

時計事業

オンラインのメディア・流通戦略をグローバルに展開

今後、新型コロナウイルスをきっかけに、グローバルで市場環境や消費者のライフスタイルが大きく変化していくことが予想されます。当社の時計事業は、“G-SHOCK”という強いブランドを持っています。その強みを活かしアフターコロナに対応した事業構造へと変革を加速させていきます。

これまで当社の時計事業は、商品を軸に、店頭で販売を行い、広告・PRを通じてプロモーション活動を実施してきました。しかし、アフターコロナの社会ではデジタル化が急速に進み、それに対応した時計事業へと仕組みを変えていく必要があります。

これからは、ユーザーコミュニケーションを軸とした商品開発・プロモーション活動・販売へと、マーケティングの仕組みそのものを一新していきます。

メーカーからの一方的なコミュニケーションではなく、ユーザーとの双方向のコミュニケーションを築くことで、当社独自の

体験やサービスを提供し、ユーザーとともにブランドが創られていると感じてもらえるユーザーコミュニケーションに取り組んでいきます。

“G-SHOCK”では、ブランドの強みを活かしながら、“G-SHOCK”ファンとの絆を深めます。各地域・国のユーザーとの関わりをより深めるため、それぞれの文化やライフスタイルに合わせたローカルごとのカスタマイズ商品やコラボレーションモデルなどの展開も進めます。

また、プロモーション、販売流通においては、リアルイベントの開催や店舗での販促といった従来の集客型マーケティングと、独自の体験やサービスを伝えるSNSでのコミュニケーション、デジタルコミュニケーションとシンクロしたECサイトの強化を図っていきます。

既に中国では、ユーザーとのダイレクトコミュニケーションを



中国での七夕向けペアウォッチ (“G-SHOCK”と“BABY-G”)



天猫スーパーブランドデイ

軸とした商品展開、プロモーション、オンライン・オフライン両輪での店舗運営を実施することで、“G-SHOCK”を中心に時計事業を大幅に拡大しています。

具体的には、中国の若者をメインターゲットとして、彼らに刺さる商品展開、プロモーション、流通戦略を組み立て、データマーケティングに基づいたターゲティング精度を向上させることで、ブランディングから実販までを目的として効率的なコミュニケーションを行っています。商品展開では、干支に合わせた新年モデルや、七夕でのペアウオッチ提案、若者文化と食文化を掛け合わせた商品企画と連動したカルチャー発信イベントを行うなど、中国の若者の嗜好にマッチする施策を実施することで、新たなファンを生み出すことに成功しました。

さらに、急激な成長を遂げている大手ECサイトを、単なるEC

サイトではなく巨大メディアと捉え、最大手の天猫(Tmall)などは販促プロモーションだけでなく、オフラインへも好影響を与えるブランドコミュニケーションの場としても活用しています。

今年5月9日に実施した天猫スーパーブランドデイでは、新商品の発表会をオンラインで実施したところ、天猫内での腕時計ブランド部門の取引額で過去最高の記録を更新するなど、好調な実績をおさめました。また、従来は若い男性中心だったユーザー層が、“BABY-G”などで女性にも拡大しており、引き続き時計事業全体を牽引する成長市場と位置付けています。

当社は、次なる未来に向けてユーザーコミュニケーションを軸に当社の時計ブランドならではの価値、体験、サービスを提供できるようマーケティング改革に取り組み、時計事業の継続的な成長拡大を図ってまいります。

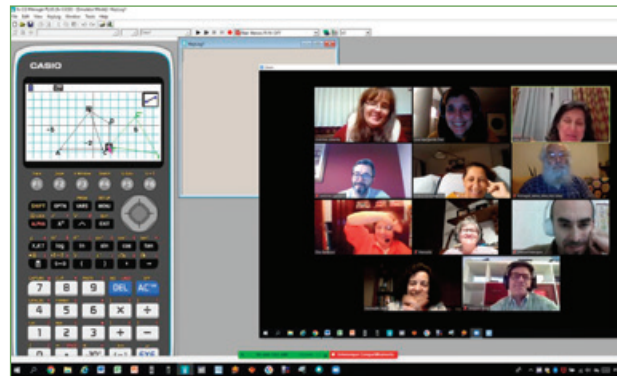
教育関数事業

教育のオンライン化をチャンスにかえて教育関数事業を拡大

新型コロナウイルス感染拡大防止のため全世界で休校措置がとられたことで、オンライン授業が一気に普及しました。当社の関数電卓は世界中の教師や生徒に使用されており、強い事業基盤を確立しています。教育関数事業では、アフターコロナで急速に拡大する教育のオンライン化に備え、ハードウェアに加えて、WEBアプリといったソフトウェアでの事業拡大を加速していきます。

これまで当社は、GAKUHANと呼ばれる関数電卓の啓蒙活動を世界各国で行ってきました。各国の教育関係者や教師へ数学授業での関数電卓の活用を働きかけ、カリキュラムや授業に当社の関数電卓を組み込んでもらうことで、毎年新入生が関数電卓を購入してくれる安定したビジネスモデルを築いています。

授業の必需品であることから、教育関数事業はコロナの影響を受けにくい事業構造であり、またアフターコロナのオンライン授業の加速を新たなビジネスチャンスと捉え、ソフトウェアとWEBアプリの展開を拡大し、関数電卓の需要拡大に取り組んでまいります。

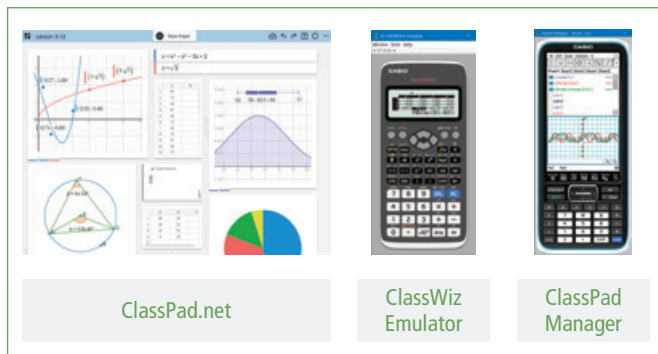


数学教師へのオンライントレーニングの様子

4月には、教師向けにパソコンやタブレット上で関数電卓の動作を再現でき、オンライン授業に最適な関数電卓ソフトウェアの無償提供を開始しました。これにより、教師がソフトウェアで見た画面や描画したデータを見ながら、生徒が手で実際に操作するオンライン授業を定着させることで、ハードウェアの新規需要開拓につながります。

さらに、電子試験や電子教科書への対応として、関数電卓の開発で培った計算技術を応用した試験モジュールや数学学習ツールを試験運営会社や電子教科書の出版社に向けて販売もしています。既にアメリカの出版社に導入されており、今後も北米や欧州、さらにGIGAスクール構想が進む国内においても拡大していきます。

これまで当社が培ってきた資産やノウハウを活用しながら、アフターコロナの教育環境変化に対応したソリューションを提供し、教育事業の成長を目指してまいります。



ClassPad.net

ClassWiz Emulator

ClassPad Manager

アシックスとランナー向け統合サービスを提供

アフターコロナの世界では、これまで以上に人々の健康への意識が高まります。この需要を捉え、人々の健康や社会の活力を創造するべく、専任組織「スポーツ健康インキュベーションセンター」を立ち上げ、国内最大手のスポーツ用品メーカーである株式会社アシックスとの共創を強力に推し進めます。

当社は、機能性、デザイン性に優れたウェアラブルデバイスの開発や、人に関わるさまざまな情報を集積し、可視化するセンシング技術を強みとしています。

一方、アシックスはランナーの特徴を科学的に捉え、「目指すランナー」へのランニング能力向上をサポートするスポーツ

工学の知見と技術を有しています。

両社の強みを掛け合わせ、全てのランナーに向けて、成長を促し、楽しみ・出会いを提供する統合サービスを2020年度内にスタートさせます。リストデバイスやモーショントラッカーなどを開発するとともに、アプリを通じてあらゆる情報を集約し、ビッグデータ化。AIによりそれらのデータを解析します。各々のユーザーに最適なランニングフォームを提案するパーソナルコーチングなど、ハードウェアとソフトウェアとコミュニティの3つが揃った今までにないプラットフォームを構築してまいります。

