昭和21年12月20日第三種郵便物認可・5日・20日発行・購読料1カ年送料共11,000円・一部330円・海外購読料1カ年送料共航空便3万円～3万8千円（地域により異なる）

時計工藝新聞

発行所
㈱時計工藝新聞社
編集発行人　榎本卓生
本社〒135-0044 東京都江東区越中島2-1-30
TEL03－3501－9727
FAX03－6458－8701
振替　00190－2－136947
HPアドレス
http://www.tokei-kougei.com/
Eメール　info@tokei-kougei.com

時計工藝新聞の購読と広告掲載のお申し込みは
☎03-3501-9727

BUCHI
貴金属工芸品・記念品の総合メーカー
株式会社 大淵銀器
本社 〒110-0015 東京都台東区東上野三－一－十三
☎〇三－三八四七－七七一一 FAX三八四三－一三六〇

店頭での売り場づくり実態調査

売り場づくりに期待する効果

販促　集客　目新しさ向上　工夫の楽しみ

50店舗以上を展開する小売企業に在籍の企画社員対象に実施

販促×オペレーションの課題を解決する「販促クラウド SPinno」を提供する㈱SPinno（東京都中央区、松原 秀樹代表取締役CEO）は、50店舗以上を展開する小売企業に在籍し「売り場づくりの企画・実行に関わっている」会社員を対象とし、店頭における売り場づくりに関する実態調査を行った。

（「それ行け！販売促進部調べ」）

◇　◇

■売り場づくりの作業を、半数以上が「週1回」以上行うと回答。店舗で販促物の作成作業を実施する担当者も4割を超える

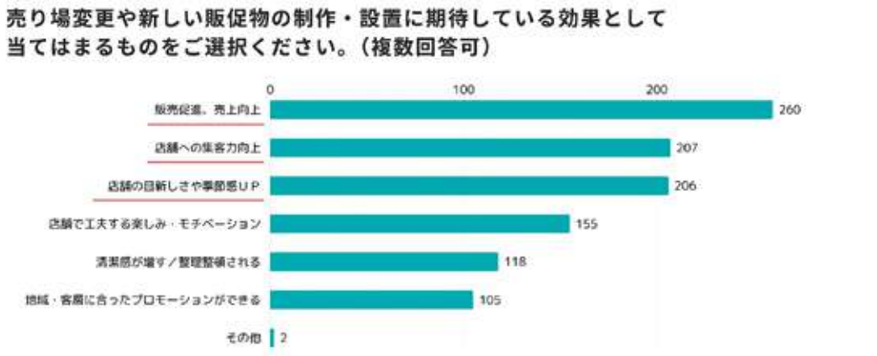
まず、売り場のディスプレイ変更の頻度について、約60％の売り場担当者が「週1回」以上と回答した。

続いて、売り場で使用している販促物を作成する部門を問う質問（複数回答可）では、「マーケティング部門や本部などの管理部門」という回答が57・2％、46・6％が「店舗で作成している」と回答している。

前の設問と照らし合わせると、週1回以上の頻度で売り場への販促物設置・デスプレイ変更作業を行いながら、自身で販促物の作成も行っている売り場担当者が少なくないことがわかる。

■売り場づくりに期待する効果は「販促」「集客」、次いで「目新しさ」と「工夫の楽しみ」

続いて、売り場の変更や新しい販促物の設置について、売り場担当者はどのような効果を期待しているのかという質問では、1位は「販売促進、売上向上」2位は「店舗への集客力向上」、「店舗の目新しさ・季節感UP」「店舗で工夫する楽しみ・モチベーション」が3位、4位に続きました。



販促物の設置に期待している効果は
「販売促進」「集客力」、次いで「目新しさ・季節感」など感覚的な要素

この「販促物に期待する効果」の設問では、小売業の業種によって、順位に差異があった点も興味深い結果と言える。

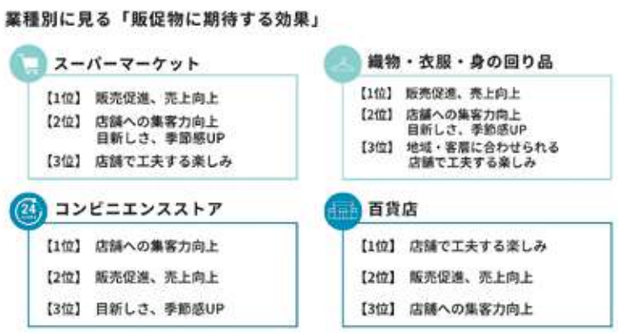
■「販促」「集客」など数値の成果を期待しながらも、課題は「効果測定」。業務工数の圧迫を感じる担当者も多い様子

最後に、売り場づくりにおける課題についての質問では、「売り場づくりによる効果測定が難しい」「営業時間・業務時間内に作業ができない」という回答が上位となった。

前の質問の「期待する効果」に対しては、「販売促進、売上向上」「集客力向上」など数値的な効果に期待を寄せる回答が多かった一方で、効果測定はできていないという矛盾が生じている。

また、冒頭の質問では「週に1回」以上の高い頻度で売り場変更をしていると回答があった中、「作業時間」に課題を感じているという回答が多く、売り場づくりの作業が工数を圧迫している可能性が考えられる。

「効果測定」「作業時間」には多くの企業で課題を感じている



「効果測定は難しい」の声

■調査結果からの考察／まとめ

今回のアンケート結果から、小売系企業の約60％が、【週に1回以上売り場づくりやディスプレイ変更】を行っている中、【営業時間・業務時間内に作業できない】という課題を抱えている担当者が多くいることがわかった。

また、売り場づくりに期待する効果を【販売促進、売上向上】【集客力向上】としながらも【効果測定が難しい】と感じている企業が多く、理想と現実にギャップが生じている。

こうした背景を踏まえると、季節感やトレンドにスピーディに対応できる、柔軟な売り場づくり、販促物の活用度を高めるための工夫も必要となる。

（同調査でいう「売り場づくり」とは、店内外のレイアウト設計・装飾、商品陳列・ディスプレイ、棚割り、催事スペースの企画運用、販促・プロモーションの企画実施などを指す）

主なニュース

バンビ 公式オンラインストアをリニューアル（2面）

㈱バンビが８月１日から公式オンラインストアをリニューアルオープンした。

ビジョンメガネが新作メガネを発売　（3面）

㈱ビジョンメガネは、３０代以上の〝大人の男女〟を対象にした眼鏡ブランド「a.TOKYO（アポイント トーキョー）」の新作２型を８月１６日に発売した。

６月のスイス時計輸出金額は7.2％減少（４面）

スイス時計協会FHはこのほど２０２４年６月スイス時計輸出状況を公表した。総輸出金額２３億スイスフラン（約３９６３億２３００万円）で、２０２３年同月と比べて７．２％の減少。

貴金属地金相場旬報

日付	金	Pt	銀	円相場
8月2日(金)	12,956円	5,170円	154.22円	149.42円
5日(月)	12,522〃	4,976〃	149.27〃	145.65〃
6日(火)	12,491〃	4,856〃	145.31〃	145.02〃
7日(水)	12,290〃	4,823〃	141.79〃	144.75〃
8日(木)	12,383〃	4,871〃	141.24〃	146.05〃
9日(金)	12,702〃	5,000〃	146.74〃	147.54〃
13日(火)	12,939〃	5,008〃	148.94〃	147.28〃
14日(水)	12,888〃	5,003〃	148.17〃	147.05〃
15日(木)	12,821〃	4,928〃	146.96〃	147.28〃
16日(金)	13,007〃	5,127〃	152.90〃	148.95〃

・価格は店頭渡しグラム当たり小売価格（消費税込み）
・外国為替相場は米1ドル（午後5時現在の銀行間、中心相場）
―田中貴金属工業調べ―

「クロスメンタリング」に参加する20人

女性のキャリア開発支援

クロスメンタリング

５社合同で新しい取組を推進

シチズン時計・アデコ・イオン・パナソニック コネクト・ルネサンス

シチズン時計㈱（東京都西東京市、佐藤敏彦社長、以下、「シチズン時計」）は、アデコ㈱（東京都千代田区、平野健二社長、以下、「アデコ」）とイオン㈱（千葉県千葉市、吉田昭夫社長、以下、「イオン」）、パナソニック コネクト㈱（東京都中央区、樋口泰行代表取締役執行役員 プレジデント・CEO、以下、「パナソニック コネクト」）、㈱ルネサンス（東京都墨田区、岡本利治代表取締役社長執行役員、以下、「ルネサンス」）の4社とともに、各社におけるさらなる女性のキャリア開発支援のため、企業横断型の「クロスメンタリング」について、5社合同で推進していく。

■取組の背景

「クロスメンタリング」とは、メンター（支援、助言する人）とメンティー（支援・助言を受ける立場の人）を他企業同士で組み合わせた、企業横断型のキャリア形成支援の取組となる。

昨年度は、2022年度に経済産業省が実施した「企業横断型メンタリングプログラム」をきっかけとし、アデコ、パナソニック コネクト、ルネサンスの3社で実施した。実施後アンケートにおいて、メンティーは一つ上の職位を担うことへの自信の高まりがみられたこと、メンターも企業の枠を超えた人材育成が自身の成長機会に繋がったことなど、このプログラムにおいて期待する効果がみられたことから、今年度はシチズン時計、イオンとともに5社に拡大展開する。7月24日のキックオフより、3回のメンタリング、中間共有会を経て、1月のクロージングまで、約7か月間のプログラムを実施。

山口有希子氏

メンターとメンティーの顔合わせ

■実施目的

・女性のキャリア開発支援
上司ではない他者からのアドバイス、対話から自分を見つける（業務的支援）
自律と長期的なキャリア開発（精神的支援）
・メンター、メンティーの視野の拡大
・各社における次世代リーダーの育成及び女性管理職比率の向上

■実施概要

・参加予定者
メンター（部長クラス以上の女性）、メンティー（課長クラスの女性）各社2名（5社計20名）
・実施期間

■キックオフミーティング実施

7月24日には、クロスメンタリングの参加者が集まり、キックオフミーティングを実施した。5社を代表し、パナソニック コネクト取締役の山口有希子氏より、自身のメンタリング体験などを交えながら参加者へエールが送られた後、メンター・メンティーの顔合わせが行われた。

■シチズン時計コメント【シチズン時計】取締役 人事部担当 宮本佳明氏

当社では、「豊かな未来（とき）をつなぐ」という経営ビジョンのもと、多様性を尊重し、社員一人ひとりがより一層能力を発揮して働ける組織環境をつくることが経営の責務と考え、DEIを推進しています。女性の活躍支援については、現状まだ数の少ない女性の幹部社員同士のネットワーキングを後押しするため、女性幹部社員を対象としたワークショップなどを実施してまいりましたが、今年からこの5社合同メンタリングに参加することによって、参加者がより広い視野と、これからのキャリアを共に励まし合い支え合う心強い仲間を得てくれることを心から願っております。

スケジュール

宝石輸入製造研磨卸
カラーストーンのことなら何でも
原石買付よりカッティングまで一貫体制
研磨・ルースのご相談承ります
MIYUKI
株式会社ミユキ：東京都台東区上野5-16-13 MKビル
☎ 03-3836-4331　FAX 03-3836-3633
メールアドレス：mail@miyukigroup.com

技術と信頼をお届けします
指輪空枠・アクセサリー製造
デザイン・原型・ゴム型・キャスト・
磨き・石留までの一貫生産体制

［定 休 日］　日・祝日、第2・第4土曜日
［営業時間］　9:30～18:00
有限会社 トーヨー精工
〒110-0016　東京都台東区台東3-22-5（イエローテントが目印）
TEL 03-3835-1157　FAX 03-3835-2728
ホームページアドレス　http://www.toyo-seiko.jp/

TRADE MARK T.K.B
高級皮革時計バンド製造
東京バンドKK
東京都墨田区業平1-11-5
電話（3624）4338～9
（3622）6969

AR5054-51E　473,000円（税抜価格 430,000円）
シチズン時計株式会社　https://citizen.jp
至福の着け心地は、
大人たちの時間のために
じっくりとただ静かに、
自分だけの時間を愉しむ大人たちへ。
わずか1.00mmのムーブメントがもたらす
何物にも代えがたい心地よさをその腕に。
Eco-Drive One

CITIZEN

公式オンラインストア リニューアルオープン

バンビ

見やすく使いやすく

㈱バンビ（東京都台東区、舘林秀朗代表取締役社長）が８月１日から公式オンラインストアをリニューアルオープンした。

公式ストアURL:https://www.bambi-online.com/

今回のリニューアルではサイト名を「BAMBI Craft」から「バンビ公式オンラインストア」へ変更、時計バンドやジュエリーなどの取扱商品を増やし、検索導線の見直しや、加工サービス、会員サービスなどの拡充を行った。

■バンビ公式オンラインストアとは

バンビ公式オンラインストアはメンズ、レディース共に豊富なサイズ展開の時計バンドや、日本製の革小物、キャラクタージュエリーなど幅広い商品を取り揃えている。

対象の時計バンドを購入の方にバネ棒&バネ棒はずしをプレゼントしている。

また、レバー加工、穴あけ加工、ラッピングなど各種サービスを用意している。

ネコポス配送を指定すれば、全品送料無料で届ける。

●取り扱い商品

・時計バンド・アップルウォッチ用バンド・革小物・ジュエリー・工具、メンテナンス用品など

■リニューアルポイント

①検索導線の見直し

商品の取扱数増加に伴い、希望の商品が検索しやすいようにカテゴリーを細分化し、サイズや素材、カラー、機能などから検索することができるようにした。

また、複数の条件から絞り込み検索ができる機能を実装したことにより、「時計バンド、20㎜、ブラック、牛革」などの条件で絞り込むことができる。

②配送方法の見直し

従来は全ての商品を同じ配送方法で送っていたが、ネコポス配送（メール便）または宅急便コンパクトから配送方法を選べるようにし、料金も見直した。

●リニューアル前

一律700円（税込み）

注文総額が1万円（税込）以上の場合全国送料無料。

●リニューアル後

・ネコポス配送：全品送料無料

・宅急便コンパクト：合計金額が5000円未満の場合 送料500円（税込み）、5000円以上の場合は送料無料。

③加工サービスの拡充

時計バンドの加工サービスを従来はレバー加工のみを行っていたが、穴あけ加工、フィット管取り付けなどの加工サービスを追加した。

④ポイントの導入

購入金額に応じてポイントを付与し、1ポイント1円でサイト内で利用できる。初回会員登録で500円分のポイントをプレゼントする。

リニューアル記念プレゼントも

■リニューアルオープン記念！ノベルティプレゼントキャンペーンを実施！

バンビ公式オンラインストア（旧バンビクラフト）のリニューアルオープンを記念して、合計金額1万円（税込）以上購入した方に「松阪レザーのトレー」をプレゼントする。

外側は松阪レザー、内側は起毛のベロア素材を使用し、中央に「BAMBI」と「MASTUSAKA LEATHER」の刻印が打たれている。トレーは購入商品と一緒に届ける。

※数量限定のため、無くなり次第終了となる。※1回のご購入金額の合計が1万円（税込）以上を超えた注文が対象となる。

夏のスタイルを彩る新作登場

ピアスとエタニティリング

SHINCAサマーコレクション2024から

㈱今与（京都市中京区、今西信隆代表取締役社長）が製造・販売する、ラボグロウンダイヤモンドジュエリーブランド「SHINCA（シンカ）」は、SHINCA Summer Collection 2024として新作ジュエリーを8月9日から国内直営店（SHINCA 銀座、IMAYO 京都御池店）およびIMAYO公式オンラインブティックで発売している。

「SHINCA」は、160年の歴史ある京都の老舗ジュエラー・IMAYOが手掛ける日本初のラボグロウンダイヤモンドのジュエリーブランド。2018年10月1日の販売開始以来、国内のラボグロウンダイヤモンドジュエリー業界をリードし、えりすぐりの素材と熟練のクラフトマンによって生み出される高品質な製品が支持を獲得してきた。

大地を傷つけることなく生まれるラボグロウンダイヤモンドならではの魅力が詰まったSHINCA Summer Collection 2024では、夏を楽しむアップスタイルのヘアアレンジに映える揺れるピアスと、ノースリーブの手元が華やぐファンシーシェイプのエタニティリングが新たに登場。どちらも程よいボリューム感とともにラボグロウンダイヤモンドならではのピュアな輝きが、氷のようにクリアで涼しげな印象をもたらす。

また、SHINCA Summer Collection 2024に合わせやすいアイテムとして、レギュラーコレクションからエタニティブレスレットを同時展開。シンプルなデザインで、他のブレスレットともレイヤードしやすく、連なる輝きが手元をいっそうエレガントに引き立てる。

左画像（左から）：ラボグロウンダイヤモンド エタニティリング エメラルドカット、ラボグロウンダイヤモンド エタニティリング オーバルカット
右画像（上から）：１．ラボグロウンダイヤモンド ピアス PT, K18YG、２．３．ラボグロウンダイヤモンド ピアス PT

サンレオ
ゴールド&シルバーカップ
製造発売元
ヤマト徽章株式会社
〒113-0001東京都文京区白山1-26-19 TEL03(3814)5171(代表)
URL:http://www.sunleo.gr.jp/yamato

田中貴金属グループ 組織体制再編

2025年1月から

経営の効率化、持続的な成長目的

田中貴金属グループの純粋持株会社であるTANAKAホールディングス㈱（東京都中央区、田中浩一朗社長）は、2025年1月1日付でグループ組織体制の再編を行い、新設する㈱田中貴金属グループを中心とした経営体制に移行する。

グループ組織体制の再編は、グループ企業各社の機能を明確にし、その機能をもとに編成を組み直すことで、さらなる生産性の向上と経営の効率化を進め、持続的な成長、超長期の企業経営を目指して行われるもの。

新体制では、これまでのTANAKAホールディングス㈱が田中貴金属グループ全体の経営管理、指導及び支援を行う体制を変更する。

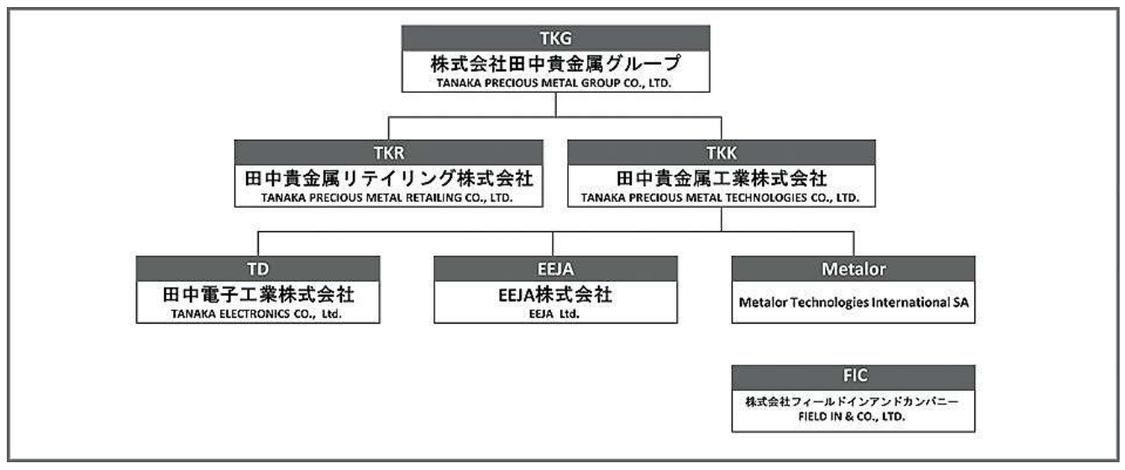
資産管理機能と経営管理機能を分離することで、決裁スピードを向上させ、効率的な経営を進めるために、TANAKAホールディングス㈱を㈱フィールドインアンドカンパニー（持株含む資産管理機能）と㈱田中貴金属グループ（グループ全体の経営管理機能）に分割する。

この㈱田中貴金属グループの下に、貴金属の産業用事業および資産用事業を主たる事業とする「田中貴金属工業㈱」と、田中貴金属ジュエリー㈱から社名変更を行う「田中貴金属リテイリング㈱」を配置する。

産業用事業に関わる田中貴金属工業㈱の100％子会社は従来通り、田中貴金属工業㈱の下に配置される。その他、一部グループ企業の英語社名を変更する。

グループ組織体制と社名変更の詳細は下記のとおり。

【田中貴金属グループ組織体制】



【社名を変更するグループ会社】

① 株式会社田中貴金属グループ（新設/2024年9月30日設立）

日本語社名	株式会社田中貴金属グループ
英語社名	TANAKA PRECIOUS METAL GROUP CO., LTD.

② 田中貴金属工業株式会社

	現状	2025年1月1日～
日本語社名	田中貴金属工業株式会社	田中貴金属工業株式会社
英語社名	TANAKA KIKINZOKU KOGYO K. K.	TANAKA PRECIOUS METAL TECHNOLOGIES CO., LTD.

※英語社名のみ変更

③ 田中貴金属リテイリング株式会社

	現状	2025年1月1日～
日本語社名	田中貴金属ジュエリー株式会社	田中貴金属リテイリング株式会社
英語社名	TANAKA KIKINZOKU JEWELRY K. K.	TANAKA PRECIOUS METAL RETAILING CO., LTD.

※日本語社名、英語社名変更

④ 田中電子工業株式会社

	現状	2025年1月1日～
日本語社名	田中電子工業株式会社	田中電子工業株式会社
英語社名	TANAKA DENSHI KOGYO K. K.	TANAKA ELECTRONICS CO., LTD.

※英語社名のみ変更

⑤ 株式会社フィールドインアンドカンパニー

	現状	2025年1月1日～
日本語社名	TANAKAホールディングス株式会社	株式会社フィールドインアンドカンパニー
英語社名	TANAKA HOLDINGS CO., LTD.	FIELD IN & CO., LTD.

※日本語社名、英語社名変更

貴金属製品の品位証明受付状況

（令和6年7月）

独立行政法人 造幣局
単位：個

地金	種類	対前年度同月受付実績比較 前年度	本年度	前年比(%)	対前年度受付実績累計比較 前年度	本年度	前年比(%)
白金製品	指輪	99	213	215.2%	730	851	116.6%
	ネックレス	8,121	4,893	60.3%	17,284	17,169	99.3%
	ブレスレット	244	1,414	579.5%	2,446	3,141	128.4%
	その他	213	428	200.9%	1,027	1,274	124.1%
	計	8,677	6,948	80.1%	21,487	22,435	104.4%
金製品（WG含む）	指輪	237	197	83.1%	825	698	84.6%
	ネックレス	15,831	14,286	90.2%	53,409	57,877	108.4%
	ブレスレット	4,638	3,900	84.1%	15,419	15,577	101.0%
	その他	2,740	4,347	158.6%	15,049	17,227	114.5%
	計	23,446	22,730	96.9%	84,702	91,379	107.9%
銀製品	指輪	0	0	－	0	5	－
	ネックレス	0	0	－	17	18	105.9%
	ブレスレット	0	0	－	0	0	－
	その他※	2,011	634	31.5%	11,987	9,658	80.6%
	計	2,011	634	31.5%	12,004	9,681	80.6%
コンビ製品	指輪	32	0	－	195	32	16.4%
	ネックレス	0	31	－	38	595	1565.8%
	ブレスレット	0	20	－	10	123	1,230.0%
	その他	0	0	－	0	0	－
	計	32	51	159.4%	243	750	308.6%
合計	指輪	368	410	111.4%	1,750	1,586	90.6%
	ネックレス	23,952	19,210	80.2%	70,748	75,659	106.9%
	ブレスレット	4,882	5,334	109.3%	17,875	18,841	105.4%
	その他	4,964	5,409	109.0%	28,063	28,159	100.3%
	計	34,166	30,363	88.9%	118,436	124,245	104.9%

※銀製品（その他）の詳細

地金	種類	対前年度同月受付実績比較 前年度	本年度	前年比(%)	対前年度受付実績累計比較 前年度	本年度	前年比(%)
銀製品（その他）	メダル	53	69	130.2%	693	548	79.1%
	盃	1,430	125	8.7%	8,623	7,297	84.6%
	バッジ	261	0	－	1,541	469	30.4%
	その他	267	440	164.8%	1,130	1,344	118.9%
	計	2,011	634	31.5%	11,987	9,658	80.6%

TASAKIチャリティープロジェクト

地震被災地域への支援

24年実施分の寄付報告

㈱TASAKIは、2024年3月11日より実施した「TASAKIチャリティープロジェクト〝MAGOKORO JAPAN〟2024」「TASAKIチャリティープロジェクト〝MAGOKORO JAPAN〟for NOTO Peninsula」を通じて販売された対象商品の売上全額を、7月31日付けで2つの対象団体にそれぞれ寄付した。

「TASAKIチャリティープロジェクト〝MAGOKORO JAPAN〟」は、東日本大震災で被災された方々を支援する目的で2011年に発足。複数のハートが寄り添い、愛や絆を表現したデザインのジュエリーを毎年特別に制作し、売上の全額を東日本大震災への復興支援と同時に、平成28年に発生した熊本地震、平成30年の北海道胆振東部地震で被災された地域を支援する活動へ寄付してきた。

今年は、令和6年1月1日に発生した能登半島地震の復興支援を目的とした「TASAKIチャリティープロジェクト〝MAGOKORO JAPAN〟2024 for NOTO Peninsula」を実施した。

今年3月11日から「TASAKI公式サイト｜オンラインストア」で発売された〝MAGOKORO JAPAN〟2024ペンダント、ブレスレット本体価格各2万円（税込価格2万2000円）、〝MAGOKORO JAPAN〟2024 for NOTO Peninsulaブレスレット本体価格2万2000円（税込価格2万4200円）は、購入者自身に寄付先を選定してもらう形で販売し、それぞれ準備数が完売したため、売上全額にあたる合計269万円を2つの団体に寄付した。

内訳は、東日本大震災の孤児遺児の支援を目的とした「公益社団法人3・11震災孤児遺児文化・スポーツ支援機構（3・11塾）」へ192万円、令和6年1月1日に発生した能登半島地震により被災された方々を支援するため、石川県により開設された義援金窓口「石川県令和6年能登半島地震被害義援金」へ77万円の寄付となっている。

yaesu higasa
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
東京都中央区京橋2-1-1
TEL.03-3274-3021
FAX.03-3274-3026

質
宝飾のプロが正確でスピーディーな査定
通常金利1%
業界最安
宝飾品・ブランド品・骨董品・何でもOK。
大口・在庫担保融資可。
ご新規様キャンペーン
利息¥0
1ヶ月間
2回目以降、利息月1%、ご融資100万円以上。
山手線 JR御徒町
日比谷線 仲御徒町
★セブンプラスワン
谷口宝飾グループ
質 セブンプラスワン
お気軽にご相談下さい。 営業時間◆月～金10時～18時
03-3835-0888
東京都台東区台東3-12-8 東京都公安委員会 質屋営業許可番号 第306609803009号

眼鏡・光学器

ユニセックスで使える鯖江産眼鏡の新商品

ビジョンメガネ 新作2型発売

素材や上質感にこだわる30代以上向けの〝ミニマルな〟アイウエア

ガラスの粒子を吹きかけるなど〝光沢を抑える〟加工

㈱ビジョンメガネ（大阪市、安東晃一社長）は、30代以上の〝大人の男女〟を対象にした眼鏡ブランド「a.TOKYO（アポイントトーキョー）」の新作2型を8月16日に発売した。価格は薄型レンズ代込みで、2万4800円（税込）。

新商品は、いまファッショントレンドとして再燃している90年代の「ミニマル」をテーマにデザインされた。フレームの装飾を最小限にする一方、フロント（前枠）やテンプル（ツル）に細かなガラスの粒子を吹き付ける「サンドブラスト加工」や、表面に細い線を無数に刻む「シャーリング加工」などの光沢を抑える加工を施すことで、〝大人のこなれ感〟を表現。

フレームは、オン・オフで使いやすい定番のボストン型（丸みを帯びた逆三角形の形状）と、ボストリントン型（逆台形に丸みを加えた形状）の2型だ。

新商品は、眼鏡の一大産地である「鯖江産」で、職人が1本ずつ丁寧に手仕事で作っている。性別を問わずフィットする絶妙なサイズ感も特徴。

◆マットな質感の〝オールチタン〟素材、ボストン型の「NAO（ナオ）」

ボストン型の「ナオ（NAO）」は、フレーム全体にチタン素材を採用。7・8㌘（レンズを除いた重さ）と軽いため、ストレスフリーで着用できる。

STl（ソリッドチタン）カラーは、フロントに細かなガラスの粒子を吹き付ける「サンドブラスト加工」を施している。表面に微細な凹凸を作ることで光の反射を抑え、落ち着いた輝きで洗練さを表現した。

あえて装飾を加えない華奢でシンプルなデザインは、ビジネスシーンにも使いやすく、柔らかな丸みが大人の落ち着いた印象を演出できる。

カラーは、チャコール、オリーブ、べっ甲を模した柄のブラウンデミ、ビンテージ感のあるソリッドチタンの4色展開。

◆トレンドの透け感を取り入れた、ボスリントン型の「KEI（ケイ）」

ボスリントン型の「ケイ（KEI）」のフロントは、硬質でしなやかなチタン素材のフレームをベースに、滑らかな手触りで透明感のある発色が美しい天然樹脂のアセテート素材を挟むように一体化させた、ユニークなフレームデザイン。

BKH（ブラックハーフ）、BKCL（クリアブラック）、DM（ブラウンデミ）の3色は、チタン素材の表面に、細い線を無数に刻む「シャーリング加工」を施している。光沢を抑えることで、柔らかな輝きで落ち着きある都会的な印象に仕上げた。知的な印象のチタンと、カジュアルな印象のアセテートによる異素材のコントラストが〝ミニマルな装い〟のアクセントに。

イチオシは、フレーム上部がブラック、下部がクリアのグラデーションになった「ブラックハーフ」。トレンドの透け感を取り入れたデザインで、肌との重なりが〝大人のセンシュアル（官能的）〟を演出する。

カラーは、ブラック、クリアブラック、ブラウンデミのほか、くすみカラーのアッシュブルーの全4色をラインアップしている。

販売店舗は、全国97店（◇「ビジョンメガネ」松原店・松原駅前店・ぐみの木店・宝塚店を除く全店（全国15都府県95店舗◇「eveory by（アイボリーバイ）ビジョンメガネ」（埼玉県1店舗、愛知県1店舗）2店舗）。

創業101年の眼鏡総合商社が作った近未来的デザイン眼鏡

こんな眼鏡見たことない!?

㈱ヤブシタ（東京都文京区、藪下昌宏社長）は、「こんな眼鏡見たことない!?創業101年の眼鏡総合商社が作った近未来的デザイン眼鏡」の予約販売を応援購入サイト「Makuake」にて8月8日（木）に開始した。

■開発背景

㈱ヤブシタはアニメや映画のコラボした個性的なデザインの眼鏡を数多く手掛けてきた。今回そこで培ったデザイン、企画力を生かしてオリジナルの眼鏡を作りたいと思い、「Makuake」にて予約を募ることにした。テーマは近未来的で宇宙やSFを連想させるデザインの眼鏡。

■特徴

＊デザイン：メカニカル感とスピード感を出す為、普通のタイプより斜め上のデザインに仕上げた。メカニカル感、スピード感を表現したく飛行機の戦闘機に見る躍動を取り入れて近未来的なデザインに仕上げた。

＊機能：素材にはチタンを使用し、ヨロイ部分には掛け心地を重視したベータチタンを採用。

＊レンズ：ブルーライトカットレンズを標準装備しており、そのまま伊達メガネ、パソコン用眼鏡として使用可能だ。また、近くの眼鏡店に持ち込んでもらうと、度付きにすることが可能。

■リターンについて

1万6500円（税込）：超早割　各色各10

1万7600円（税込）：早割　各色各15

1万8700円（税込）：Makuake割　各色各20

2万2000円（税込）：通常価格　各色各30

■「Makuake」プロジェクトページ

https://www.makuake.com/project/yabushita/

期間：8月8日（木）～9月30日（月）

バッジ・カップ・盾・ペナント・賞
オリジナル製品
銀和徽章
中央区日本橋茅場町2-6-11
TEL（3667）5094～6

子供の目を紫外線から守ろう

世界的メガネブランド初上陸

ポップアップを代官山蔦屋書店で開催

アメリカやヨーロッパを中心にメガネの製造販売を行う㈱LE FOON（本社：台湾台南市、東京支社：東京都新宿区、田島久櫻東京支社代表）が、ファクトリーブランド「LE FOON」の日本上陸初のポップアップストアを8月29日まで代官山蔦屋書店でオープンする。

まだまだ続く夏日。気温上昇だけでなく、それに伴う紫外線も問題。長引く夏で強い紫外線を浴び続けることで、身体に負担をかけ、蓄積による病気のリスクも高まる。目も日焼けして充血や痛みを伴ったりする。

海外では紫外線による目の病気予防として、子供のサングラス着用が義務化されている国もある。オーストラリアの公立小学校ではサングラスの着用を義務化されるなど、子供のサングラス着用は一般的だ。日本では病気に対する意識の低さや文化や礼儀などの理由から、着用率が低い。

「LE FOON」は、目から入る紫外線カット率約99％のUV400子供用サングラスを展開している。子供が見えにくくならないよう薄い色のポリカーボネートレンズを採用、ガラスレンズやプラスチックレンズよりも薄く軽量。ガラスやプラスチックに比べて最大10倍で耐衝撃性にも優れている。活動的な子供のために、メガネの前面フレームとテンプルという耳にかけるパーツを繋ぐ部分が柔軟に広がる構造で壊れにくくなっている。

昔者愚行

2018年2月の回顧メモから

傘一刀

本欄で度々、眼鏡業界の構造的変化を指摘してきたが、とくに小売業界の変化は小規模零細店にとって深刻な状況だ。

小規模零細店の減少傾向は、現時点でもとまらない。日本眼鏡販売店連合会（日眼連）の毎年の総会で、減少に歯止めがかかっていないことを会長があいさつの中で披瀝してきた。

業界の構造変化に対し小規模零細店が独自で対応することはすでに困難な状況になっている。商店街の近くに大型商業施設が出来たり、店の後継人がいなかったり、地域商店街がシャッター通りとなるなど様々理由が挙げられる。

どの団体の総会も会員減少で元気の無さを反映するかのように、昨年の日眼連総会では、それだけ執行部案が優れていたのかは分からないが、まったく質疑が見られなかった。

ただ、最後の閉会あいさつで、坪内副会長が「大変スムースな議事だったが、本当は当会の厳しい予算、厳しいこの時代をどう乗りきっていくかなど、意見質問があってもよかった。（中略）我々は従来の流れでのなかで眼鏡販売をやっていていいのか、改革、施策を考えなければと思う」と述べ、この総会の内容を皮肉るようなあいさつで締めくくったのが印象的だった。

総会はシャンシャンで終わることが執行部の指導力とされた業界の良き時代もあった。そんな時代でも小規模零細店が中心の業界団体ながら、将来と時代に合わせて「改革」を掲げつつ活発な意見交換が行われていた。それが10年前の日眼連、続く推進機構の誕生以来各団体の総会はすっかり静かになり、敢えて言うなら会員減少の危機感ばかりが先行し、建設的な前向きな意見が出にくくなっている、というより諦めの心境かもしれない。

そんな中で眼鏡記者会は毎年開催している新年賀詞交歓会のスローガンに〈業界を揺るがす構造変化、改革推進元年に〉を掲げた。その趣旨は「眼鏡業界は小売店を中心とした流通、技術革新など大きな構造変化が起きている。

業界オピニオンリーダーでもある業界紙誌の集団が、遅まきながら掲げたスローガンは当を得ている。しかし長らく眼鏡業界はフレームやレンズなど、海外から流入により安価になり、価格競争の体力消耗戦は、市場4000億円を切るところまで落ちると、地域に一定の顧客を持つ小規模零細店を狙い撃ちするかのように、中身を食う戦略でシェア争いを展開。結果的に小規模零細店のシェアは10％内外まで落ち込んでいると推測される。

主に団体で構成される眼鏡業界の流通の中でも卸は先に減少を辿り、近年は流通の最前線である小売団体の日眼連が会員減少に連動し、歯止めがかかっていない。業界としてやらなければならない問題は、大半が小規模零細店で組織される業界各団体が行っている。これらの業界組織が機能しているとすれば、眼鏡記者会が掲げた新年のスローガンを重く受け止めるべきである。販売方法や品揃え、接客など、マーケティング部分は重要なことは言うまでもないが市場をどう見るかだ。従来からの市場を超えた新たな視点が重要だ。

個店が独自に対応することは難しいが、幸い業界には組織・団体がある。団体に入らない大手の中にはすでに新市場への模索を始めており、このままでは小規模零細店は減少の一途を辿ることになりかねない。

市場の構造的変化を看過することなく、若手のリーダも育ちつつあり、業界組織を上げて現状の眼鏡市場を超えた視点で取り組んでほしいものである。

眼鏡業界は眼鏡記者会のスローガンを重く受け止めるべき

トキめき☆キラめき

パリ五輪 日本選手初の快挙と感動語録

金20、銀12、銅13日本は海外開催で最多の成績

金メダル20、銀メダル12、銅メダル13……。日本選手団がパリ五輪で獲得したメダル数だ。

金20個はJOCが目指した目標に到達。メダル総数45個、金メダル数ともに海外開催大会では史上最多の大活躍だった。

五輪憲章には「より速く、より高く、より強く」の理念がある。日本選手は死力を尽くして感動のドラマを連日繰り広げ、数々の名言を残した。

女子やり投げで五輪フィールド競技史上初の金メダルを獲得した北口榛花は決勝の一投目に今季自己ベストの65メートル80を投げてトップに立ち、そのまま逃げ切った。「まだ65メートルでは満足できない。選手村に入って夢の中でずっと70メートルを投げていたので悔し部分もある。次はかなえるように頑張りたい」（北口）

4年後のロス五輪での連覇に向けてすでに新たな目標を見つけた。

公式戦負けなしのレスリング女子53キロ級は藤波朱理が初出場のパリ五輪で期待通り金メダル獲得。決勝は第2ピリオド開始わずか37秒でテクニカルスペリオリティ勝ち。連勝記録を137に伸ばした。

「オリンピック最高、レスリング最高。ここまでやってきてよかったです」と喜びを爆発させた。

メダルに届かなかったが夢膨らむ選手もいた。

男子100メートルのサニブラウンは準決勝で自己ベスト9秒96をマーク。しかし100分の3秒及ばずに日本勢92年ぶりの決勝進出を逃した。「（世界との）差は縮まっているが、世界のみなさんもどんどん先を行っているので、少しずつ追いつくだけでは足りないと身にしみて感じた」

ファイナリストへの壁を痛感した。

中距離、長距離で数々の日本記録を持つ田中希実はパリ五輪1500メートル準決勝で3分59秒70。自身3度目の3分台を記録するも、決勝には進めなかった。

それでも、「もう一度、4分を切るということが日本人にも可能だということをこの場を借りて見せることができた」と大きな収穫があった。

最後まで勝負をあきらめない粘り強さにインパクトもあった。

体操団体は5種目を終えて首位・中国に大きく引き離されて2位。最終種目の鉄棒で中国選手に2度の落下があり得点を伸ばせず、最終演技者の橋本大輝が着地までピタリと決めて高得点を獲得。2大会ぶりの金メダルは劇的な大逆転劇だった。

「この4人がいたからこそ最後自信を持って演技することができた」（橋本）

チームワークが奇跡の頂点へと導いた。

スケボー男子ストリート決勝は堀米雄斗が最終試技で大技に成功し、暫定7位から大逆転。金メダル連覇を遂げた。

「1％の可能性を最後まで信じてやったことが実り、すごくうれしい」

パリでは日本初の快挙がまだまだある。オリンピアンが勇気と元気を与えてくれた。

（スポーツライター・三山典央）

スコアアップの近道

プロゴルファー小野寺誠の極意

1970年生まれ、東京都出身。16歳で渡米して江連忠プロと出会い、試合を転戦しながらゴルフ最新理論を学ぶ。96年日本プロテスト合格。多くのプロ、アマを指導し、レッスンが大人気。

フェアウエーもラフもグリーンも夏場は変化

酷暑用の打ち方を学ぼう

酷暑によってゴルフ場がどのように変化しているのか、を知ることもスコアメークに大いに役立ちます。

ゴルフ場の芝も生き物です。プレーヤー同様に暑さには参っています。

この時期は地面が露出すると炎天下によって高熱を蓄えてしまい、根腐れなどコースに大きなダメージを与えてしまうため、ゴルフ場は芝を短く刈ることができません。

また暑さ対策と芝育成のため散水は多くなり、芝の刈り高は長くなります。

シーサイドコースや河川敷コースでは高温でフェアウエーが硬くなってボールが転がることもありますが、一般的に多くのゴルフ場ではフェアウエーもグリーンも柔らかくふかふかなのです。夏場は意外とランを稼げず、冬場と違ってアマチュアは「飛んでいない」とガッカリしたり、「コースが長いな」と感じることもあるでしょう。

ただ、ボールが転がらないのはフェアウエーだけでなく、グリーンも同じです。アマチュアでもグリーンはボールが止まりやすく、ピンを狙うショットでは積極的に狙えるメリットがあります。

夏場はドライバーやセカンドショットでランを期待できずに飛距離をロスすることがありますが、ピンを狙うクラブ選択では、多少大きめの番手でも、ボールが転がらないのでグリーンオーバーを警戒する必要がありません。

またラフの打ち方も〝酷暑〟用があります。

ボールがすっぽりとラフに沈んでいるように見えても、元気な茎に支えられて地面からは浮いているケースがほとんどです。そのためラフだからといって鋭角に打ち込む必要はなく、レベルなインパクトを心がけるだけで、ヘッドの抜けが良くなります。

ちょうど鎌で草を刈る動きと同じであり、レベルなインパクトを迎えることで、芝の抵抗が少なくなるのです。

レベルなインパクトとは、入射角を緩やかにすることです。するとボールへのエネルギー伝達効率が上がり、ショットの成功確率が高まります。

ラフからボールを打った時にはボールの打点もぜひチェックしてほしい。

フェース面に残った芝カスがレベルインパクトの場合は、溝の下から3～5本目を中心にマークがついているはずです。

ラフからでも打点が安定すれば、クラブ本来が持つ適正な弾道が得られ、ショットのクォリティを高めてくれます。同時にフェアウエーからのショットでは打ち出し角が高くなり、ドライバーショットではエネルギー伝達効率がよくなって飛距離アップにもつながります。

この時期は暑さに十分注意してプレーしながら、同時にコース状況をしっかり見抜くことで暑さに負けず、気持ちも前向きになってスコアメークに慌てなくても済むはずです。

時計関連用品総合卸

時計用電池は安心してご使用いただける
電池メーカー純正パッケージをご指名ください

- ムラタ・マクセル各時計用電池販売店
- シチズン・オリエント・リコー純正部品代理店
- ETA社クォーツムーヴメント他各種時計部品
- 国産各種クロックムーブメント
- BERGEON・HOROTEC他 時計宝飾用輸入工具
- 各種万歩計 ユニパック
- 超音波洗浄機、防水試験器、歩度測定器等各種機器
- 銘板材料各種

M. Matsuda & co.Ltd.
株式会社 松田光
本社 〒542-0081 大阪市中央区南船場2-11-20
TEL 06(6252)6661㈹ FAX06(6252)6664
東京支店 〒110-0016 東京都台東区東3-13-7
TEL 03(3831)2509㈹ FAX03(3831)4573

著しい落ち込み

世界へのスイス時計輸出

スイス時計協会　６月の輸出状況公表

６月総輸出金額は前年比７・２％減

今年の上半期では前年比３・３％減に

スイス時計協会FHはこのほど2024年6月スイス時計輸出状況を公表した。

営業日が2日少なかったことや日本を除くアジア市場の大幅な落ち込みの影響を受けて、6月のスイス時計輸出はポジティブにはならなかった。総輸出金額23億スイスフラン（約3963億2300万円）で、2023年同月と比べて7・2%の減少。今年上半期の総輸出金額は、約129億スイスフランに相当し、前年同期間に比べて3・3%の減少となった（スイス時計協会FHスイス時計輸出月別レポートより抜粋）。

6月のスイスから日本へのスイス時計総輸出金額は、約1億7480万スイスフラン（約304億6770万円）で、前年同月よりも13・2%の増加だった。輸出先ランキングでは、中国、香港への輸出が大幅に落ち込んだため、日本がアメリカに続き今年2度目の2位となった。

アジアの主要市場のなかで、中国、香港への輸出が不安定な状況である一方で、日本への輸出は安定的に推移している。

今年上半期における日本への総輸出金額は、9億5520万スイスフラン（約1629億4750万円）で、前年同期間より7・7%の増加となった。

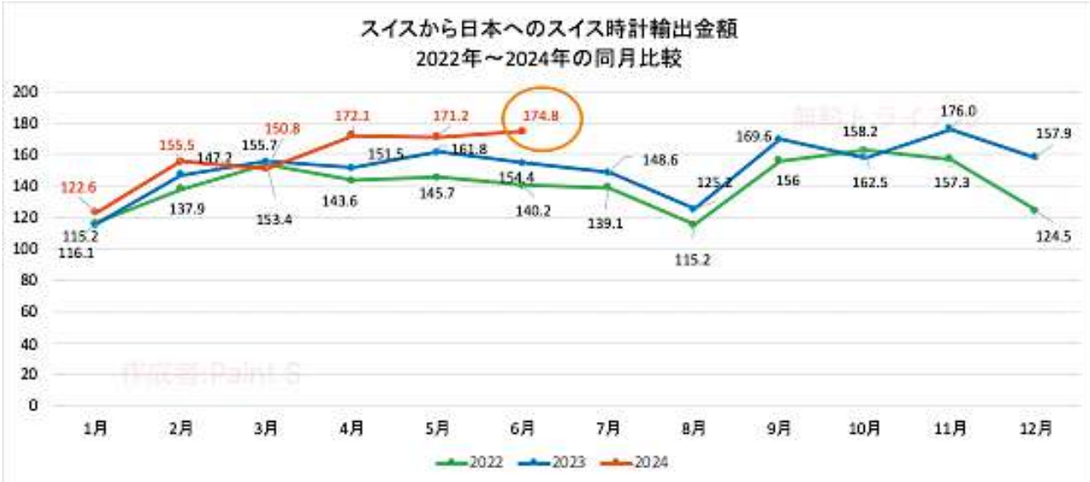
日本へ出荷された腕時計は、金額ベースで約1億6960万スイスフラン（約295億6730万円）、前年よりも15・6%の増加だった。日本へ輸出された数量は4万9371個で、前年同月比4・7%の減少だった。

2024年6月スイス時計輸出		2024/2023
製品	金額（100万フラン）	数量（100万個）
腕時計	2,177.1	1.3
（前年同月比）	（-6.8%）	（-19.1%）
その他	96.7	
（前年同月比）	（-16.5%）	
合計	2,273.8	
（前年同月比）	（-7.2%）	

2024年6月スイス時計輸出先ランキング		2024/2023
市場	金額（100万フラン）	前年同月比
1.アメリカ	376.2	6.5%
2.日本	174.8	13.2%
3.香港	165.9	-23.1%
4.中国	162.8	-36.5%
5.イギリス	155.8	-2.3%
6.シンガポール	141.0	-10.8%
7.フランス	129.2	-0.1%
8.ドイツ	118.8	-5.5%
9.イタリア	110.8	-13.0%
10.アラブ首長国連邦	96.9	-19.6%

日本への輸出は安定

６月は前年比 13.2％増加



キングセイコーから３種の新モデルを発売

美しいカラーダイヤルが特徴

セイコーウオッチ㈱（東京都中央区、内藤昭男代表取締役社長）は、〈キングセイコー〉より、１９６５年に誕生した２代目キングセイコー〝ＫＳＫ〟の洗練されたデザインを受け継ぎ、小径化と約７２時間のパワーリザーブを実現した、美しいカラーダイヤルのレギュラーモデル３種を９月７日（土）に発売する。希望小売価格は２４万２０００円（税込）。

《商品特徴》

◆ケース径36・1㎜のコンパクトで精悍なケース

2022年のブランド復活から続く〝KSK〟シリーズに、シンプルな3針ダイヤルの3モデルが登場する。ケースサイズは、キングセイコーの現行モデルで最小となる36・1㎜です。鏡面とヘアラインに磨き分けることで、コンパクトでありながら、〝KSK〟シリーズの特徴である稜線の際立つシャープなケースに仕上げた。

◆アイビールックが彷彿としてよみがえるカラーダイヤル

1950年代のアメリカ東海岸に端を発し、キングセイコーが誕生した60年代に日本でも独自の発展を遂げたアイビールック。そのアイビールックを彩ったレジメンタルタイのアクセントカラーであるアイビーグリーン、オックスフォードシャツの象徴的なカラーであるサックスブルー、そして、アイビールックを個性的に際立たせるラガーシャツやスウィングトップなどで好まれたバーガンディ、の計3色をラインアップした。

ケースサイズは最小の 36.1㎜とコンパクト

さらに、アイビーグリーンとバーガンディの2モデルには、ゴールドの秒針を採用し、腕元にトラッドな印象を添えている。また、時分針とインデックスには、ダイヤルカラーに調和するエイジングカラーのルミブライトを施した。それに対して、サックスブルーのモデルは、時分針のルミブライトに白を採用し、爽やかさの中にも気品が漂う配色。

メタルブレスレットには、ダブルレバー式の簡易着脱レバーを採用した。高級感と腕への心地よいフィット感、レザーストラップへの交換のしやすさなどを合わせ持ったブレスレットだ。別売りの10種類のレザーストラップと組み合わせることで、コーディネートの幅が大きく広がる。

◆3日間のパワーリザーブを備えるムーブメントを搭載

本作には、メカニカルムーブメント キャリバー6R51を搭載し、パワーリザーブ3日間（約72時間）を実現した。最大に巻き上げた状態で金曜日に外し、週末に着用せずとも翌月曜日にそのまま使用可能だ。

《商品仕様》

〈キングセイコー〉
KSK キャリバー 6R51モデル
品番
SDKS027,SDKS029,SDKS031
ケース・ブレスレット：ステンレススチール
ガラス：ボックス型サファイアガラス（内面無反射コーティング）
防水性能：日常生活用強化防水（10気圧）
ケースサイズ：［外径］36・1㎜（りゅうず含まず）、［厚さ］11・6㎜

シチズン プロマスター　ブランド誕生35周年記念

新開発の光発電エコ・ドライブ コンビネーションウオッチ

シチズン時計㈱（東京都西東京市、佐藤敏彦社長）は、プロフェッショナルスポーツウオッチとしての高い性能に加え、「想像力」という価値を提案する『シチズン プロマスター』から、ブランド誕生35周年を記念した限定モデルの第3弾として、エコ・ドライブ※1コンビネーションウオッチから35周年記念限定モデル【希望小売価格15万4000円（税込）世界限定5900本】を10月10日に発売する。

※価格、発売時期は予定。

ブランド誕生35周年記念限定モデルの第3弾は、新開発のCal.U822を搭載した、アナログとデジタルのエコ・ドライブ コンビネーションウオッチ。ブラックやモノトーンを基調にし、精悍なデザインを採用した35周年記念の限定仕様だ。ジャングルをデザインテーマとして、ダイヤルやベゼルにはカモフラージュ柄をアクセントに取り入れ、自然の中で生きる生命力を表現した。野生的で力強い印象を与えるデザインは、アウトドアやスポーツシーンにもマッチする。また、付属の替えバンドにも同様の柄を施している。本モデルは従来のセグメント液晶からMIP液晶（Memory In Pixel：メモリーインピクセル）にアップデート。時刻や日付などの表示が従来よりも高精細になり、視認性や表現力が向上した。また、屋外での読み取りやすさも今回のMIP液晶の特長。複数のエリアや任意の曜日での設定が可能なアラームなど機能面もアップデートした。また、エコ・ドライブによる発電量を可視化したライトレベル インディケーター※2機能の視認性向上と最大一週間の発電履歴の確認が可能になった。デジタル部で発電状況をわかりやすく表示し、充電忘れの心配なく使用できる。裏ぶたに35周年限定ロゴを刻印している。

※1 エコ・ドライブ：定期的な電池交換不要の光発電時計で、シチズン独自の技術。

※2 ライトレベル インディケーター：シチズンの基幹技術である光発電エコ・ドライブならではの機能で、文字板にあたる光による発電量を表示する機能。角度や場所が変わることによる発電量の違いがわかり快適な充電環境選びの目安を知ることができる。

■商品仕様
商品番号
JV1008-63 E
ケース／バンド：ステンレス（めっき／グレー色）／替えバンド（ポリエステル）
ガラス：サファイアガラス（無反射コーティング）
ケース径／厚み：43・9㎜／14・0㎜（設計値）
電量表示機能／サマータイム機能／LED
◇夜光（針＋インデックス）◇20気圧防水◇簡易方位計つき回転リング◇文字板部品：一部再生素材◇1種耐磁時計◇替えバンド付

The CITIZEN限定モデル

ブルーダイヤルに差し込む光が凛とした表情

8月8日に発売

シチズン時計㈱（東京都西東京市、佐藤敏彦代表取締役）は、8月8日（木）にザ・シチズンの限定モデルを発売した。

■透明感のあるブライトブルーのダイヤル

年差±5秒という卓越した精度を誇る、Cal.A060を搭載する当該モデルは、見る角度により浮かび上がるパターンを施した、透明感あふれるブライトブルーのダイヤルが印象的である。

ダイヤルに配した『ザ・シチズン』のシンボルであるイーグルが、光輝く空を雄大に飛翔するような凛とした印象の限定モデルだ。

■軽く、耐傷性に優れたスーパーチタニウムTMケース&ブレスレット

表面加工技術「デュラテクトプラチナ」を施したスーパーチタニウムTMケース&ブレスレットは軽く、耐傷性に優れるだけでなく、透明感のある色調が特長。艶のあるダイヤルのブルーが引き立っている。

■年差±5秒の高精度光発電エコ・ドライブムーブメントを搭載

高精度年差±5秒のエコ・ドライブムーブメントを搭載し、定期的な電池交換が不要。

さらに、0時ジャストカレンダー更新機能やパーペチュアルカレンダーを備えている。

WATCH.SWISS

日本・スイス国交樹立160周年記念イベント開催

8月27日まで東京・日本橋で

昨年に引きつづき、東京・日本橋で開催される「第２７回三越ワールドウォッチフェア」で『WATCH.SWISS（ウォッチ・ドット・スイス）』が３つのテーマで再登場する。

スイス時計の世界に没入して、知識を深めることができる体験型エキシビションのほか、日本・スイス国交１６０周年を記念する【「Imagine Switzerland」- 時 計がつなぐ日本とスイス】パネル展では、来日したスイス政府使節団の活躍と、時計の新たな市場開拓のきっかけとなった 当時の時計産業の歴史を学び、現代にいたるまでの両国の友好の軌跡をご覧できる。

さらに、スイス時計産業の聖地を巡る旅〝スイス・ウォッチ・ツアー〟のコーナーでは、スイスでしか体験できない時計の旅の見どころを旅行パンフレットとともにご紹介する。

【WATCH.SWISS 概要】
期間：８月２７日まで
午前１０時～午後７時
会場：日本橋三越本店本館６階ウォッチギャラリー
「第２７回 三越ワールドウォッチフェア」
URL：https://www.mistore.jp/shopping/event/nihombashi_e/world_watch_50
東京都中央区日本橋室町１－４－１

社史　企業史　記念誌　自分史　写真集　小説
本の出版をしませんか
Let's make a book
あなたの本作りをお手伝いします。
経験豊かな編集者、デザイナーが相談に乗り、
大事な作品を一冊の本に仕上げます。
どうぞお気軽にお問い合わせください。
時計工藝新聞社　TEL. 03-3501-9727　FAX. 03-6458-8701