

ブランド戦略

「グランドセイコーをフラッグシップブランドと位置付け、更なる強化をいたします。」

セイコーウォッチ(株)
代表取締役・専務執行役員 兼 COO
庄山 昌彦



新年あけましておめでとうございます。

2016年、世界経済はさまざまな変化のある一年となりました。そのような中、セイコーはお陰様で135周年の節目の年を迎えました。これもひとえに皆様の長年のご支援の賜物であり、この場をお借りしてあらためて御礼を申し上げます。

2017年は、「グランドセイコー」のラインアップを増強し、セイコーのフラッグシップブランドとして積極的に訴求をまいります。本年度よりキャラクターを起用してプロモーションを開始した女性用につきましても、引き続き強化をまいります。

また、セイコーブランドにつきましては、グローバル戦略ブランドと位置付けた「アストロ」のデザインバリエーションを拡充いたします。グローバル時代のビジネスウォッチのスタンダードとして、引き続きマーケットをけん引

していきたいと思っております。

機械式モデルをラインアップした「プレザージュ」は、日本の匠の技による漆や珪瑯の文字板を使用したモデルをフラッグシップに展開をしております。本格スポーツウォッチをラインアップした、「プロスペックス」につきましても、グローバル戦略ブランドとして引き続き日本での展開も強化してまいります。

地球にやさしいクリーンエネルギーテクノロジーを持つ、「ブライツ」「ルキア」は、コラボレーションやデザインバリエーションの拡大によりお客様にとって魅力的な商品やプロモーションをご提案してまいります。

セイコーはお客様と感動や喜びを分かちあうブランドとして、「時代とハートを動かすSEIKO」というスローガンとともに、皆様と共に市場をけん引していきたいと思っております。本年も皆様のご支援をいただきまますようお願い申し上げます。

「マルチブランド戦略により、真のグローバル企業へ」

シチズン時計(株)
取締役
竹内 則夫



昨年、当社は基幹技術であるエコ・ドライブ4周年を通じ、挑戦し続けるシチズンブランドの魅力を発信して参りました。
フラッグシップモデルとして発表した「エコ・ドライブ」は40年の技術の集大成とも言える薄さ1.0mmのムーブメントを内包し、世界最薄の光発電時計を実現いたしました。薄さを極限まで追求したデザイン性と技術力、そしてエコ・ドライブの価値をシンプルに表現した商品として、皆様から多くの反響をいただいております。
またグローバルで展開している「CITIZEN」より新コレクション「Amuhimna(アンヒムナ)」を発売いたしました。エコ・ドライブ搭載の利便性とエレガントなデザイン性のみならず、製造時の二酸化炭素排出量の公開や、DRCC(環境リサイクル)の取り組みの継続、エコ・ドライブの周辺国の武装勢力の資金源となる鉱物を使用していないを宣言するなど、エンカナルな取り組みを各方面から注目頂いております。

ブランド活動におきましては、2017年に引き続き、世界最大規模のデザイン祭典であるMilan Design Weekに出展をいたしました。エコ・ドライブに象徴される「光」と「時」を具現化した空間を、より多くのお客様に体感頂くことを大変嬉しく思っております。
さらにグローバルキャンペーンとして、6月のシドニー空港を皮切りに、世界8箇所の「フアコ」にてエコ・ドライブの進化の歴史の中で、シチズンブランドの信念である挑戦し続ける姿勢「Better Starts Now」の精神を感じていただけていますと考えております。

「グローバル時代に求められる腕時計の進化」

カシオ計算機(株)
取締役専務執行役員
増田 裕



最後に、皆様方ますますのご発展とご健勝を祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。

このような環境下で、当社ではグローバル時代に適した高機能なデジタルウォッチの開発を続け、世界6局の標準電圧を受信可能な電波時計に加えて、GPS衛星電波と標準電波の両方を受信できるGPSハイブリッド電波ソーラーウォッチ、スマートフォンと連携し世界約300都市の時刻と同期できる腕時計のラインアップを拡大してまいりました。世界を歩き交る旅行者やビジネスマンたちのニーズを掴み、新たな時刻補正のスタンダードとして着実に広がっていることを実感しています。

当社の目指す究極の時計とは、いつでもどこでも正確な時刻が取得できる時計です。標準電波やGPS情報をとらえたり、ネット上から最新の情報を取得したりする時計にはアナログ時計とデジタル時計、それぞれにふさわしいアプローチがあると考えており、当社はこの分野のバイオンを自負しております。

昨年、様々な分野の企業が手がけたスマートウォッチの話が注目を集める一方で、円高の影響に加えてここ数年続いたインバウンド需要が落ち込むなど、時計業界が大きく揺れ動いた一年だったように思います。

『さらなる成長』を目指して

セイコークロック(株)
代表取締役社長
萩原 健一



謹んで新年のご挨拶を申し上げます。皆様におかれましては、お健やかに新しい年を迎えられたことと、お慶び申し上げます。旧年中は格別のご厚情を賜り、心より御礼申し上げます。
2016年を振り返りますと、為替レートは120円台の高水準を維持し、スタートしたものの、一転円高が進行し、所謂BREXIT、英国のEU離脱決定の際には99円台を記録するなど、事業環境が大きく変動する年となりました。さらには11月には大統領選結果を受け円高基調との予測に反し円安が進むという、まさに一年を通して激動の年でありました。

そのような状況下、当社は一貫して「時代とハートを動かすセイコー」というグローバルスローガンを軸に、クロック事業領域において実践し、消費者の皆様に向けた新たな価値や新鮮な驚きを感じていただけるような商品の開発に努めて参りました。

主な製品としては、大音量で長時間のライデンシリーズにおいて「ウルトラモード」によって、これまでのスーパーライデンの発音に加え特大合成音を発する「ウルトラライデン」の発売と同時に「ウルトラマン」のコラボレーションモデルも発売し話題となりました。また、発売以来70種類の表示色からお好みの色をお選びいただけること、優れた視認性で大変ご好評をいただいているデジタルクロックのシリーズ「C3」には「フレーム」部分に温もりのある木目柄をあしらったモデルを追加して更にラインナップを充実させました。またGPS衛星の時刻信号を受けて正確な時刻を示す「衛星電波クロック」においても、フェイス向け大型デジタル商品を投入してシリーズの強化を進めて参りました。

一方、知育時計分野では「百ます計算」でおなじみの陰山英男先生監修の学習タイマー「スタディタイム」が、大好評をいただきました。
クロック業界のさらなる発展と活性化に向けて、常にお客様のご要望にお応えし、「さらなる成長」を実現するための商品とサービスのご提供を心がけ、今後とも最大限の努力を重ねて参る所存です。

最後になりましたが、新しい年が皆様にとって素晴らしい発展の一年となりますよう、心から祈念致しまして、年頭のご挨拶とさせていただきます。

RHYTHMブランドの更なる市場浸透を目指して

リズム時計工業(株)
代表取締役社長
樋口 孝二



さて昨年はイギリスのEU離脱や、米大統領選のトランプ現象など、大方の予想を反した事件が数多く報道され、また併せてポピュリズムの台頭など世界情勢の変化を予感させる一年になりました。
国内の市況に目を向けますと、ここ数年景気の下支えをしていたインバウンド需要の後退やデフレ停滞の中で買い控え、消費の減速が一層感じられるようになってきました。

こうした厳しい環境下ではありますが、弊社におきましては、今年も引き続き「RHYTHMブランド」の更なる市場浸透を、様々なプロモーションを実施して参ります。「CITIZENブランド」に関してはギフト需要を狙ったラインナップの再構築をスピーディーに進めて参ります。

また、2017年は私どもにとってチャレンジの年でもあります。当社オリジナルの「スマートアシストウォッチ」の発売を秋口に予定しております。国内のウォッチ市場は既に飽和状態に達している環境下ではあるものの、一昨年に引き続きフラッグシップモデル「カッコーグアルト」のテレビCMを全国ネットで放映させていただき、ご孫さんへのプレゼントをテーマにした新しいギフトシーズンの提案を頂いた内容は、お客様にも好評を頂き、マスコミにも取り上げられるなど反響がありました。

特にハート時計に代表される「JAPAN MADE」商品は弊社の強みの商品として、大変ご好評をいただいております。昨年末に、一昨年に引き続きフラッグシップモデル「カッコーグアルト」のテレビCMを全国ネットで放映させていただき、ご孫さんへのプレゼントをテーマにした新しいギフトシーズンの提案を頂いた内容は、お客様にも好評を頂き、マスコミにも取り上げられるなど反響がありました。
新商品については、モバイルファンなどクロック以外の新素材も数多く発売させていただきましたが、特にBluetooth®機能

昨年、スポーツ界では、オリンピックのメダルラッシュで沸いたものの、経済においては、国内需要の低迷とインバウンドによる爆買いが減少し、消費は低迷しています。今年こそは飛躍の年になるよう私たちバンビグループは、皆様満足いただける商品とサービスをお届けして参ります。

OEMの生産設備の増強や品質レベルを更に向上させたい

バンビグループ
代表
館林 精二郎



OEM部門では、4月の消費税アップの駆け込み需要やインバウンド需要のあてが外れ、国内売上は低迷しました。また、時計ムーブメントの世界の売上不振とあわせて、時計業界全体に暗い影を落としています。メタル高級ベルト製造のノウハウにおいても受注数量が減り、昨年好調であった皮革ベルトにおいても受注量が減り、想定外の状況になりました。2017年も予想が出来るままに、部門の人材が壁を越えて、必要に応じて製販一体の協働体制をつくり、また製品開発に心掛け、付加価値製品の提案が出来るように差別化をはかって参ります。

一方、ジュエリー部門では、主力商品のダイヤルジュエリーで、高品質の鍛造マリッジリング「KANUKU」に新たにオール鍛造製造のエンゲージリングを投入し、総合ダイヤルジュエリーのブランドとして大変高い評価を頂いております。また、ライセンス事業におきましても、スノーピークはお客様に喜んで参ります。OEM担当の生産設備は、生産設備の増強や品質レベルを更に向上させ、これ以上にお客様へのサービスの向上を高め参ります。
本年も新たな価値を創造し、チャレンジし続ける私たちバンビグループに是非ご期待下さい。



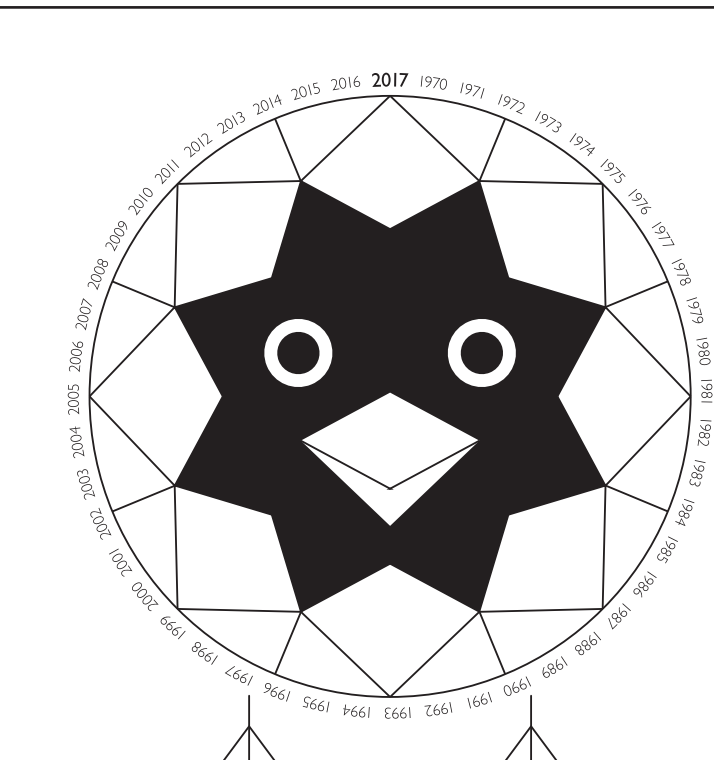
七宝の芸術
「アール・エマール」

作者名 大谷 茂
ジュエリーコンテストで3度の大賞をはじめ数々の賞を受賞。
「平戸細工」の数少ない継承者。
東京都より優秀技能者(東京マイスター)の称号を授かる。

製造発売元
株式会社 英工芸
〒116-0013 東京都荒川区西日暮里4-3-3 TEL.03-3822-2218 FAX.03-3822-0512



伝統工芸
「平戸細工」



私たち中央宝石研究所(CGL)の創業は1970年。以来、宝石と共に磨かれ、今や国内最大規模のラボラトリーを有するまでに成長を遂げました。最新鋭分析機器による宝石の研究、宝石を知り尽くした専門家による鑑別書、ならびにダイヤモンドのグレーディングレポートの提供。また教育プログラムや書籍発行による情報の発信。47年間の感謝の思いをこめて...本年もどうぞよろしくお祈り申し上げます。

宝石と共に、4度目のとり年を迎えました

株式会社 中央宝石研究所
Central Gem Laboratory
東京都台東区上野5-15-14 ミヤギビル
http://www.cgl.co.jp