

シチズングループの価値創造プロセス — 「マニュファクチャール」

01

企画から開発・製造に至るまでを自社一貫で行う、シチズンの“マニュファクチャール”

マニュファクチャールとは、自社一貫製造が可能なメーカーを指す言葉であり、シチズンは、時計製造における真の“マニュファクチャール”であるといえます。

ここでは、2014年に販売された『エコ・ドライブ サテライト ウェーブ F100』を例に、そのプロセスをご紹介します。マニュファクチャールだからこそ、お客さまのニーズの先にある可能性を追求し、実現することができるのです。

研究・開発

RESEARCH & DEVELOPMENT

価値創造の起点。研究・開発の役割

シチズンは創業以来、機械式時計からクォーツ時計、光発電技術、さらに電波時計の普及と、時計の世界では時代とともに常に新しい技術を生み出してきました。

シチズン時計では、1976年に世界初のアナログ式太陽光発電時計を発売。1993年には世界初の多局受信型電波時計を発売するなど、最先端の技術を開発し続け、2011年光発電時計として世界初の衛星電波時計『エコ・ドライブサテライトウェーブ』を開発しました。

人工衛星の時刻情報を使う構想は、2007年より本格的に着手し、独自技術である光発電エコ・ドライブで実現することができました。その原点となるのが、シチズングループの研究・開発部門です。

スピードを突き詰めた『F100』

『エコ・ドライブ サテライト ウェーブ』は、数秒で時刻の受信を可能にする衛星電波時計でしたが、『F100』ではさらに受信時間を縮め、世界最速※“最短3秒”での受信を実現しました。

このムーブメントは、担当者が4年の歳月をかけ開発した、飽くなき探求心が実現させた商品です。

開発担当者たちは、「未来に対する強い意志をカタチにする。」という想いのもと、今後も研究を続け、新たな価値の創出を目指していきます。

※ アナログ式光発電衛星電波時計として。2014年6月現在、当社調べ。





Eco-Drive SATELLITE WAVE F100 ▲

デザイン

DESIGN

シチズンブランドを伝えるデザイン

『F100』が目指す姿は、日常生活に溶け込む衛星電波時計です。そのためには、コンセプトであるスピード感や衛星電波時計らしさを表現しつつも、日常使いに適したデザインを求めました。

『F100』のデザインは宇宙とつながるそのスピード感を、人工衛星からインスピレーションを受けて表現しています。一見シンプルながら、デザインの中に『F100』のコンセプトや世界観が凝縮されています。

実際に使うことで、デザイン面でのさまざまな魅力も感じることができるようになっていて、この時計を通じて、シチズンのデザインに挑戦する姿勢を感じていただければという、デザイナーの想いが込められています。



デザイン性を実現する加工技術

デザイン面でのコンセプトを実現するために、さまざまな加工技術が駆使されています。中でも、チタニウムケース側面のエッジは、腕を動かすごとに光が当たり、光の流線が走る工夫が施されています。このような加工ができるのは、シチズンが世界に誇るチタニウム加工技術を持っているからです。

シチズングループの価値創造プロセス — 「マニュファクチャール」

02

全ての部品、全ての工程の細部にまでこだわる、
想いを形にする生産技術

腕時計は、多くの部品で構成されています。シチズンはその部品一つひとつを自社で製造し、細部にまでこだわっています。また、部品を製造する機械も自社内で開発・製造できることが、企業価値の一つであり、高品質な時計製造を可能にしているのです。

シチズンが真のマニュファクチャールであることが、お客さまに選んでいただける理由だと考えています。

製造

金型製造の極み

腕時計を組み立てる上で、なくてはならない基盤となる地板。この地板の上にさまざまな部品が載せられ腕時計が完成します。全ての基礎となる地板の金型製造には、精密さが求められます。例えば、機械加工された状態の金型は、そのままでは使用することはできません。熟練の技術者がミクロン単位の微小な調整を行い、指の感覚で削り精度を高めていきます。

腕時計を分解した時にのみ見ることができる部分でさえ、妥協を許さず磨いています。40年もの間、腕時計の土台となる地板の金型を製造してきた職人の技がものづくりの原点であり、それがシチズンの強みなのです。



自社製装置による部品製造

腕時計には、とても多くの歯車や部品が使われています。針に動力を伝達する歯車は、プレス、切削、歯割、熱処理、表面処理、アッセンブリーなどの金属加工が必要です。シチズン時計グループでは、このための自動旋盤による精密切削加工技術で高い品質と生産性を実現しています。

自社の旋盤技術は1937年に始まり、時計製造に必要な部品製造を担当する工作機械部門として独立。1961年には外販用機械製造販売を開始しました。

自動車や医療機器・通信機器などの工業製品は、この工作機械があつて初めて部品が作られ、製品となります。現在はシチズンマシナリーとして世界のものづくりをリードしています。





MANUFACTURE

世界トップレベルの生産力

毎年さまざまな腕時計が開発されますが、その種類に合わせて、製造ラインが必要になります。

新しい腕時計の図面が完成すると、その図面をもとに、製造を可能にする生産ラインを設計します。さらに、製造の省力化には供給装置がとて重要です。形が複雑で細かい部品の全てが正しい向きで次工程に送られなければ、自動組立は実現できません。組立だけでなく、並べて供給することも難しく重要な工程です。そのための部品供給装置もシチズンの独自技術が活かされています。

世界への部品供給を可能にする生産力の源がここにあります。

仕上げを担う、マイスター

高級時計の組立は非常に繊細な作業であり、卓越した技能が求められます。時計製造の最終工程である完成品組立てでは、マイスターと呼ばれる高度な技術を持つ熟練の技術者が、組み立ての最も難しいとされる針付けを行っています。わずかな力加減で針が反ってしまう繊細な作業では、全神経を目と指先に集中し、実際に手に取っていただくお客さまがいることを意識して、取り組んでいます。

自動組立と熟練の手業が融合して、シチズンの高機能・高性能な時計は創り出されているのです。



シチズングループの価値創造プロセス — 「マニファクチャール」

03

お客さまに寄り添い応えていくこと、
ブランド戦略の真価が問われる

お客さまとの直接接点の場所である販売の現場では、販売員一人ひとりがシチズンブランドの伝道師となります。シチズン時計では、「BETTER STARTS NOW」のブランドステートメントのもと、世界中の販売店のデザインコンセプトを統一して展開することで、シチズンブランドに対する従業員の意識の統一を図っています。さらに、販売後もお客さまの声を聞き応えていくことが、シチズンブランドだと考えています。

|| 販売・アフターフォロー

NYタイムズスクエアにアメリカ初の旗艦店をオープン

2014年11月、シチズン時計にとって米国初となる旗艦店がニューヨークのタイムズスクエアにオープンしました。

タイムズスクエアは、年間数千万の人々が世界中から集まる場所であり、そこに新店を出すということは、多くのお客さまにシチズンブランドを伝えるだけでなく、従業員のブランドに対するプライドを高めるためにも重要な意義があります。

日本文化を感じさせる建材やインテリアを各所にしつらえた店内では、8カ国語に対応できるスタッフがご案内します。また、デジタルタブレット端末を使いインタラクティブなコミュニケーションを行うなど、商品の展示は勿論のこと、ブランドの魅力の全てを見せることができるように

なったことで、今まで以上に、多くのお客さまにシチズン製品の良さを伝えることができるようになりました。

2008年より推し進めてきたグローバルブランド戦略により、現在までに世界で100店舗近くの旗艦店がオープンしました。シチズンブランドの世界観を伝えていく上での重要な情報発信拠点の役割を担うこの旗艦店から、オンライン、店舗、その他の機会を通じてお客さまに直接語りかけ、シチズンの存在感を発信していきたいと思えます。





SERVICE

従業員一人ひとりがブランドの担い手

お客さまと接する販売員は、シチズンのブランディングにとって大きな役割を担っています。私たちが目指す高付加価値サービスとは、お客さまに寄り添い、機能の紹介や購買後のメンテナンス方法のご案内などにより、販売段階で感動していただくことです。そのため、Citizen Watch Company of America, Inc. (COA)では、販売員のトレーニングを年2回のセールスマーケティングで行っています。また、部門ごと、地域ごとの小会議において、ブランディング・新商品・販売方針についての詳細説明を、時間をかけて行っています。これらの情報はデジタルキャンペーンブックの形でも提供され、販売員は専用タブレットで常に閲覧することが可能です。



サービスセンターの役割

COAのアフターサービスセンターには、1日1,500件を超えるお問い合わせがあります。関係部門との密な連携体制と強力な内部管理システムを構築し、その全てに迅速なフィードバックと修理対応を行っています。お客さまにご満足していただけるサービスを提供する体制が整っていることが、他社にはない強みです。さらには、お客さまにリピーターになっていただけるように高次元のサービスを提供することが、最も重要な使命だと認識しています。また、そこで働く従業員には、高度な知識だけでなく、お客さまを思う気持ちと、世界的な視野を持つことが必要であり、グローバルブランドとしてのシチズンを体現しています。

