

【7月11日】

◆インド：バイヤーはより大きな値引きを要求する中、サプライヤーは新たな研磨石の価格を堅持しており取引は慎重。古い在庫の動きが鈍化。企業は7月1日に発効された「Goods and Services Tax (GST)」への影響を探っている。研磨量は安定しているが、夏の閑散期に向け研磨石の需要鈍化が予想される。流通市場におけるディーラーの利益率が低下する中、原石市場は堅調に推移。

◆香港：卸・小売業者が第4四半期の販売計画策定の最中、市場は季節から静か。6月の香港ショーによる市場活性化への影響はあまり見られない。夏の閑散期、小売業者の仕入は限定的。香港の小売売上高は改善の兆しを見せている。中国のジュエリー売上は安定している。

◆7月5日付のRapNet Diamond Index(前月比、D-H,IF-VS2)は、3ctを除き全面安。

ベストプライスは3.0ctが+2.1%と

**RapNet ダイヤモンド市場概況**

なった以外、全てが下落。0.5ctが-3.8%、0.7ctが-2.2%、2.0ctが-1.8%と下落率が高い。また、平均価格も0.5ctが-3.7%、0.7ctが-2.2%、0.3ctが-1.9%、1.0ctが-1.3%、1.5ctが-1.0%、2.0ctが-0.7%と下落、3.0ctのみ+0.0%。

◆4月の米国研磨石輸入は前年比15%減少。米国政府のデータによると、4月の米国研磨石輸入は15.6億ドルとなり前年比15%減少した。

重量ベースでは66万ctとなり17%減少、平均単価は2,366ドル/ctと2%増加した。研磨石輸出は11.6億ドルで13%減少、原石輸入は2,500万ドルで66%減少、原石輸出は1.14億ドルとなり43%増加。2017年の最初の4か月間の研磨石輸入は68億ドルと前年比8%減少、輸出は57.4億ドルと5%減少した。また、原石輸入は2.21億ドルと19%増、輸出は2.47億ドルとなり69%増加した。

Rapport Diamonds.netより一部抜粋

◆香港：卸・小売業者が第4四半期の販売計画策定の最中、市場は季節から静か。6月の香港ショーによる市場活性化への影響はあまり見られない。夏の閑散期、小売業者の仕入は限定的。香港の小売売上高は改善の兆しを見せている。中国のジュエリー売上は安定している。

◆7月5日付のRapNet Diamond Index(前月比、D-H,IF-VS2)は、3ctを除き全面安。

ベストプライスは3.0ctが+2.1%と

【提供】ネットジャパン [https://www.net-japan.co.jp/market/2017/07/rapnet\\_2.html](https://www.net-japan.co.jp/market/2017/07/rapnet_2.html)

**サマンサタバサが越境ECで販売開始**

中国向け越境ECプラットフォーム「豌豆(ワンドウ)プラットフォーム」を運営する、Inagora(インアゴーラ) (東京都港区、翁永編代表)は、バッグとジュエリーの企画・製造・販売を行う(株)サマンサタバサジャパンリミテッド(東京都港区、寺田和正代表)が、7月13日より、「豌豆公主(ワンドウ)」にて商品販売を開始したことを発表した。

サマンサタバサは、中国では既に

Tmallへ出店しているが、さらなる中国での浸透を目指し、より多くのECプラットフォームへの出店が可能な「豌豆公主」を選択。7月13日に、ミランダカーフォー サマンサタバサを出品し、次に7月末を目途にサマンサタバサ、サマンサベガを出品。それ以降はカラーズ パイ ジェニファースカイ、アンド シュエット、サマンサタバサ プチチョイスの3ブランドの出品を順次予定しており、インアゴーラは、サマンサタバサの日本初の世界ブランドへの挑戦をサポートしている。

**カエル革命** **上野延城のとれたてカエル** ④

**「時流」「対応」のビジネスに役立つヒント**

www.mmjp.or.jp/UENO-JMI

最近「働き方」を取り上げた記事や雑誌を目にするのが多くなった。

安倍政権は2020年に女性管理職の割合を3割とする目標を掲げている。女性管理職の比率が高い企業の業績が好調である。女性管理職にふさわしい服装の研究にアパレル各社が動き始めた。

男性のビジネス服に比べて女性用はドレスコードが明確でないことから女性用ビジネス服は未開発な分野であった。ビジネスシーンで華美にならず、女性らしいエレガンスを盛り込んだ、働く女性にふさわしいビジネス服のラインを拡充している。

管理職に就くと、部下の結婚式やパーティに招かれることが増えるので、ドレスよりもきちんと見えるスーツが好まれる。

松屋銀座では、初の女性管理職向け初の夏ビジネスコーディネートセミナーを開催した。

メールマガジンやホームページなどで

応募を募り、約30人の女性が参加した。

セミナー講師の大森氏は、服装はビジネス戦場であり、自分のブランディング。男性社員が多い社内でも、自分に対する安心と信頼をイメージ目標にビジネスコーディネートを考えてほしい。

女性は男性のスーツと違って、単品買いにしてしまうことが多いが、セットアップの方がコストパフォーマンスもよく、スタイリングを作りやすいと指南。

キャリア向けというアメリカブランドが多かったが、女性活躍推進法が制定され、今年国内でもキャリア服に着目するブランドが増えてくると期待すると語っていた。

増える女性管理職にはスーツが必須的な要因となっている。

このようなファッショントレンドに対応した、スーツ向けのファッションジュエリーの開発が必要となっている。

特に襟周りのエレガンスなブローチのデザイン研究が急務である。

**『女性管理職向けジュエリー』**



サイチズ エコドライブ AQ4000-1A ¥230,000+税  
サイチズ株式会社 <http://citizen.jp>

**次のニーズに繋げるリユースの普及を通し持続可能な環境社会を推進**

**手軽にシェアする新たな買い物の選択肢を提案**



（株）コメ兵(KOMEHYO)が、6月13日より一般社団法人シェアリングエコノミー協会の賛助会員として加入した。「シェアリングエコノミー」とは、環境保全や超高齢化社会、過剰生産・過剰消費が問題化している現代で見直されている、個人が保有する遊休資産を新しい価値を生む経済システム。代表格としてはライドシェアといわれるカーシェアリングをはじめ、民泊などのスペースのシェア、さらに近年ではデザイン・教育のスキルのシェアなどにも広がってきている。

矢野経済研究所の推計によると、シェアリングエコノミーの国内市場規模は2014年度の約233億円から、2020年度までに600億円まで拡大すると予測されている(出典:矢野経済研究所「シェアリングエコノミー(共有経

済)市場に関する調査2016年)。

KOMEHYOが加入した理由は、「いなくなった洋服やモノを売る=シェアすることで次のニーズへつなげるという「リユース」の役割が消費経済によって重要な役割となり、「リユース」を推進することで持続可能な環境社会を推進していくことができる」と考えた。そのため、シェアリングエコノミーという新たな経済を業界全体で一丸となって活性化していくことで豊かな社会を実現するという同協会の設立目的に賛同し、加入する運びとなった。ブランドリユースのリーディングカンパニーとして「モノのシェア」をさらに広め、リユースに対するポジティブな認識変化に向けて活動していきたいとしている。

また、他のリユースには無いKOMEHYOの特長として、ただ中古品の買取りや販売をするだけでなく、自社で所有している商品管理センターにすべての商品を集約し、徹底した検品・真贋チェック、必要に応じたメンテナンスなどを5重に行うことで商品の持つ魅力を最大限に引き出し、次のお客様に提供することで、不要なモノを売り、次のニーズにつなげるというリユースを促進し、誰でも手軽にモノのシェアができる、という買物の新たな選択肢を、より多くの人たちに伝えていくとしている。

**路傍のカナリア33**

**音楽の力とAI(人工知能)がクロスするとき、悪魔の楽曲が生まれるか。**

人と人は争う。国と国という形でも、民族と民族という形でも、あるいは宗教の違いからでも争う。争いは必ず双方に憎しみを残す。憎しみは語り継がれて人の心の奥に沈殿する。

表向きの和解は成り立たなくても相互の侮蔑や不信の負の感情はいつまでも消えな「無」にしてしまう次元へ心を飛躍させることはできる。

芸術が作り上げる世界というのはそういうものであろうか、とりわけ「音楽」は、この世界の様々な垣根を越えて、たちどころに人々を陶酔させ一体化させる力がある。このことは、あまりにも当たり前の事なので論ずるに値しないように見えるが、けっして侮れない事である。

坂本九の「上を向いて歩こう」が全米で大ヒットしたのは1963年である。太平洋戦争で戦った人達が存命で、日本人に対する敵意も当然ながら残っていた当時のアメリカを考えれば、この曲のヒットは音楽の力を見事に示したといっても過言ではない。ましてこの曲は「SUKIYAKI」という日本を象徴

する題名でリリースされたことを思えばなおさらのことである。音楽が人々に浸透するときその寄って来た者、誰が創ったか、その出自は関係がない。日本でも韓国のアーティストのコンサートが盛り上がっているのも、結局のところ楽曲が無言を言わずに人の心をとらえるからに他ならない。

人と音楽の関係性が本当のところどんなふうに絡み合っているかは分からないが、すくなくとも音楽が一瞬のうち人々を陶酔させたり、癒したり、勇気づけたりするパワーを持ち合わせていることは間違いがない。

そこで人工知能、AIの話である。AIの活躍の場はいま飛躍的に伸びているが、そればかりかAIそれ自体の能力も進化している。将棋の名人がAIに連敗した報道の中で、将棋AIをプログラムした作者自身は、AIがどうしてこのような指し手を指すのか自分の理解を越えていると驚いている。AIの結論にAIの製作者がついていっていない、いわばAIの人間からの自立がはじまりつつあるということだろう。これは紛れもない現実である。ならば膨大な教師データをAIに読み込ませて、大多数の人を虜にしてしまうような音楽を作らせたらどうなるのだろうか。この音楽が流れると人は皆浮足立って興奮状態に陥り、誰もが歌いだしたり、踊りだしたりしてしまう。

当初はヒット曲を作るためにプログラミングしたつもりが、作者の意図以上のものが作り出され、さらにはAI自体がこの音楽を媒介にして人間自身を支配するようになることも空想とは言

**きみの瞳に乾杯。**

目は口ほどにモノを言ひ、と昔のことわざがあるが、耕雲和尚は、そう言って笑った。「目な、瞳な、口以上に雄弁だ。じつと相手の瞳を覗けば、心が読める。瞳には、心が映る。瞳は、嘘をつけない。和尚は、手でうつた湯飲み茶碗を口に運ぶ。産まれて初めて新世界を見た幼子は、真すくすく母を見つめる。まるで見たことのない新世界への恐怖心から、母にすがさる。母の心は必死にさがる。ただ、安心がほしい。命がけの瞳は、真すくすくだ。純真無垢だ。一点の汚れもなく、微塵の疑いもない。深山の清流よりも清く、磨きぬいた明鏡よりも光る。こんな宝石よりも美しい。さて、そこで。和尚は、こちらの瞳をのぞきこみ、お茶を口含み、言葉を継ぐ。あの美しい幼子の瞳は、いつ頃、どのような理由で、美しさを失っていくのか。こう考える。瞳には、その人の心が宿る。人は、成長とともに社会性を身につけ、社会の光と陰を心に刻んでいく。光は仏、陰は鬼。人の心には、仏も鬼も、隠し切れぬ。瞳には、つらさと表れる。とくに近頃は、鬼が滅法多くなった。「疑心暗鬼の暗鬼と、天の邪鬼の邪鬼。そして、私利私欲の餓鬼

**一語一會 No.324**

だ。この鬼たちが街中にあふれ、世界に横行している。和尚の顔から、ふっつと笑いが消えた。「た、たとえば、テレビを見て、流行の女子アナの瞳を見たら。だ。北九州の記録的豪雨のニュースを読む女子アナで、瞳に少しも同情の色さえ浮かべない者がいる。ダメだ。心の鬼が瞳に現れている。彼女たちは、カメラ目線だから、はつきりした瞳が見える。ニュースをただ淡々と読むだけ。瞳をしたまごい人味のない瞳だ。仕事だからという瞳もある。それはそれで許せる。仕事だからという瞳もない。中に、テレビ映りばかりを気にして、私って美人でしょ、といわんばかりの瞳がある。アナンサンナーののになるで女優気取り、タレント気取りだ。「これはサ、イテ、それ、そういう女子アナは、すぐには消えていく。美人の時代は終わった。形だけが美しいという女子アナやタレントに人気を集めるのは、自然の流れた。耕雲和尚の辛口言葉は毎度のこと、笑いながら、ときにユーモアを使い、おどけながら、痛烈な物言いは、とても宗教

家とは思えないときもあるが、逆に、宗教家だから言えるのだ。時代に敏感で、敏感だからこそ、本質にこだわること。だ、と言いつつ、和尚は一度目を丸くして、にやりと笑う。本質ってなんだ。「本質とは、真つすくで、相手を思いやる心だ。時代に流されることのない本物の価値、真実のことだ。瞳は、それを映す。相手を真つすくに見なければ、おとどろきと目をさむける。キヨロキヨロと落ちて、おとどろきと目を泳がせる。それは、心の鬼を見ぬかれては困るという恐怖心から、相手に瞳をみせない愚か者のやることだ。見れば、すぐわかる。かっ、かっ、かっ。

和尚は私の顔をじみじみと見て、ついにこらえきれずに吹き出した。「瞳に自信がないのか。それはそうだ。わが瞳になんか映っているのか。それがわからぬ。話をすると、相手の目を見て、ちゃんと話せる人間は、まず大丈夫だ。子犬を飼っている人は、子犬の純粋無垢な瞳から学ぼうとい、和尚は言う。子犬は、飼いにたいして、ただただ真つすくな瞳を向ける。「あの一度だけ見れば、美しいぞ」。和尚は言う。ただ顔がほしだけじゃやないぞ。そう言う、和尚はのけぞって笑った。

(たかの耕一: tagayasu@xpoint-plan.com)

切れない。音楽の力を逆手に取れば、とみるのが妥当であろう。怖ろしい時代近未来にはありうる話である。それは、悪魔の音楽かもしれないが、人と人が争うがゆえに生まれた憎悪や不信を洗い流してしまうほどの救済の音楽かもしれない。

**家庭用永久磁石治療器**

**ULTRA Neo**

PAT. Japan, USA, China, EPC

**金具のないネックレス**

簡単に首に装着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: 03-3836-5850  
E-mail: info@sunchalaine.com

株式会社 サン・シャルヌ

ULTRA Neo®は当社の登録商標。商品は当社の特許製品。模倣行為は違法であり、禁止。

**一秒が一生を決める。**

年差±5秒の精度、光発電エコドライブ

正確に時を刻みつづけること、どこからでも見やすいこと、誤りに悩まされぬスタンダードなデザイン。腕にあることを忘れてしまうほどの優美感。時計の基本性能をどこまでも追い求めるジャパンブランドの驚くべき技術と誇りの結晶。それがThe CITIZENです。

The CITIZEN

Eco-Drive

**CITIZEN**  
BETTER STARTS NOW