



モノからコトに移り変わったマーケットは、経済の低迷によってイノベーションの加速が後押しされ、革新的な新商品をはじめ、流通方法の改善、新たな顧客ニーズの開拓、原材料の供給ルートの開拓・確保、業界に影響を与えられる組織変革などの必要性によって、新たな本質が求められている。

国連加盟国193カ国による国際目標「SDGs（持続可能な開発目標）」も本質に影響を及ぼすひとつであり、求められる本質の定義も時代により刻々と変化していくので、国際社会をより正確に見定める必要がある。

大切なのはグローバルな視点でものを考えることであり、これまでの消費国日本のままの考えでいると、最先端の商品や付加価値が何か分からず、最先端の商品を日本に入れることすらできなくなってしまう恐れも出てくることだろう。

ダイヤモンドビジネスを見てみると、最先端といえる動きは、ダイヤモンドの産地を明確にすることや、研磨などの流通を明確に示すことのできる「トレサビリティ」、「Provenance（来歴）」などを取り入れることが徐々にではあるが増えてきている。

ティファニーが、ダイヤモンドの原産地（原産地域または原産国）情報を共有しはじめたのは2020年から。「紛争と無関係なダイヤモンド」に対して、世界的に見ても非常に厳格な責任ある資源調達を独自に確約しはじめた。

国内では「エクセルコダイヤモンド」（㈱ニューアート・シーマ）が、世界で初めてダイヤモンドの原石の状態から手元に届くまでの道のりを確認できる『サリネ・ダイヤモンドジャーニー』を導入したのが2019年の7月で、それに追随し、様々な企業が生産履歴の証明に取り組みはじめています。

もうひとつは、長年ダイヤモンドの評価を4Cで定めていたことに、「輝きの評価」が加わり、科学的にダイヤモンドの美しさを表現できるようになったので、輝きの品質に応じてダイヤモンドを差別化できるようになったこと。レポートもスマートフォンなどで表示できるデジタルレポートとして視覚化され、マレーシアで有名な小売チェーン店が付加価値として、新たな需要を掘り起こした。また、タイ国の大手小売業者は技術水準を引き上げることで、同社ブランドの競争優位性を確保した。ユーザーにとっても自分で確認できることで信頼と安心感が生まれている。日本においても「ケイウノ」（㈱ケイ・ウノ）が輝きの評価を含むデジタルレポート、「Sarine Profile™」を導入しており、ユーザーに向けて自社のダイヤモンドの品質の信頼性を高めることに成功している。



Sarine社アジア統括のNoy Elram氏は「台湾や中国などでデジタルレポートの需要が高い傾向にあります。日本もその内の一つです。Sarine Light™は、ダイヤモンドの輝きをスキャンし、ブリリアンス、スパークル、ファイア、ライトシンメトリーの4つのパラメーターとして分析しています。2つとして同じダイヤモンドがないのと同様、同じ4Cであったとしても光の作用はそれぞれ大きく異なります。ライトパフォーマンスグレーディングにおいては、個々のダイヤモンドに関して多くの情報を得ることができるので、2つのダイヤモンドの違いをより明確に示すことができます。分析は人間の主観によるものではなく、完全に科学的な技術

加速するイノベーション 革新的な新商品、流通、顧客ニーズ、組織変革など 新たな「本質」が、求められはじめている

と定義に基づいているので、完全な客観性を得られるのが大きな利点です。ダイヤモンドの光の反射を計算する方法は他にもいくつか存在しますが、Sarine Light™だけが厳密な定義に基づいた実際のダイヤモンドの計測をしており、それによってSarine Light™は世界で最も正確なシステムとされています。」と説明。注意点として挙げられたのは、Dカラーグレード同士の優劣を評価しないのと同様に、同一グレードにおける比較数値の公開はしておらず、つまり最高基準となる「Ultimate3」同士の優劣の評価は提供しないということだ。またSarine社は今後更にダイヤモンド産業の信頼性を向上させるテクノロジーとしてAIグレーディングをスタートしており、これも人間の主観を排除した客観的なダイヤモンドグレーディングとして今後の活用が世界的に期待されているところ。



どの取り組みも、テクノロジーの進化が流通から素材の差別化の分野にまで科学的根拠を落とし込んだもので、これらをいかにダイヤモンドビジネスの発展のために使うかが、今後の世界的なダイヤモンド業界の発展を左右すると言っても過言ではない。

これからは、ラボグロウンダイヤモンド（合成ダイヤモンド）をはじめ、今までのジュエリー業界では取り扱わなかったような商材であったとしても、必ずどこかに需要は存在し、否定し続けるよりも肯定し、積極的に業界の一部として共存し続けることが健全な発展につながると思われる。

需要があるかないかを決めるのは、消費者であり、業界は消費者に正しい情報を開示するためのルールなどを整え、正しい情報と不正のない取り組みの中で、消費者に自由な選択肢を与え続けるのが役割であろう。幅広い選択肢から相乗効果を生み出し、業界の発展を築くことが最も重要である。

取材協力：Sarine Japan 伊藤拓也 (takuya.ito@sarinejp.com)