

サステナブル経営の実践

事業を取り巻く情勢

社会や経済のデジタル化が急速に浸透し、生活する人々の意識もそれに合わせるように変化・多様化しており、現在の世の中は、これまでの常識や慣習に当てはまらないようなスピードで変動しています。このため企業は、今までに経験したことのないような、様々なチャレンジングな状況や課題に直面しています。

シチズングループの中核である時計事業は、国内では少子高齢化による人口減少が進み市場規模が縮小する中、Eコマースでの販路の拡大や高いクオリティを活かした時計の積極的な海外展開などにより、需要を捉え市場を確保していくことが必要です。また、社会全体の価値がよりエシカルに向かう兆候がある中、消費者ニーズの多様化も踏まえ、デザイン性や機能性などの追求も他社との差別化において重要となります。そしてこれからのデジタル化社会においては、ステータスとして認識されていた時計が確実にファッションや生活の一部となってきている点を踏

まえ、これまでの時計の価値を再定義したり、新たな価値を創造していかなければなりません。

更に近年、環境負荷の低減や人権問題の解決、或いは自然災害への対応などのために、サプライチェーン全体の管理の強化を図ることが求められているため、時計事業のみならず、工作機械、デバイス事業等においても、自社や顧客企業の事業の継続性の観点から、お取引先をはじめとするビジネスパートナーとも協働した調達・生産体制の再整備が重要になっています。

このような事業機会やリスクにグループ全体でグローバルに対応していくためには、人材の確保と育成は必要不可欠です。特に精密機器関連の技術を誇るシチズンとしては、技術の伝承やナレッジマネジメントが焦点となるため、計画的なアプローチが重要です。シチズンの成長を支える従業員が働きがいのある職場づくりを実践して満足度も高めていけるような、組織的・構造的な努力が欠かせません。

「サステナブルファクトリー」と「サステナブルプロダクツ」による社会への貢献

シチズングループでは、サステナブル経営の実践と成功の鍵は、サステナブルファクトリーとサステナブルプロダクツにあると考えています。サステナブルファクトリーは、従来からの環境配慮に加え、お取引先も含めたバリューチェーン全体における、コンプライアンスや人権、労働慣行、BCP、生産性向上などにも、総合的に配慮した持続可能な生産施設と定義しています。そのサステナブルファクトリーから創出されるサステナブルプロダクツは、持続可能性の観点を重視するだけでなく、イノベーションに繋がる新たな価値創造も視野に入れています。これらサステナブルな取り組みについては、自社だけでなくお取引先をはじめとする様々なビジネスパートナーとも連携・協働し、「市民」の皆さまの生活や社会全体に貢献できるよう、引き続きサステナブル経営の実践に注力していきます。



サステナブル経営の概念図