

【1月30日】

◆インド：研磨石市場はやや静か。

宝石商はすでに中国旧正月用の仕入れを完了しており、東アジアからの受注が鈍化。

品不足とディーラーの需要により研磨石の価格が維持されている。

0.50-2ct、F-H、VS-SIへの注目度が高まっている。

新しい原石が大量に市場に供給されたため、研磨石の生産量が増加。

De Beersサイトの期間中、原石需要が堅調。

◆香港：旧正月の小売りシーズンに期待が高まる中、2018年の出だしは好調。

中国の宝石商は委託による商品を

ダイヤモンド市況概況

大量の原石が市場に流入、研磨石の生産量増加

増やしている。0.30~0.50ct、E-G、VS-SI(3EX、蛍光なし)に底堅い需要がある。

D-G、VVSの売行きが好調。

宝石商は干支に因み、犬をモチーフとしたジュエリーを推進している。

◆RapNet Diamond Index (D-H、IF-VS2)改善。

ベストプライスは、3.0ctのみ-1.5%と下落、他はすべて上昇。

平均価格は、0.3ctが14.2%、0.5ctが10.5%、0.7ctが5.6%、1ctが3.6%、1.5ctと3.0ctが1.5%と上昇、2.0ctのみ-0.2%と微減。

Rapaport® Diamonds.netより一部抜粋

【提供：ネットジャパン http://www.net-japan.co.jp/market/2018/01/post\_199.html】



上野延城の「とれたてカエル」140 「時流」「対応」のビジネスに役立つヒント

www.mmj.jp.or.jp/UENO-JMI

先送りは問題の解決を先に延ばすこと。先取りは先行・先んじていることである。

先送りは後手に回り、傷を広げることが多い。企業も対応が遅れると経営不振に陥りやすい。

過去からの積み上げで将来を予測する方法でなく、未来のある時点で理想とすべき姿を想定し、現在からその姿に近づけるには何をしたらいいのかを考える工程表を作成することである。工程表とは、進めていく手順のことである。

平成25年に団塊世代が全員、後期高齢者になり、医療・介護費用が膨らむのは確実である。また健康寿命を延ばして稼ぎ続ける高齢者を増やせば、社会保障費の膨らみを抑えることが出来る。働き方改革で女性就労を増やせば、経済成長を底上げし、税収も増える。

近年、リンダ・クラットの著書「LIFE SHIFT(ライフシフト)―100年時代の人生戦略」が話題になった。人生100年になると働き方・働き方が大きく変わる。定年60歳でリタイアして、悠々自適な生活を

送ることが出来る人は少数派。多くが75歳まで働かざるを得ない環境になっていく。

そのためには、一つの職場に終始するのではなく、新たな職場、複数の仕事など、様々な勤務体系で働くことが増えていく。

就職市場は活況である。昨年10月の有効求人倍率は、1.55倍と43年9か月ぶりの高水準となっている。

全国の転職数は、平成16年に約306万人(商省調べ)に達した。

転職支援サービスのスカウターは、人材紹介業のビジネスモデルの変革に挑む。さまざまな層をターゲットにする。

スカウターは転職希望ではなく、潜在的に転職したいと思っている人を狙う。日本で働く人は全国に6,581万人(平成10年時点)転職市場の20倍以上の大きな市場である。これが、転職マーケットの先取りである。

「先送りではなく先取りに」

Koo-fu新作発表会 2月6日松屋銀座8F

ジュエリーの街山梨から発信する産地ブランド「Koo-fu」の新作コレクション発表会が、2月6日12時~20時、銀座松屋8階イブリミギンザで開催される。最高の石と地金を使い、職人の技で丁寧に作り込まれた作品は、どの角度から見ても美しく、着け心地も滑らかなので、手に取って確認したい。



家庭用永久磁石磁気治療器 ULTRA Neo PAT.Japan-USA China-EPG

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。

佐藤英昭弁護士による『特許の哲学』 其の22

1885年(明治18年)4月18日 専売特許条例公布

1885年4月18日太政官布告第7号を以て、新たに専売特許条例が公布された。この条例は、特許制度の恩人、高橋是清の起案で、28箇条から成り、1872年3月29日に施行中止となった専売特許規則に比べて詳細な規定を設けた。

同氏はこの条例公布の二日後(4月20日)、専売特許所長に任命され、その施行の責任者となった。

この条例第1条には「有益な事物

ヲ発明シテ之ヲ専売セント欲スル者ハ農商務卿ニ願出シ其特許ヲ受クヘシ農商務卿ハ其専売ヲ特許スヘキモノト認ムルトキハ専売特許証ヲ下付スヘシ」と規定し、出願前公知・公用及び医業の発明には特許を与えないこと、特許権の年限を一律に15年、さらに、追加専売特許・強制実施・専売特許の無効及び失権等の制を採用、特許権の侵害罪を親告罪として、没収品を被害者に与える旨を規定。附則において、本条例公布前の免許を有効のものとした。

当時の出来事 (1885年12月内閣制度創設) (特許業務法人共生国際特許事務所所長)

910カラット 史上5番目の大きさ



アフリカ南部ソレトで、史上5番目に大きいとされる910カラットのダイヤモンド原石を発見したと、鉱山会社Gem Diamonds Ltdが、1月15日に発表し、話題となっている。

同社は、2015年に357カラットの石を1930万ドル(約21億円)で販売。06年には

603カラットのレソトプロミスを1240万ドル(約14億円)で販売している。先日は、117カラットと110カラットの石を発見しており、昨年の石価格の記録的な低水準を後押しされることも期待しているようだ。

今回発見されたダイヤモンドは、北部、Letseng(レツェング)鉱山で採掘された。色はDカラーのTayp Ila。Liberum Capitalの鉱山アナリスト、ベン・デービス氏は、ダイヤモンドの価値を約4000万ドル(約44億円)と推定。Letseng鉱山は、ダイヤモンドのサイズと品質において有名であり、世界で最も高い平均販売価格を有しているという。

小売の十字路 140

接客員の心すべきこととは 「接客リスク」への備え

時計やジュエリーを販売するには接客が欠かせない。この接客技術はスーパーのレジ接客やファーストフード、コンビニのカウンター接客とは次元の異なるものである。笑顔の作り方、お辞儀の角度、見送りの仕方などは常識の範囲でいいものでさほど重要視されるものではない。肝心なのはいかに主体的に売っていくかである。それにはお客さんとの間合いの取り方、距離の取り方を考えておかねばならないが、このあたりについてはまさに技術と呼ぶものではない。

接客というのは人と人が付き合うことでもあるわけだから社会的な常識のマナーは当然としても、それ以上にお客さんというのは常に「自分は客である」という意識だけは強く持っているからその辺をわきまえないと案外機嫌を損ねることになる。「わきまえる」というのは愚意であっても、長い付き合いであっても、同級生であっても、近所の知り合いであって

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 エムシーゼ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

も、稽古ごとの仲間であってあくまでも客としてもてなす、そういう言葉遣いに徹するということである。言葉の使い方と客との距離感は相関している。顔見知りの客こそ計算された言葉づかいで接していかないとお客さんからみると「馴れ馴れしい」嫌な感じになるのである。その上での話だが接客をしている人間というのは、ベテランの人でもえてしてお客さんに「気分よく買い物をしてもらおう」「親切なお店だと思われよう」というプラスの思考で相対しがちである。あるいはお客さんに信頼されるようにしたいと思っている人もいろいろいる。 「接客」をコンサルタントしている人たちの話もそういう筋になっているから、よけいに誰もが思い込みがちだが、それは「接客」の基本ではない。

人が買い物をするうえで大切なことは「モノ」が主役ということである。「モノ」にお金を払うのである。気持ちのいい接客も値段のうちなどで売れる側が勝手に考えていてもお客さんから見れば当然のこととしてしかとらえていないの

僕たちはこう生きる。

明快な関係だ。「コドモ」がいて「オトナ」がいる。コドモの名前は「コドモ」君、「オトナ」は「おじさん」。80年前に書かれた吉野源三郎の君たちはどう生きるかという著作がベストセラーだ。太平洋戦争前の話だから、現在とは価値観が大きく違う。それが80年を経たいまなぜ200万部を超えるベストセラーになったのか。なぜこんなに多くの人の共感を呼んだのか。共感部分、明らかに違う部分、それを探ってみる。 最も大きな共感部は、「迷い」「悩み」を正面からとらえている点だ。中学生の「コドモ」君はある日、学校で「いじめ」に直面する。いじめられている同級生の浦川君を助けることができない。その勇気のなさが自分を苦しめ寝込んでしまう。そんな「コドモ」君を見て「おじさん」が「ノート」を書く。コドモの「コドモ」君に「オトナの「おじさん」が、教えるのではなく、考え方を話す。こうしてコドモの「迷い」「悩み」に、オトナが真っ直ぐ向き合い、いっしょに「答え」を考える。「いじめ」「貧富」「格差」「生きる意味」等々、そうした身近の問題を考える。それはまさしく現代が抱える問題と同じものだ。80年を経た私たちが、同じ「迷い」「悩み」を抱えている。これが最大の共感部だ。

一語一会 No.337 高野 耕一

さて、大きく違う部分を考えてみよう。それは、コドモとオトナという、明快な関係だ。「コドモ」君は「おじさん」は、元出版社社員、本をよく読み、知識も豊富。「修身」の授業を受けている。明治以来の「武士道」の精神も残している。コドモ君は、普通の中学生。二人とも、人生にきちんと向き合う、正直で素直な性格。これが大事。曲がっていない。いまの私たちに、ちよと曲がっている。それは、「迷い」「悩み」に対する「回答」も、回答を求める話し合いもしてこなかったからだ。学校でも、それをしなかった。家庭でも、もしなかった。「他人の人生なんかどうでもいい」とか、極端に言えば「人生なんかどうでもいい」という厭世感さえ持つ者もいる。これは、いくらく「おじさん」でも、対応がむずかしい。「コドモ」君は、少なくとも「一生懸命に生きよう」としている。現代に致命的な欠陥があるとすれば、「オトナがいない」ということだ。オトナがいない。私も「僕はオトナだ」という自信はない。本も読めない。話を聞き、いろいろ教えることが出来た。さて、あなたは、「オトナ」ですか。「コドモ」

と「オトナ」を規定しておきましょう。「コドモ」には、「自分以外を思いやる社会性がない」とし、「オトナ」には、「自分以外を思いやる社会性がある」ということにしましょう。オトナがいない。ある国のリーダーは、「自国ファースト」と当然のようにコドモぶりを発揮すると、ある国のリーダーは、「すぐにもあ、原爆を7000発も持ちながら、おまえの国は持つな」と言うのだから、これほど虫のいい話はない。コドモなんぞです。眺めてみれば、周りに「オトナ」がいない。コドモになんでも買ひ換え、塾に通わせ、いい学校に入れて、いい会社に勤めさせたいと願う親ばかり。悪いことではない。だが、肝心の人間教育をしていない。していいのではなく、できないのだ。理由は、「親がオトナではない」からだ。親も先生も周りに、「オトナ」がいないからだ。となると、「私は違う」と誰かが思う。誰もが「君は違う」と誰かが売れている。みんなが「おじさん」のようなオトナを求めているから。僕たちは「僕たちはこう生きる」と答えられる「オトナ」を、みんなが求めている。さて、どうなる日本。どうなる世界。

(たかの耕一:tagayasu@xpoint-plan.com)

である。このシンプルな事実を前にすれば、接客する上での基本的な心構えというのはお客に販売員が信頼されることではなく「不信任」をもたれない事である。「気分よく買い物をしてもらうことではなく「不愉快な気分」にならないように努める事である。親切な店であるように印象付けることではなく「不親切な店」でなければいいのである。

この両者の違いをはっきりと認識すれば、自ずと言葉は少なく接客姿勢もあ意味控えになる。両者が同じこと、あるいはその違いが分らずに混同していると、思わぬところで「接客リスク」にハマるのである。

この両者の違いをはっきりと認識すれば、自ずと言葉は少なく接客姿勢もあ意味控えになる。両者が同じこと、あるいはその違いが分らずに混同していると、思わぬところで「接客リスク」にハマるのである。 貧骨 cosmoloop.22k@nifty.com

世界の審美眼を挑発する。Grand Seiko. Grand Seiko logo and watch image. SBGR261 400,000円+税 メーカー希望小売価格 自動巻メカニカル www.grand-seiko.jp セイコーウオッチ株式会社