光で動き続ける。



エコ・ドライブとは、太陽光や室内のわずかな光を電気に換えて時計を動かす続ける、シチズン独自の技術です。定期的な電池交換が不要。たった一度のフル充電で半年以上動き続けます。

シチズンが世界初のアナログ式光発電時計を発売したのは1976年。以来、シチズンはこの分野のパイオニアとして、新しい可能性を切り開いています。

3. サテライト ウェーブGPS 正しい時刻がいつもそばに。



あなたが地球上のどこにいても、どれだけ移動しても。そこに広い空がある限り、すばやくGPS衛星電波を受信します。『アテッサ』では面倒な時刻合わせは必要ありません。

サテライト ウェーブ GPSは、約2万 km離れた宇宙空間を周回するGPS衛星から、位置・時刻情報を取得し、時刻・カレンダーを自動修正する技術です。建物や木々など衛星電波を遮るものが少ない屋外で、文字板を空に向けて操作することで、現在の正確な時刻と同期することができます。

『アテッサ』スペシャルサイト
<https://citizen.jp/attesa/special/index.html>



2025年、『ブローバ』(BULOVA)は 創業150年を迎えました

150
BULOVA

1875年、ボヘミアからの移民であったジョセフ・ブローバが、ニューヨークに小さな宝飾店を開いたのが『ブローバ』の始まりでした。創業以来、「Quality before Quantity - Perfection before Production (量より品質、生産性よりも完璧さの追求)」をブランド理念に掲げ、時計製造業界の先駆者として道を切り開き、アメリカの歴史における象徴的な出来事の数々とともに歩んできました。しかし、これはまだほんの始まりにすぎません。

『ブローバ』は、これからもその歴史に敬意を払い、魂を込めて革新の限界に挑み続けるブランドであり続けます。



2024年9月に、ニューヨークで『ブローバ』創業150周年イベントを開催。コロンビア、ブラジル等の中南米でもイベントを中継で同時開催するなど米州でのブランドイメージ向上を狙う。



150周年アニバーサリーモデルとして「アーカイブシリーズ ミルシップ」と「マリンスター」を発売。周年をフックに高付加価値商品の訴求を行い、ブランドの価値向上を図る。

『ブローバ』スペシャルサイト
<https://bulova.jp/t/bulova150th>



お客様と信頼関係を築き 共に成長できる 工作機械メーカーを目指します

上席執行役員

伊奈 秀雄 Hideo Ina



「中期経営計画2024」振り返り

「中期経営計画2024」は、方針として掲げた「さらなる成長の実現」に向けた設備投資を積極的に行い、事業基盤の構築に力を注いだ3年となりました。

初年度である2022年度は、旺盛な受注を背景に過去最高の売上高を記録することができましたが、2023年度以降は、市場のシクリカルな影響を受け、受注がダウントレンドとなり、苦戦を強いられました。当初、受注の本格回復は2024年度後半とみていましたが、市場の先行き不透明感などから、想定よりも回復が遅れており、厳しい市況であったと認識しています。

そのような足踏みが続く状況ではありましたが、売上高1,000億円という目標を見据えて、将来の受注トレンドの反転を確実に取り込むことができるよう、製造と販売の両面から体制の強化を図りました。特に製造面では、中国工場の移転・拡張、タイ工場の増床、そして軽井沢本社工場の新棟建設、北上事業所の増床を実施し、生産能力は2023年度時点で、2021年度比の4割増となってい

ます。また、グローバルトレーニングセンターの新設など、サービス力・エンジニア力の強化も図り、目標達成に向けた強固な事業基盤を構築することができたと考えています。

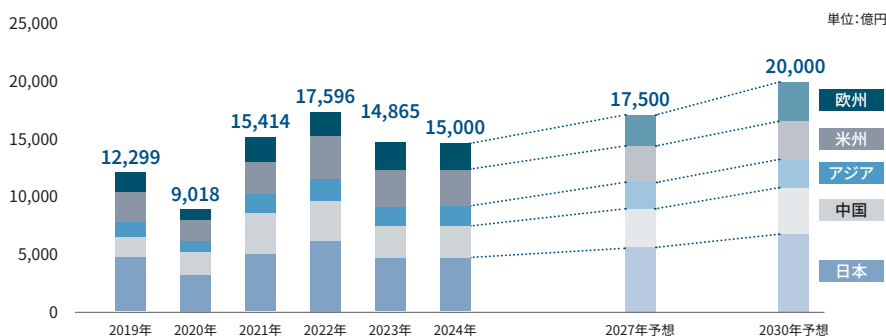
「中期経営計画2027」

工作機械は、景気変動の影響を受けやすい市場ですが、2030年に向けては景気変動の波を繰り返しながらも、長期的には緩やかな拡大基調を辿ると見られています。また、世界的に製造業における人手不足や作業者の高齢化が課題となっており、自動車をはじめとする各業種での自動化・省力化

へのニーズの高まりは、当社にとって追い風といえます。一方で、インドや中国などの新興国のプレイヤーがスピード感を持って成長しており、そのようなプレイヤーと価格面ではなく提供価値で勝負をするためには、商品力の強化をさらに進めていかなければなりません。

「中期経営計画2027」では、2027年度の財務目標を、売上高1,000億円、営業利益率は15.0%と設定しました。前中計で築いた強固な事業基盤の上で、販売力強化と顧客価値創造を中心として重点戦略を推し進めることで、目標達成に向け、製販イノベーションの真価を発揮していきます。

工作機械市場予測



中期経営計画方針

2027年度財務目標

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

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

重点戦略「売上高1,000億円に向けた地域別戦略」

2027年度の目標達成に向け、欧州、米州、アジア、中国、日本を五極とし、地域別の戦略をより一層明確にし、販売拡大を目指します。

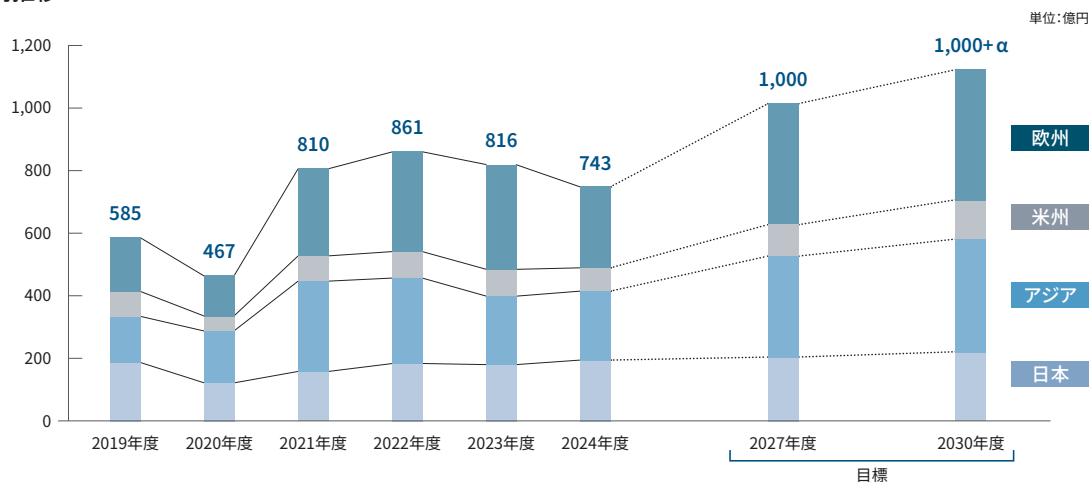
欧州では、既存市場に加え、東欧などの販売強化を行い、米州では、現地のお客様の要望に迅速にお応えするために周辺装置等の開発力と販売店網の強化を推進します。今後の成長が予測されるアジアは、

販売拠点などに積極的に投資をしていきます。特に高い成長が見込まれるインドは、現地法人の設立など、販売拡大に向けた体制構築をスピード感を持って進めていく必要があり、中国も同様に営業体制の構築に力を入れます。国内は、当社の独自技術や製品の強みを活かすため、ターゲットのセグメントの見直しと特定を行うことで、差別化やさらなるプロモーション

が求められるでしょう。また、景気変動による波を少しでも打ち消すことができるよう、新市場の開拓も行っていく予定です。

売上高1,000億円達成のカギは、販売力強化とスピード感ある対応と考えています。前中計で構築した事業基盤のもと、地域別の戦略を推し進め、販売拡大を図ります。

地域別売上高推移



軽井沢本社工場 精密加工工場



タイ工場



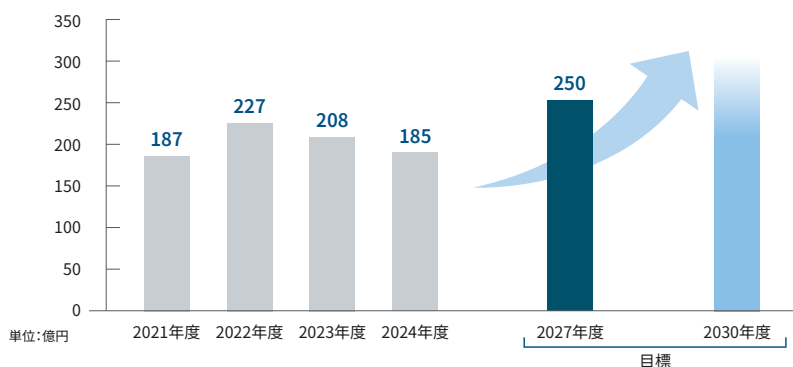
中国工場

重点戦略「ミヤノブランド(中・大型機)のグローバル販売戦略の推進」

当社のCNC自動旋盤は、「シンコム」と「ミヤノ」の2つのブランドがあり、小径長物加工を得意とする「シンコム」に対し、中径短尺加工を得意とするのが「ミヤノ」です。自動車部品、建機、油空圧機などの分野に信頼性・耐久性に優れた機械を提供しており、日本と欧州で高い評価を得ています。新中計では、「ミヤノ」の強みを幅広いお客様に認知いただくために、グローバルで販売戦略を推進します。

国内は、「ミヤノ」の大型機に加え、チャッカー機、周辺装置などのプロモーションを強化することで、お客様が求める自動化・省力化などのニーズに応えるトータルソリューションの提供を目指します。また、欧州では、航空や時計業界など、自動車以外の業界へのアプローチに力を入れていきます。「シンコム」の販売が主流となっている米国は、2030年に向けて、現地主導による販売網の整備と強化を進めます。中国は、代理店向けの技術サポートやショールーム機能を充実させていくほか、その他の新興国には、エントリーモデルを投入していくことで、「ミヤノ」の強みを実感いただきたいと考えています。

グローバル販売における「ミヤノ」の売上高目標



Miyano



主軸台固定形CNC自動旋盤
「Miyano ABX」シリーズ

正面・背面の同時加工ができる2スピンドルと最多3タレットを搭載し、高効率・高生産性を可能にした、Miyanoブランドのフラッグシップ機。シリーズを刷新し、新たに最大加工径φ80mmモデルを含める4機種を2024年10月より順次販売。

重点戦略「顧客価値の創造によるシェア拡大」

モノづくりを行う過程では、部品加工の前後にも様々な工程が存在します。工作機械の提供のみに留まらず、この一連の流れを当社の製品とサービスによって、一気通貫でサポートすることで、お客様に新しい顧客価値を提供し、モノづくりのワークフローの革新に貢献します。

工場のFA化に役立つロボットシステム「FAフレンドリー」や最新のICT技術を活かしたソリューションサービス「アルカプリソリューション」、当社が強みとする「LFV(低周波振動切削)」技術などを通じて、お客様が認識されている課題を共に解決していきます。切削中に切りくずを分断しながら加工するシチズン独自の制御技術「LFV」は、LFV技術搭載機を導入いただくことで、24時間無人で稼働が可能になるなど、お客様の自動化・省力化に貢献することができます。新中計では出荷台数におけるLFV技術搭載機の構成比32%を目標とし、搭載比率の向上を狙います。

また、次世代機種の開発に向けて、AI技術を活用した製品や機能の探索を進めるほか、地球環境に配慮したサステナブルプロダクトを「EcoBalance Machine」と称し、開発を推進します。新中計以降の長期的な視点を持ちながら、市場に合わせた技術の進化が必要であると考えています。

ユーザーの皆様へのメッセージ

工作機械は、1台導入いただくと、部品の定期交換やメンテナンスなどを含め、長期的に使用いただくため、お客様との信頼関係がとても重要なビジネスです。新中計の目標として掲げている売上高1,000億円は、我々の最終ゴールではなく、あくまで現時点のマイルストーンであると認識しています。お客様に信頼いただき、安心して当社の製品を選んでいただける工作機械メーカーとなり、お客様と共に成長できるような事業運営を行えるよう邁進していきます。

モノづくりワークフローの革新



シチズンの工作機械事業はお客様の現在の課題だけでなく将来の課題も見据えてモノづくりのワークフローを革新し、持続可能な社会を目指します。「シンコム」と「ミヤノ」ブランドを軸に「LFV（低周波振動切削）技術」を代表とする独自技術、ロボットシステム「FAフレンドリー」、ICT技術を活用した「アルカプリソリューション」等を通じて、お客様のワークフローを革新するトータルソリューションを提供します。

Cincom

先進的技術開発で最適な部品加工を提案

シンコムは主軸台移動形CNC自動旋盤で、高精度かつ高速の加工を得意としており、使いやすさでも定評があります。時計部品製造で培った小径高精度加工技術・小型化技術に最先端の制御技術を組み込んだ、高い操作性の自動旋盤を提供し続けています。

Miyano

“強さ”に世界中から高評価

ミヤノは高剛性の主軸台固定形CNC自動旋盤を主力とし、その“強さ”は世界中のお客様から高い評価を得ています。モノづくりの多彩なニーズに対応し、自動車部品・建機・油空圧機器分野を中心に、お客様の生産ラインに信頼性と耐久性の高い機械を提供し続けています。

FA Friendly

先進的技術開発で 最適な部品加工を提案

オンカートタイプやオンマシントタイプのロボットシステムを中心に、自動化、省力化を実現させるための機械、装置、機能など、お客様の工場のFA化に役立つ製品を提供しています。

LFV technology

さらなる生産性向上を実現する 新時代の加工技術

旋削加工では避けて通れない、切りくずに関わる課題を解決すべく、LFV（低周波振動切削）技術を開発しました。今後も研究開発を継続し、お客様の生産性向上に役立つ加工技術を提供していきます。

alkapplysolution

最新のネットワーク技術と蓄積した 加工技術のトータルソリューション

alkapplysolution は、ICT技術を活用したモノづくりソリューションサービスです。技術者の教育やレベルアップ、生産の稼働情報を管理できるツール等を提供しています。

お客様の声



市東製作所 市東 寿雄さま

こんな素晴らしい技術があったのかと感動！

LFV技術は展示会のプロモーションで知りました。最初「本当にこんなことできるのかなあ」と思いました。ちょうど銅の切削を請け負っていたのですが、いくら条件を変えても、切りくずが絡まってしまい手に負えなかったんです。

そこでLFV技術のことを思い出して、シンコムを導入してみたのですが、使い始めてすぐに、「こんなすごいものがあったのか」と驚きました。これまでは12時間稼働させるのが精いっぱいでしたが、LFVなら24時間回しても普通に削れているんです。銅なのに真ちゅうを削っているような感覚で驚きました！



従来の
切りくず

LFV技術による
切りくず

■ デバイス事業 Devices and Components

デバイス事業は、時計製造で培った「小型化」「精密加工」「低消費電力」の技術を応用し、人々の暮らしや社会を支える様々な部品や製品を提供しています。「中期経営計画2027」より、これまでのデバイス事業と電子機器他事業を集約し、新たなデバイス事業となりました。新中計では4つの製品を成長領域と捉え、資源投入による利益創出を目指します。

小型金属部品加工技術に定評のある自動車部品は、自動車機能部品を中心に、世界中の自動車メーカーへ供給しています。EV関連の新製品開発の推進等を行うことで、中長期的な成長を図ります。家電製品、医療機器などの重要な部品である小型モーターは、製品ラインナップ拡大による新規案件や新規市場の獲得を進め、グローバルニッチトップを追求し、高収益体質の維持を目指します。セラミックス部品は、原材料配合・造粒から成形・焼成・加工までの一貫生産が可能となっており、製品力向上や省人化を推進し、サブマウントの新規市場参入による売上拡大と生産性向上による競争力の強化を図ります。また、プリンターは、フォトプリンターを成長製品と位置づけ、高品質・高性能のプリンターの提供を通じて、安定した利益確保と将来に向けた投資を推進します。

日々進化が求められるビジネス環境や、変わらず健康で穏やかな暮らしが求められる日常の中で、デバイス事業の製品は、社会と人々の暮らしに寄り添いながら、新たな価値と便利さを追求していきます。



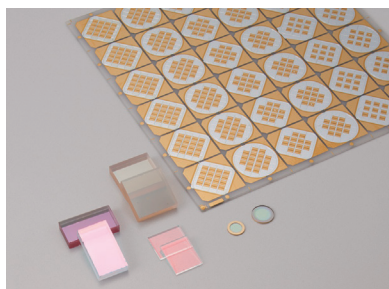
自動車部品

- ブレーキ部品
- エンジン部品
- サスペンション部品



小型モーター

- 電子錠、生産設備、検査工程
- 放射線治療器、歯科麻酔、医療用ポンプ
- ロジスティクス
- 家電製品



セラミックス

- 分析用検体保持プレート
- 薄膜サブマウント（家電製品、照明装置、自動車）
- 軸受石（スマートフォン、腕時計）



プリンター

- フォトプリンター
- POSプリンター
- バーコードプリンター

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

小型モーター

- 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

デバイス事業の製品は 日常の様々な場面で利用されています。



サステナブル経営

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

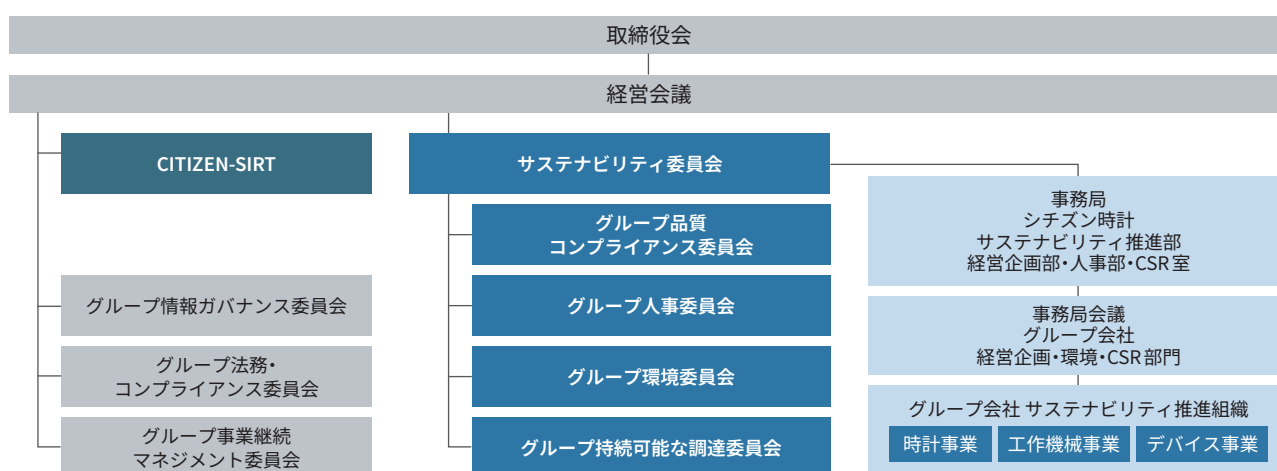


シチズングループが今後も世界中の人たちから必要とされ愛される企業となるためには、社会の変化に対応した製品・サービスの創出や、それらを生み出す調達や生産プロセスへの配慮、そして、根底を支える企業姿勢も含めて社会から受け入れられる必要があります。単に良い製品・サービスを提供するだけでなく、人権や地球環境などの社会課題にも配慮した経営を通じ、ステークホルダーからの信頼を獲得しながら事業を拡大し、企業価値の向上を図ること、それがシチズングループの考える「サステナブル経営」です。

サステナブル経営の推進体制

シチズン時計の代表取締役社長を委員長とし、同社の常勤取締役、国内主要会社社長を委員とする「サステナビリティ委員会」を2020年4月に設置。四半期に1回開催され、主にマテリアリティに関する審議や下部委員会の活動状況の進捗確認、外部講師による勉強会等が行われます。サステナビリティ委員会の内容は、取締役会で半期に一度報告されます。

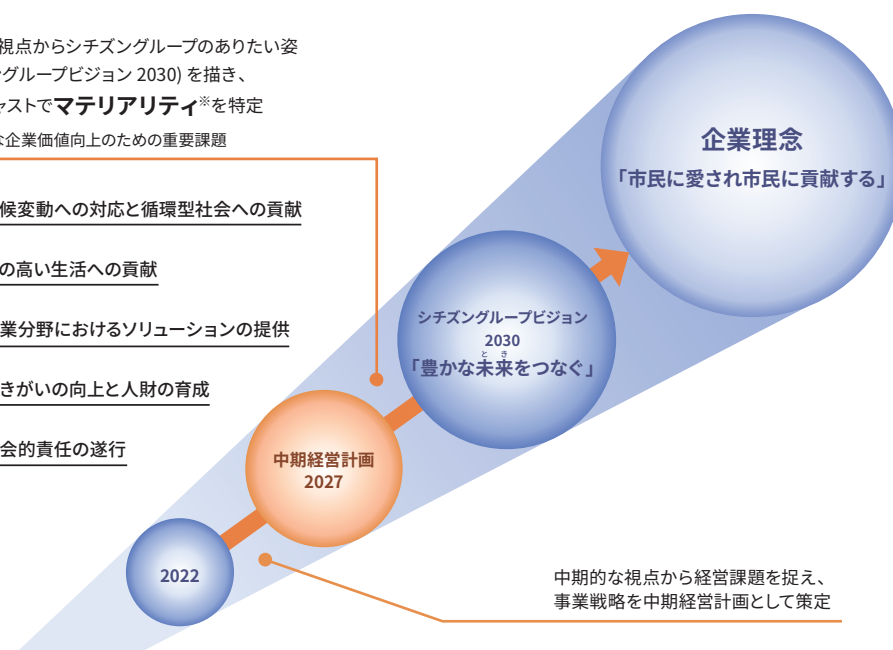
サステナビリティ推進体制



シチズングループビジョン 2030 とマテリアリティの位置づけ

長期的な視点からシチズングループのありたい姿
 (シチズングループビジョン 2030) を描き、
 バックキャストで **マテリアリティ**※を特定
 ※持続的な企業価値向上のための重要課題

-  ・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財の育成
-  ・社会的責任の遂行

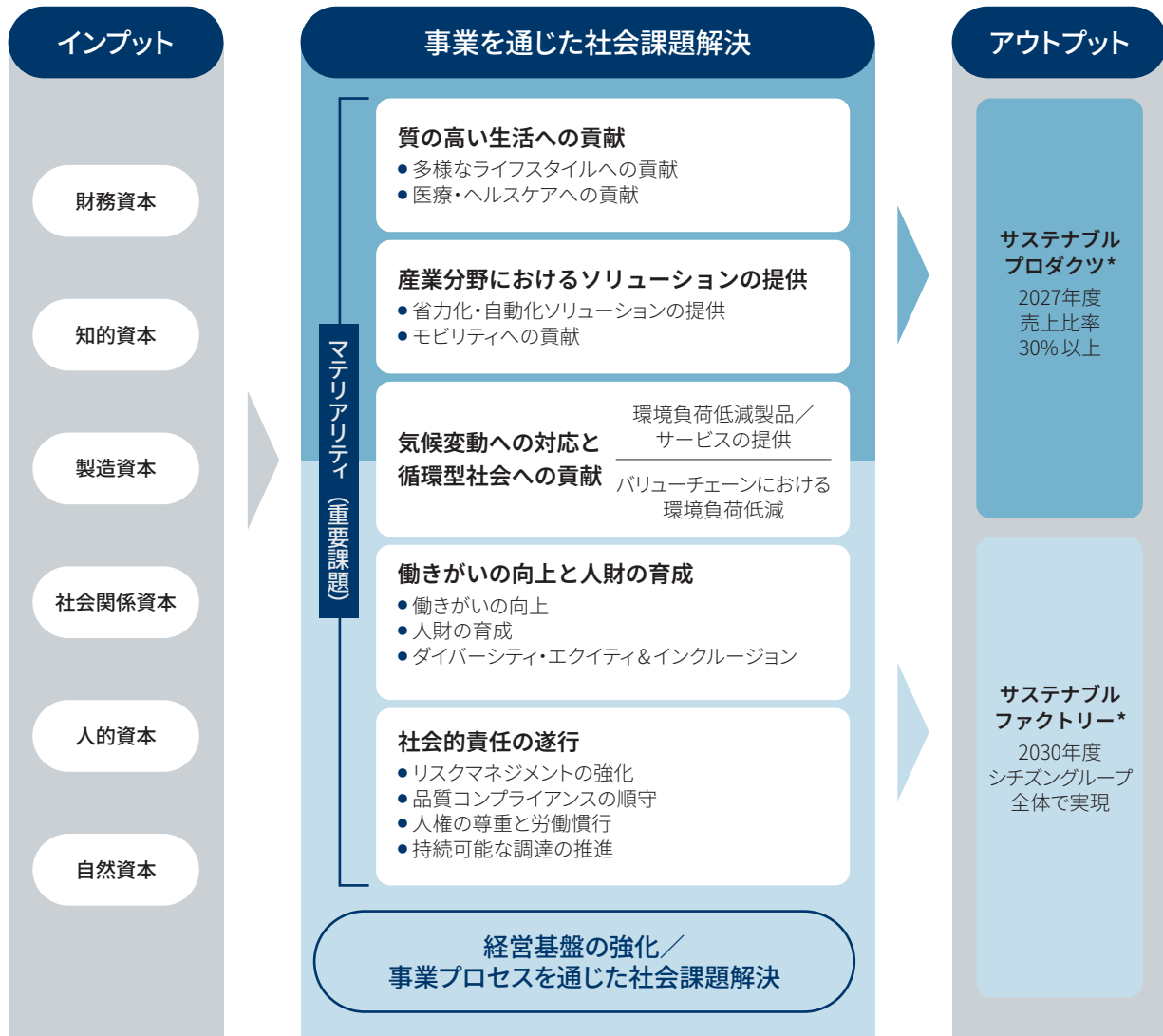


中期的な視点から経営課題を捉え、
 事業戦略を中期経営計画として策定

マテリアリティの特定

マテリアリティ（重要課題）

事業活動及び経営基盤の両面で、5つのマテリアリティを特定しています。アウトプットとして、サステナブルプロダクツとサステナブルファクトリーを目指しています。



マテリアリティに対する主な目標指標

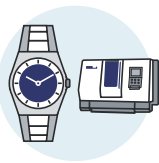
マテリアリティ	主なKPI		2024年度実績	2025年度目標	2026年度目標	2027年度目標
気候変動への対応と循環型社会への貢献	CO ₂ 排出量削減率 (2018年度比)	スコープ 1,2	47.1 %	29.4 %	33.6 %	37.8 %
	再エネ率(国内+海外)		26.0 %	31.7 %	37.4 %	43.1 %
質の高い生活への貢献	サステナブルプロダクツ 売上比率		24 %	24 %	27 %	31 %
産業分野におけるソリューションの提供						
働きがいの向上と人財の育成	女性管理職比率(シチズン時計)		9.8%	11 %	12 %	13 %

* サステナブルプロダクツ:シチズングループのマテリアリティと結びつけ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
サステナブルファクトリー:サプライチェーンを含め、人権・環境・労働環境・コンプライアンス・BCP・生産性向上など総合的に配慮した、シチズングループの持続可能な生産施設や事業所、事業プロセス

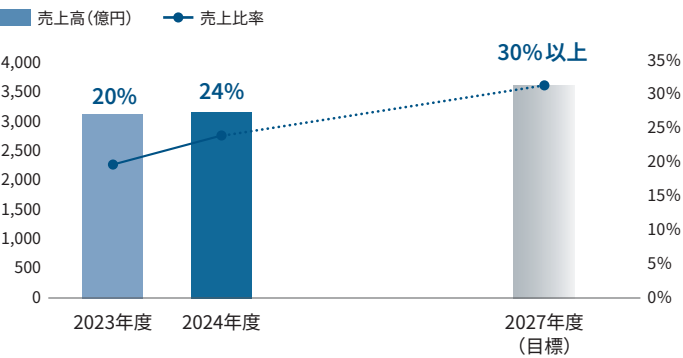
サステナブルプロダクツ

サステナブルプロダクツとは、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やサービスのことです。

シチズングループでは、2027年度のグループ全体売上に占める「サステナブルプロダクツ」の割合を30%以上にする目標を掲げています。



グループ連結売上高とサステナブルプロダクツの売上比



サステナブルプロダクツ認定基準

認定基準は、マテリアリティと結びついた貢献要素から構成されています。事業活動の3つのマテリアリティのうち1つ以上に該当することを必須要件として、事業戦略及び製品・サービスの独自性や優位性を考慮し、外部有識者の意見を踏まえ、2023年にサステナビリティ委員会での協議を経て、経営会議で承認されました。

認定基準

マテリアリティ	分類	貢献要素 (例)	関連するSDGs
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	・省エネルギー、長寿命化 ・分解修理可能な設計・サービス体制 ・持続可能な原材料の使用 等	
	循環型社会への貢献		
質の高い生活への貢献	多様なライフスタイルへの貢献	・障がい者対応等すべての人が使いやすい製品 ・健康管理のサポート 等	
	医療・ヘルスケアへの貢献		
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	・省力化・自動化による労働力不足への対応 ・デジタル化による技能継承課題への対応 ・リモートメンテナンス対応 等	
	モビリティへの貢献		

サステナブルプロダクツ一例

腕時計

腕時計

腕時計

腕時計

腕時計

省エネルギー、長寿命化

視覚障がい者対応

分解修理可能な設計・サービス体制

持続可能な原材料の使用

日本製ムーブメント

スイス製ムーブメント

省エネルギー、長寿命化

分解修理可能な設計・サービス体制

EcoBalance Machine

工作機械

省エネルギー、CO₂ 排出量削減

省力化・自動化による労働力不足への対応

サステナブルな想いと ものづくりから生まれるシチズン エル

国を越える美しい時計に必要な付加価値とは

「世界中で受け入れられるレディースの時計をつくろう」。シチズンエルは、そんな想いで2012年に立ち上がったブランドです。商品企画部とデザイナーで話し合い行きついたのは、国境や国籍をこえる美しい時計をつくることでした。キーワードは自然。わびさびの自然美を表現して2013年に商品を発表しましたが、残念ながら思っていた反響は得られなかったんです。何か付加価値が必要だと感じました。目指すシチズンエルの姿についてチームでディスカッションを重ねていた時のことです。たとえば美しい人ってどんな人だろうと意見を出し合ったところ、社会貢献活動に積極的に取り組むダイアナ妃やオードリー・ヘプバーンの名前が複数人から挙がったんです。はっとしました。

歯車がびたりとかみ合い“内面の美”の種を見つける

ある日、商品企画部の横のCSR室の社員が国連のTシャツを着ていました。子どものころガールスカウトをやっていたこともあって、そのTシャツをきっかけに初めてお話しして盛り上がったんです。



その流れで、「シチズンエルで“内面の美”を考えているんだけど、何かいいアイデアないですかね」と相談してみました。そうしたら、「ありますよ」と。当時は、SDGsが採択される前で、MDGsの時代です。コーズマーケティングをはじめ、商



商品企画センター
商品企画部 第二企画課

前田 花菜

2003年入社。デザイナーとして海外ブランドなどを経験した後、商品企画部へ異動。2014年からシチズンエルの企画を担当。

“内面の美”にこだわりを持つことでブランドが完成するのではと気付いたんです。でも、時計そのものに社会貢献活動はできません。内面を美しくするって、いったいどうしたら……と行き詰まりました。

品を販売することで社会貢献につながるという考え方を教わりました。

当時はエシカルと言っていましたが、ものづくりの過程にそういった考え方を取り入れれば、私たちが目指す“内面の美”を叶えられるのではないかと意気投合しました。歯車がびたりとかみ合った瞬間でした。

外部の人にもお話を聞きに行き、サステナブルを軸に、企画書をまとめました。会社として初めての試みなので、すんなりとは進みませんでした。CSRのメンバーにも「諦めたらもったいない!」と背中を押され、最終的には役員にプレゼンして、理解と共感を得ることができました。シチズンエルのリブランドの始まりです。

サステナブルという付加価値を得て、さらに輝くシチズンエル

2016年のリブランドにあたっては、サステナビリティに前向きに取り組む建築の世界から、デザインアドバイザーとして建築家の藤本壮介さんをお迎えしました。「時という目に見えないものを知らせてくれる時計。その目に見えない時をおぼろげなまま時計に戻したい」。藤本さんはそういう想いでデザインされて、西陣織や漆玉といったサステナブルな伝統工芸を積極的に取り入れた新しいシチズンエルが生まれました。

シチズン独自の技術である光発電エコ・ドライブを搭載しているのはもちろんですが、人と地球を想い、犠牲を生まない素材を選択

しています。たとえば、武装勢力による紛争や、児童労働などとは関わりのない鉱物調達に取り組むほか、バンドや文字板に再生材などを積極的に採用しています。

このようにシチズンエルは中身も美しいサステナブルな時計ですが、まずはデザインを気に入ってもらうことを大切にしています。



美しい想いと創造性をもって美しい時計づくりを

現在、シチズンエルは事業成長の一助を担うブランドに位置づけられ、シチズンエルに携わるチームは、商品企画やデザイナー、宣伝など、常時7〜9人で構成されています。

これまで自分たちを信じて、ある意味、直感的な決断も選択肢の一つに持つことでブランドを育んできました。しなやかながら強い意

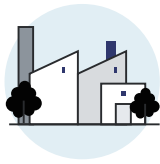
志が常に存在していなければならないと思います。

これからも美しい想いと創造性を持ってシチズンエルを育てていきたいです。私が今でも心に残っているシチズンエルのコピーがあります。それは「Brave is Beautiful」。勇気こそ美しい。その想いをメンバーにつないでいきたいと思っています。

サステナブルファクトリー

サステナブルファクトリーとは、サプライチェーンを含め、人権・環境・労働環境・コンプライアンス・BCP※・生産性向上など総合的に配慮した、シチズングループの持続可能な生産施設や事業所、事業プロセスのことです。

シチズングループでは、2030年にサステナブルファクトリーを実現する目標を掲げています。



ミヨタ佐久工場



東京事業所



※BCP (Business Continuity Plan: 事業継続計画)・・・大規模災害等による事業活動への影響に備え、製品やサービスの供給を継続、または早期復旧を可能とするため、必要な体制や役割、対応手順等の計画を平常時に定めること。

サステナブルファクトリーの目標指標と進捗

マテリアリティの分類 (経営基盤の強化)	2030年度目標指標	2024年度実績
気候変動への対応	CO ₂ 排出量(スコープ1、2) 50.4%削減 CO ₂ 排出量スコープ3(カテゴリ1+11) 30%削減(2018年度比)	CO ₂ 排出量(スコープ1、2) 47.1%削減
循環型社会への貢献	取水量:35%削減(2018年度比) 再資源化率(廃棄物の再利用率):90%	取水量:24.0%削減(2018年度比) 再資源化率(廃棄物の再利用率):92.6%
品質コンプライアンスの順守	品質行動憲章違反ゼロ	2025年度以降のロードマップ見直し
人権の尊重と労働慣行	人権デュー・ディリジェンスの確立 業務上休業災害ゼロ	定期アンケート、モニタリング、意見交換実施
持続可能な調達の推進	主要取引先の100%が自己評価アンケート(SAQ)回答	サプライヤーエンゲージメントの強化

コンプライアンスの徹底

シチズングループは、2005年4月から国連グローバル・コンパクトに参加し、4分野10原則に賛同しています。企業理念「市民に愛され市民に貢献する」に基づき、「シチズングループ行動憲章」を定め、法令遵守と高い倫理観を持って行動することを重視しています。2020年4月には、腐敗行為に対する「シチズングループ腐敗防止方針」を制定し、国連の第10原則に合致した社会的責任を果たす指針としています。従業員はコンプライアンス意識を高め、ステークホルダーとの健全な関係を築くことに努めています。

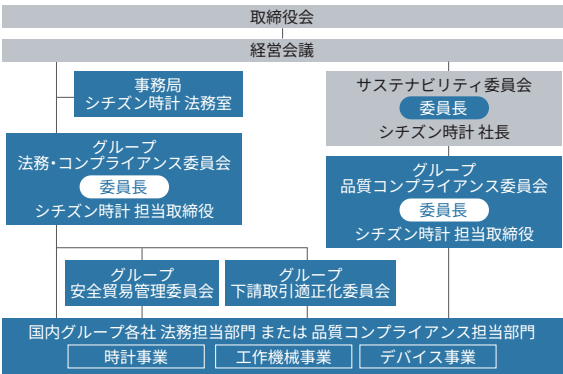
コンプライアンス方針

- 以下の基本的な価値観に基づいています。
- ・ 法令遵守: 国内外の法令や規制を厳守し、透明性のある経営を実践します。
 - ・ 倫理的行動: 従業員が倫理的な判断を行い、誠実に行動することを求めます。
 - ・ 社会的責任: 環境保護や社会貢献に配慮し、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを推進します。

コンプライアンス体制

コンプライアンス担当役員を委員長とするグループ法務・コンプライアンス委員会、グループ安全貿易管理委員会、グループ下請取引適正化委員会がコンプライアンスの推進をリードし、全社的な方針の策定と実施を経営会議及び取締役会が監督しています。委員会はグループ会社の法務担当部門の部門長で構成され、施策の立案、実施状況の確認、教育・研修を行います。

また、品質不正など事業面では、グループ会社の品質コンプライアンス担当役員が委員を務める品質コンプライアンス委員会が、その機能を果たします。なお、独立性を担保された内部監査部門は、コンプライアンス体制の監査を定期的に行い、結果を経営会議及び取締役会に報告しています。



コンプライアンス研修と内部監査

全従業員のコンプライアンス意識を高めるため、「シチズングループ行動憲章」や「シチズングループ腐敗防止方針」に関する研修を定期的実施しています。2024年度の研修受講率は99.8%でした。また、グループ行動憲章の浸透度やコンプライアンス遵守に関する意識調査を行い、その結果を社内外に開示しています。

腐敗防止への取り組み

贈収賄を含む腐敗行為を禁止する「シチズングループ腐敗防止方針」を制定し、全社員に研修を実施しています。さらに、お取引先に対しても方針の理解と協力を求め、新規契約時や契約更新時に規範の確認と賛同を依頼しています。

さらに、シチズン時計では年1回、各部門に対して内部監査を実施し、チェックリストに基づくセルフチェックや抜き打ち監査を行い、改善に役立てています。

コンプライアンスホットライン（内部通報制度）

法令遵守や不正行為の未然防止・早期発見を目的としたコンプライアンスホットラインを設置しています。この制度は、匿名での通報や相談が可能で、消費者庁のガイドラインやコーポレートガバナンス・コードに基づいて運用されています。利用者の秘密を厳守し、不利益な扱いを禁止する方針を定め、離職後1年未満の退職者も通報できる環境を整えています。2023年度にはQRコードによる通報も導入しました。

2024年度の社内通報件数は39件（社内窓口31件、社外窓口8件）で、すべての通報に対して調査や是正措置を実施した結果、重大な人権侵害や腐敗防止方針違反は確認されませんでした。今後もコンプライアンスの徹底に向けた環境づくりに取り組んでいきます。

反社会的勢力への対応

反社会的勢力との関係が企業の信頼を損なう重大なリスクであると認識し、毅然とした態度で対応しています。反社会的勢力との関係遮断を徹底し、契約に暴力団排除条項を導入するなどの体制を整えています。また、地域企業や警察と連携し、反社会的勢力の排除活動を進めています。

下請法講習会

下請取引の適正化を図るため、OJT研修やガイドブック、eラーニングを通じて下請法に関する基礎知識を学んでいます。発注者と受注者がWin-Winの関係を築くため、望ましい取引方法の改善に努めています。また、シチズン時計は経済産業省の「パートナーシップ構築宣言」に賛同し、サプライチェーンのお取引先との連携・共存共栄に向けた新たなパートナーシップの構築に取り組んでいます。

税務コンプライアンス

企業理念「市民に愛され市民に貢献する」に基づき税務方針を定めています。適正な納税と透明性のある開示を通じて、企業の社会的責任を果たします。2024年度には、全従業員を対象に税務研修を実施（受講率は92.5%）するなど、税務知識の周知と税務コンプライアンスの遵守を図っています。

環境

気候変動への対応

気候変動は最も深刻なグローバル環境リスクの一つです。シチズングループでは、温室効果ガスの排出量削減に向けて、工場やオフィスでの省エネルギー活動や再生可能エネルギーの導入にグループ全体で取り組んでいます。

気候変動緩和の表明として、「気候変動イニシアチブ」に参加し、2020年にはTCFD提言にも賛同しました。2022年には、グループのCO₂排出量削減目標(スコープ1、スコープ2、スコープ3)を改定し、2023年にSBT認定を取得しました。また、2025年には事業活動で使用する電力の100%再生可能エネルギー利用を目指す「RE100」に加盟しました。



シナリオ分析

シチズングループでは、気候変動に伴うリスクと機会は、自社の事業戦略に大きな影響を及ぼすとの認識のもと、以下のプロセスを通じて気候変動に伴うリスクと機会を特定し、サステナビリティ委員会事務局が中心となり、1.5℃シナリオ及び4℃シナリオを用いて分析し、重要性を評価しました。

気候変動に伴うリスクと機会の特定プロセス

プロセス1	気候変動に伴うリスクと機会を網羅的に抽出しました。
プロセス2	抽出したリスクと機会について、「時計事業」「工作機械事業」「デバイス事業」の3つの事業との関連性及び短・中・長期の3つの時間軸で整理しました。
プロセス3	整理したリスクと機会について、「自社にとっての影響度」及び「発生可能性」について、5段階評価を行いました。総合評価として、「自社にとっての影響度」と「発生可能性」が共に高い項目を抽出し、重要なリスクと機会を特定しました。

シナリオ分析結果

区分		重要 ^{※1} リスク／機会		シチズンへの影響	時間軸 ^{※2}		
		1.5℃	4℃		短期	中期	長期
移行リスク	政策・法規制	大	小	● 新たな法規制(カーボンプライス制度)の導入・強化によるコスト増加		●	●
	技術及び市場	小	大	● 原材料等のコスト増加、供給不足・供給停止		●	●
	レピュテーション	中	小	● 気候変動への対応遅れなどによる評価・評判の下落、それによる株価・売上の低下	●	●	●
物理的リスク	急性リスク	小	大	● 自然災害による被災の激甚化・頻度の増加		●	●
	慢性リスク	中	大	● 異常気象の影響や対策に事業支出が増加		●	●
		小	中	● サプライチェーン寸断による生産活動の停滞		●	●
機会	エネルギー・資源効率	大	小	● 省エネルギー化の推進によるコスト削減		●	●
		中	中	● 省資源化、3R、廃棄物ゼロエミッション、水資源の保全によるコスト削減	●	●	●
		中	小	● 代替素材での製品開発による差別化・競争力の向上 ● 物質代替・軽量化によるライフサイクルでの脱炭素の実現		●	●
	製品・サービス・市場	中	小	● 環境配慮型製品／サービスの需要増による収益増	●	●	●
	レジリエンス	中	中	● 自然災害対策を進めることで顧客からの信頼向上	●	●	●
		中	大	● 計画的な対策の実施により物理リスク被害を最小限化	●	●	●

※1 リスク評価の結果、1.5℃シナリオ、4℃シナリオともに重要度が「小」と判断されたものは、掲載していません。
※2 短期:～3年以内、中期:3年超6年以内(シチズングループ環境目標2030を想定)、長期:6年超(シチズングループ環境ビジョン2050を想定)

財務影響分析

シナリオ分析の結果を元に、シチズングループの財務影響に大きな影響を及ぼす可能性がある右記の2項目について財務影響を特定しました。

なお、シチズングループでは、適正な低炭素投資の促進と社員の意識改革を目指して、社内炭素価格(ICP)制度の導入を検討しています。

移行リスク	新たな法規制の導入・強化によるコスト増加
	原材料等のコストの増加、供給不足、供給停止

指標と目標

シチズングループでは、気候変動に関する目標を下記の通り設定しています。

またシチズングループでは、「気候関連の機会」に関する指標として省エネルギー化の推進によるコスト削減、「資本配分」に関する指標として省エネ・再エネの設備投資金額を設定しており、継続してモニタリングしていきます。

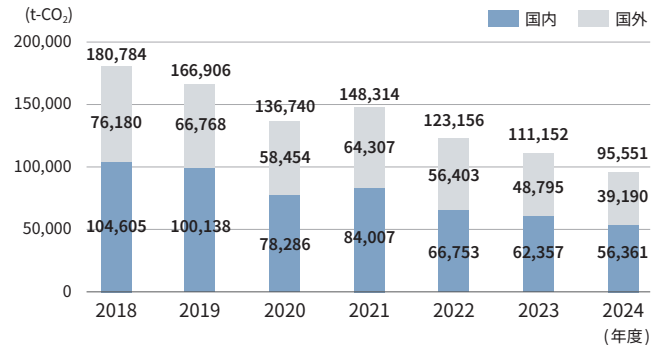
温室効果ガス排出量

指標	2030年度目標
スコープ1、2	50.4%削減(2018年度基準)
スコープ3	カテゴリ1+カテゴリ11の30%削減(2018年度基準)

温室効果ガス排出量実績（スコープ1＋スコープ2）

2024年度の温室効果ガス排出量は95,551t-CO₂となり、2018年度比で47%の削減を実現しました。これは継続的な省エネ活動と再生可能エネルギー導入を積極的に推進した結果です。

温室効果ガス排出量実績（スコープ1＋スコープ2）



生物多様性保全への取り組み

シチズングループでは、生物多様性によってもたらされる生態系サービスの重要性や、事業活動が生物多様性に与える影響を認識し、「シチズングループ生物多様性ビジョン」を定め地域社会とともに生物多様性の保全に努めています。

TNFD 提言に賛同し「TNFD Adopter」に登録

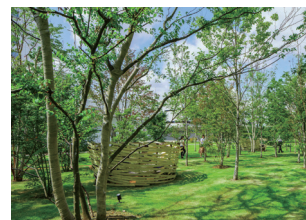
シチズングループは、自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD: Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) の情報開示提言への賛同を表明し、2025年4月に、TNFD Adopterに登録しました。2023年3月よりTNFDフォーラムに参画しており、今後、自然・生物多様性に関する影響や依存関係、リスク、機会について特定、評価などの検討を進め、TNFD提言に沿った情報開示を行っていく予定です。



「CITIZEN の森」が国土交通省「優良緑地確保計画認定制度 (TSUNAG)」第1号に認定

シチズン時計株式会社の東京事業所にある「CITIZEN の森」が、国土交通省が創設した「優良緑地確保計画認定制度 (TSUNAG)」の第1号に認定されました。

緑地は従業員のワークプレイスとしてのみならず、多様な生物の住処、地域交流の場としての役割も果たしています。長期・中期・短期計画に基づく段階的な樹木管理とCO₂吸収など樹木による環境効果の計測、生物のモニタリング、従業員を対象とした環境教育などを継続的に行い、「CITIZEN の森」は成長し続けています。住宅に囲まれた都市環境において、複数の機能を発揮する豊かな企業緑地として評価いただきました。



その他の生物多様性の取り組み

シチズン時計では、シチズンブランドの腕時計の購入時にボックス (時計を入れる箱) 不要を選択することで、国際NGO「NICE」を通じてマングローブの苗1本を寄付する『Eco Tree ACTION』を2020年から始めています。

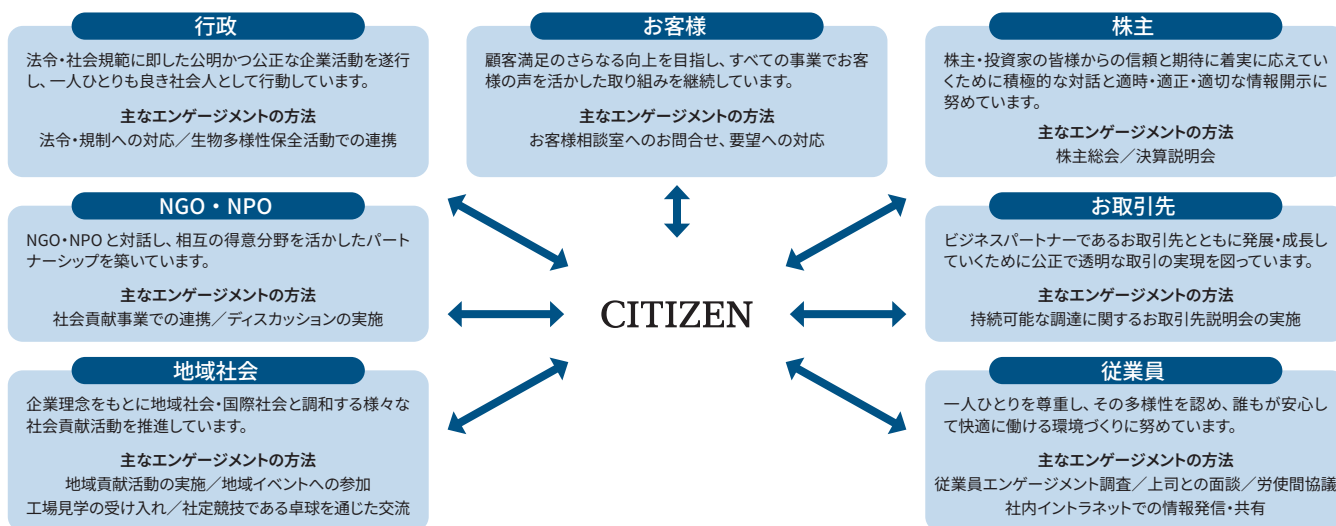
また2030年までに国土の30%以上を自然環境エリアとして保全する環境省の「30by30 (サーティ・バイ・サーティ)」に賛同し、2023年度に同アライアンスに参画しました。これまでに「シチズンマシナリー自然保護区域」「シチズンファインデバイス自然保護区域」が環境省より「自然共生サイト」に認定されています。



ステークホルダー・エンゲージメント／サプライチェーンエンゲージメント

シチズングループのステークホルダー

シチズングループは、企業理念の具現化を通じて、持続可能な社会への貢献とシチズングループの成長を果たすことを目指しています。事業を展開する上では、国連グローバル・コンパクトの精神を踏まえた「シチズングループ行動憲章」に基づいた全員参加型のCSRを実践しています。また、社会に提供する価値を最大化するためには、多様なステークホルダーの要請や期待を経営に取り入れることが重要です。そこで、ステークホルダーとの密接なコミュニケーションを通じて強固な信頼関係を築き、要請や期待に応える事業活動を通じて、企業理念の具現化を目指しています。



持続可能な調達の推進

シチズングループでは、自社工場だけでなくその製造プロセスにも配慮した「サステナブルファクトリー」の実現を通じた持続可能な社会への貢献を目指しています。

CSR調達のリスク把握の一環として、SAQによる調査と自社開発した「実態調査チェックシート」を用いたお取引先実態調査を2019年度から実施しています。また、SAQのレーダーチャート分析の総合得点率に応じたリスクランクを設定し、調査結果や回答内容から調達リスクの高いサプライヤーを顕在化する仕組みを整備しました。

人権デュー・ディリジェンス

シチズングループでは、事業ごとにサプライチェーン上の人権リスクを特定しています。時計事業では、紛争鉱物や原材料調達先の労働環境に顕著な人権リスクが特定されました。

紛争鉱物については3TG（スズ、タンタル、タングステン、金）鉱物別精錬所デュー・ディリジェンスの取り組みを進めています。原材料調達先の労働環境については、自社開発の「安全衛生・労働管理チェックリスト」を用いて2023年度、2024年度と中国サプライヤー5社に対し現地視察を実施し、懸念される人権リスクについて確認し、潜在的なリスクについて予防策を講じました。2025年度は、チェックリストの見直しを行い、現場視察でのリスク評価をさらに強化していく予定です。



中国サプライヤー現場視察の様子

責任ある鉱物調達

シチズングループは、コンゴ民主共和国及びその周辺国などの紛争地域及び高リスク地域（CAHRAs）を原産地とする3TGが武装勢力の資金源となり、紛争や人権侵害及び環境破壊を助長する重要な国際問題であると認識しています。そこで経済協力開発機構（OECD）の「紛争地域及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」の考え方に賛同し、同ガイダンスが定めたフレームワークに沿った取り組みを実施しています。

また同フレームワークに沿って鉱物ごとのCFS認証製錬所率の開示を行い、人権リスクの観点からも一部は正に努めるなど、シチズングループを挙げて紛争鉱物の排除を強力に推進しています。

CITIZEN OF THE YEAR™

社会に感動を与える人々を応援します。

シチズン・オブ・ザ・イヤーは「社会の発展や幸せ、魅力づくりに貢献し、社会に感動を与えた良き市民」を顕彰するために1990年にスタートした制度です。当時、市民役の時代といわれる中にありながら、広い視野から市民を顕彰する賞がほとんど見られなかったことから、社名に「CITIZEN(市民)」を掲げる当社が創設しました。

創設以来、毎年、日本人及び日本に在住する外国人の中から、市民社会に感動を与えた市民や市民社会の発展や幸せ・魅力づくりに貢献した市民を「CITIZEN OF THE YEAR」として讃え、その活動は、2024年に35回目を迎えました。

シチズングループは、これからもこの活動を通じて、社会に感動を与えてくれる市民に光をあて、その心を打つ活動を讃え、エールを送ります。そして、「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念のもと、事業を通じて様々な社会課題の解決につなげ、より良い社会の実現に貢献できるよう努めていきます。

2024年度受賞者

認知症本人が安心して
自分らしく暮らせる社会を目指し
認知症の誤解と偏見を解き、希望をつなぐ



一般社団法人 日本認知症本人
ワーキンググループ (JDWG)

高齢者だけでなく、誰もがなる可能性がある生活障害でありながら、偏見などが根強い認知症。「日本認知症本人ワーキンググループ (JDWG)」は、認知症の当事者が主体となり、希望を持って自分らしく暮らせる社会の実現に向けて全国各地で活動する。2018年に厚生労働省で記者会見を開き発表した「認知症とともに生きる希望宣言」は、2024年施行の「共生社会の実現を推進するための認知症基本法」にも反映され、尊厳を持って暮らせる社会の基盤整備に貢献した。



当事者自らが声を上げ、前向きに生きる姿を示し続けてきたことで、社会全体の認知症観が少しずつ変わり始めている。

不登校の経験を、今悩む人たちの助けに
親子どちらの立場にも寄り添う
カウンセリング



小沢 ほのさん ちえさん

不登校児だった小沢ほのさんと、娘と向き合った母・小沢ちえさんは、不登校に悩む親子の気持ちを聞く母娘カウンセラーだ。「学校に行く、行かないは目的でなく、不登校の子もその親も『じぶんらしく生きる』ことが大事」という思いを込めて命名した「じぶんらしき商店」の活動は、親と子がそれぞれの思いを伝えあうことで、お互いの自分らしさを見つけることを目指している。講演会やひとり親向け無料相談会なども開催し、これまでの2年間で相談に訪れた親子は80組を超えた。



「相談を受けた子が自分で決断できるようになった時が一番うれしい」と語るほのさん。母・ちえさんの夢は自分の経験をまとめた本を出版することだ。

20年にわたり、ベトナムの小児がんの
子どもたちを励ましながら支援を続ける
「日本のお母さん」



渡辺 和代さん

20年前のベトナムでは小児がんは「治らない病気」とされ、多くの子どもが命を落としていた。渡辺和代さんは、2005年からベトナム・フエ市の国立フエ中央病院を中心に、アジアで小児がん医療の支援を無償で続けている。2005年にNPO法人「アジア・チャイルドケア・リーグ」を立ち上げ、医療面と社会福祉面の双方から患者と家族をきめ細かく支援。こうした活動が実り、当初1割程度だった急性リンパ性白血病の「5年生存率」は、現在約7割まで向上した。



自らも病院に泊まり込み、子どもたちと過ごす渡辺さん。「治療が終わり、成長した子どもたちの再会には至福の時」と語る。



人財戦略

シチズングループは、従業員を人的資本と捉え、その価値を引き出すことが企業の持続的成長と社会への提供価値の最大化につながると考えています。「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こと」をグループ人財ビジョンとして掲げ、重点施策「働きがいの向上」「人財の育成」「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン」に各社が主体となり、事業戦略と人財戦略の連動を目指し取り組んでいます。

働きがいの向上

シチズングループでは、「働きがいの向上」に取り組む一環としてシチズン時計、シチズンマシナリー、シチズンファインデバイス、シチズン・システムズの4社においてエンゲージメント調査を実施しています。

シチズン時計では2024年度の回答率99%、前年度よりも総合スコアが1ポイント改善、ターゲットとしていた「キャリア機会の提供」

も3ポイント改善しています。「上司との関係性」「評価への納得感」の向上に向けて、キャリア自律の支援施策や管理職リスクリングメニューの拡充、考課者研修を実施しました。部門に対してはエンゲージメント調査結果を活用したワークショップを推奨し、全社と部門の両方から施策を展開、グループで情報連携しながらグループ全体の従業員エンゲージメントの向上を図っています。

人財の育成

シチズングループでは経営戦略に基づき、グループ及び個社の経営と変革に必要な人財を育成し、個人と会社の両輪での成長の実現を目指しています。シチズン時計が主催するグループ階層別教育とシチズングループ各社で展開する人財教育があり、育成におけるグループ連携を強化し、グループ変革推進研修・経営基礎研修をス

タートしました。グループ変革推進研修の一部は、シチズン時計における管理職のリスクリングと合同で開催しています。また、グループの将来を担う次世代リーダーの育成にも力を入れており、グループ会社間で個社の枠を超えた人財ローテーションを行っています。

人財育成ロードマップ

分類	2024年度結果	2030年度ゴール
目標	グループや個社の変革と成長に必要な人財をグループで育成する体制の確立	経営戦略に基づき、グループ及び個社の経営と変革に必要な人財を育成、個人と会社の両輪での成長を実現
KPI	グループ変革推進研修参加者数200名以上 (シチズン時計管理職は100%リスクリング研修参加) 結果:変革推進研修300名以上、リスクリング研修受講3年間で100%達成	グループ変革推進・経営人財育成研修参加者累計1,000名以上
	経営基礎研修参加者数30名以上 結果:31名	
施策	グループ変革推進研修 経営基礎研修 グループサクセッションプラン	

自律的なキャリア開発の支援

シチズン時計では、社員一人ひとりのキャリアの自律と会社主導の両軸でプロフェッショナル人財を早期に育成し、社員の成長とともに会社の成長を図ることを目指しています。自律的なキャリア開発を可能とするため、キャリアセミナーを希望者に向けて実施しているほか、階層別／テーマ別に組まれた教育研修体系のうち、希望者全員が自身に必要な講座を選択できる挙手選択型研修を拡充しています。全就業時間の2割程度を社内のお他業務に就くことができる「社内副業制度」は、通常の業務では得られない知識やスキルの獲得に加え、人脈形成が可能であり、既存の部門にも多様な価値

観をもたらす成果を挙げています。先に導入されている社外副業と合わせて、社員が希望する経験を自発的に選択できる機会として活用されています。その他、人財を必要とする部署が社内に声をかけて異動希望者を募る「社内公募制異動」が正式導入となり、社員の要望により即した異動が実現しました。また、部門における人財育成に関しては、「360度フィードバック」とそのフォローアップ研修を人財育成やマネジメント力の向上に活かし、多様な人財の活躍を促すタレント・マネジメントでは、個人のキャリア形成を支援し、人財力を全社で向上・最適化する仕組みを構築しています。

ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョン (DEI)

シチズングループは社員一人ひとりを尊重し、多様性を尊重し、活かせる環境をつくることが経営の責務と考えています。「ダイバーシティ経営」の実践にも力を入れており、ジェンダーダイバーシティをはじめとして、組織競争力の源泉である多様な従業員一人ひとりが、能力を発揮して長く働ける組織をつくり、企業価値の向上を目指しています。シチズン時計では2024年度には、東京女性未来フォーラム共同宣言に担当取締役が署名、経営戦略としてトップマネジメントにより組織文化を改革し女性管理職を育成、誰もが働きやすい職場づくりを目指すことを改めて宣言しました。2024年度はシチズン時計の女性管理職の上長に対しても改めてDEIを推進する背景を説明し、女性管理職を育成するための意識付けや具体的なキャリア支援の手法を学ぶ機会を提供し、対象者との面談を必須としました。女性管理職のネットワーキングと定期的な学びの機会の創出を目的として、ロールモデル講演会他フォローアップも実施しています。また、さらなる女性のキャリア開発支援のため、企業横断型の「クロスメンタリング」にも参画しました。



「クロスメンタリング」のグループディスカッション

健康経営銘柄選定

シチズン時計では、健康経営を推進し、健康経営優良法人(大規模法人部門ホワイト500)を2024年の初選定から2年連続で取得しました。健康経営銘柄2025にも選定され、「健康経営の実践に向けた土台づくり」が業種トップと並び高く評価されました。2024年度はヘルスリテラシーの向上では、運動習慣の定着に向け、アシックスヘルスチェックを実施、女性の健康課題である骨粗しょう症対策で骨密度測定の導入、管理職向けに「アンコンシャスバイアス」研修を実施しました。コミュニケーション促進のためにシチズンの森を活用したランチ会、懇親イベントも実施しました。今後も社長、担当取締役のトップダウンのもと、健康保険組合他関係部門と協力しながら健康経営を推進します。



従業員のウェルネス向上の視点に立ち、屋内の建物のみでなく屋外のランドスケープも働く場として位置づけています。

人権の尊重

シチズングループ従業員の規範となる「シチズングループ行動憲章」では、お取引先の活動まで対象を広げた従業員の人権に配慮した事業活動を行うことを定め、人権意識の周知にも積極的に取り組んできました。2019年4月の「中期経営計画2021」開始に伴い、全社的なサステナブル経営への挑戦や事業活動を通じたSDGs達成を目指すとともに、「シチズングループ人権方針」を策定して人権の尊重に対するグループの姿勢を改めて示しました。

本方針では、シチズングループが事業を行う上で関わるすべてのステークホルダーの尊厳と権利を尊重することを約束するとともに、人権侵害に加担しないことや人権に対する負の影響が生じた場合には救済及び是正に速やかに対応することを約束しています。



シチズングループ
人権方針

人権デュー・ディリジェンス構築への取り組み

シチズングループでは、事業活動に関連するすべてのステークホルダーの人権尊重のため、各種方針や規定を従業員やサプライヤーに周知・浸透していくコミュニケーション活動や研修施策を展開しています。2024年度は事業上の人権への負のインパクトの特定(データ収集・リスク分析)に取り組みました。ILO 宣言やコー円卓会議、国連グローバル・コンパクト基準などを参考に作成した「人権デュー・ディリジェンスアンケート」を用いて、国内13社・海外47社で人権リスク調査を実施しました。労働条件、安全衛生、差別禁止をリスクに発展する可能性のある項目として重点管理していきます。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は社名の由来である「市民に愛され市民に貢献する」を企業理念とし、地域社会はもとより地球環境と調和した持続的な企業活動を通して、社会への貢献とともに企業価値を向上させていくことに努めております。この企業目的を継続的に高めていくためには、経営の透明性確保と多面的な経営への監視機能が重要であると認識し、コーポレート・ガバナンスの充実に向けての取り組みを実施しております。

当社は、2021年6月改訂のコーポレートガバナンス・コードに記載された各原則をすべて実施しております
コーポレート・ガバナンス <https://www.citizen.co.jp/ir/governance.html>



コーポレート・ガバナンス体制

当社では、迅速な経営判断と経営の透明性維持のために、常勤取締役等で構成する経営会議を開催し、取締役会の決議事項その他経営上の重要事項について十分な議論と事前審議を行っております。

取締役会

当社の取締役会は、企業グループを統括するとともに主要な事業の業務執行を行う4名の取締役（監査等委員である取締役を除く。）及び独立した立場から経営者としての豊富な経験と幅広い見識を活かして経営のチェック・監督を行う3名の社外取締役（監査等委員である取締役を除く。）並びに会社法務・企業会計等の高い知識や見識を有する社外取締役2名を含む3名の取締役監査等委員で構成しております。

指名委員会 委員長：社外取締役

代表取締役、取締役社長及び取締役会長の選定または解職に関する事項を審議し、取締役会に提案すること等を主な職務としています。

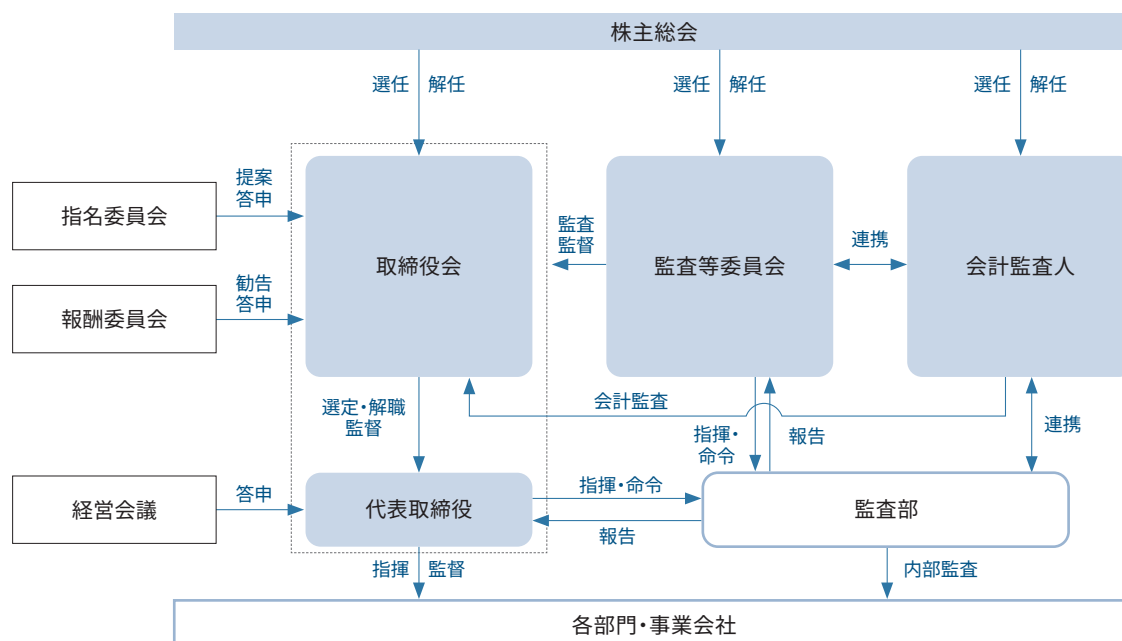
報酬委員会 委員長：社外取締役

取締役（監査等委員である取締役を除く。）が受ける報酬等の方針及び基準に関する事項を審議し、取締役会に対し勧告すること等を主な職務としています。

監査等委員会監査、会計監査及び内部監査の状況

監査等委員は、監査等委員会の定めた監査方針や監査計画に従い、取締役会、経営会議及び事業ごとの会議等への出席、取締役等からの職務執行状況の報告や重要な決裁書類等の閲覧、業務及び財産の状況の調査等により取締役の業務執行の厳正な監査を実施しております。また、会計監査人である監査法人日本橋事務所より会計監査の報告を受け、会計監査人と協力して当社及び子会社の監査業務等を効率的に実施し、コーポレート・ガバナンスのさらなる充実に向けた取り組みを行っております。

コーポレート・ガバナンス体制の概略図



役員の報酬制度

当社の取締役（監査等委員である取締役及び社外取締役を除く。）の報酬は、固定報酬と業績連動報酬により構成されており、その支給割合は、業績向上意欲と優秀な人材の確保が可能となる水準で、かつ、経営環境の変化や外部データ、世間水準、経営内容を勘案した上で、中長期的な業績向上と企業価値増大への貢献意識を高めることができる水準で決定する方針としています。

監査等委員である取締役及び社外取締役の報酬は、固定報酬のみによって構成されています。

取締役の報酬構成

固定報酬

取締役がその資質や能力を十全に発揮し、当社の掲げる企業理念に基づく持続的な成長への意欲の向上に資するとともに、優秀な人材の確保が可能となる水準で、かつ、経営環境の変化や外部データ、世間水準、経営内容を勘案して決定する方針とし、取締役会の決議による委任を受けた報酬委員会が、原則として毎年6月に、役位の変更が生じた場合には適時に開催される報酬委員会において、「取締役月額基本報酬基準」に定められた範囲内で決定し、毎月現金で支払うものとする。

業績連動報酬

業績連動報酬の割合は、個人別の報酬の額の50%を超えるものとし、そのうち業績連動型株式報酬については約20%とする。業績連動報酬については、業績評価等の結果、支給されない場合がある。

①賞与

取締役の賞与支給基準に定める財務評価項目（売上、営業利益等）及び非財務評価項目（世界情勢、災害、M&A等）により決定する方針とし、取締役会の決議により委任を受けた報酬委員会が、原則として毎年6月に決定する。賞与は、毎年7月に現金で支払うものとする。

②業績連動型株式報酬

当社が役位等に応じて拠出する取締役の報酬額を原資として信託を通じて当社株式が取得され、業績目標の達成度等に応じて当社株式及び当社株式の換価処分金相当額の金銭の交付及び給付を行う業績連動型の株式報酬制度とし、その額又は数若しくはその算定方法は、報酬委員会の勧告に基づく取締役会の決議により「役員報酬BIP信託に関する株式交付規程」に定めるものとする。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数（第140期）

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる 役員の員数 (人)
		固定報酬	賞与	業績連動型株式報酬	
取締役(社外取締役を除く)	290	134	93	62	6
監査役(社外監査役を除く)	19	19	—	—	1
社外役員	61	61	—	—	5

取締役(社外取締役及び国内非居住者を除く。)に対する業績連動型株式報酬62百万円は、当事業年度に係る費用計上額であります。

実効性評価

当社では、取締役会の実効性の分析・評価を通じてガバナンス体制の継続的な改善を図り、有効に機能することを目指しています。

2024年度の取り組み

取締役及び監査役全員のトレーニングとして、自身に必要なテーマを選んでオンライン講義を受講する研修を実施。また、資料配布のさらなる効率化とセキュリティの向上のため社外役員に専用のタブレットを支給。

アンケートの実施

2025年2月～3月。
取締役及び監査役全員に対し、取締役会に関するアンケートを外部機関による実効性評価ツールを使用して実施。

実効性への評価

各取締役及び監査役の評価は総じて高く、取締役会の実効性は有効に機能していることを確認。

次年度に向けた課題

今回の実効性評価において提起された課題を改善し実効性を高めることで、企業価値の向上に努めてまいります。

グループリスクマネジメント

シチズングループではサステナブル経営を推進し、グループ全体の事業目標の達成と持続的な発展を確実にするため、グループ全体のリスクを集約し迅速に対処するグループリスク・危機管理体制を構築しています。本体制には、法務・コンプライアンスや情報セキュリティ、災害等のリスクに対応する各委員会とともに、平時の業務リスク及び関連するESGリスクに対応するサステナビリティ委員会の下部委員会も含まれてい

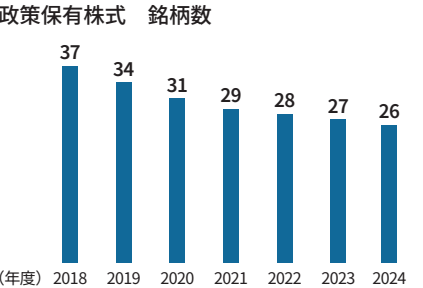
ます。
グループリスク・危機管理の中核を担うシチズン時計のCSR室では、シチズン時計の各部門や国内外のグループ会社と連携して、グループガバナンスの強化をはじめ、品質コンプライアンス強化施策やグループ重要リスクについての進捗確認、新たなリスクへの抽出や対応にあたっています。
また、ESGリスクやマテリアリティリスクは、他の重要リスクと同様にグループが持

続的に存続するためにも対策が必須です。そこでサステナビリティ委員会を中心にグループに与える影響や対策など検討を重ね、グループ各社固有リスクと合わせて、グループを挙げてリスク認識の醸成を進めています。また、サイバー攻撃や情報漏えい、海外での法規制変化といった、グループに対して中期的に大きなインパクトを与えるエマージングリスクについても、予防対策等の議論を進めています。

政策保有株式

当社グループの中長期的な取引関係の維持・強化、当社業務の円滑な運営、また、事業発展に貢献するものであると総合的に判断された場合に保有を行っていきます。個別の政策保有に関する検証について、毎年取締役会において、お取引先と当社グル

ープの関係性、相互の企業価値向上の可能性等を鑑みて、その合理性や必要性を検証し、継続して保有する意義が希薄化した株式については縮減に努めることを基本方針としています。



コンプライアンス

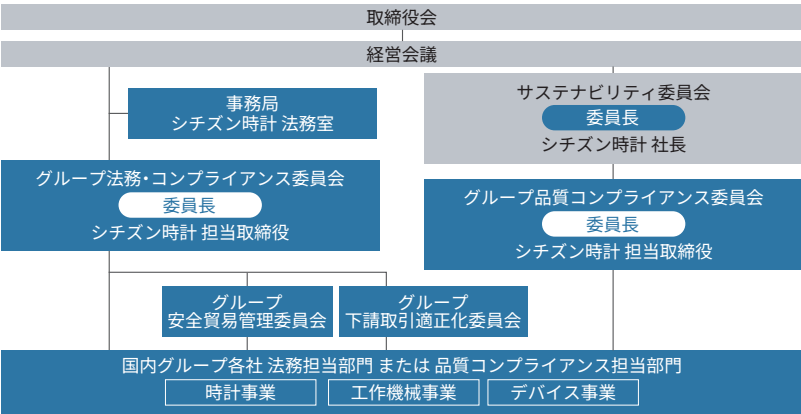
コンプライアンスについての基本的な考え方

シチズングループでは、2005年4月から国連グローバル・コンパクトに参加しており、4分野10原則に賛同しその実現に向けた努力を継続するだけでなく、「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念を定めるとともに、その具体的な行動指針として「シチズングループ行動憲章」を定め、良き企業市民としてどのようにすべきか常に考

え行動することを心掛けています。「シチズングループ行動憲章」第3条では、「公正、透明、自由な競争、責任ある商行為を実践します」と定め、法令遵守のみならず、高い倫理観を持って行動するように努めています。また、事業がグローバルに拡大して複雑化する日々の業務において、不正や汚職を含むあらゆる腐敗の徹底した排除を目的

として、2020年4月には、腐敗行為に対するグループの考えや姿勢を体系的に示す「シチズングループ腐敗防止方針」を制定しました。この方針も踏まえ、従業員一人ひとりがコンプライアンスに対する高い意識を持ち、お客様やお取引先といったステークホルダーとの健全な関係性や信頼の構築に努めます。

シチズングループのコンプライアンス体制



■ 社外取締役インタビュー

「中期経営計画2024」の評価

「中期経営計画2024」は、それまでのコロナ禍の業績悪化を乗り越え、「グループビジョン2030」に向けて、事業基盤の強化に力を注いだ期間であったと考えています。経営執行の監督・チェックを担う社外取締役として、特に市場のシクリカルな影響を受ける工作機械事業については、受注の本格回復を見据えた設備能力の増強と生産性向上の重要性を声高に伝え、経営層と深く議論しました。その結果、工作機械の各製造拠点の能力増強を着実に進め、2021年度比で生産能力4割増を実現することができました。

中計の戦略を推進し、業績改善と事業基盤を構築する一方で、PBR(株価純資産倍率)が1倍を下回っていたことは重要な課題と認識しており、深い議論の末、経営指標の改善に向け、2回の自己株式取得を実施しました。特に2回目の自己株式取得は規模が大きく、2023年の発表後は資本効率の改善に加え、PBRも向上するなど株式市場からも一定の評価を得ることができたと思います。PBRは今後も継続的な向上が必要となりますが、経営指標の改善に向けた一手法を実行・検証できたことは有意義であったと考えます。

また、コーポレート・ガバナンスの強化が求められ、企業における社外取締役の位置づけが、ますます重要なものとされる中、取締役会における社外取締役比率の向上も、課題の一つでした。「中期経営計画2027」に向けた体制構築について、経営層と議論を重ねることができた点も成果であったと感じています。

「中期経営計画2027」

新中計の2027年度の売上高目標値は3,600億円と2024年度の実績比で10%を超える成長が必要となります。目標達成のカギは「販売力」です。前中計で構築した強固な事業基盤を業績につなげるには、販売に力を注がなくてはなりません。

時計事業は、設備投資と並行して、ブランド提供価値向上に向けた戦略が重要となるでしょう。当社は「シチズン」に加え、北米市場に強みのある「ブローバ」など、長い歴史



カギは販売力と発信力
ポテンシャルを活かし
一段先へと成長しよう

シチズン時計株式会社
社外取締役

大澤 善雄
Yoshio Osawa

を持つブランドを有しています。また、エコ・ドライブやGPS衛星電波時計、チタニウム加工などの高い技術は、世界に誇れるものばかりですが、まだまだ訴求が足りていないと感じています。お客様に当社製品の提供価値を理解いただくためには、SNSやEC販売等を活用したマーケティングの強化に加え、時計という情緒的な価値やストーリーなどのさらなる発信が必要です。

前中計で生産能力増強を実現した工作機械も同様です。販売力強化を中心とした重点施策を推進し、今後の受注回復の波をうまく取り込むことができれば、2027年度の売上高目標1,000億円を達成し、グループ連結の数値目標達成に大きく貢献することができると期待しています。

経営の面では、PBRの改善が必須と認識しています。株式市場に当社の成長期待を伝えていくためには、これまで以上にシチズンの強みや良さを対外的に発信していかなくてはなりません。また、ROEの継続的な向上も重要です。販売力の向上と並行して、製造現場の自動化やDXの推進など、生産性の向上もポイントとなります。

コーポレート・ガバナンスの強化

2025年6月から当社は監査等委員会設置会社に移行しました。これは前述の通り、前中計期間中の積極的な議論を経て実現したもので、従来の監査役が監査等委員である取締役となり、取締役会で議決権が発生することで、取締役会の議論がより活

化します。社外取締役比率の向上に加え、女性の取締役比率が3割となり、コーポレート・ガバナンスがより強化された体制となったことも大変喜ばしいことです。

私自身は、社外取締役として、経営やM&Aを含めた投資判断、人財開発など、これまでに培った経験とノウハウをシチズンの経営に活かすことはもちろんのこと、少数株主に対する視点も見失わないよう意識をし、引き続き取締役会などで積極的に進言していきます。

シチズングループに期待をすること

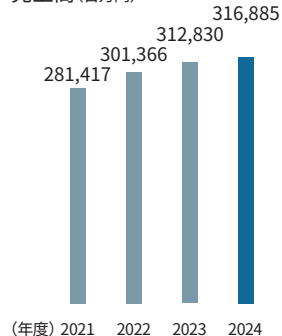
当社をはじめとする100年以上の歴史を持つ企業は、どうしても前例主義となりがちです。現在と過去では環境も条件も異なるのですから、グループの経営や各種制度など、シチズングループの従業員一人ひとりが、現在と将来に目を向け、見直していくことが大切です。

時計事業は、部品から完成品まで時計の一貫生産を行うことができる世界屈指のマニュファクチュールです。一朝一夕ではなし得ないマニュファクチュールの価値をもっと発信してほしいと思います。また、時計から培った精密加工技術を中心としたコア技術も高い評価を得ており、シチズングループは非常に高いポテンシャルを持っています。これらをいかに対外的に発信・表現し、利益に還元していくか。この点をクリアすることができれば、今後のシチズングループの大きな成長につながると期待しています。

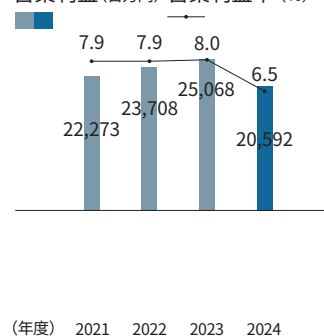
財務・非財務ハイライト

		(年度)	2014	2015	2016
財務 データ	経営成績				
	売上高	(単位) 百万円	328,456	348,267	312,559
	売上総利益	百万円	129,876	134,759	120,236
	営業利益	百万円	27,889	30,467	21,501
	営業利益率	%	8.5	8.7	6.9
	経常利益	百万円	31,403	30,619	21,985
	親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	17,572	13,201	16,573
	キャッシュ・フロー状況				
	営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	29,053	29,980	32,781
	投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 9,246	△ 24,637	△ 27,861
	財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 9,745	△ 12,205	△ 20,626
	フリー・キャッシュ・フロー	百万円	19,807	5,343	4,920
	主要な財務指標				
	総資産	百万円	421,563	406,462	395,887
	純資産	百万円	247,972	237,469	249,215
	有利子負債	百万円	69,164	67,444	53,031
	自己資本当期純利益率(ROE)	%	7.8	5.7	7.1
	総資産当期純利益率(ROA)	%	4.4	3.2	4.1
	自己資本比率	%	56.6	56.0	60.5
	設備投資額	百万円	18,913	22,822	23,621
	減価償却費	百万円	14,386	14,934	12,509
	研究開発費	百万円	8,169	7,500	7,113
	配当金総額	百万円	5,183	5,411	5,410
非財務 データ	従業員数	(単位) 人	23,651	21,665	21,279
	女性従業員比率 [※]	%	-	-	-
	管理職に占める女性比率 [※]	%	-	-	-
	男性育児休業取得状況 [※]	人	-	-	-
	女性育児休業取得状況 [※]	人	-	-	-
	海外従業員比率	%	65.3	60.5	60.0
	CO ₂ 排出量(スコープ1+スコープ2)	t-CO ₂	217,144	196,152	193,318
	総エネルギー使用量	GJ	1,536,904	1,422,152	1,477,626
	取水量	千m ³	2,607	2,731	2,293
	再資源化率	%	59.5	64.6	66.6

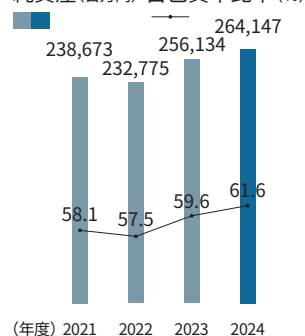
売上高(百万円)



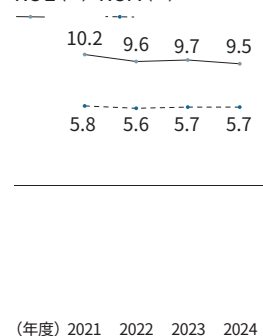
営業利益(百万円) 営業利益率(%)



純資産(百万円) 自己資本比率(%)



ROE(%) ROA(%)

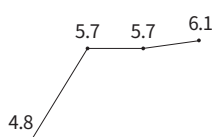




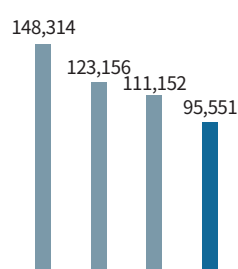
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	320,047	321,652	278,531	206,641	281,417	301,366	312,830	316,885
	124,393	123,557	101,100	65,898	106,839	122,180	131,383	134,550
	24,920	22,411	6,136	△ 9,551	22,273	23,708	25,068	20,592
	7.8	7.0	2.2	△ 4.6	7.9	7.9	8.0	6.5
	26,664	26,602	7,531	△ 4,143	27,342	29,096	30,810	23,024
	19,303	13,369	△ 16,667	△ 25,173	22,140	21,836	22,958	23,876
	32,539	19,897	17,347	7,490	34,693	16,576	34,564	35,765
	△ 7,862	△ 19,861	△ 15,498	△ 7,628	△ 9,550	△ 13,526	△ 12,697	△ 10,032
	△ 11,716	△ 5,888	△ 7,049	18,337	△ 19,956	△ 40,062	△ 26,994	△ 12,542
	24,677	36	1,849	△ 138	25,142	3,049	21,867	25,732
	409,909	413,911	369,575	365,811	394,962	389,982	415,445	415,552
	263,713	267,547	230,791	212,864	238,673	232,775	256,134	264,147
	49,027	51,065	55,157	74,862	66,155	65,116	71,343	69,996
	7.8	5.2	△ 7.0	△ 11.8	10.2	9.6	9.7	9.5
	4.8	3.2	△ 4.3	△ 6.8	5.8	5.6	5.7	5.7
	61.9	62.2	60.0	55.8	58.1	57.5	59.6	61.6
	16,854	23,756	21,140	10,907	10,770	17,428	22,020	20,910
	13,795	13,947	15,438	11,558	11,191	11,200	12,327	13,596
	7,161	6,339	6,164	5,576	5,542	5,693	5,807	5,671
	7,002	6,365	3,751	1,565	5,504	9,315	9,761	10,992
	20,882	20,239	19,593	17,044	16,161	15,402	14,817	14,452
	－	19.0	20.4	20.1	20.3	21.5	21.6	22.6
	－	3.6	3.7	4.4	4.8	5.7	5.7	6.1
	－	6	18	20	25	33	92	75
	－	32	44	27	32	35	34	27
	59.7	58.2	56.7	59.5	59.2	57.7	56.3	55.6
	186,730	180,784	166,906	136,740	148,314	123,156	111,152	95,551
	1,474,879	1,464,616	1,368,041	1,166,060	1,258,866	1,192,060	1,114,130	1,083,652
	2,174	2,225	1,954	1,751	1,860	1,783	1,674	1,692
	74.3	78.6	77.3	78.3	73.1	88.0	91.8	92.6

※グループ主要6社合計(シチズン時計、シチズン時計マニファクチャリング、シチズンマシナリー、シチズンファインデバイス、シチズン・システムズ、シチズン電子)いずれも各年度末時点のデータ

管理職に占める女性比率 (%)

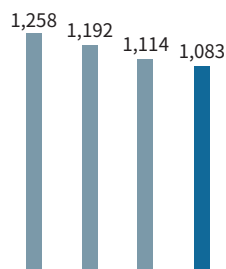


(年度) 2021 2022 2023 2024

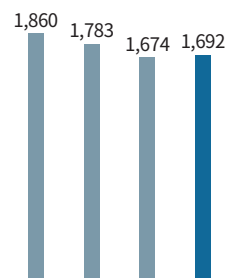
CO₂排出量 (t-CO₂)

(年度) 2021 2022 2023 2024

総エネルギー使用量 (千GJ)



(年度) 2021 2022 2023 2024

取水量 (千m³)

(年度) 2021 2022 2023 2024

役員一覧

取締役

代表取締役社長
大治 良高
Yoshitaka Oji



〔略歴〕

1986年 当社入社

2005年 当社時計事業統括本部マーケティング本部付(シンガポール駐在)

2011年 シチズン時計(株)管理本部事業管理部長

2015年 当社経営企画部長

2016年 当社執行役員

2017年 当社取締役

2019年 当社商品開発本部長兼時計開発本部長兼研究開発センター長

2022年 当社常務取締役

2022年 当社時計事業本部長

2025年 当社代表取締役社長(現職)

専務取締役
経営企画部・情報システム部担当、
デバイス事業担当
古川 敏之
Toshiyuki Furukawa



〔略歴〕

1986年 当社入社

2009年 当社IR広報室長

2011年 当社経営企画部長

2015年 シチズン時計(株)取締役

2015年 同社経営企画部長、経理部担当

2016年 当社取締役

2016年 当社経営企画部長

2016年 当社経理部・広報IR室担当

2016年 当社情報システム部担当(現職)

2021年 当社経営企画部担当(現職)

2022年 当社常務取締役

2025年 当社専務取締役(現職)

2025年 当社デバイス事業担当(現職)

当社グループの時計事業における経営戦略の推進を担った経験と当社において時計の製品開発を推進してきた実績等を踏まえ、「中期経営計画2027」の実行を通じて当社グループの経営を牽引することにより、引き続き当社グループの企業価値向上への主導的な役割を担う。2025年より現職。

当社のIR広報室長として投資家との対話や広報戦略に携わった後、経営企画部長として当社グループの経営戦略の策定や取締役として経営企画部及び経理部等を担当してきた実績と経験を有する。2025年より現職。

常務取締役
グループリスクマネジメント、
人事部・総務部・CSR室担当
宮本 佳明
Yoshiaki Miyamoto



〔略歴〕

1990年 当社入社

2009年 シチズン時計(株)管理本部事業管理部副部長

2010年 同社企画本部戦略企画部副部長

2012年 Citizen Watch Manufacturing (Thailand) Co., Ltd.代表取締役社長

2014年 Citizen Watch Europe GmbH代表取締役社長

2017年 当社上席執行役員

2017年 当社総務部長

2017年 当社グループリスクマネジメント、人事部担当(現職)

2018年 当社取締役

2019年 当社環境マネジメント室担当

2019年 当社CSR室担当(現職)

2025年 当社常務取締役(現職)

2025年 当社総務部担当(現職)

取締役
広報IR室・サステナビリティ推進部・
開発部・知的財産部担当
小林 啓一
Keiichi Kobayashi



〔略歴〕

1992年 シチズン商事(株)入社

2005年 当社時計事業統括本部マーケティング本部付(アメリカ駐在)

2007年 シチズン時計(株)CB事業部付(アメリカ駐在)

2016年 当社グローバル企画事業部スイス部副部長

2017年 Citizen Watch Europe GmbH代表取締役社長

2022年 当社執行役員

2022年 当社経営企画部長

2025年 当社上席執行役員

2025年 当社広報IR室・サステナビリティ推進部・開発部・知的財産部担当(現職)

2025年 当社取締役(現職)

当社グループの時計製造を担う海外子会社において新工場の立ち上げを推進した後、時計販売を担う海外子会社の経営を担当してきた経験と当社の取締役としてグループリスクマネジメント、総務部及び人事部を担当した実績等を有する。2025年より現職。

当社グループの時計販売を担う海外子会社の経営を担当してきた経験と当社の経営企画部長として当社グループの経営戦略を策定してきた実績等を有する。2025年より現職。

社外取締役
【独立】
窪木 登志子
Toshiko Kuboki



〔略歴〕

1987年 弁護士登録

2002年 東京家庭裁判所調停委員(現職)

2012年 中央大学法科大学院客員教授(現職)

2015年 クオール(株)(現クオールホールディングス(株))
社外取締役(現職)

2015年 (一社)共同通信社社外監事(現職)

2016年 当社社外監査役

2019年 当社社外取締役(現職)

2023年 国立大学法人東京医科歯科大学副学長

2023年 旭有機材(株)社外取締役監査等委員(現職)

2024年 国立大学法人東京科学大学副理事(現職)

2025年 東京都中央区監査委員(現職)

社外取締役
【独立】
大澤 善雄
Yoshio Osawa



〔略歴〕

2003年 住友商事(株)理事ネットワーク事業本部長

2005年 同社執行役員ネットワーク事業本部長

2007年 同社執行役員メディア事業本部長

2008年 同社常務執行役員メディア・ライフスタイル事業部門長

2008年 同社代表取締役常務執行役員

2011年 同社代表取締役専務執行役員

2013年 SCSK(株)代表取締役社長兼COO

2015年 同社代表取締役社長

2016年 同社取締役会長

2017年 同社取締役

2018年 キヤノンマーケティングジャパン(株)社外取締役(現職)

2019年 当社社外取締役(現職)

2024年 (株)富士通ゼネラル社外取締役(現職)

社外取締役
【独立】
吉田 勝彦
Katsuhiko Yoshida



〔略歴〕

2007年 花王(株)執行役員

2012年 同社常務執行役員

2014年 同社代表取締役常務執行役員

2015年 同社代表取締役専務執行役員

2019年 (一社)日本子育て支援協会理事長(現職)

2022年 川崎重工業(株)社外取締役(現職)

2022年 当社社外取締役(現職)

【独立】 東京証券取引所の有価証券上場規程第436条の2に定める独立役員
略歴にある「シチズン時計(株)」は、当社が、2007年4月2日に新設分割により設立した子会社であり、2016年10月1日に当社との合併により解散したものです。

取締役監査等委員

取締役常勤監査等委員

柳 和徳

Kazunori Yanagi



〔略歴〕

1986年 当社入社
2007年 シチズン時計(株)管理本部経理部長
2011年 同社経理部長
2012年 シチズン宝飾(株)執行役員
2014年 ROYAL TIME CITI CO., LTD.取締役
2014年 同社代表取締役社長
2017年 同社取締役
2019年 シチズン時計マニュファクチャリング(株)取締役
2022年 当社常勤監査役
2025年 当社取締役常勤監査等委員(現職)

社外取締役監査等委員

〔独立〕

石田 八重子

Yaeko Ishida



〔略歴〕

2000年 弁護士登録
2007年 東京簡易裁判所司法委員
2016年 東京家庭裁判所立川支部調停委員
2019年 当社社外監査役
2021年 (株)いなげや社外取締役(現職)
2023年 新電元工業(株)社外取締役(現職)
2025年 当社社外取締役監査等委員(現職)

※石田八重子氏の弁護士としての職務上の氏名は「北代八重子」です。

社外取締役監査等委員

〔独立〕

山中 典子

Noriko Yamanaka



〔略歴〕

1998年 朝日監査法人(現有限責任あずさ監査法人)入所
2002年 公認会計士登録
2004年 金融庁証券取引等監視委員会特別調査課入庁
2006年 あずさ監査法人(現有限責任あずさ監査法人)入所
2012年 サントリーホールディングス(株)入社
2022年 (株)プロントコーポレーション監査役
2024年 (株)I-n-e 社外取締役監査等委員(現職)
2025年 当社社外取締役監査等委員(現職)

スキル・マトリックス

当社では、経営戦略の達成に向けて取締役会の役割・責務を実効的に果たすために必要な知識、経験、能力を定めており、取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性を示す指標としてスキル・マトリックスを開示しています。

各取締役が保有するスキルは次の通りです。

地位/氏名	性別	企業経営/ 経営戦略	販売/ マーケティング	技術/開発/ 生産	グローバル経営	IT/DX	人財開発/ ダイバーシティ	財務/会計	ESG/ サステナ ビリティ	法務/ リスクマネジ メント
代表取締役社長 大治 良高	男	●	●	●	●				●	
専務取締役 古川 敏之	男	●	●		●	●		●	●	
常務取締役 宮本 佳明	男	●		●	●		●		●	●
取締役 小林 啓一	男	●	●		●	●			●	
社外取締役 窪木 登志子	女						●		●	●
社外取締役 大澤 善雄	男	●	●		●	●			●	●
社外取締役 吉田 勝彦	男	●	●	●			●		●	
取締役常勤監査等委員 柳 和徳	男	●		●	●		●	●		
社外取締役監査等委員 石田 八重子	女								●	●
社外取締役監査等委員 山中 典子	女							●		●

(注)各取締役が有するすべての知見及び経験を表すものではありません。

上席執行役員

上席執行役員 工作機械事業担当 **伊奈 秀雄**

上席執行役員 経理部担当 **森田 光則**

上席執行役員 時計事業製造担当 **宇都宮 央**

株主・投資家との対話状況

株主との建設的な対話に関する方針

当社では、中期経営計画説明会、四半期ごとの決算説明会、カンファレンス等を行っており、これらの株主との対話には、適宜社長及び担当取締役が参画しております。

また、株主総会や各種説明会、当社ウェブサイト等を通じて当社のメッセージを常に発信しており、株主から頂いたご意見等につきましては、役員及び関係各部門に展開しております。また、IR部門及び社内の関係各部門が連携を取り、株主からのご意見を共有し議論を重ねております。

2024年度の主な対話実施状況

主な対応者：代表取締役社長、IR担当取締役、取締役、IR担当部門

活動	実績	内容
決算説明会	4回 / 155社	四半期ごとに決算説明会を実施 ※代表取締役社長は第2四半期末、年度末の年間2回の出席
中期経営計画説明会	1回 / 32社	3年ぶりとなる中期経営計画説明会をオンラインにて実施
個別取材	129回 / 202社	国内外機関投資家、証券会社アナリストとのミーティングを実施
IRイベント等	3回	時計事業及び工作機械事業の工場見学会、事業説明会等の実施

※ 社数は延べ

対話の主なテーマや関心事

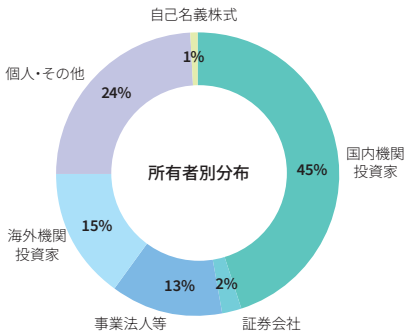
- 時計事業の中長期的な成長戦略
- 工作機械事業の受注状況と生産体制の拡充
- 成長・合理化投資や株主還元の方法

株主構成

発行可能株式総数	959,752,000 株
発行済株式の総数	246,000,000 株
株主数	98,384 名

株式概況(2025年3月31日現在)

証券コード	7762
上場証券取引所	東証プライム
上場年月日	1949 年 5月
1単元の株式数	100 株



大株主(2025年3月31日現在) * 上位10名

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	53,003	21.70
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	22,741	9.31
日本生命保険相互会社	11,948	4.89
日亜化学工業株式会社	10,000	4.09
三菱UFJ信託銀行株式会社	4,568	1.87
シチズングループ従業員持株会	4,545	1.86
三菱電機株式会社	4,317	1.77
株式会社みずほ銀行	4,309	1.76
清水建設株式会社	4,128	1.69
野村信託銀行株式会社	3,650	1.49

(注)持株比率は、自己株式1,731,920株を控除して計算しております。

会社情報

会社概要 (2025年3月31日現在)

社名	シチズン時計株式会社
創立	1930年5月28日
本社所在地	〒188-8511 東京都西東京市田無町6-1-12
代表者	代表取締役社長 大治 良高
資本金	32,648百万円
従業員数	14,452名(連結)
事業内容	各種時計類及びその部分品の製造及び販売ならびに持株会社としての、グループ経営戦略の策定・推進、グループ経営の監査、グループ技術開発及び知的財産の管理その他経営管理など

事業所

- 本社 東京事業所
- 所沢事業所

国内グループ

- シチズンマシナリー株式会社
- シチズンファインデバイス株式会社
- シチズン・システムズ株式会社
- シチズン電子株式会社
- シチズン時計マニュファクチャリング株式会社
- シチズンリテイルプランニング株式会社
- シチズンTIC株式会社
- 株式会社東京美術
- シチズンマイクロ株式会社
- シチズン千葉精密株式会社
- 株式会社フジミ
- シチズン電子タイムル株式会社
- シチズンカスタマーサービス株式会社
- シチズン物流サービス株式会社

海外グループ

ヨーロッパ

- CITIZEN WATCH IBÉRICA, S.A.U.
- CITIZEN WATCH EUROPE G.M.B.H.
- CITIZEN WATCH ITALY S.P.A.
- CITIZEN WATCH UNITED KINGDOM, LTD.
- MANUFACTURE LA JOUX-PERRET S.A.
- FREDERIQUE CONSTANT HOLDING SA
- CITIZEN MACHINERY EUROPE G.M.B.H.
- CITIZEN MACHINERY UK LTD.
- CITIZEN MACCHINE ITALIA S.R.L.
- CITIZEN MACHINERY FRANCE S.A.S.
- EGASCA, S.A.
- C-E (DEUTSCHLAND) G.M.B.H.
- CITIZEN SYSTEMS EUROPE G.M.B.H.

- CITIZEN WATCHES AUSTRALIA PTY LTD.
- GUANGZHOU MOST CROWN ELECTRONICS LTD.
- 広州務冠電子有限公司
- ROYAL TIME CITI CO., LTD.
- SUNCITI MANUFACTURERS LTD.
- 新星工業有限公司
- CITIZEN WATCH MANUFACTURING (THAILAND) CO., LTD.
- CIVIS MANUFACTURING LTD.
- CITIZEN (CHINA) PRECISION MACHINERY CO., LTD.
- 西鉄城(中国)精密機械有限公司
- CINCOM MIYANO TAIWAN CO., LTD.
- CITIZEN MACHINERY ASIA CO., LTD.
- CITIZEN MACHINERY VIETNAM CO., LTD.
- CITIZEN MACHINERY PHILIPPINES INC.
- MASTER CROWN ELECTRONICS (WUZHOU) LTD.
- 領冠電子(梧州)有限公司
- CITIZEN SEIMITSU (THAILAND) CO., LTD.
- CITIZEN FINEDEVICE PHILIPPINES CORP.
- CITIZEN ELECTRONICS (CHINA) CO., LTD.
- 西鉄城電子貿易(上海)有限公司
- C-E (HONG KONG) LTD.
- 西鉄城電子(香港)有限公司
- JIANG XING ELECTRONICS LTD.
- 江門市江星電子有限公司

- FIRSTCOME ELECTRONICS LTD.
- 首軒電子有限公司
- CITIZEN SYSTEMS (H.K.) LTD.
- 西鉄城精電科技(香港)有限公司
- CITIZEN SYSTEMS (JIANGMEN) CO., LTD.
- 西鉄城精電科技(江門)有限公司
- CITIZEN SYSTEMS (DONGGUAN) CO., LTD.
- 西鉄城精電科技(東莞)有限公司

北米・南米

- CITIZEN DE MEXICO, S. DE R. L. DE C. V.
- CITIZEN LATINAMERICA CORPORATION
- CITIZEN WATCH COMPANY OF AMERICA, INC.
- CITIZEN WATCH CANADA, LTD.
- MIYOTA DEVELOPMENT CENTER OF AMERICA INC.
- CECOL, INC.
- CITIZEN SYSTEMS AMERICA CORP.

アジア・オセアニア

- CITIZEN (SHANGHAI) TRADING CO., LTD.
- 西鉄城(上海)貿易有限公司
- CITIZEN WATCH (CHINA) CO., LTD.
- 西鉄城(中国)鐘表有限公司
- CITIZEN WATCHES (H.K.) LTD.
- 星辰表(香港)有限公司
- CITIZEN WATCHES (INDIA) PVT. LTD.
- CITIZEN WATCHES (MALAYSIA) SDN.BHD.

格付情報

格付機関名	格付	格付説明(格付機関より引用)
(株) 格付投資情報センター(R&I)	A <安定的>	信用力は高く、部分的に優れた要素がある。

詳細につきましては、下記格付機関のURLをご参照ください。
(株) 格付投資情報センター(R&I) <https://www.r-i.co.jp/index.html>

社会からの主な評価



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

2025 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数(WIN)



CITIZEN

シチズン時計株式会社
<https://www.citizen.co.jp>



表紙ビジュアルコンセプト

シチズングループの様々なバリューが連なり、一つのチームとなって、豊かな未来をつなぎ、前進する様子を表しています。

