明けましておめでとうございます。

2024年 新年 特別号

第1部:Quality2024（カラー版）
第2部:我が社のブランド戦略
各界の年頭所感（一部1月15日に掲載します）

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

THE WATCH & JEWELRY TODAY
ウォッチ&ジュエリー トゥデイ
W&J

●発行所（株）時計美術宝飾新聞社
●編集発行人　藤井正義
〒110-0015 東京都台東区東上野1-26-2
ジュエラーズタウン・オーラム508
TEL(03) 3833-1886 FAX(03) 3833-1717
http://www.e-tkb.com
毎月1日・15日発行
年間購読料8500円／1部450円
振替口座00190-3-57579

Dia Flore
ファンシーカラー　ダイヤモンド
〒104-0045 東京都中央区築地7-5-3 紀文第1ビル6階
Tel 03-5565-3001(代)　http://www.aikei.com/
株式会社 アイ・ケイ

一般社団法人 日本時計協会
会長
佐藤　敏彦

高付加価値の強化

昨年は新型コロナの5類移行後、本来の活動を取り戻すべく、より積極的な取り組みができた一年となりました。

基幹事業のひとつである技術標準化関連では、4年ぶりに対面での国際会議がスイスで開催され、これを契機に主要国スイスとの間ではより緊密なコミュニケーション機会が増えました。国際会議で日本の提案内容をISO規格開発に反映させるための積極的な活動に加え、EU環境規制、米国電池規制などの共通課題については、スイスと協働しながら取り組むことが可能な状況にあります。

次世代育成推進事業では、昨年はコロナ前と同様に入場制限のないかたちで第61回技能五輪全国大会の「時計修理職種」が開催され、参加する若手技能者20名への積極的な指導、支援を実施致しました。また、将来を担う子どもたちに時計への関心・興味を持たせる活動としては、2017年から継続している東北被災地の小中学生を対象にした時計組立教室を開催し、今後の継続開催を強く要望される重要イベントになっております。さらに8月には、「霞が関子ども見学デー」において4年ぶりに2日間にわたって目覚まし時計組立教室を開催することができました。

知的財産権関連では、中国時計協会との間で知財権保護対応に関するオンライン会議を開催し、ECサイトでの改造時計増加の状況や、スイスとの模倣品対策の協力体制構築など、巧妙化、複雑化する侵害状況に関する対応情報を共有し、継続的な協力体制を確認しました。

本年は、技術標準化事業として国際規格制定・改正作業において日本のイニシアチブを継続的に発揮して積極的な提案を行うと同時に、市場の実態に即しつつISO規格と整合性をとるべく準備を進めているJIS規格の改正版についても発行する予定です。

国際交流事業については、昨年対面会議が実現した香港国際会議に続いて、今年はこれまで開催が延期されていたアジア時計商工業促進検討会への参画準備も進めてまいります。

同時に産学共同プログラムや被災地復興支援における時計組立教室の開催などの社会貢献活動にも引き続き積極的に取り組む計画です。

また、持続可能な発展、成長を実現する上で重要な課題となっている「物流2024年問題」については、経済産業省との連携を密にしながら、業界として積極的に取り組んでまいります。

さて、昨年の世界経済は、米国の雇用・所得環境が底堅く堅調さを維持する一方、中国経済はゼロコロナ政策解除後の回復ペースが想定よりも鈍く、先行きの見通せないウクライナ情勢に加え、中東情勢も緊迫化するなどエネルギー供給への影響が懸念されるところとなりました。一方、国内経済においては、個人消費やインバウンド需要の回復により好調に推移しております。

このような内外の経済情勢の中で、我が国の時計産業は、協会統計によりますと、昨年のウオッチ完成品販売は数量では前年比93%となるも、金額で110%と販売単価アップにより前年を上回る見込みです。クロック完成品は前年比数量で80%、金額で88%と厳しい状況が見込まれます。

今後は順調なインバウンド消費を背景に国内経済活動の堅調さが期待される一方、金融引き締めによる米国の内需減速、エネルギー制約や利上げによる欧州経済の成長抑制、中国における不動産の市況低迷による緩慢な消費回復といった懸念材料も想定されます。このような状況下、会員企業各社においては製品の高付加価値化への取り組みをさらに強化させていく必要があります。そのための研究や技術開発、そして熟練技能者の育成を継続するとともに、魅力ある商品を適切かつ効果的に伝えるべく流通やサービスといった顧客接点開発にも積極的に取り組み、より一層ブランド戦略の強化に力を注いでまいります。

一般社団法人 日本時計輸入協会
理事長
佐川　良二

業界の更なる発展のために

昨年5月に新型コロナウィルスが5類に分類され、アフターコロナの一般的な日常が戻ってきたように感じられます。高級時計は消費者から選ばれやすい立ち位置となったことなどから、スイスからの時計輸出額は全世界、対日本ともに過去最高を記録し、百貨店や専門店において、高価格帯の時計への引き合いが強くなる展開となりましたが、ウクライナとロシアの戦争は終わりが見えず、また新たにイスラエルがガザ地区への攻撃を繰り返したことにより世界的な危機は続いており、為替も2023年よりさらに大きく円安に振れ物価も上昇、各ブランドも相次ぐ価格改定を複数回行い、コロナとはまた別の外部要因の影響をさらに大きく受ける一年となりました。輸入時計がより高価なものとなっていく流れの中で、改めてお客様が時計を購入、またはアフターサービスを受ける際に、時計に関する正しい知識を持ち、正しいアドバイスが出来る販売員の存在の重要性は日々高まっていると感じます。当協会で2012年より毎年開催しておりますCWC（ウオッチコーディネーター）資格検定制度は、CWC第12期、上級CWC第7期の試験と認定を行い、コロナ禍での試験において受検回避をされた方が昨年度は多数受験頂いたことにより、現在の会員登録数はCWC資格2658名、上級CWC資格351名と合計3009名となり、3000人を超える皆様に取得頂くことが出来ました。また、本年1月の試験より、試験会場をこれまでの東京・大阪の2都市開催から、新たに福岡でも行うこととなりました。この機会に九州・中国地方で時計販売に携わる皆様にこの資格検定制度にチャレンジしていただければ幸いです。

また、6回目となるIWY（インポート・ウオッチ・オブ・ザ・イヤー）ですが、1月11日に開催予定の当協会ニューイヤーパーティにて表彰式を行う予定です。

恒例となりました6月10日「時の記念日チャリティーオークション」では、昨年も親を亡くされたか親が何等かの事情で働くことのできない子供たちの学びを支援する「あしなが育英会」様に支援金をお贈りすることができ、本年も引き続き実施して参ります。

今回で62冊目となる時計ブランド年鑑2024年版では、毎年各ブランドの哲学やものがたり、代表的なモデルが原寸大で示され、あわせて矢野経済研究所の市場動向と今後の展望や、ジャーナリスト渋谷ヤスヒト氏によるその年の代表的な新作を取り上げてのコラム、経済産業省、東京税関、ユニオン・デ・ファブリカンの知的財産侵害物品対策等の内容を記載し、時計産業／市場に関するご理解をより深め、より広い視野を獲得いただけるものとなっており、一部を全国の警察・税関等に配布することによりご好評を得ており、時計業界のみならず模倣品対策等にもご活用いただいております。

本年は、当協会が業界の健全な発展のために何が出来るだろうかという観点から、新たなプロジェクトもスタートしております。末筆となりますが、皆様のご健勝とご多幸を祈念致しまして、新年のご挨拶とさせて頂きます。

全日本時計宝飾眼鏡小売協同組合
理事長
大西　勝一

お客様とのコミュニケーションを増やしニーズ商品を魅力あるウォンツ商品に

コロナの終息に伴い私たちの社会環境、ビジネス環境も以前とは大きく変化しています。通販、宅配など、巣ごもり需要やリモート会議、ネットの普及など、外に出かけることなしに買物や用事を済ませるという生活様式も定着し、そのような環境も整ってきました。

その半面、地元のお店の大切さも理解し、リアルなコミュニケーションの大切さも実感しました。私たちの商いもその様々な変化の中にあることを認識しなければなりません。私どもの取扱商品にはニーズ商品とウォンツ商品がありますが、必需品的消費の分野であるニーズ商品においてはネット通販やカテゴリーキラーやディスカウンターとの競争ではなかなか厳しいものがあります。その点、選択的消費の分野であるウォンツ商品においてはお客様とのコミュニケーションを増やすことによって売上を伸ばすことが出来ます。この点において、中小零細小売店にとって地域密着のお店にはチャンスの時代とも言えると思います。地元のお店としてお客様をよく知っていることが強みであり、そういうお客様を増やすことがウォンツ商品の販売につながります。例えば宝飾品などは特にそうですが、ニーズ商品の時計や眼鏡などでもウォンツ商品として売る工夫があればウォンツ商品になります。商品とお客様との出会いをいかに多く作るかがポイントなので、そのためのお客様とのコミュニケーションを増やす努力が必要です。

さて、昨年10月からインボイス制度が導入され、中小零細企業にとっては大きな負担となっています。この導入を機に廃業するところも増えてきているようです。国に対して消費税そのものの廃止を訴えていく必要があると感じています。物価高、実質賃金の低下の中、増税以外にも社会保険料の値上げ、国民年金の納付期間の延長、走行距離税導入検討、防衛増税、たばこ増税、森林環境税など国民負担が目白押しです。日本はいつからこんな超重税国家になったのでしょうか。国民の知らないところで負担が増えないように政治を監視しなければならないのでしょうか。

本年、令和6年は甲辰（きのえたつ）と言われ、甲には成長を表す意味があって２０２４年の辰年は、昨年まで努力してきたことが実を結ぶ年と言われています。本年も皆様のご意見やお知恵をいただきながら組合運営へのご協力をお願い申し上げ、ともに前進して参りたいと存じます。

末筆とはなりましたが、業界の皆様の一層のご繁栄とご健勝をご祈念し、年頭の挨拶とさせていただきます。

一般社団法人 日本ジュエリー協会
会長
長堀　慶太

踏み込んだ推進力が重要

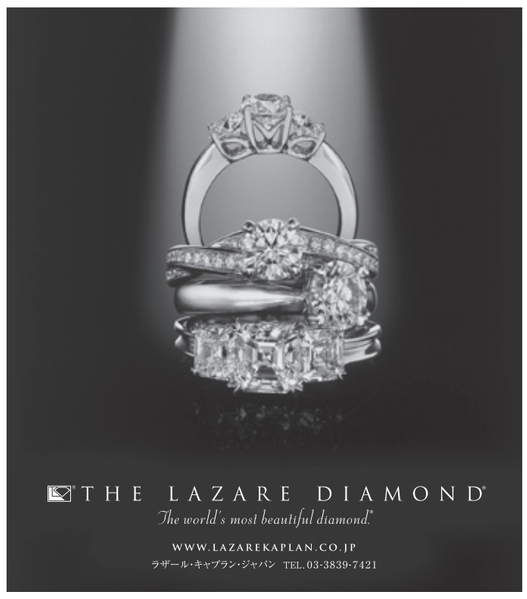
昨年は、新型コロナウイルス感染症が2類から5類に変更になったことで移動制限等もなくなり、4年ぶりに正常な経済活動が行えました。しかしながら、国内市場の環境変化や購買行動の変化に加え、世界経済の先行き不透明感の拡大、さらに、円安等の影響による物価上昇など国内景気に対する懸念材料は多く、ジュエリー業界全体としては、本年も油断のできない状況が続くものと捉えております。

この様な市場環境の中、日本ジュエリー協会としましては、「消費者からの信頼向上と業界の健全な成長」を活動理念とし、引き続き消費者信頼向上策と人材育成策の強化・充実を図ってまいります。また、市場環境の変化および購買行動の変化への対応策としては、従来の支援策に国内外に向けた新たな支援策を加え、業界の健全な成長を支援する活動の強化を図っていきたく考えております。

まず、消費者の信頼向上策として、「お客様クレーム対応マニュアル」等のツール活用による信頼向上策の推進、並びに、人材育成策としてのジュエリーコーディネーター資格者および技能者への支援策の充実により、業界基盤の充実を図っていきます。

さらに、市場環境と購買行動の変化に対応していくために、従来のアコヤ真珠とブライダルダイヤモンドの推進活動に加え、国内活性化策としての「販売DX」の推進と日本のものづくりの良さを「ジャパン・ブランド」として国内外に発信していくことにより、業界活性化に向けた支援策をいかに踏み込んで推進していけるかが重要な課題と捉え、支援策のさらなる強化を図ってまいります。

また、このような活動を業界内のより多くの方々と活動を共に推進していくために、双方向（インタラクティブ）での情報交換も推進し、併せて会員社数増強も図っていきたく考えております。

以上、業界団体としての基本的な考え方からはずれることなく、環境変化には迅速に対応した施策を地道に実行していくことにより、業界活性化に向けた上記施策を確実に推進してまいります。

皆様のご支援ご協力の程、よろしくお願い申し上げます。