

### 1. この会社が目指す姿が理解できるか

この会社の目指すべき姿は CEO や社長のメッセージで具体的に述べられている。この会社は「グループ 10 年ビジョン」を掲げ、アナログとデジタルのシナジーにより世界中の人・モノ・時をつなぐ製品・サービスを創造し、サステイナブルな社会に貢献するソリューションを提供することを目指すべき姿としている。特に、ステークホルダーという言葉が何度も述べられており、株主などのステークホルダーにできるだけ利益を還元し、会社の企業価値を高めていこうとする理念が読み取れる。さらに、近年環境問題などの社会問題に対する人々の関心が高まってきているが、「WITH」という独自の目標を掲げ、比較的親しみのある SDGs のどの項目に関連しているかが具体的に掲げられていて、持続可能な社会を実現しようと取り組んでいることが読み取れる。

### 2. この会社の競争優位性が理解できるか

この会社はグローバルに展開しており、日本国内だけでなくアジア諸国、欧米など世界各国で高いシェアを誇っているが、具体的な数値として示されており、この会社の競争優位性が理解できる。

この会社の強みとして「Technology」「Brand」「Solution」が挙げられている。まず、「Technology」について時計の品質の高さを売り出し、様々な放送局や機関で用いられていることを通じて技術の高さを示そうとしている。次に、「Brand」について陸上の大会など様々なイベントで記録計が使われ、「スポーツ計時=SEIKO」のイメージが世界で確立されている。さらに、国や大学などの公的機関と連携し、AI 技術の利用など社会課題解決のため様々な研究開発を行っていることが読み取れる。

### 3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

この会社は世間的には時計のイメージが強く業績の大部分をウォッチ事業が占めていると考えていたが、現在セグメント別売上高構成比によるとウォッチ事業の占める割合は約半分ほどであり、ほかに電子デバイス事業やシステムソリューション事業、タイムクリエーション・和光事業他様々な事業を行っている。スマートフォンの普及にとり腕時計を使わない人が増えており、将来的にはウォッチ事業の市場は縮小していくことが予想され、その分野では売り上げが減少するかもしれないが、AI 事業など今後確実に成長していく産業に力を入れていることが理解でき、競争優位性に持続性があることが理解できる。

#### 4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

この会社は人材を経営力の源泉と定め、人材を「採る」「育てる」「活かす」に重点を置くなど人材の育成に力を入れていることが分かる。また、女性管理職の比率も比較的高く、だれもが平等、公平に働ける職場環境であることが読み取れる。さらに、社員の健康維持、促進のため健康経営宣言を定め、健康経営優良法人の認定を受け、社内ウェビナーによる社内の学びの場を提供するなど、良好な職場環境の整備に努めている。よって、この会社で人的資本の価値向上を達成できると思う。

#### 5. 報告書にはどのような改善余地があるか

2の会社の優位性の部分で時計の品質が高いことは確かに述べられてはいるが、何年たっても何秒ずれないなどの具体的な数値が示されてはおらず、私を含め時計に詳しくない人にとっては時計の品質が高いことが理解しづらいと感じる。