

横浜に世界15カ国から約45万点 第6回 国際宝飾展 秋

10月24日(水)~26日(金) / パシフィコ横浜

クリスマス・年末商戦に向けた「第6回国際宝飾展秋(秋のIJT)」が、10月24日~26日の3日間、パシフィコ横浜で開催される。

出展社は450社。新商品をはじめ、最適なサービスなど、「今売れる」「これから売れる」をキーワードにした商品が一堂に並び、最新トレンド商品を求めるバイヤーが、約17万名訪れる。

パシフィコ横浜は、渋谷駅から直通35分(東急東横線)、東京駅から33分(JR線、みなとみらい線)、新横浜駅から20分(JR線、東急東横線)と近くて便利な立地にある。無料直行バスは、御徒町(「ホテルライフツリー上野」前)から出発(9時、10時、12時、13時)し、会場まで40分。事前申込制で定員になり次第締め切る。

10月24日10時30分からの特別講演は、世界的ヒット商品のダンシングストーンを生み出した(株)クロスフォー代表取締役社長の土橋秀位氏を迎え、世界に向けての物作り、市場作りについて、「変化にチャレンジ」をキーワードに話を聞く。

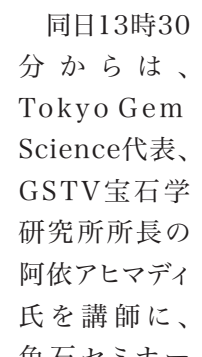
同日13時30分からは、Tokyo Gem Science代表、GSTV宝石学研究所所長の阿依アヒマディ氏を講師に、色石セミナーを開催する。

25日10時30分からは、「真珠の品質について(生産工程、加工処理等が及ぼす影響)」を、(一社)日本真珠振興会参与須藤雄二氏が講演する。



26日10時30分からは、Gem-A地域統括責任者(アジア)アンキャロルマーシャル氏が「ダイヤモンド-自然が生み出した最高傑作」をテーマに話を聞ける。

また、24日15時30分からは、日本宝飾記者会が主催する「第2回東日本ジュエリーショップ大賞」の表彰式と受賞店舗トップによるパネルディスカッションが開催される。受賞店舗は、(株)ジュエリーネモト、(株)ハナジマ、(株)みわの。



会場内は大きく「ジュエリー」「パール」「ジュエリストーンズ」「リジュエリー」「デザイナー/クラフトマン」「宝飾関連製品・催事商材」、そして新設の「ライトジュエリー」を合わせた7つのカテゴリーに分かれる。

新設されたライトジュエリーゾーンには、注目の10K/18Kジュエリーから、ファッションジュエリー、シルバージュエリー、アクセサ

リなどが集まる。ジュエリーゾーンには、イタリヤ、イスラエル、香港、中国、インド、タイ、ロシア、ポーランド、シンガポール、ネパール、韓国などの海外ジュエリーをはじめ、色石ジュエリー、ファッションジュエリー、ダイヤモンドジュエリーなどメインゾーンとなる。

パールゾーンは、日本ジュエリー協会が「二十歳のパールキャンペーン」を実施していることなどから、輸出だけではなく国内においても売上アップにつながる注目のゾーンとなっており、あこや真珠、南洋真珠(白蝶・黒蝶)、マベ真珠、ケン真珠、淡水真珠とすべて揃うとみられている。

ジュエリストーンズゾーンでは、ルビー・エメラルド・サファイアなどの貴石、水晶・トルマリン・アメジストなどの半貴石、その他天然石や琥珀、翡翠、珊瑚と顧客ニーズを叶える商材が見つかることだろう。

宝飾関連製品・催事商材ゾーンで

の卸商で470万円(一部抜粋)と、積極的な仕入れとなっている。

国内有力バイヤーに向けては、「プレミアムバイヤークラブ」という会員制度を設け、会員になれば、会員証でスムーズに会場内へ入場できるほか、様々な特典が用意されている。現在の会員数も5413名と増えつつある(5月現在/詳細はホームページなどで確認)。また、来場対象者は、宝飾小売店や百貨店、関連メーカー・卸・デザイナーなどに限らず、セレクトショップ、通販・ネットショップなど多岐にわたる。年々、多数のTVや新聞などで取り上げられることも増えてきており、仕掛けた分だけ話題となる商品や商材が増えてきている現状からも、積極的な仕入れと話題作りが活性化につながってきていると言える。

海外からの来場者数も過去最多になることが予想されており、質の高い日本製ジュエリーや素材を求めて来る中国、台湾、香港、韓国、インドをはじめ

としたアジア圏からの有力バイヤーが増えているが、さらに主催者であるリード社は、圧倒的な購買意欲と仕入れ予算を持った有力バイヤー800名を特別誘致し、海外バイヤーと日本にいなから直接取引ができるチャンスを生み出そうとしている。

リード者が特別招待した海外バイヤーの仕入れ総額は急激に伸びており、2016年に13.1億円だったものが、2017年は24.2億円に跳ね上がり、今年35億円を見込んでいる。出展社に限らず業界を上げて取り組んでいるに違いない。



佐藤英昭弁理士による『特許の哲学』 其の28

1970(昭和45)年~10年間の特許・技術動向(前半)

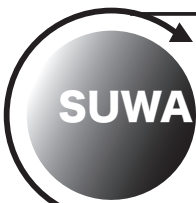
1970(昭和45)年、出願審査請求・出願公開・審査前置制度等の採用に伴う改正、東大宇宙航空研究所がラムダ4S5ロケットにより23.8kgの人工衛星を打上げ、シャープがLSI電卓を発表。

1971年 民事訴訟費用等に関する法律の制定に伴う改正と許可・認可等の整理に伴う改正。

1972年 本田技研が75年排ガス規制を達成するエンジンを開発。

1973年 国民の祝日に関する法律の一部改正に伴う改正
1974年 カシオが液晶デジタル時計を発売。
1975年 物質特許制度及び多項制の採用、登録商標の使用義務の強化等に伴う改正、世界的所有権機関へ加盟、日本の乗用車の対米輸出は90万台となりフォルクスワーゲンを抜く。
1976年 超LSI組合が発足、ビクターがホームビデオ発売。
1977年 初の気象衛星ひまわりがNASAのデルタ・ロケットにより打上げ、新日鐵大分製鉄所では世界最大の高炉に火が入る。

(特許業務法人共生国際特許事務所所長)



No.219 海外だより

諏訪恭一 (諏訪貿易株式会社社長) http://www.suwagem.com/

上海ではWeChat が盛んで、会場で出展ジュエリーを撮影、オークションして販売、仕入れるB to C が主流

(9月13日(木)~17日まで香港へ出張)

香港ジェム&ジュエリーショーの主催者UBMのシア・ウ・アイズ・プレジデント、Deniseは、「このショーの98%はB to Bだが、高額品ではB to Cがある」と言われていた。UBMは、各地でジュエリーショーを主催しています。また、B to Bの割合はまだまだ、B to Cの割合は増えてきています。UBMは、各地でジュエリーショーを主催しています。また、B to Bの割合はまだまだ、B to Cの割合は増えてきています。

よる統治となった香港は、1941年から3年8ヶ月の間日本が統治をしたのち、英国に返されました。1949年に毛沢東が勝利して中国が香港を取り戻しましたが、返還を急ぐことはいらないという中国側の判断により、英国の統治の下、香港独自の歩みを続けました。1983年歩み小の時代になって、香港の成功を中国国内4カ所に試して深圳が成功していった。香港は、1997年の英国からの返還50周年は資本主義など中国本土とは異なる経済、政治諸制度を維持することが約束されているものの、完全に中国化が進んでおり、かなり中国化が進んでおり、若い時の良き香港が懐かしいと当時の友人は話していました。

小売の十字路

業界雑感 いずれ売れる

目前に並んでいるジュエリーの中にとりわけ気に入ったものを見つけた。値段を聞くと予算よりもかなり高い。「さてどうしたものか、仕入れるべきか 見送るべきか」値切りの交渉をしてみたがそれにも限度がある。資金繰りが頭を駆け巡り、欲しい気持ちが膨らんだりしぼんだりする。そんな時営業マンは「いい品物はいずれ売れていくものです、仕入れて損はありませんよ」と踏み込んでくる。欲しい気持ちが

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

八割だから、そのセールストークに背中を押されて決断するのだが、業界全体が伸び盛りの時ならともかく、いまでは「いずれ売れる」は閉店セールの時まで待たなくてはならないかもしれないのが現実である。「いずれ」の時間軸と「売れる」という受け身が有効なのはバブル崩壊までである。

デフレ経済の申し子なのか、高齢化社会の写し鏡なのか、不用品買取り業は相変わらず活況に見える。ジュエリーの買取りに絞ってみても、ネットを

含め折込みチラシ、看板等あちこちに派手めの広告宣伝が目につく。が、その客寄せのキャッチコピーの根っこにあるのは、実にシンプルな原則で「当社がどこよりも一番高く買い取ります」と言っているだけである。

そして買取り業というのはここに尽きるのである。それ以外何にもない。だからあとは買取りの品目を広げていくしかない。金プラチナ製品にかぎられていたものを銀製品、コハク、象牙、という風に。
仕事がシンプルだけに入れ代わり立ち代わり参入者は後を絶たないだろう。が、考えてみれば小売店が店舗内で買取りを副業として行うのが一番競争力がある。改めて人件費や家賃が上乗せするわけでないからである。素人の無知に付け込むような利益率を追求しない限り、かつ広告宣伝に上手に資金をつぎ込むなら、この先宝石小売の安定収入になるであろう。

ジュエリーの売り上げが落ちていく中で、顧客管理というのはどの店でも売り上げ確保のための重要な課題になっている。そのやり方こそが、企業秘密ともいえるべきもので、上手下手が店のいざわ命運を左右するともいえる。けれども世の中の流れがジュエリー離れになるなかでは管理コストの負担の方が大きく、現状の顧客を囲い込みできないという一面もある。くわえて顧客管理に傾き過ぎると、一人一人の顔が見えてくる反面、「重ね売り」の如き弊害も生ずる。ジュエリーの微妙な傾向の変化も見えにくくなる。

ジュエリーを売るのが年々厳しくなる今、顧客管理についても一度見直すタイミングかもしれない。
貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com

訂正

8月1日号【第2364号】36面に掲載の「全国40店舗突破のメディカルジュエリーに話題のやせるアロマが新登場」の記事の中で、出荷分の数字を実際よりも大きく掲載し、事実とは異なっ

た。具体的な香球の出荷数は、1500セットではなく、約800セットの誤りで、ここで訂正するとともに関係者の皆様にお詫び申し上げます。これに関し、(株)ジュエリーの代表取締役社長木村亮治氏は「今後このようなことが無いよう社内の広報方針とプレスリリース等に関する校閲を精査して参ります。多くの関係者の皆様にご迷惑と誤解を生じさせてしまったことを、心よりお詫び申し上げます」とコメントした。

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。商品は当社の特許商品。模倣行為は違法であり、禁止。

世界の審美眼を挑発する。グランドセイコー
GS
Grand Seiko
セイコーウオッチ株式会社