ダイヤモンド市況概況

香港ショー、高額品売れず満足度低下

【9月26日】

◆香港ショーでは、ルースダイヤと比較してジュエリー販売が、昨年9月のショーと同程度かよりスローだったため満足度が低かったとの指摘がある。

出展社の一つ、Artman Jewelleryの広報担当者は「顧客は来るが、彼らはいつもと同じ量を注文していない」と語った。

Kwong's Art JewelleryのMy Jewelryブランド担当者も、ビジネスは改善しておらず、「既存の顧客は来て買い物をするが、これまで以上に新しい顧客がほとんどいない」との事。

香港のダイヤモンドジュエリーメーカー兼卸売業者であるEdelweiss Jewellery CompanyのKenneth Cheung氏(Director)によると、人々はすでに在庫水準が高いので慎重に購入していた。「USD1,000ドル以下の価格帯の基本品目は動いているが、1万ドル以上の高額品は売れていない」と付け加えた。

◆バイヤーは大幅な値引きを求めているが、サプライヤーは厳選されたRapSpec A3+については価格を維持している。

東アジアでは1ct、I-L、VS-SI需要が堅調。

ジュエリー部門は裸石よりも動きが鈍い。

10月1日、中国の国慶節での消費者支出に期待が高まっている。

Petra DiamondsはWilliamson鉱山の先行き不透明感やFinsch、Kimberleyの鉱山労働者のストライキに直面している。

Petraの会計年度売上高は4億7,700万ドルと11%増、利益は2,100万ドルと69%減少。

インドの8月の研磨石純輸出は170億ドルと0.3%減少、原石輸入は8億8,400ドルと5%減少した。

◆Rapaport価格表ならびにRapNet Diamond Indexは、ユダヤ新年祝日、Rosh Hashanah(ロシュ・ハシャナ)のため、発行がない。

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/2017/09/post_189.html]

わたしより ピアスが似合う わが息子

帝国ホテルアーケードのマユヤマジュエラー(㈱繭山龍泉堂)が、ジュエリーを身につける楽しさや感動を届けたいと実施した「第5回きらきらジュエリー川柳大賞」で金賞に輝いたのが、「わたしより　ピアスが似合う　わが息子」(松田佳子さん、北海道)。

1666名(9歳～92歳)から4142句と、前回(1180名、3013句)を大きく上回る応募があり、そのうち女性は59%。多数の男性応募者があったことも判明。また、アンケートでは様々な意見がよせられ、人生の節目で手にするジュエリーには、誕生日、お祝い、記念日、結婚など、人それぞれ特別な想いが詰まっていることがわかる。加えて、全く指輪をつけたことがない女性はわずか10%だが、男性は半数の50%が着けたことがないとしており、個性が好まれる時代にはチャンスかもしれない(?)。

眼鏡小売店初、破損や見え方を延長保証

メガネの三城　パリミキで提供開始

㈱三城ホールディングスのグループ会社であり、眼鏡小売事業を展開する㈱三城(東京都港区、澤田将広社長)は、㈱Warranty technology(東京都中央区、今村末男社長)と業務提携し、眼鏡小売店としては初の保証延長サービス「ミキ安心保証プラス」を今年7月より一部地域で開始したが、10月1日より順次、全国の店舗に展開を進めると発表した。

担当者は「独自の半年間の保証というものは以前からございましたが、おおよそのお客様は少なくとも2年間は使用され、半年を過ぎてからも破損や視力の変化という問題は発生します。そこで、お客様が今まで以上に安心してご使用することができ、いざという時でもすぐに遠慮なくご相談いただけるよう、2年間の保証を開始することとしました。保証対象の眼鏡の修理は、購入から2年間、回数制限なく対応する保証内容となっており、また、度数変化などのレンズ変更は、保証期間中2回まで無償で交換する保証内容となっております」とし、また「今後さらなる社会の高齢化により、多くのお客様が直面するであろう白内障手術後の度数変化への対応など、不安や心配を少しでも軽減することにつなげられればと思っております」としている。

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
株式会社 サン・シャレーヌ
〒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
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。

佐藤英昭弁理士による
『特許の哲学』　其の18

発明の有用性

特許を受けることができる発明は，有用なものでなければならない。

有用とは，実用・有益の意味で，必要というよりも狭き意味である。今日の極度に発展した産業の発達において，人類の生活に直接関係ある有用な技術的工夫でなければ，特許法は厚く保護しない。

一方，人の美的感覚に作用し，装飾的価値のみ有する技術的工夫は，意匠として意匠法の保護を受けることができるが，特許法の保護を受けることはできない。

しかし，一つの物の技術的工夫が，発明として特許法の保護を受けることができるとともに，意匠として意匠法の保護を受けることができる場合があり得ることを忘れてはならない。

発明は，技術的思想の創作であり，技術的所産物であるけれども，発見は人に知られずして従来からあったものを見出すことであり，技術的所産物ではない。発見を見出すに技術的工夫を必要とした場合でも，それは発見の手段に過ぎない。発明と発見とは，その性質を異にする。

(特許業務法人共生国際特許事務所所長)

日本メガネ大賞2018　受賞製品決定

30周年特別賞は、㈱トレミー48

メンズ部門 スギモトデザインスタジオ

㈱トレミー48 30周年記念特別賞

「日本メガネ大賞2018」の各部門受賞製品が発表され、IOFT初日の10月11日13時から各部門の表彰式とグランプリが発表される。

メンズ部門＝スギモトデザインスタジオ、福井めがね工業㈱、FLEYE Copenhagen。レディース部門＝㈱イワキ、㈲谷口眼鏡、㈱ボストンクラブ。キッズ部門＝㈱ハグ・オザワ、福井めがね工業㈱、山本光学㈱。サングラス部門＝㈱ボストンクラブ、Design Eyewear Group、LINDBERG。機能・技術部門＝㈱エイトオプティック、㈲サンカラーシューユウグループ、MOREL。IOFT30周年記念特別賞＝㈱トレミー48。

■西日本最大級の「ICHIGO」
10月14日～16日

㈱丸善が主催する西日本最大級のユーザー展「いちごジュエリーフェスティバル2017」は、10月14日～16日、ハービスホールで開催される。小売店約170社が参加し、約1700名の来場者が見込まれている。

小売の十字路 135

ジュエリーコーディネイター
坂本純一氏のコラム
― その2 ―

坂本氏は宝飾会社の部長を務め、その後独立、ジュエリーコーディネーターとしてデビアスの講師にも呼ばれたというから、相当の実力の持ち主だったのであろう。氏のコラムは「変革期に入った宝飾店のマーケティング」の題名の下に書かれている。バブル後本紙(W&J)に連載されたということだが、内容は新鮮なので前回に引き続き紹介してみる。

「売上げ不振の原因を探ってみれば」

それにしても自分の店に、何故お客が入らないのか。その原因を具体的にあげられる店長がどのくらいいるのか。「品揃えが悪いのか」「サービスが悪いのか」「販促が悪いのか」明確でない。曖昧な原因には曖昧な対策しか打てない。ある店で店長試験を行ったおり、「貴店で顧客が離れていく原因を二十項目以上十分間で答えなさい」と言う問いを出した。当然答えはバラバラであつた。

二十項目以上書いた人はいずれも成績優秀店の店長であった。これはごく当然のことである。店長としての仕事上のチェックリストが普段から頭に入っていれば、容易にできることだからである。店長としてのあらゆる仕事は、直接的、間接的に売り上げに結びついている。売り上げの伸びない原因の多くは、店長としての当たり前の仕事をしていないことなのだろう。売上不振の原因を追究していくと、結局のところ「人間の問題」であることが解る。販売に関する基本マニュアルは同じでも、そこに係わっていく人間のパワーの差なのである。

時代の背景が違うにせよ、唐突に10分間で売り上げ不振の原因を20項目挙げよと言われたら、答えに詰まる。「消費不況」の一項目は出てくるが、あとは絞り出しても三項目ぐらいであろうか。けれどもこういう問いは鋭く新鮮である。10分という時間の区切りがいい。日々漫然とルーティンワークをこなしていると、売り上げの低迷に慣れが生じてずるずると行ってしまいがちである。どこかで自分自身の怠惰に楔を打ち込むがごとき刺激があらためて状況を見直すきっかけになる。

坂上氏はこのコラムのなかで売上不振のチェック項目を挙げている。

立地条件として 生活人口が減った。交通の便が悪くなった。競合店が出店してきた。人の流れが変わった。店前の通行人の客層が変わった。

店舗イメージとして 整理整頓、清潔度が低い。商品が選び難い。陳列センスが悪い。
接客マナー技術が悪い。設備が老朽化している。メンテナンスが悪い。

販売促進として ターゲットが明確でない。量、数、訴求力が弱い。POP演出が不足、注目を集めるイベントがない。

商品として 商品MDと顧客のずれ。品質が悪い。価格が高い。品揃えが悪い。

読んでみれば小売り全般に通用する基本的な事柄ばかりである。氏の指摘は一読の価値がある。と同時に改めて自店を活性化させる起点でもある。

貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com

お店とお客様の橋渡しができる!!
販売員さんご紹介します！
BICO・GHI株式会社
エムシージーマネキン紹介事業部
東京　TEL:03-3409-6954
札幌　TEL:011-219-0758
大阪　TEL:06-6348-1020

惜春、釜石にて。

一語一会　No.329

高野 耕一

12月の昇段審査で「練習生6人に黒帯を獲らせたい」。釜石の道場の川端先輩から、その要望が空手道部監督次呂久に届いた。「ついては厳しい指導をお願いする。生きのいい学生、できれば全日本クラスの者の指導を仰ぎたい」。次呂久はすぐに、全国大会選手の高田と林の二人に白羽の矢を立てた。「あの二人なら、元気者の釜石の連中も驚くだろう」。次呂久は、突き蹴りの基本がしっかりし、技の切れも鋭い二人を選んだ。

二人は、2週間の予定で釜石に向かった。よく晴れた秋の朝、二人は釜石に旅立った。二人とも釜石は初めての訪問だ。「おい金太郎、釜石は漁師町だ、うまいもんが食えるな」。高田が言う。林は、その風貌と勇猛な戦いぶりから、仲間たちに金太郎と呼ばれている。足柄山のあの金太郎だ。「稽古ができてうまいもんが食えれば、日本中どこへでも行く。たとえ熊がいようが」。金太郎が、いまにもマサカリを担ぎそうな赤い童顔をほころばせる。列車が釜石駅に滑りこんで驚いた。プラットホームに人々が集まり、ブラスバンドの音楽が響く。歓迎の幟が立ち、何本もの拳模様の旗が風になびく。派手な大漁旗が大きく振られる。かわいい女の子が花束を抱えている。「お祭りか？」金太郎が、網棚からバッグを下ろしながら驚いた顔。「大漁祭りか、そいつはおもしれえ」。高田も窓越しにホームをのぞく。「オス、お待ちしてました」。獅子頭のような金歯の並んだ大きな口を開け、いかにも人のよい、愚直な笑みを顔いっぱいに浮かべた中年の男が二人を迎える。「ほら、花束。音楽、止めるな」。花束女子とブラスバンドに怒鳴る。「世話役の三浦です」。深々と頭を下げる。道場の練習生はほとんどが社会人だ。土地柄、漁師と新日鉄釜石の社員が多く、酒屋、文房具屋、消防署員、教師、警察官がいる。獅子頭三浦は、工業高校で溶接を指導する教師だ。すぐ横で、同じく世話役を務めてくれる酒屋の軍治と、漁師の小久保がぺこぺこ頭を下げる。軍治も小久保も20代だ。社会人になると、「オス」という空手の挨拶は、ちょっと照れくさいが、得意にもなれて嬉しいものだ。「祭りじゃねえな」。高田が言い、「出迎えだ」と、金太郎が笑う。

車で10分ほど海岸道路を走り、消防署の3階の道場に着く。道場の入り口で次呂久が、「地味な迎えだったろう」と、腹を抱えて笑う。稽古は、午前6時から8時、昼の12時から午後1時、夕方5時から7時までの1日3回だ。黒帯に挑む6人を中心に熱の入った稽古が始まった。旅館は道場から歩いて5分の海沿いにあった。小さな民宿で、次呂久、高田、林以外に客はいない。気を遣わずにすむ。食事は毎回海の幸がふんだんに出された。マグロ、タイ、スズキ、鯵、鯖、サザエ、アワビ、伊勢エビと、漁師の小久保が水揚げされたばかりの魚介類を料理してくれる。稽古以外の余暇は、実にのびのびと自由が楽しめた。いつでも岸壁で釣りが楽しめた。三浦が船で沖まで連れて行ってくれた。プカプカと昼寝をする、畳二畳ほどの大きなマンボウの背に乗る貴重な体験もした。稽古は、軍治は十分に黒帯の実力があった。三浦は、人柄同様動きもゆったりしていて、かなりの修正が必要だった。小久保は漁師だけあって動きはいいが体が硬く、技の切れを鍛え直した。みんな、全身全霊で空手に向かって汗を流した。

稽古が終わった後の食事が楽しみだった。空手の話から世界平和、人間論まで話が及んだ。数万トンという驚くほど大きな外国船が入港すると、街は爆発した。海岸のキャバレーは水夫であふれ、活気は天を突いた。それでも、稽古の手を抜くことはなかった。そして、幾星霜・・・。あの日、恐るべき大災害が釜石を襲った。三浦さん、軍ちゃん、小久保さんとはいまだ連絡が取れずにいる。

(たかの耕一:tagayasu@xpoint-plan.com)