

シチズングループを取り巻く環境と「サステナブル経営」の考え

事業を取り巻く情勢

新型コロナウイルス感染症の拡大は、社会や経済に未曾有の変化をもたらし、人々の生活や働き方、価値観にも大きな影響を与えました。企業においても、これまでの課題に加えて、未知の事業環境の変化に対応していくことが求められています。

シチズングループの中核である時計事業では、コロナ禍により一層進展した社会のデジタル化や、人の流れの変化に伴い、実店舗での販売から、eコマースでの販売の重要性が増しつつあります。国内の少子高齢化・人口減少による市場規模の縮小も進む中、海外市場への展開や販路拡大とともに、需要を捉え、製品のクオリティや魅力をオンラインでも効果的に発信し、伝えていくことが必要となります。

また、サステナブルな社会の実現における、企業への期待や役割が増大し、消費者のニーズや価値観も多様化する中で、シチズングループの製品・サービスがお客様に提供する価値について、高い品質・精度等の従来の価値に加え、製品の製造・

使用を通じた社会課題の解決への貢献といった、新たな価値の創造にも取り組んでいかなければなりません。

そのような価値を持つ製品・サービスを提供するためには、バリューチェーン全体における環境への影響や人権の侵害といったリスクへの対策とともに、コロナ禍のような突発的な事象にも対応できる強固なサプライチェーンの構築と管理が必須であり、お取引先様をはじめとするビジネスパートナーとの協働も重要となります。

社会や人々が大きく変化する中で生じる、このような事業機会やリスクにグローバルで対応していくには、優秀な人材を確保し、各々がその能力を発揮して活躍できる職場環境づくりに努めるとともに、製品やサービスを通じてお客様に提供する価値が何であるかをグループ全体で考え続けることが不可欠です。

「サステナブル経営」の鍵となる「サステナブルファクトリー」と「サステナブルプロダクツ」

シチズングループが目指す「サステナブル経営」においては、「サステナブルファクトリー」と「サステナブルプロダクツ」が、その実践と成功の鍵となります。「サステナブルファクトリー」は、従来から取り組んでいる環境への配慮に加え、お取引先様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、生産性向上等の社会からの要請やマテリアリティ(重要課題)に関わる要素にも、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、社会課題の解決や、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。自社だけでなくお取引先様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