

本紙読者の皆様へ 購読料払い込みのお願い

「THE WATCH&JEWELRY TODAY」のご愛読に感謝申し上げます。本紙は大正15年(1926年)創刊の業界最古の時計・宝飾・眼鏡の専門紙として、業界の健全な発展に資する紙面作りを行なっています。既に購読料(年間定期8,000円)をお払込みいただいております読者の皆様には引き続き購読をお願いするとともに、払い込み手続きをなされていない読者の皆様にはぜひご協力いただきますようお願い申し上げます。

購読料の払い込みは次の口座にお願いします。 口座名: 時計美術宝飾新聞社 振替口座: 東京00190-3-57579 取引銀行: みずほ銀行上野支店普通預金 口座番号: 1030608 時計美術宝飾新聞社

保険のご相談は(株)東時へ 本社: 03-5817-0353 西日本支社: 06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

Quality logo and publisher information for (株)時計美術宝飾新聞社.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and masthead.

(株)廣濟堂 営業ユニット 工程グループ 福田様 吉田様
いつも大変お世話になります。2月15日号(計8枚)です。
ご査収のほど、何とぞよろしくお願いいたします。 日野原 拝 (03-3479-5465 / 080-5184-3738)



GSに続く2つ目の柱として「クレドール」を独立し、強化へ グローバル戦略は順調に推移

セイコーウォッチ(株)は、昨年末の日米貿易摩擦により多少の影響は出たものの、比較的順調に推移。昨年のグローバル戦略としても、国により濃淡はあるが、前年を超える成果を出した。
セイコー全体としては、各ブランドの個性を高めていくとし、昨年12月20日にオープンしたドリームスクエアでは、一般とは異なるブランドの個性を店頭で表現している。
2019年はグローバル戦略に基づき、ブランドセイコーをはじめ、ストーリーを持った新商品を拡充していく。順調に推移しているブランドとしては、グランドセイコー、プロスペックス、アストロノム、プレザージュ、ルキアが挙げられる。
高級ドレスウォッチ「クレドール」は今年4月にブランド誕生45周年を迎えるのを機に、セイコーブランドから独立したポジションとして差別化とブランド刷新を行い、グランドセイコーに続く2つ目の柱として、ラグジュアリーブランド戦略の強化に入る。
クレドールはこれまで数々の名作を世に送り出し、これからはよりドレスウォッチ領域に特化し、「装(そう)の美」を追求することで、華やかで優美な日本の「贅」の美意識をまとったブランドとして、よりそのアイデンティティを際立たせていく。
ラインアップには、18Kゴールドやプラチナなどの貴金属や貴石を使用した

モデルの充実を進めるとともに日本の名工の手による希少性の高い工芸モデルを取り揃え高度な審美眼に応える商品群を構成する。さらに、1年を通じてブランドの世界観を体現する45周年記念モデルを順次発表する。さらに、「国産最高峰のエレガンス・ラグジュアリーブランド」として、45年間蓄積してきた技と叡智を結集し、細部まで贅を尽くした美しい時計づくりを継承することで、身に着ける人の「気品」と「美」を引き出し、人生に一層の豊かさをもたらすブランドを目指すとしている。

萩原 (株) logo and address information.

シチズン時計の次期社長に 佐藤敏彦専務取締役



シチズン時計(株)は、2月13日の取締役会において、新年度の4月1日付で代表取締役社長に、専務取締役の佐藤敏彦氏の就任を決議したことを発表。戸倉敏夫氏は取締役会長に異動する。

人事異動の理由としては、来年度から新体制のもとで「中期経営計画2021」をスタートさせるためとしており、事業環境が急激に変化する中、新中期経営計画により更なるグループ一体運営を推進し、従来のものづくりに留まらず、新たな価値創造に挑戦するとしている。
佐藤氏は、1955年生まれの63歳。1981年に同社入社後、2012年にシチズンファインテックミヨタ(現シチズンファインデバイス(株))代表取締役、2017年4月にシチズン時計マニュファクチャリング(株)代表取締役社長(現職)、同年6月に同社専務取締役、2018年4月に同社専務取締役(現職)を経て、今年4月に社長就任予定と見込まれている。

日本初のグランドセイコー専門店 創業の地・銀座にグランドオープン

2月15日、2017年にセイコーより独立ブランド化した「グランドセイコー」のみを取り扱う日本初の専門店「グランドセイコーブティック銀座」がオープン。世界では、ビバリー



ドセイコーは、独立化と共に商品ラインアップの拡張を図り、ヘリテージコレクションから、レディース、スポーツ、更には数百万円から一千万円以上のマスターピースが揃う。今年度は国内・海外で史上最高の売上実績を達成する見込みだ。
新店舗では独自の世界観を体感でき、ブランドを熟知した専門スタッフが世界中からの顧客を迎える。記者発表会には、イメージキャラクターの女優・天海祐希さんが登場し、「エレガントからカジュアルな装いでもグランドセイコーを身に着けると、気分が高まる」と語った。

シチズン時計(株)は、2月13日に2018年度第3四半期の決算を発表。連結累計期間の連結経営成績は、売上高2477億円(前年同時期比1.4%増)、営業利益207億円(前年同時期比7%増)と増収減益となった。また、経常利益は232億円(前年同時期比1.4%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益は143億円(前年同時期比9.9%増)とそれぞれ増収となった。
CITIZENブランドの国内市場は、「THE CITIZEN」等の高価格帯製品が引き続き堅調であったことに加え、中価格帯製品についても、創業100周年限定商品が好調に推移したほか、「XC」「ATTESA」「PROMASTER」等の主力製品が売上を牽引した。海外市場にお

いては、欧州市場に弱さが見られたものの、北米市場、中国・アジア地域が底堅く推移し、インターネット流通も継続して拡大しており、特に「PROMASTER」や衛星電波時計等の新製品が伸び長。欧州市場は政治不安の高まりが個人消費にも影を落とし減収となった。一方でアジア市場は、足元は減速感への懸念が高まっているものの、期初からの好調な経済



マルチブランドについては、「Frederique Constant」が厳しい市況感等により伸び悩む一方で、「BULOVA」が北米市場で新製品を中心に好調に推移した結果、マルチブランド全体では増収している。
新たに発表された「中期経営計画2021」では、「Innovation for the next」を掲げ、「時代(とき)の変化に敏感となり、シチズンは従来のものづくりに留まらず、今までにない新たな価値創造に挑戦し、持続可能な未来に感動を創る」としている。
目標(2021年度)は、売上高3700億円、営業利益300億円、ROE(当期純利益÷自己資本)8.0%としている。
時計市場の予測としては、中価格帯市場は横ばいもしくは微増、低価格帯を中心としたアナログクォーツ市場は減少傾向、スイス高級品・機械式需要は安定、スマートウォッチ市場は今後も拡大傾向と捉えている。
事業ビジョンとしては、時を通して新たな価値と体験を創造するとして、モノの価値(腕時計の本質的価値、高品質な機能的価値)+コトの価値(感動的な顧客体験、様々なライフスタイル)に注力し、マニュファクチュールの進化やバリューチェーンの革新を進化させる。重点施策に、デジタルマーケティングの推進、製品領域の拡大、シチズンブランドを核にしたマルチブランド戦略の成果発表、製造革新によるムーブメント及び完成品のコスト力強化を掲げた。目標指数(2021年度)としての売上高は1870億円、営業利益170億円としている。

円、営業利益300億円、ROE(当期純利益÷自己資本)8.0%としている。
時計市場の予測としては、中価格帯市場は横ばいもしくは微増、低価格帯を中心としたアナログクォーツ市場は減少傾向、スイス高級品・機械式需要は安定、スマートウォッチ市場は今後も拡大傾向と捉えている。
事業ビジョンとしては、時を通して新たな価値と体験を創造するとして、モノの価値(腕時計の本質的価値、高品質な機能的価値)+コトの価値(感動的な顧客体験、様々なライフスタイル)に注力し、マニュファクチュールの進化やバリューチェーンの革新を進化させる。重点施策に、デジタルマーケティングの推進、製品領域の拡大、シチズンブランドを核にしたマルチブランド戦略の成果発表、製造革新によるムーブメント及び完成品のコスト力強化を掲げた。目標指数(2021年度)としての売上高は1870億円、営業利益170億円としている。

Advertisement for Kuwayama jewelry featuring a ring and the slogan 'Wao 輪王'.

中期経営計画2021を公表
中国を中心に売上伸ばし、マルチブランドは増収
シチズン時計
環境の後押しもあり順調に推移、中国を中心に売上を伸ばした。

Advertisement for Murata Jewelry with the slogan 'We love Jewelry' and contact information.

Advertisement for Kohsai Air Post earrings with the slogan 'ピアスポストの革命!! エアーポスト'.

Advertisement for Lovemark Diamond featuring a woman and the slogan 'LOVEMARK * DIAMOND TWIST COLLECTION'.

Advertisement for Sarine diamond testing technology with the slogan '本当のダイヤモンドの美しさを語りませんか?'.

Advertisement for Lanvin jewelry featuring a ring and the slogan 'LANVIN COLLECTION'.