



イン性は国内外で高く評価されている。近年では、日本を代表する京都発のジュエラーとしてファッション誌で注目を集めるほか、米アカデミー賞授賞式においては3年連続で数多くのハリ

品づくりを行っている。そのため、様々な技術や経験を持つスペシャリストが社内にも数多く在籍。職人にとって多様な工程技術を習得できる環境といえる。



また同社はブライダルで根強い人気を誇るが、その一因としてダイヤモンドへの強いこだわりがある。メレダイヤに至るまで高い品質を追求。同社のグレーダーは、「ダイヤモンドへのこだわりがジュエリー全体の輝きを最大限に引き出す」という自信を持ちその任に当たっている。「自身の選り抜いたダイヤモンドがハイジュエリーを飾り、それを着用するハリウッド女優を輝かせた時、この上ない達成感を感じられる」と、同社の担当者は語る。

「ジュエリーへの強い思いと、お客様

へより高いクオリティを届ける志を持った職場であり、生産拠点では多くの職人やグレーダーが活躍している。新たに採用する方々にもジュエリーのコンセプトやストーリーをしっかりと理解し、お客様に長くご愛用いただけるジュエリーを生み出してもらいたい」とのこと。

新しくクリーンな設備・環境の中で、経験豊かなスペシャリストからの指導を受け、成長を実感できる職場だという。中途採用者の飛躍も同社の大きな推進力の1つとなっているようだ。

応募方法= 俄 コーポレートサイトの採用情報ページより応募(<http://www.niwaka.co.jp/recruit/>)。質問などは採用担当: 北爪・吉村まで(saiyou@niwaka.com)。



界中で愛用されているロングセラー商品。一般的に腕時計は多品種少量生産であり、自動化には向かないが、「A159WA」が長年に渡って大量に販売されていること、また生産コストの高い国内において効率的なものづくりを実現するため、今回の自動組立ライン開発に至った。

今後は、バンド取り付けや梱包などにおいても自動化を進め、さらなる生産コスト低減を目指すとともに、「メイド・イン・ジャパン」の製品に対する高いニーズに応えるべく、山形カシオにおける同シリーズの生産を増やしていく予定。

商号の変更をして 持株会社体制へ移行

株式会社クロックワークホールディングス

㈱ザ・クロックハウスは、平成30年8月1日をもって「株式会社クロックワークホールディングス」へ商号変更し持株会社に移行した。

これより、従来の国内時計小売事業については「㈱ザ・クロックハウス」(平成30年8月1日設立)が事業を継承し継続していく。

役員は、▽代表取締役社長=大野 禄太郎、▽常務取締役=鈴木博之、▽取締役=大田弘之、小林泰幸、平野信之、▽監査役=佐藤春夫(敬称略)

ジュエリー製作技術者とダイヤモンドグレーダーを募集

株式会社 俄

京都のハイジュエラーである俄(京都府中京区、青木敏和代表)では、評価の高まりや売上の拡大に伴い、製作部門の職人とダイヤモンドグレーダーの採用募集を開始した。

同社は「NIWAKA」「LUCIE」などのジュエリーブランドを展開し、ブライダルからファッションジュエリー、ハイジュエリーまで幅広く展開。ジュエリーの企画・製造・卸・小売りを一貫して行い、直営店(国内18店舗、海外4店舗)と正規取扱店(国内50店舗)を展開。着実に売上と市場シェアを伸ばす優良企業である。

同社のジュエリーのクオリティとデザ

インド女優に着用され、そのハイジュエリーの完成度と輝きには世界も注目している。

また同社では、京都の舞妓が使用する「ぼつちり」と呼ばれる帯留めや、蒔絵とジュエリーの職人が検討を重ねて完成させた「蒔絵ジュエリー」を発表するなど、日本の伝統を継承する活動にも積極的に取り組んでいる。

伝統的な美意識と最新技術を融合させてジュエリーを製作する同社では、寺社仏閣の装飾に使われる伝統技法の和彫りを用いた指輪「花匠の彫り」から、最新の3Dプリンターを用いたジュエリー開発まで幅広い技術を活かした製



カシオ計算機は、国内生産拠点の山形カシオ(山形県東根市)で普及価格帯のデジタルウォッチを自動で組み立てる生産ラインが8月下旬より稼働する。従来、山形カシオでは普及価格帯の

山形カシオで腕時計の自動組立ラインが稼働開始 従来比で約3倍の生産効率と海外並みの生産コストを実現

デジタルウォッチを人が手で組み立てていたが、今回の新ラインの稼働開始により、時計内部のモジュールの組み立てから時計本体の組み立てまでの工程を全て自動で行うことができ、生産効率を約3倍に高めた。また、新ラインへ供給する基板の製造においても、大幅な効率化を実現。これらによって、今までの生産コストを海外並みの2分の1以下に抑えることが可能となった。

また、1日8時間稼働した場合の生産能力は、従来と同等の月産10万個を想定。自動化により稼働時間を増やせることから、需要に応じて将来的な増産にも対応できる。

生産する時計は、1989年より販売しているスタンダードシリーズ「A159WA」。リーズナブルでありながら腕時計としての高い信頼性やシンプルで飽きのこないデザインが好評を博しており、色違いなどのバリエーションも含めた同シリーズは世

中古品への関心は スウォッチにとって大きなチャンス 下半期も市場シェアを拡大へ

スウォッチグループ(スイス・ビエンヌ)が7月18日に発表した「半期報告書2018」によると、純売上高は14.7%増のCF4億2600万となり、営業成績は69.5%増のCF6290万で、営業利益率は11%、前年比7.6%増としている。

自社ブランドの強力な製品需要により、一部で生産が追いつかないほど、アジアと米国を

としており。2018年の後半は更なる成長を見据えており、強力な成長と市場シェア拡大を狙っている。

地域や価格区分にかかわらず、世界的に大きく増加しているのが、本物の革新的なブランド。加えて、実質的な価値だけではなく感情的な価値も求めている。

これは「消費主義」(すべてが交換可能で、すぐに価値を失う)の逆行傾向であり、世界中で見ることができる。そして中古品やヴィンテージ製品への関心の高まりは、強く革新的で本格的なブランドに有利と言え、18のブランドを持つスウォッチ・グループにとって大きなチャンスだ。

ブレグ、ハリウィンストン、ブランパン、オメガ、ロンジンなどの伝説的なブランドを持つスウォッチ・グループと、250年以上もの歴史を持つティソは、ユニークな特徴を反映したデジタルアーカイブとブランドミュージアムを備える文化的遺産と個々のブランドといえる。

そして世界中の消費者は、サステナビリティだけでなく、製品の特異性や信頼性に関して、製品(スイスメイド)により関心を持ちたいと考える。歴史の他には、オメガマスタークロノメーターまたはロンジンクォーツV.H.P.のように、ムーブメント、新素材、デザイン、エッセンス、そして自然美や精度などもそれに当たるなどとしている。

全国のジュエリー販売の現場や、最近では高価な舶来時計を集めた地方のお店で良く聞くフレーズ「百々〇〇円で買えますよ」。このフレーズは百貨店のジュエリーサロンや、いわゆる高級宝石店ではあまり聞きませんが、このフレーズが全くとってきまっています。日本の若者達は過去20年間で貧乏になり続けています。20年ほど前は、30代で最も多かった所得額は500万円から699万円でした。しかし2012年には300万円から499万円に下がっています(平成29年版少子化社会対策白書)。厚生労働省の発表では、日本人全体で見ても、その賃金は過去20年間で実質15%下がっているそうです。やはり日本人はほとんど貧乏になっていますね。



木村さんのひとり言

株式会社ジュボウ 代表取締役 木村 亮治 mail to: ryo.kimura@j-twinkle.co.jp

「日本」「家族」「年号」も変わります。ジュエリー業界も変わらないと。

「下の世代」を経済的にサポートすることで成立してきました。しかし、いまの若者が将来、子供や孫を経済的にサポートすることはほぼ不可能と言えます。これは、いまの若者が無駄遣いばかりして貯金しないからではありません。平成日本の「上の世代」の貯蓄は、日本の高度成長によって形成されました。所得の増加は「消費」が追いつかずに、その余剰分が貯蓄されていたのです。現在は「余剰分」が生じない社会システムとなつていまして貯蓄なんて増えることはありません。「上の世代」の蓄積は「我慢すること」は美德と考えます。しかし今の若者達は経済的な「我慢」の本当の意味をあまり知りません。それは「上の世代」に手厚く保護されてきたからです。その「保護」や「経済認識」が「若い世代の消費」を支えてきました。しかしその「保護」は、年金額や貯蓄の減少により年々弱体化しています。

そして、いまの若者達の中には所得の増しも見込めません。平成が終わろうとしている時代「上の世代」が順番に消滅し、「下の世代」が「上」へと移行する時期が、よいよ近づいてきます。それは生活すること一杯の家族が急増することを意味します。生活することが「一杯」の世の中、我々ジュエリー業界のターゲットは徹底的に絞られてしまっています。その余剰分も減らされていくので、ジュエリーを扱うお客様が消費するまでにイメーজすると良いのではないのでしょうか。ローンなんて関係なく、欲しいジュエリーを安くお客様はご自分の現場に必ず存在します。ただ極端に少数派といわれるジュエリー業界は、さながら生産コスト低減を目指すとともに、「メイド・イン・ジャパン」の製品に対する高いニーズに応えるべく、山形カシオにおける同シリーズの生産を増やしていく予定。

付いているはずですが、少なくとも少数派の顧客は「大特価セール」の広告が入るような宝石店からはジュエリーを買いません。それと少数派は「ジュエリー」をよく勉強して、自分自身の知識を大きく上回る販売員からしかジュエリーを買いません。挙げればキリがありませんが、それらの要素を潰していくことは、もはや必須なことです。「日本」「家族」「年号」も変わりますから、我々の業界も変わらなければなりません。多くの先輩方から、私のコラムは問題提起だけで答えがないと言われます。私の非力な文章力が、単に不安を煽るだけのコラムと思われてしまっている事を心から申し訳ないと思っています。現場で私を見かけたらいつでもお気軽に声をかけて下さい。メールや新聞社を通じて呼び出して頂いても結構です。いまが重要な局面ですから必要とされるならいつでも説明にお伺いします。出来る範囲となります。

Woody Bell 修理・リフォーム 時計磨きなど 特殊な修理を得意とする ~WOODY BELL~ Woody Bell (ウッディー ベル) 東京都台東区東上野2-10-2第5政木ビル3階 TEL 03-5688-2390 http://woodybell-j.com/ e-mail: woodybell12@gmail.com

OKUSA CORPORATION LTD. Keller Trading 正統代理店 It is in your hand about the top quality of Europe. ヨーロッパの最高品質に包まれる。 マイクロカメラによる高精細撮影サイト trade-art.shop-pro.jp 株式会社大日 TEL:075-212-6840 www.okusa-corp.com

Diamond & Pearl オリジナルジュエリー ☆ 南洋・タヒチ 製品 ☆ ダイヤモンド 製品 ☆ デザイン・加工 株式会社 エステート 〒110-0005 東京都台東区上野5-18-9 TEL.03-3831-2530 FAX.03-3832-3354 URL http://estate2530.p2.weblife.me/

Yasuhisa 信頼と輝きを永遠に Higasa 宝石・貴金属・輸入加工卸 八重洲株式会社 日笠 東京都中央区八重洲2-5-9 TEL.03-3274-3021 FAX.03-3274-3026

宝石の鑑定・鑑別 DGL DIAMOND GRADING LABORATORY ダイヤモンドグレードラボラトリー 東京 TEL.03(3832)2432 FAX.03(3832)2439 名古屋 TEL.052(732)0580 FAX.052(732)0622 大阪 TEL.06(6253)1436 FAX.06(6253)1430 福岡 TEL.092(414)6065 FAX.092(413)7717

募集

NIWAKA



ジュエリーのクオリティを支える 宝石鑑定士(ダイヤモンドグレーダー)を募集いたします。

株式会社 俄の採用情報ページよりご応募ください。 <https://www.niwaka.co.jp/recruit/>

※ご質問などあれば、採用担当 北爪・吉村(saiyou@niwaka.com)までお問い合わせください。