

【5月30日】

◆香港：閑散期にも関わらず
 研磨石市場は安定。
 低品質、低予算に向かう消費者需要の移行を反映し、ディーラーはカラー、クラリティの低い商品に着目している。
 香港の宝飾品の売上は、旅行者の減少に伴い低迷。
 中国本土での宝飾品の販売は、富裕層が地元で買い物をするため好調。
 オパールシェイプが人気。
 ◆インド：5月の学校の休暇に合わせ一部ディーラーが休暇を取っておりダイヤ取引はスロー、海外バイヤーはごく僅か。
 ラスベガスショーへの期待高まる。
 -2、SI需要が堅調、スター、メレ、ピケ需要は鈍化。
 0.30-0.40ct、D-J、VS-SI、3EXの需要が旺盛。
 研磨業者の生産量増大に伴い、原石取引が増加。
 ◆5月24日付のRapNet Diamond Index (前月比、D-H、IF-VS2)は全体的に弱含みで様子見の状況。
 ベストプライスは0.7ctが-1.5%、0.5ctが-1.1%となり、ポイントが引

各市場はラスベガスショーに向けて期待と懸念が交錯
ダイヤモンド市況概況

き続き弱い。
 また、先週上昇していた2.0ctと1.0ctは1.0ctが-0.3%、2.0ctと1.5ctが-0.2%と下落。0.3ctは+0.0%、3.0ctは+1.2%。
 平均価格は全般的に微増減減と冴えない。0.7ctが-0.4%、0.5ctと0.3ctが-0.1%、1.5ctが+0.5%、1.0ctが+0.9%、2.0ctが+1.2%、3.0ctは+2.3%。
 ◆香港小売チェーンTSL(謝瑞麟)が低迷
 2月末の決算の数字は、売上が4億3,800万USドルで3.6%減少、利益は300万USドルで2.6%減少した。
 しかし、中国での売上高は2億6,550万USドルとなり15%増加した。
 一方、中国本土から香港を訪れる観光客の減少に伴い、香港とマカオの売上高は1億6,710万USドルとなり23%減少した。
 同グループは、2月末に香港に28店舗、マカオに3店舗、本土にある店舗網は198店舗の自販店と132店舗のフランチャイズ店舗で構成されている。
 Rapaport® Diamonds.net等より一部抜粋

上が4億3,800万USドルで3.6%減少、利益は300万USドルで2.6%減少した。

しかし、中国での売上高は2億6,550万USドルとなり15%増加した。

一方、中国本土から香港を訪れる観光客の減少に伴い、香港とマカオの売上高は1億6,710万USドルとなり23%減少した。

同グループは、2月末に香港に28店舗、マカオに3店舗、本土にある店舗網は198店舗の自販店と132店舗のフランチャイズ店舗で構成されている。

Rapaport® Diamonds.net等より一部抜粋

【提供：ネットジャパン http://www.net-japan.co.jp/market/2017/05/post_182.html】

佐藤英昭弁護士による『特許の哲学』 其の14

「自然法則」を利用した発明とは

「自然法則」とは、自然現象の関係が、実証・帰納された規律をいうのであって、観念されただけでは法則ではない。これが、探求・実証・帰納され、組織的系統となつて、初めて法則といふことができるのである。

自然現象とは、自然に生じられる状態、自然力とは、自然現象から生ずる作用である。引力、浮力、水力、熱力、風力、波力等はいずれも自然力であ

り、太陽熱、地熱、光、音、気圧、抵抗、風、雲、雨、雷、波、地震、噴火、電波、磁気、X線等は、いずれも自然現象であり、これらの自然現象を支配する法則が「自然法則」である。

従つて、特許法上の発明は、自然法則を利用したものでなければならないから、自然法則自体(万有引力の法則等)、人為的な取決(ゲームのルールそれ自体、数学上の公式等)、また、自然法則に反する手段(永久機関等)に係るものや、課題を解決するための技術的手段が明らかに実現不可能なものは、発明に該当しないこととなる。

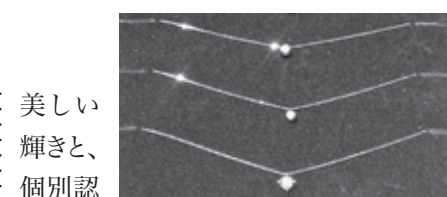
(特許業務法人共生国際特許事務所所長)

8~9万円台を中心に展開
 My First Forevermark

女性にとって忘れることのできない宝物の一つが、初めて手にした一粒のダイヤモンド。

初めてのボーナスで自分のために買ったダイヤモンド、両親や祖父母からの贈り物のダイヤモンド、彼女からのプレゼントなどと思ひも様々。

そんな初めてのダイヤモンドにふさわしいシリーズとして、フォーエバーマークが提案するのが「My First Forevermark」。0.10カラットのダイヤモンドは小粒ながらもこだわり抜いた



美しい輝きと、個別認定ナンバーによって安心感を備えたダイヤモンドとして特別感を演出している(フォーエバーマーク鑑定書も付帯)。

また、ディーリーに品良く、さりげなく着けさせせるデザインも魅力となり、男性から女性へ贈るダイヤモンドに、おすすりマークが提案するのが「My First Forevermark」。0.10カラットのダイヤモンドは小粒ながらもこだわり抜いた

ぼく、おれ、わたし、わし、じぶん、

迷いの困惑か、繊細の美学か。ときどき、自分を「I」の文字でかたづけしてしまふ英語が、うらやましいと思う。日本語では、自分を「ぼく」「おれ」「わたし」「わし」「じぶん」と、立場や状況に応じて、さまざまに使い分ける。それを生み出した日本人の繊細な感性には感心するが、いざ使うとなると、これが実にわずらわしい。作家や翻訳家は、その使い分けを楽しんでいるのか、苦しんでいるのか、金田先生のご高説を拝読したい。「ぼく」と「おれ」「わたし」と「わし」と「じぶん」、どれを使うかによって、読み手に与える印象がまったく違う。言葉として最初に覚えたのは、「ぼく」だった。女の子なら、「わたし」とか「あたし」が普通だ。おれは、ワイルドだし、使い方によつては乱暴だ。わが町下落合でこの家よりも早くテレビを買った。毎週水曜日に町のみんなにプロレスを見せてくれた、水野くんのような裕福な家の息子でも「ぼく」を使い、裕福ではない家の息子のぼくでも、同じように、「ぼく」と言っていた。「おれ」を使うこともあった。隣の不良と対決したり、相手を威嚇したいときは、「おれ」を使った。強い男と見せるためには、「ぼく」より「おれ」

一語一会 No.321
 高野 耕一

のほうに似合ふた。魚屋のゲン坊のように、いつも「おれ」だけを使う子もいた。イキのよさを売り物にする魚屋には、「ぼく」はたしかに甘すぎる。魚が腐る。おれというワイルド感、スピード感、野性味のある言葉のほうに魚屋にはよく似合う。それは無礼でも、不親切でもなく、歯切れのいい言葉として聞かされた。水野くんは「ぼく」の中途半端なキャラクターの男が、おれだかおれだか迷うのだ。

「わたし」というのは、女の子が大人が使ってふさわしい言葉だ。大人が使うと、相手との距離感がぎざんと保て、礼儀正しく、響きも美しい。「ぼく」に対する言葉は「きみ」だし、「おれ」に対する言葉は「おまえ」だ。「わたし」に対する言葉は「あなた」だから、「わたし」という言葉には、相手に対する敬意が十分に含まれる。敬意を含む言葉は美しい。美しいが、いざ、ストーリーを書く場合、妙に大人びてしまう。心の距離感がありすぎて、感情移入がしにくい。もしかして、心の距離感から近い。親密だ。古い話だが、海軍予科「おまえ」のほうに近い。親密だ。古い話だが、海軍予科線に、「きさま」とおれとは、同期の桜」という歌がある。

この「きさま」と「おれ」には、距離感がない。死ぬも生きるもいつしよだという覚悟があつて、心の距離感なんかない。そんなとき「きみ」と「ぼく」とは同期の桜とか「あなた」とわたしは同期の桜などと歌つても、とてもいっしょに死のうという気持ちにはなれない。親密さは、乱暴さにつながる。

言葉は、相手との心の距離感や、状況に応じて選ぶのが正しい。学生時代を運動部で過ごしてきたぼくにとっては、「じぶん」という言葉が非常に使いやすかつた。その言葉には、謙虚さがあつた。先輩に対しては、「ぼく」や「わたし」ではなく、「じぶん」という言葉が失礼ではなかつた。ところが社会人になると、「じぶん」はちよつと不思議な存在になつた。思えば、自衛隊とか警察官とかヤクザモンは、「じぶん」を使うのではないか。自分を「じぶん」というのは、謙虚さだとかへりくだつた響きがあるが、どうやら強力な組織に似合うのであつて、一般社会には不自然だ。使うのを止めた。四つの子の微妙な美を愛する日本人は、自分を表す言葉一つをとつても、複雑なほど美しい感性をもっている。少々面倒くさい人種だけど、まあ我慢しておこう。

(たかの耕一:tagayasu@xpoint-plan.com)

7月7日から3日間
 『ロイヤルジュエリーコレクション2017』
 東京貴宝



さくらダイヤモンドを象った「氷の彫刻」



カラーストーンの超高額ロイヤルコレクション

東京貴宝

を込めた「エクレブ(ÉCREVE)」、「和の心とヨーロッパ」のモダンデザインの融合「さくらダイヤモンド」、夏樹陽子のブランドとして立ち上げた「ルシオラ(LUCCIOLO)」などの新作をはじめ、33のトップ・ファッションジュエリーに加え、人気デザイナー陣の意欲的な新作などが披露される。

今年、「ロイヤルジュエリー業界夏のビッグイベント『Royal Jewelry Collection 2017』が今年も7月7日～9日までの3日間、53年前の東京オリンピックの年(1964年)に完成し、今年4月にリニューアルオープンした東京プリンスホテルで開催され、節目の35回を迎える。

この催しは、主催するジュエリーの総合商社である東京貴宝(中川千秋社長)が自信をもって展開するジュエリー業界の夏の風物詩となるラグジュアリーなジュエリー展で、毎年4000名を超える来場者で最も賑わう展示会として有名なもの。

会場では、東京貴宝のオリジナルジュエリーブランド、「夢」と「輝き」に思い

6月10日は「時の記念日」
 「時の記念日」は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの年に、記念

すべき100年目の節目を迎える。その日には、「時の記念日」を国民の休日にと、各地で運動が行われている。

小売の十字路 ⑫

経済雑感、2題

節約生活は重たい流れ

消費者の節約生活の流れは重たい。「重たい」というのはそう簡単に反転しそうなものではないことである。賃金が少しかり上昇しても、失業率が改善し雇用不安がほぼ解消しても、節約志向はしばらく続くと考えた方がいい。それは高齢者ばかりではなく、現役の世代も共に将来への生活不安が払しょくされないから、仮に可処分所得が増えても、預金を含めてとらえずはため込むことになる。東京オリンピックのお祭り気分も生活者から見れば浮かれるどころか、のちのち自分たちにツケが回らないように身構えている。

時代はひっくり返っている

「いやあ世の中変わったね、バブルがなつかしいね」挨拶代わりに愚痴話を我々はそんな風に話すけれども、本当に時代が変わってしまったという大状況の認識というのはなかなかできるものではない。明治維新や先の大戦の直後ならば目に見える形だから疑いようがないが、平時の時代転換というものは、見えない人にはいつまでたっても見えないものだ。それでも経費をトントン切りつめて、あるいは自己報酬をほとんど取らなくてやってみても、資金繰りは相変わらず苦しく、借金も減らない。あるいは、商品在庫を増やしてみたら売れ上り上げが上ならず、当月はそこそこ売れたと思つてみると、昨年売上げを超えない。どこかおかしい、薬になるはずが楽にならない。この「どこかおかしい」の嗅覚が肝心なのだ。デフレ、経済、少子高齢者社会、財政赤字と消費増税、もつともらしいメディア用語に捕らわれることなく、「おかしい」という自己感覚にこだわれば、今世紀のどこ

かで時代がひっくり返ってしまったことが見えてくる。さすれば成長期からバブルの頂点までの成功体験の手法がじつはもつとも怪けになっていることに気がつく。洋上で転覆した客船から脱出するには船底へ向かうしかないように、経営者の大状況にたいする判断は、成長期の時代とは様変わりし、会社の命運を左右する

家庭用永久磁石磁気治療器
ULTRA Neo
 PAT.Japan-USA-China-EPC
 金具のないネックレス
 簡単に着脱できるマグネット式にして、留め金を無くしました。多彩なカラーと素材展開で、どんなスタイルにも対応できます。
<http://www.sunchalaine.com>
 〒110-0005 東京都台東区上野5-16-16 天美ビル3階
 TEL:03-3836-5800 FAX:03-3836-8850
 E-mail:info@sunchalaine.com
 ULTRA Neo®は当社の登録商標。商品は当社の特許製品。模倣行為は違法で禁止。

世界の審美眼を挑発する。Grand Seiko

GS
 Grand Seiko

SEICO-UMOTSU CO., LTD.