

【3月27日】

◆活気のあった第1四半期以降、市場は静か。  
米国と中国からの良好な受注により、ディーラーは楽観的。  
大手独立系宝飾業者は、戦略の転換を表明している  
SignetやTiffanyよりも売上が好調。

ティファニーの第4四半期の売上は13億ドルと9%増加したが、利益は6,200万ドルと61%減少した。

◆インド：大手研磨業者は、Nirav Modi-Gitanjaliの詐欺行為により、銀行のより厳格な融資条件に対し危機感を募らせている。  
品不足解消のため、工場は研磨石を増産している。  
第1四半期に原石を大量に仕入れ後、原石価格は高値で推移。  
0.30-1ct、G-J、VS-SI需要が堅調。  
スター・メレーの売上良好。

### ダイヤモンド市況概況

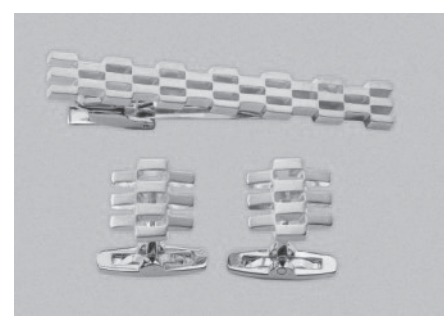
銀行の信用引締めにより、研磨業者の資金繰り悪化懸念

◆香港：3月の香港ショー以降、市場は静か。  
中国の金・銀・ジュエリーの売上高は1月～2月に3%増加した。  
1-3ct、J-M、VS-SIへの関心が高まっている。  
すべてのサイズで、カラーグレードが高いダイヤモンド価格が弱含み。

◆RapNet Diamond Index (D-H、IF-VS2) 平均価格、ポインターの下落傾向続く。

ベストプライスは1.0ctが-0.1%、1.5ctが-0.4%と僅かに下落、他はやや上昇。  
平均価格は0.3ctが-3.2%、0.5ctが-2.5%、0.7ctが-0.3%とポインターの下落傾向が続く。  
1.5ctは変わらず、他は僅かに上昇。  
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/2018/03/post\\_206.html](http://www.net-japan.co.jp/market/2018/03/post_206.html)】



「JAPAN NEXT-MOVEMENT」を切り口として、それぞれの今様を紹介。店内では浮世絵ARの体験イベントも合わせて案内する。

会期は3月28日～4月10日(グループ各店舗により会期は異なる)。

三越日本橋本店本館1階メンズアクセサリーでは、3月28日～4月10日に、「限 研吾氏が紡ぐメンズアクセサリーの世界」を展開する。

### 世界に通じる日本の良さを提案

メンズアクセサリーも登場

三越伊勢丹「JAPAN SENSES」3月28日～4月10日

三越伊勢丹は2011年より、日本の美・技・伝統が宿ったものづくりを見つめ直し、世界に誇る感性として再発信していくプロジェクト「JAPAN SENSES(ジャパセンシズ)」に取り組んできた。

2015年からは、三越伊勢丹グループの全社キャンペーンとして規模を拡大し、商品ももとより販売サービスに至るまで、世界に通じる日本の良さをグループをあげて提案している。

2018年春の「JAPAN SENSES」のテーマは、今どき・現代風といった意味を持つ「今様(IMA-YO)」。新生のクリエーターや伝統に新しい価値を生み出すつくり手の思いを通して2018年の「今様」を提案する。

基幹3店舗の伊勢丹新宿本店は、「NEW POWER OF JAPAN」を、三越日本橋本店は、「世界のいいもの、日本のいいもの」を、三越銀座店は、「6-D Sebastian Masuda - Noise it Colorful.」(3月28日～4月3日)。

限研吾氏は、日本を代表する建築家。基本的に限氏がデザインするアクセサリーは、自身がデザインする建築のパス、テクスチャなど的一部分を切り取り、再構築し、アクセサリーの下に覗くシャツやネクタイの色を映し出し、着ける人の個性を引き出しながら自然に調和する、そんなメンズアクセサリーとなっている。写真=カフス1万4040円(ベリリウム鋼/約12×12mm)、タイバー9720円(ベリリウム鋼/約55×7mm)。

限氏の主な作品は「森舞台/登米町伝統芸術伝承館」「サントリー美術館」「根津美術館」「la kagu」など。注目は、原宿のストリートから生まれた「Kawaii」カルチャーを牽引し世界に発信してきた増田セバスチャン氏が手がける新しいファッションブランドを期間限定による伊勢丹新宿本店本館2階センターパークで紹介する

「Kawaii」の世界観が、新たな日本文化の進化を遂げようとしている。

「Kawaii」の世界観が、新たな日本文化の進化を遂げようとしている。

「Kawaii」の世界観が、新たな日本文化の進化を遂げようとしている。

### 佐藤英昭弁護士による『特許の哲学』 其の24

1899(明治32)年、工業所有権保護同盟条約に加入

1889年2月1日から特許及び意匠・商標条例が施行され、これらの条例施行のために特許局が新設された。

当時の出来事に、1889年2月11日大日本帝国憲法・皇室典範発布、1889年北里柴三郎 破傷風血清療法発見、1890年豊田佐吉 木製人方式織機特許登録、1892年奥井先蔵 乾電池特許登録、1894年御大幸吉 真珠質素被着法特許登録、1

897年志賀潔 赤痢菌発見、などがあつた。

1899年に至り、わが国が工業所有権保護同盟条約に加入した影響を受け、近代的・国際的に進歩した特許法が施行された。この法律では、発明者のみならず承継人にも特許を受ける権利を認め、方法の発明に対する特許を明定、方法により製作した物にも特許権の効力が及ぶこととした。また、博覧会出品物に対する保護規定や公益・軍事上必要な発明に対する制限規定を設け、在外者に代理人の選任を強制、条約による優先権主張の制度を採用した。

(特許業務法人共生国際特許事務所所長)

### IFS新プロジェクト始動

伊藤忠ファッションシステム(株)は、次代に向けたファッション×ビジネスの視点を探索・提案し、ファッションの意味・役割を再定義する新プロジェクト「トークセッションシリーズ ifs fashion insight」を始動。その第1回目のセッションを、3月27日、東京・東五反田で開催した。

第1回目のテーマは「ファッションの作り方・売り方を再定義する」。「ファストファッションの浸透や」「ノームコア」の登場、若者の「ファッション離れ」や「ブランド離れ」、フリマアプリの人気など、過去10年でファッションに関わる消費の仕方や意識が大きく変化。この変化に対し、ファッション視点

で長年ビジネスを展開してきた立場から、改めて、現在の暮らしにおける「ファッション」の位置づけや役割、あるいは、いま生活者が過去の「ファッション」に代わるものとして欲望する対象を見直し、次代に向けたファッション×ビジネスの切り口を探索・提案、ファッションの意味・役割を再定義するプロジェクトとなった。

毎回、同社がファッション×ビジネスの新たな突破口として注目する動きをテーマに、関連する活動やビジネスを展開しているゲストを招き、トークセッションを実施。そこで得られたヒントを手がかりに、マーケットをとらえる切り口としてのファッションを再考・再定義する。トークセッションの他、各回に関連する同社の調査結果やトピックスなどは、同社ホームページ等に随時共有していく。トークセッション終了後は、ネットワークングの場として懇親会を開催する。

### 小売の十字路 12

### 「接客の教科書」新人さんは意外とよく売る

一通りのことは覚えたうえで、新人さんに売り場に出てもらおうと意外と売れるのである。本人はもとより、管理している人にとってもドキドキなのだが、お客さんの視線は違う。

人は皆、体全体から「気」を発しているが、ベテランの販売員の「気」は売り場にふらつとはいつてきたお客さんよりも強いのが普通だから、否応なくお客さんは気後れしがちである。それは店全体のもつ雰囲気や背後に抱えているからでもある。高級ブティックや老舗ジュエリー店がなんとなく入りにくいことを想像すればすぐわかることである。お客さんが気後れするというのは別の角度からいえば販売員の視線を上から感じるという事でもある。

だからとすれば販売員主導での買い物になりがちだし、とりわけジュエリーという品定めや価格が分りにくいアイテムではそうである。そこに若い素人風の子がいると、冷やかし半分で入れるし、ああこうだ、あれを見せ

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・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

てこれをみせると気楽なのである。要するに今度は客の方が上から視線に逆転しているのである。そうなると思定も楽にできるから案内自分主導で買物ができるので、自然と「このくらいいいや」とサイフの紐がゆるむ。新人さんが「売る」というのはそういう客の心理に沿ったことに間違いがない。それでは販売員は新人さんに限ればいいかというそれは違う。ベテランの販売員はただのお邪魔虫、典型的なやり手パパというわけではない。お客さんはモノを買うとき無意識のうちに不安と安心の間でぶれている。自分に似合っているだろうか、まがい物ではないだろうか、アフターはきちんと対応してくれるだろうか、どうもこの若い子では心もとないなどなど。だからいざ支払うという段になるとお客の目の片隅にでも経験者然とした人が入ることで、安心感が生まれるのである。困るのは成功体験が何回か続くと、新人さんはそれを自分の実力と勘違いすることである。

長年にわたり培ってきた店全体の信用、ベテランの存在があつてこそ新

### 今日は、トラジャを飲もう。

ある日突然、コーヒーを極めようと思いついた。玄冬(この歳まで、そんなことを思ったことは一度もない)18才の頃、新宿歌舞伎町コマ劇場前の「カドー」という喫茶店でアルバイトをしたが、その頃はコーヒーより、「レスカ」と呼んでいたレモンスカッシュに興味津々だった。せいぜい銭湯で湯上がりになり、牛乳瓶に入った「明治コーヒ―牛乳」をうまいと思うくらいだった。「レスカ」は、青春の味だ。酔いという素晴らしい境地があるから酒は好きだった。酒好きが高じて銀座のバーにアルバイトを変えた。コーヒー好きというのと、父を思い出す。父は、コーヒーを美味しくしようと飲んだ。当時1950年頃だろうか。コーヒーなど下落合の家庭にはなかった。下落合は野菜畑や麦畑のある、ほのぼのとした田園だった。

### 一語一会 No.341

ただだった。銭湯は、たしか「宝来湯」という名だった。いまは傾いた。父は、コーヒ―を飲みながら、クラシック音楽を弾いていた。父はバイオリンを習っていた。子どもの父がバイオリンを弾いている、ぼやけた白黒写真を見た記憶がある。クラシック音楽が好きになった。それまで音楽といえば、日活映画スター石原裕次郎の歌しか聞かなかったから、自分のこの急激な変化に驚きながら、父の背中を追いかけている自分に気づき、さらに驚いている。戦争で中国戦線に狩り出され、私が5才になるまで会ったことも見たこともない父、無事帰還したとはいえない。父は、素直に「お父さんと呼ぶことができなかった。父の27歳から32歳まで、私の1歳から5歳までの4年間の空白は、私たちにとって越えられない山のように大きな痛手となった。父も同様に、わずか1才で別々に暮らすことになった息子に、すまないという気持ちがあったのだろうか、父親として素直に、自然に接する心構えができたのだろうか。父は、ほとんど私と会話することがなかった。突然「コーヒ―が好きになり、クラシック音楽が好きになり、いまでは、もつと父と話をしたかったと思う。私は、

父を恨んだことも嫌ったことも一度もない。反抗期などという贅沢な時期もなかった。父から多くのものを学びたかった。よく理解しないまま、父を尊敬しては来た。このころお金が許す限り、機会を見つけてはコーヒ―を飲み、クラシックを聞いている。いままでに、トアルコトラジャ、ガテマラ、ブラジル、ジャバ、モカ、キリマンジャロを飲んだ。味の違いなどわからない。クラシック音楽も、メンデルスゾーンのバイオリン協奏曲、バッハのフーガ、メンデルスゾーンのモーツァルクラウシカわらない。だが、いつも思いつくのは、父の姿だ。目を閉じ、もの思いにふける父の姿。帰還兵の父は、戦争の幻覚に悩み、自殺ばかり考えていた。自殺から逃れるために捨てるように酒を飲んだ。母は、死ぬなと、それだけを祈り、なにも言わずに泥酔する父を見守った。生き延びることだけにただただ必死だった。いま思うと、父と母には地獄の日々だったが、私は素直にうらやまを吐き出すことができた。父も母もすくすく川向うにいる。話足りなかつた分を取り戻すように、今日も二人に話しかける。コーヒ―を飲みながらメンデルスゾーンを聞きながら。さて今日は、トアルコトラジャしようか。

人の立ち位置が見えていないと、とてあつてその洞察抜きには売り上げはうよりも上司がきちんと教え込まないと伸びないのである。本人の為ににならない社内不和の種にもなりかねない。数字だけ追うと見落としてしまいがちな視点である。私には銀座のクラブなど無縁な人間だが、好不況にかかわらず生きている店というのを見抜くことに長け、今晩はどのスタッフが目の前の客に好ましいかを一瞬のうちに判断できるママがいることであろうと思っている。客が気持ちよく買物をする、あるいは気持ちのいい時間を過ごすそのためには計算された接客があつてのことである。金はそうやってあつたか自然に落ちるかのうちに店に落ちる。それが接客の「芸」というものであろう。貧骨 cosmoloop.22k@nifty.com

世界の審美眼を挑発する。Grand Seiko

GS Grand Seiko

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](http://www.grand-seiko.jp)

セイコーウオッチ株式会社