ブランド誕生30周年記念限定モデル

mizu collection と basic collection

シチズン クロスシー



上品で凛としたデザインに、使いやすい機能を兼ね備えたレディスウオッチブランド「CITIZEN xC」mizu collectionとbasic collectionから、ブランド誕生30周年を記念した限定2モデルが、11月より順次発売される。価格は148,500円と110,000円、共に世界限定1,200本。

2026年にブランド誕生30周年を迎えた「クロスシー」から、白蝶貝文字板とラボグロウン・ダイヤモンドを印象的に使用した30周年記念限定モデルが登場する。

mizu collection（ES9468-60D/写真:右上）は、白蝶貝文字板に氷の結晶をイメージしたエッチングパターンをデザイン。サファイアガラスの中心にラボグロウン・ダイヤモンドをセッティングしたフローレットダイヤの仕様。

basic collection（ES9431-51D）は、繊細なレースのヴェールをモチーフに、白蝶貝文字板にエッチングパターンを施し、ベゼルにラボグロウン・ダイヤモンドをセッティングしたデザイン。

機能面では、両モデルともに定期的な電池交換が不要の光発電エコ・ドライブを搭載するとともに、世界4エリア（日本、中国、ヨーロッパ、アメリカ）の標準電波送信所から送信される電波を受信し、正確な時刻・日付に修正する多局受信型電波時計だ。

時代を超えて女性に寄り添い続けるタイムレスな美しさを宿した新作ウオッチ

LUKIA Grow



セイコー ルキア LUKIA Growから、女性に寄り添い続けるタイムレスな美しさを宿したトノー型と角型ウオッチが10月9日より発売され、注目されている。レギュラーモデル5種と数量限定モデル3種で、価格は63,800円～141,900円、限定本数は600本～700本。

セイコー ルキアの2026年コレクションテーマは「Fruition（実り）」。植物は明るい光に向かってしなやかに成長し、色とりどりの花を咲かせながら、それぞれの実りの時を迎える。

「LUKIA Grow」にも一人ひとりの魅力が花開き、想いが実を結ぶような、穏やかで豊かな時間への願いが込められている。自分らしく人生を歩み、実りを重ねていくそのひとときに寄り添い、応援する。

今回の2026年秋冬コレクションのデザインモチーフとして採用したのは、秋が深まる頃に柔らかな丸みを帯びて色づく「ヒペリカムの実」。「ヒペリカム」は「きらめき」や「幸福」、「穏やか」という花言葉を持ち、色とりどりの実をつける特徴から、花束にさりげない彩りと奥行きを添える存在として親しまれている植物でもある。

花々を引き立てながら、静かな存在感を放つヒペリカムの実のように、身に着ける人の魅力をそっと際立たせるウオッチを目指した、優美な曲線を描くトノー型と、凛とした佇まいの角型の新モデルが話題となっている。

心ときめく「ホリデーパーティー」がテーマの冬限定モデルが登場

wicca



“ときめき”を提案するウオッチブランド「wicca」から、「ホリデーパーティー」をテーマに、きらめきに包まれる冬の特別なシーンを描いた限定モデルが10月8日から発売された。価格は47,300円。

艶やかな白蝶貝の文字板には、きらめくシャンデリアやシャンパングラスをモチーフにしたパターンをデザイン。贅沢に重ねたパールプリントや透明プリントが、見る角度によってさまざまな表情を演出。12時位置のインデックスには、2個のクリスタルガラスをセッティングし、手元をひときわ華やかに彩る。抜け感のあるアラビア数字インデックスを採用し、トレンド感のあるデザインに仕上げた。可愛らしいディテールにもこだわりながら、優れた視認性も兼ね備えている。

機能面では、太陽光や室内の光で充電可能な仕様となっており、定期的な電池交換の必要がない。日常の中で時計が止まる心配がなく、安心して使える。さらに5気圧防水により、雨の日や汗、水仕事などのシーンでも気兼ねなく着用でき、毎日のライフスタイルに寄り添う。

大切な人と過ごす特別な時間に寄り添う限定モデル「DEAR Collection 2026」



大切な人と同じ時を過ごしてほしいという願いを込めたペアコレクション「DEAR - Collection」全4モデルが「シチズン エクシード」、「シチズン アテッサ」、「シチズン クロスシー」の3ブランドから、数量限定で11月5日より発売される。価格は121,000円～187,000円。

2026年のDEAR Collectionは、雪に包まれた森に朝の光が差し込む幻想的な情景をデザインモチーフに採用。深みのあるブルーのグラデーションで表現した文字板には、森や山並みを思わせる繊細なパターンを施し、ラメによるきらめきを加えることで、静かな冬の朝に広がる澄んだ空気感を表現している。

また、インデックスには山頂や木々の間から差し込む光をイメージしたカットパーツを採用するなど、細部までテーマ性を追求。ケースとバンドにはライトシルバーカラーを採用し、神聖な冬の朝の透明感を表現している。

すべてのモデルには、シチズンの基幹技術である光発電エコ・ドライブを搭載しているので、定期的な電池交換が不要。さらに、世界4エリア（日本、中国、ヨーロッパ、北米）で電波を受信し、正確な時刻に自動修正する多局受信型電波時計となっている。

腕時計の新たなる可能性を探る「パワーデザインプロジェクト」より愛らしさがあふれる真のパンダウオッチ発売



セイコーウオッチ㈱は、腕時計の新しい可能性を提案する「パワーデザインプロジェクト」より、パンダらしさを追求した限定モデル2種を、11月7日より発売する。ホワイトダイヤルのモデルは、全世界3,000本の数量限定で、ピンクダイヤルのモデルは、全世界2,000本の数量限定。いずれも価格は83,600円。

白と黒の二色で構成されたダイヤルの腕時計は、その見た目から「パンダウオッチ」の愛称で呼ばれることがある。数多のパンダウオッチが存在する中、本作のデザインを担当した酒井清隆氏は「世の中のパンダウオッチは、実はパンダに似ていないのではないか」と自問。その気づきを出発点に、パンダらしさを構成する要素を研究し、パンダを愛する人々に向けたパンダウオッチを企画した。

セイコーは、1913年、国産初の腕時計「ローレル」を完成させた。その後、創業145周年を迎える歴史の中で、絶え間ない革新と挑戦を続けてきた。

そのセイコーの革新と挑戦の歴史の中で、「パワーデザインプロジェクト」は、セイコーウオッチのデザイナーが主体となって挑戦に取り組んでいるプロジェクトだ。2001年に発足し、2009年まで続いた「パワーデザインプロジェクト」は、2022年に13年ぶりに復活し、現在に至るまで続いている。この試みは、セイコーのウオッチデザイナーが腕時計の楽しさや面白さに様々な観点から光を当て、時計の本質とともに探究し、斬新なアイデアを生み出すことを目的としている。

このプロジェクトの2024年のテーマは、「鉄道時計」や「ダイバーズウオッチ」など、セイコーのヘリテージである「専用腕時計」の新たな提案。各デザイナーの愛してやまないモノ、突き詰めたいと思うモノやコトをモチーフとして、7本の「専用すぎる腕時計」が具現化された。そしてこのたび、その中で最も高い支持を得た1本である「パンダ好き専用腕時計」が商品化された。

セイコータイムラボ「くるみん認定」を取得

セイコータイムラボ㈱（東京都江東区、代表取締役社長：萩原康則）は、次世代育成支援対策推進法に基づく子育てサポート企業としての、厚生労働大臣による認定「くるみん認定（2025年度基準）」を取得した。

くるみん認定は、一般事業主行動計画に定めた目標を達成し、一定の基準を満たした企業を「子育てサポート企業」として厚生労働大臣が認定する制度。2025年4月から認定基準が改正され、仕事と子育ての両立に向けた、より一層の取り組みが求められている。

同社は、グランドセイコー、クレドール、セイコーブランドを中心とした腕時計のアフターサービスを担っている。顧客が大切な時計を長く愛用できるためには、高度な修理技術とサービス品質を次世代へ確実に継承することが不可欠となる。

技術を未来へつなぐ基盤は「人」。社員一人ひとりがライフステージの変化に応じて安心して働き続け、長い時間をかけて技能を磨き、次代へ伝えていけるよう、同社は人づくりと職場環境づくりを一体で進めてきた。今回の認定取得は、こうした仕事と子育ての両立支援に関する取り組みが評価されたもの。



▶技術継承を支える主な取り組み

①育児休業制度の利用促進＝育児と仕事の両立を支援し、安心してキャリアを継続できる環境づくり。成果例：育児休業取得後の復職率100％（2025年度実績）を達成。

②柔軟な働き方への対応＝業務や職種の特性、多様な働き方を支える環境の整備。成果例：セレクティブタイム勤務制度やテレワーク制度を導入し、ライフステージに応じて働き方を選択できる環境を整備している。

③年次有給休暇の取得促進＝社員の心身の充実と継続的な能力発揮を支える休暇取得の推進。成果例：有給休暇取得率82％（2025年度実績）を達成し、社員のリフレッシュと健康維持につながっている。

④長時間労働の削減＝業務効率化や業務量の平準化を進め、働きやすい職場づくりを推進。成果例：月平均残業時間を4時間（2025年度実績）まで削減、年間休日日数は123日程度（2026年度実績）とし、ワークライフバランスの向上を実現している。

⑤多様な人材が活躍できる職場風土の醸成＝性別や年齢に関わらず活躍できる環境づくりや、人材育成・技能継承の仕組みづくりを推進。成果例：新卒入社社員の3年以内離職率0%を維持し、時計修理をはじめとする専門技術・技能の次世代への継承につながっている。

時計修理技能は、日々の実践と長年の経験の積み重ねによって培われる。だからこそ、時計修理技能者をはじめとする社員が、仕事と家庭を両立しながら長く活躍できる環境は、技術継承とサービス品質を支える重要な基盤。

同社は今後も、働きやすさと働きがいの向上に継続して取り組み、社員が専門性を高め、その技能と知識を次世代へつないでいける会社を目指す。人づくり・職場づくりを通じて、持続的な企業成長と、より高いアフターサービス品質の実現に努めていく。

萩原社長は「お客様の大切な時計を長く使用できるようにメンテナンスを行うために、高度な修理技術を持つ人づくりを継続していくことを使命としています。今回の「くるみん認定（2025年度基準）」取得は、社員一人ひとりが安心して働き続けられる環境づくりへの取り組みが評価されたものであり、大変うれしく思います。今後も、仕事と子育ての両立支援をはじめ、多様な人材が長く活躍できる職場づくりを進めてまいります。そして、社員が培った技能と知識を次代へつなぎ、より高いサービス品質と企業価値の向上に努めてまいります。」とコメントを寄せている。

「Orient Star」の誕生75周年を記念しブランドアンバサダーに菅田将暉さんが就任

エプソンジャパン



ウオッチブランド「Orient Star」は、ブランド誕生75周年を記念し、俳優・アーティストとして世界的に活躍する菅田将暉さんをブランドアンバサダーに起用することを発表した。

オリエントスターは1951年の誕生以来、「輝ける星」と呼ばれる機械式時計をつくる想いを掲げ、自社一貫生産による理想の機械式時計づくりを追求し続けてきた。75周年という節目を迎えるにあたり、オリエントスターの魅力をより多くの人に知ってもらいたいという想いから、菅田将暉氏をアンバサダーに迎える。菅田氏は、俳優として数々の作品で幅広い役柄を演じる一方、アーティストとしても活動するなど、ジャンルや既成概念にとらわれることなく、常に新たな表現や自身の可能性を追求し続けている。これまで築いてきたキャリアに留まることなく、新しい価値や表現を生み出していくその姿勢は、オリエントスターが掲げるブランドステートメント「JOY OF DISCOVERY」が表現する、未知との出会いや新たな発見を楽しむ姿勢と深く共鳴するものだ。

また、自身のスタイルを確立しながら、ファッションやカルチャーの領域でも独自の存在感を放つ菅田氏の個性は、伝統的な機械式時計づくりを継承しながら、新たな技術やデザインを取り入れ、進化を続けてきたオリエントスターの姿勢とも重なる。

75周年という節目を機に、菅田氏とともにオリエントスターの魅力やブランドの世界観をより多くの人へ発信していく。

オリエントスターブランドアンバサダー就任にあたり、オリエントスターを象徴するコレクションとして進化を続けてきたスケルトンモデルの歴史と技術を結集した、ブランド誕生75周年を記念するフラッグシップ『オリエントスタースケルトン』と、新しい美の創造を目指して誕生した「Sakigake（先駆け）」デザインプロジェクトの第一弾モデル『スリーハンド』を菅田将暉氏が着用したキービジュアルを公開した。あわせて、撮影のメイキング動画も公開中。

今後は、菅田氏を起用した洗練されたビジュアルや各種コンテンツを通じ、オリエントスターが大切にする時間の価値やブランドの世界観を届けていく。

