ダイヤモンド市況概況

中国旧正月への小売期待高まる、研磨石の増産体制続く

【2月13日】

◆中国旧正月の小売りシーズンに期待が高まっている。

2月27日開幕の香港ショーを見据え、イスラエルのインターナショナル・ダイアモンド・ウィークでの取引が活況。

米国の小売業者は、最近の株価下落にもかかわらず、バレンタインデーでの売上期待から在庫を補充している。

1月のRAPI2.2%上昇、研磨石価格堅調。

研磨業者は、原石価格上昇に伴い利益率低下を懸念している。

2017年、宝飾用ダイヤモンドの販売額は12%増加し2億700万ドル。

◆インド：研磨業者は、米国と中国の休暇後の良好な需要を期待し、在庫構築のため生産量を増加させている。

1ct、I-L、SIに安定した需要がある。研磨石の輸入税5%への引上げは、再研磨業者の利益を圧迫する。

大手ブランドの宝飾品販売が堅調。

◆香港：ディーラーが中国旧正月に伴い休暇に入っており卸売市場は静か。

1-2ct、D-J、VS-SI、RapSpec A2ダイヤモンドの需要が良好。

旧正月に伴う繁忙期が始まり、宝飾業者は売上増に楽観的。

オンライン小売業者の市場占有率は高いが、利益率はタイト。

◆RapNet Diamond Index(D-H、IF-VS2)上昇率鈍化。

ベストプライスは、3.0ctが-0.6%と下落率が緩和、他はすべて上昇。

平均価格は、0.3ctが4.6%、0.5ctが2.6%、0.7ctが3.0%、1ctが1.7%、1.5ctが0.6%、3.0ctが0.1%と上昇率が大幅に鈍化、2.0ctは-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/2018/02/post_201.html]

Hills最新号は「日本の宝 珊瑚の魅力」

2月20日発刊　導入活用店を募集中

㈱PR現代が年に4回、ジュエリーのあるステキな暮らしを提案する情報誌「Hills」の最新号が「日本の宝 珊瑚の魅力」をテーマに(A4版16ページ)、2月20日に発刊される。

Hillsは、ジュエリーを着ける意味や価値を訴求し、消費者のあらたな購買意欲を喚起するための「ジュエリースタイルマガジン」がコンセプト。顧客や休眠客、また店頭での新規客へのコミュニケーションツールとして、全国の宝飾専門店で活用されており、現在、導入活用店を募集している。

今号は、「日本の宝 珊瑚の魅力」をテーマに、高知県産の高品質な珊瑚ジュエリーを紹介。白珊瑚、ピンク珊瑚、赤珊瑚と珊瑚のカラー別にコーディネートを提案。若年層にも珊瑚ジュエリーのファッション性の高さをアピールする誌面となっている。随所に珊瑚ジュエリーの歴史や生育過程なども盛り込み、その希少性と“お守り”としての側面も紹介している。

また日本を代表する珊瑚彫刻家、前川泰山氏の珊瑚工房を特集し、彩り豊かな珊瑚工芸品の数々を披露。併せて日本で唯一の珊瑚資料館についても掲載。ヒルズと連動した商品掲載メーカーとのタイアップ型の「珊瑚フェア」の催事開催も可能な企画となっている。

上野延城の「とれたてカエル」⑭⑦

カエル革命®

「時流」「対応」のビジネスに役立つヒント

www.mmjp.or.jp/UENO-JMI

1982年以降に生まれた30代半ばまでの若者層は「ミレニアム世代」と呼ばれている。

幼いころからデジタル環境が揃っていて「デジタルネイティブ」であり、「ゆとり世代」とも重なる子の世代は、次損の価値観にとらわれず、合理的に考えて行動することから、自己中心的とみられることがある。

特に上の世代の方々からすると「捉えどころのない若者たち」と映る。

確かに扱いづらい点はあるが、デジタル領域に強いのも事実である。

この戦力をいかに活かし、伸ばしていけるのかが、これからの企業の“生死の分かれ目”になる。

彼らを活かすには、上に立つ人がフラットで公正な視点を持つことが不可欠である。

会議などの場で、「誰が言ったか」ではなく、「何を言ったか」の視点で聞くことが必要である。

ミレニアム世代の育て方としては、「思い切って任せる」のが一番効果的である。

主幹事業で派手に転ばれるのは辛いので、まずはサイドプロジェクトからスタートすることである。

小さく転べる余裕を残し、自分で気ずくことを学んでもらう。言われたことをこなすことより、自分自身で考え、行動し、成否に関係なく、何らかの形で結果を出すことにやりがいを感じるタイプが多いこの世代には、このアプローチが特に効果的である。

彼らに対するリーダーシップの在り方は、「羊飼い型・リーダーシップ」を意識することが良いと思う。走り回ったり、気ままに草を食べたりとマイペースの羊たちを、後ろから追いながら、群れ全体を着実に前に押し進めていくというチーム統率のモデルである。

納得感を大事にするミレニアム世代には、羊飼いのようなフットワークで率いていくのが効果的である。

ミレニアム世代を戦力化できるか否かは、企業にとって今後の死活問題である。

『羊飼い型・リーダーシップ』

現代の名工の実演

2月25日 GINZASIX

今年1月に「第7回ものづくり日本大賞(内閣総理大臣賞)」を受賞した「現代の名工」荒井寛子さん(シチズン時計マニュファクチャリング株式会社所属)による時計組み立て実演イベントが、2月25日11時30分～12時30分に、シチズンウオッチグループ旗艦店「シチズン フラッグシップストア 東京」(GINZA SIX 1F)で開催される。入場は無料。

これは、シチズンのウオッチブランド「カンパノラ」の新作発売に合わせたフェア内のイベントのひとつ。

荒井さんは、40年近く、時計のムーブメント組立から完成品組立に従事し、卓越した技能者を表彰する厚生労働大臣表彰「現代の名工」を平成28年度に受賞している。

ミャンマーで奨学金制度スタート

「TASAKIスカラーシップ」

TASAKIは、自社保有の2つの真珠養殖場を運営するミャンマー連邦共和国にて、奨学金制度「TASAKIスカラーシップ」を創設し、その第一期奨学生にあたる、ミャンマー・タニンダーリ地方域の都市ベイの学生たちへの奨学金授与式を2月13日に開催した。

TASAKIは1997年にミャンマーで南洋真珠(白蝶)養殖事業を開始、メルギー諸島にあるドーメル島にて20年以上にわたり運営。2017年からは、同メルギー諸島内のシスター島にて、新たな真珠養殖場の運営を開始。今回創設した奨学金制度は、タニンダーリ地方域でメルギー諸島へのゲートタウンとして栄えるベイの人々の発展をサポートするべく創設したもの。加えて、経済的サポートを必要とする、ベイを拠点とする学生たちの大学進学支援を目的とし、大学在学中の全期間、月額150USDを支援する。社会的立場や学業成績、ジェンダーの平等といった視点から、同奨学金制度による第一期奨学生として6名が選出され、昨年12月よりプログラムが開始された。

路傍のカナリア40

やってきた100歳時代、求められる意識改革とは

第4次産業革命の真っ只中で生きていくというのはまったくもって高齢者には大変な事なのだが、寿命100歳時代というのもこれまたしんどいのである。年々寿命が延びているのは生活実感として分かるのだが、改めて考えてみるとそれはただ単純に延びた年数分だけ長生きするというのとはちと違う。

仮にちょっと前までの人生90歳時代から寿命が10年延びて100歳時代になるというのは(大雑把に想像すると)、目の前の75歳の人がじつは85歳だと考えればいいのである。

だから想定85歳でも大概の人はぴんぴんしている。働けるのである。こうなると高齢者の定義も当然変わってくる。75歳からが前期高齢者、85歳からが後期高齢者になる。85歳まで現役で働いたって何の不思議もない。いやそれこそ求められているのではないか。

現在のように60歳で定年退職して100歳まで生きるとするとアバウト40年働いて40年老後を暮らすようになる。これでは素人が計算しても国の生産性が向上するとはとても思えない。

意識改革というのはどんな場合でも時代の流れに後押しされて嫌々渋々なされていくのだが、変化のスピードが桁外れに速い今、いまのところに留まっていればどんどんと高齢の生活破綻者が出るに違いない。いやいや最後の手段で行政に駆け込めばいいではないかと安易に考えている人もいそうだが、果たしてそうか。

「生活保護」というのは、受ける側からではなく認める側の役所から見れば、高齢者は厄介な存在に違いない。若い世代ならいずれ仕事口を探して通常の自立した生活に戻る可能性があるが、高齢になるともう「永久生活保護」でほぼ決まりである。例えば80歳からもらい始めて100歳まで生きるとしてざっと3800万はかかる。(月16万として)その他の無償サービスも計算すれば4000万は優に超える。その人たちが押し寄せたらこれはどう考えても行政コストが跳ね上がるから、受給資格のハードルをかなり上げるか、生活レベルを極度に落とし込んでプライベートも無いに等しい集団生活を強いられるかどちらかになる可能性大である。

年金制度にしても元々の前提が55歳定年70歳前後に天国行で設計されているものをやりくりしながら使ってきたのだから、100歳時代に適応できるはずがない。年金先送りも減額もごく当然の結論である。

100歳時代を生き抜くには65歳で一区切りはいいとしても、定年という言葉の呪縛から離れて、当たり前に85歳まで働くようになれば、万事とはいかないまでもおおよその辻褄は合う。問題はそういう意識改革が出来るかということである。

ここが痛い、あそこが痒い、目は白内障だ、耳は遠くなっている、歯は歯槽膿漏だ、糖尿病だ、ぜんそくだ、高血圧だ、デジタル機器苦手、引き籠る理由はいくらでもさがせるが、手入れをすれば本当はきちんと動かせる体の人が大半ではあるまいか。一番の壁は「老齢である、もう定年、悠々自適」に象徴される意識の呪縛であろう。がどんな言い訳をかんがえても100歳時代の到来は動かしがたい現実なのである。

貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com

ママに役立つ「こども孫子の兵法」。

一話一会　No.338

高野 耕一

敵を知り、己を知れば、百戦して危うからず。「こども孫子の兵法」という本が売れている。テレビでもお馴染みの明治大学文学部教授、「声に出して読みたい日本語」を大ヒットさせた斎藤孝先生の監修だから、ベストセラーもうなずける。基本となる「孫子」は、中国春秋戦国時代、呉の国の軍師「孫武」によって著された、その名の通り、兵法、戦いの専門書である。中国には有名な六書と呼ばれる兵法専門書があるが、内容といい、文章といい、「孫子」が最も優れている、と言ってよい。「孫武」の調査に徹し、あらゆる角度から考えられ、生み出された具体的な策の一つひとつは、まさに完璧である。古くは、武田信玄、上杉謙信、信長、家康などの日本の戦国武将、幕末の英傑たち、日露戦争でロシアバルチック艦隊を撃破した東郷平八郎、第二次大戦で真珠湾奇襲を敢行した山本五十六など、それこそ「孫子」を小脇に彼らは戦った。自由主義経済のわが国のビジネスは、戦いである。そこでビジネス界でもほとんどのトップが、「孫子」を読み、日々のビジネスに活かしている。なぜなら、「孫子」は「心理学」の書としても非常に優れているからだ。ビジネスの武器である駆け引きには、これほど優れた教えはない。

「孫子の兵法」をおとなだけのものにするのはもったいない、という斎藤孝先生は、すばらしいところに目をつけた、と感心する。だが、と思う。「やはり、これでもまだむずかしいかな」と思う。「こども」とは、何歳を想定しているのか。おそらく保育園幼稚園から小学生までだろう。やさしく、丁寧に、読みやすいようにルビをつけてある。適度に楽しいイラストを添えて、できとしてはすばらしい。だが、やはり内容がむずかしい。高度である。そこで、「おっ!!」と気がついた。この本は、こどもが自分ひとりでは読めない。となると、ママかパパが読んであげることになる。そうか、ビジネスマンのパパは読んだことがあるかもしれないが、おそらくママは、戦いの専門書など見たことも読んだこともないだろう。戦いの専門書など見たことも読んだこともないママは、戦いのことをこどもに教えることができない。戦いのことを教わらないまま、こどもは戦いの中に放り出される。こどもは、学校で、塾で、公園で、好き嫌いにかかわらず戦いに巻き込まれる。要領のいい子はいいが、要領の悪い子は、勝てない。勉強ができるできない以上に、ライバルとの戦いに勝てないという問題を抱える。

「こども孫子の兵法」の最大の利点は、「ママもいっしょに学べる」というところにあった。いまさら、「そんなこと知らないわ」とも言いにくいママにとっては、「こどもに教えなくてはね」という堂々たる理由で、「自分が学べる」のだ。斎藤先生ならこの辺りも想定済みだろうが、見事に「売れるコツ」をつかんでいる。でも、シリーズで出している、「こども武士道」、さらには、「こどもブッタのことば」のほうが、こどもたちにはわかりやすく、ためになると思う。国の方針である「人づくり政策」には、こちらのほうがうってつけだ。いずれにしても、これまでの教育カリキュラムの中にはない内容なので、こどもたちの新たなる才能の芽生えが期待できる。また、こどもたちの新たなる才能を育成していかなければ、拡大するグローバル時代に日本は遅れをとることになる。「もし敵が鉄壁なら、適度に揺さぶりをかけて、内部から崩壊するように仕向ける」。これも「孫子」だが、どこかでこの策を見たことがありませんか。そう、尖閣列島にたいするあの国の策。日米同盟にたいするあの国の策。そう、揺さぶり作戦。彼らはしっかりと「孫子の兵法」の策通りに思考し、実行しているように思えてならないのは私だけだろうか。

(たかの耕一:tagayasu@xpoint-plan.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

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。