

2012年は、『パラジウム元年』

Something New 次なる素材の一押し素材

昨年末にジョンソン・マッセイ社が発表した『2011年の世界のパラジウム需要』によると、中国、欧州、北米などのパラジウム需要が減少している中、日本ジュエリー産業のパラジウム需要は引き続き堅調という内容の報告があった。

これは日本のジュエリー業界が、ようやくパラジウムという素材を認識し始めたことになる。次なる素材の一押し素材として物づくりのメーカーが創り始めたからか、日本人が最も好きな「真っ白」で、「軽くて」メッキをしなくてもいい変色しない白い地金はプラチナとパラジウムだけ。更に「リーズナブル」と「使いがての良さ」という4大利点を生かしたジュエリーを開発することで、日本の新しいジュエリー需要が創れそうだ。

認知度を高める為のWebサイト立ち上げる <http://www.luxurypalladium.jp/>

既に、銀座和光本店で「パラジウム・ジュエリー・コレクション」を継続的に発表したことで、消費者から喜ばれた。和光以外にも、新宿伊勢丹、池袋東武などでもパラジウム・ジュエリーが紹介され、認知度を高めている。

現在P.A.I.(パラジウム・アライアンス・インターナショナル)のヘッドクォーターはアメリカにあり、上海オフィスに続き、今年日本にもプラチナ・ギルド(PGI)やワールド・ゴールド・カウンシル(WGC)と同じようなプロモーション組織を作ることになっている。日本でも昨秋にP.A.I.が、パラジウムの認知度を高めていく為に一般ユーザー向けと業界向けにパラジウムWebサイトを立ち上げ、広報に励んでいる。

現在アメリカ、ヨーロッパでは、年間2トン以上のパラジウムを使用したブランドジュエリーや時計が供給されている。作る技術は高度なものを持っている日本だから、パラジウムの認知度が高まれば、一挙に需要はついてくると思われる。



売れ筋は、10万円前後のネックレス

和光：宝飾部 秋山雄介マネージャー

今年も昨年引き続き、クリスマスシーズンから年末に向けてパラジウムジュエリーを幅広くご紹介いたしました。

昨年と同じく、お客様からはご好評頂きました。素材のパラジウムに対する抵抗感がないということ。勿論パラジウムという素材の説明は必要ですが、この価格でこのボリューム感に満足していただけるよう。売れ筋としては、40cmのネックレスで10万円前後です。

今年は、昨年ご好評をいただいたネックレスを中心にデザインの幅を広げて展開しました。

昨年の12月、初年度の新作発表初日に日本経済新聞とワールドビジネスサテライト(テレビ東京)に紹介された効果もあり、今年の4月くらいまでお問合せがあったほどです。10万円前後のネックレスをギフトとしてお買い上げになる方もいらっしゃいました。デザイン的にも面のあるものからシンプルなチェーンタイプのものまで幅広く取り揃えお客様のご要望にお応えしております。特にご年配の方からのご要望で夜会にも着けていけるような豪華でキラキラ感のあるパーツを配したロングネックレスなども用意しております。軽量かつ変色をしないジュエリーとしてご年配のお客様には使い勝手が良いと大変ご好評をいただいております。更に、メガネチェーンもパラジウム製の取り扱いを開始する予定です。



パラジウムは、新しい市場の開拓になる素材

デザインオフィス フォルマ 山崎正勝代表

ルイ・カルティエが世界で初めてプラチナをジュエリーに使用したのは、今から110数年前。しかし、他のブランドがプラチナを使用するまでには数十年以上かかりました。しかし、110数年前と現在ではコミュニケーション・ツールに大きな違いがあります。インターネット、TV、ラジオ、雑誌などマス・コミュニケーションの発達によって情報はあつという間に広がります。ですからパラジウムジュエリーが認知されるには、プラチナのように数十年はかからないと思われ

ます。然し、ジュエリーとして認められ消費者に選ばれるまでには、いくつかのハードルがあると思われ。第一のハードルは業界内でのパラジウムに対する消極性です。デザインもその一つだと思います。消費者に欲しいと思われるデザインでなければ、パラジウムジュエリーは広まっていけません。そこがデザイナーの役割です。

パラジウムは、特性を知れば知るほどデザイン意欲を掻き立てられます。まずプラチナ属であるところから、プラチナ同様の白色と鮮やかな光沢があるところ。更に密度が低いので、プラチナや金に比べて比重が軽く、シルバーに近い軽さもパラジウムの魅力です。だからデザインに幅広く対応できるのです。

しかも、硬度はプラチナと同じで石止めにも不安はありません。高価な中石を使ったフルネックレスやブレスレットなど、重くなりかちなハイジュエリーも軽量に創れます。また、シルバーだと酸化の問題がありますが、パラジウムにはその心配はありません。ボリューム感のあるメンズジュエリーやネックレスにも使えます。

今までの宝石にプラチナや金を使ったハイジュエリーとシルバージュエリーでは、客層が違いましたがパラジウムジュエリーはどちらのターゲットに対してもデザイン提案が出来ます。デザインを通じて新しいターゲットの開拓になればいいと思います。

パラジウムは、プラチナや金の割合としてのイメージでしたがプラチナやWG、シルバーの代わりになる大変便利な素材といえましょう。今後もパラジウムという特性を生かしたデザインを発表していきたいと思われ。

【プロフィール】デザインオフィス フォルマ 山崎正勝代表=世界最高峰である「De Beersダイヤモンド・インターナショナル賞」を1988年、1992年に受賞。国内においても「JJAデザインコンテスト」の最高位「通産大臣賞」受賞。1985年、86年「ゴールド・イン・ファッション」を受賞するなど、受賞歴多数。「着ける人の為のジュエリー」をモットーに数々の作品を世に送り出しているジュエリーデザイナー。

作り手からみたパラジウムとは 今のジュエリー業界に必要なアイテム

株式会社製作所 取締役マネージャー 並木孝之

パラジウムとの出会いは、2000年ごろのJCKフェアでのこと。

当時の米国ではプラチナジュエリーが注目を集めたことで、ほぼ時期を同じくして同じ白金族のパラジウムも宝飾品として言われていました。

18金、14金、9金とまだゴールドが主だった素材として使用されていた当時、白い素材はロジウムメッキを施された製品がほとんどだったと思われましたが、材料費の面からパラジウムを使用したジュエリーを生産して欲しいという声が出ていました。



プラチナと同じ白金族の素材ならばと、商品開発を始め製品にするも、当時のジュエリーの主流はゴールド。製品完成度は高かったにも関わらず、市場では売り手と買い手のバランス需要が準備できてなかったようでした。

製造工程ではプラチナよりも手間のかかる素材といわれていますが、新素材を扱う緊張感、完成したときの達成感、今のジュエリー業界には必要なアイテムかもしれません。

ジュエリーとしてのパラジウム素材が秀でる加工法は現在ある程度見えてきていると思いますが、さらにデザインに準じた加工方法を模索することにより、プラチナでは表現しきれなかったボリューム感、メッキ加工とは比較にならない耐久性、またレアメタルとしての希少性の特徴をいかした、新しいモノの発見が出来るでしょう。

ジュエリー素材としての要素を持ったパラジウムは、純粋にモノ作り職人と、デザイナーの技量によって大きく成長していく素材だと思っています。

<http://www.namiki-net.com/>

A DEUX「アドゥー」パラジウム・マリッジリング

パラジウムはプラチナと同じ白金族、天然の白色の輝きが魅力です。耐食性にも優れ、変色もしません。

アレルギーへの影響が比較的少ない素材のため、歯科合金にも使用されています。重さはプラチナの約半分、軽いつけ心地がリングをつけ慣れていない方にもお勧めです。

以前プラチナよりも価格が高かった時期もありましたが、現在はプラチナ、ゴールドと比較して割安。比重の軽さもあって、リーズナブルな価格でお求めいただけます。



Be Gent「ビジェント」パラジウム・メンズジュエリー

コンセプトはダンディズム、伊達男や足長おじさんのように大きな目で社会を捉える包容力やジェントルマン精神を尊重したブランドです。パラジウムの特性を生かし、大振りな商品も軽やかに装着いただけます。ペアリング使用の揺れるタックピンが好評です。

一部寄付金付モデルを取り扱っています。レディースジュエリーも発売いたしました。

メンズジュエリー市場の育成、パラジウムジュエリーの拡大、ドネーション(寄付金)に挑戦しています。



株式会社ヤマ TEL:03-3843-8176 <http://www.jewelry-yama.co.jp/>

PoRtAdA「ポルターダ」パラジウム・ブライダル

注目の新素材・パラジウムを使って、ブライダルリングにファッションリングのトレンドとブライセスを導入した新感覚のブランド「PoRtAdA(ポルターダ)」のLOFTE(ルフト)です。

永遠の誓いをイニシャルに込めて、その刻みは、真実の愛の証です。



株式会社バズル TEL:088-699-6216 <http://portada.jp/>