

### 香港の合成ダイヤモンドメーカー ZS Technology社とピュアダイヤモンド社が 独占販売契約を締結



合成ダイヤモンド(CVD)を製造販売し、香港フェアにおいてもいち早く

プースを構えていた香港企業ZS Technology HK Co., Limitedと、(株)ピュアダイヤモンド(石田茂之社長)が日本市場での独占販売契約を結んだことを、1月のIJT期間中に発表した。

ZS Technologyは、上海に工場を持ち、主に工業用から宝飾用までのCVD法による合成ダイヤモンドを製造販売する会社で、香港の宝飾展をはじめ、日本の宝飾展にも昨年から出展しており、1月の

IJTにも初出展。Z DIAMONDとして知られている。宝飾用の合成ダイヤモンドにおいては、品質や精度の向上、消費電力の軽減に効果があると言われる同社独自の画期的な技術、Microwave Plasma Chemical Vapor Deposition (MPCVD)法による製造を行う企業で、高品質の無色透明から様々な色にも対応が可能と、その品質の高さをIJT会場などで確かめた業界関係者も多いと思われるが、見た目はとても綺麗な。またCVD法では現在世界で最も高い技術を持っている企業の一つと言われており、研究機関などの専門家からもクオリティへの高い評価が寄せられている。

最近では、その品質を見ようと、多くの日本の宝飾関係者が同社の工場見学に行っている。石田社長は「CVDの技術で世界最高レベルと言われるZS Technology社のグロウンダイヤモンド(合成ダイヤモンド)を日本に広められる事を嬉しく思う」とコメントしている。

自然科学理論によるより正確なエンハンスメント鑑別書  
宝玉石学術協議会会員(AGK)  
**日本宝玉石科学協会**  
〒110-0005 東京都台東区上野5-22-1 井上ビル4F  
TEL:03-3836-2507 FAX:03-3836-2689

### NINA RICCI 新アーティストティック・ディレクターに 注目のデザイナー・デュオ



NINA RICCIのゼネラルマネージャーであるシャロット・タセット氏は、新アーティストティック・ディレクターに注目の若手デザイナー・デュオ「ルシエ・ポッター」と「リジー・ヘブラー」を抜擢した。

ブランド「Botter」を手がける両氏は、2018年イェール国際モードフェス

ティバルで最優秀賞を受賞。ルシエ・ポッター氏は、オランダ領キュラソー島出身で、アーネムファッションスタジオを経て、アントワープのロイヤルアカデミーオブアーツで学んだ。リジー・ヘブラー氏は、アムステルダム生まれ、オランダのファッションインスティテュートを卒業している。タセット氏は、「彼らのクリエイションは、情熱的なパワーと誠実さ、特別な大胆さを表現している。ナチュラルな甘さとポエティックな要素がミックスされているユニークな想像力は、新しいNINA RICCI WOMANを生み出すと確信している」と期待のコメント。遊び心がありながらも構築的なアプローチを得意とするデュオが挑む新たなNINA RICCIに期待がかけられる。彼らのファーストコレクションは、2019年3月のパリ・ファッションウィークで「NINA RICCI 2019-2020秋冬コレクション」として発表される。

### ニナリッチジュエリーの 2019春夏新作発表



「ニナリッチジュエリー」の発売元であるエスジェイジュエリー(株)の代表取締役社長(株)川村忠男社長は、「2019春夏新作コレクション発表会」を1月23日、東京・日本橋の野村コンファレンスプラザで開催、日本全国や海外から同社取引先多数が来場して賑わった。

ニナリッチの今シーズンのテーマは、「レクスボラトリス:探検する女」、フランスの女兵士、英領時代のインド、ドンキホーテをインスピレーション。尽きることのない探究心を持った現代女性に向けて色鮮やかなジュエリーコレクションとなった。

「レトロ ロマンティック」は、バゲットカットのエモーショナルなグラデーションが印象的なカラーストーンと表情豊かなフェイスのファンシーシェイプダイヤモンドの2シリーズで展開。太陽の光

を浴びた暖かな色調から黄昏時の砂丘のようなカラーグラデーション。バゲットカットのカラーストーンを一例に配したグラフィカルなデザインが特徴。

更に「スポンジドレイ エオニス:素晴らしい放浪の瑞々しいカラーリングとポエティックなデザインは、春からのグッドフォーチュンを引き寄せるアイテム。ポエティックな7色のカラーパレットは、旅先の空に描かれた虹のように身に着けるたびにときめくアイテム。女性が輝けるジュエリーは、様々なシーンで装いを華やかに演出してくれる。価格は¥211,680~¥478,440。

また、カプリシヤスのテーマである「Voluminous&Light」の相反する二つのキーワードに対し、日本人ならではの感性を働かせた3つのエモーショナルコレクションを発表した。

かごの中にパールを封じ込めたエレガントで愛らしさのある「Gabbia(ガビア) ¥335,880」、房飾りを繊細なジュエリーで表現する「Fringe(フリンジ) ¥268,920」、水中に広がる泡は、繁栄を意味する永遠のモチーフ「Spuma(スプーマ) ¥352,080」。



JJAJ新年賀詞交歓会。若い世代に愛される産業づくり。基本である信頼や安心で活性化を。

ショーでは9月頃より中国バイヤーの消費動向は消極的になってきたと実感している」と付け加えた。続けてJJAにおいては、「昨年は創立30周年の節目を迎え、新しい10年に向けて業界活性化を祈念した年であった。今年

は平成から新しい元号へ変わり、様々な面で始まる年でもある。初心に戻るには大変良い機会と思う」として、宝石の定義について話しはじめた。「私が業界に入る際、米国のGIAで宝石の定義を教わった。定義は3つ。美しさ、耐久性、希少性。この3つを忘れずにいなさいと言われた」と述べ、「我々業界人は、安心と信頼をもって、この原則に則った商品を消費者にお届けすること、このことを改めて業界関係者の皆様が、それぞれ認識し実行することが、これまでもこれからも基本であると考えている」とした上で、JJAとしては「この考え方を基本にして、これまでと同様に、4つの施策を続けていく。

①情報開示の推進＝業界活性化に向けて消費者の信頼向上は必要不可欠。多方向にわたり情報開示をさらに進めていく。②業界活性化対策の推進＝業界のグローバル化に伴い国内外における業界の活性化は緊急の課題。

技能者育成支援事業、ジュエリーデザインアワードの3つの充実を昨年同様推進していく。今年にはさらに重点課題とし、犯罪収益移転防止法がある。JJAでは、説明会の開催、チラシやガイドブックの作成配布を行う。会員企業様には再度社内体制の見直し、徹底等、この場を借りてお願いしたい」と説明した。最後に「信頼できるジュエラーから安心して身に着けるジュエリーを消費者にお届けすることが、業界活性化に向けた足場作りだと確信している。元号が変わるこの年に、今一度基本に立ち返り、新たな元号においては、我々の産業が再び一兆円産業に、それ以上のマーケットサイズに返り咲くことも大事なことだが、平成に生まれた世代、これから生まれる新たな世代にジュエリーが愛される。そして、AIが人の仕事を奪うような時代になっても、この感性溢れた仕事だけは、AIに譲らず、若い世代はるばる買ってくるすごい日本製品ランキング」では、我が国あこや真珠は、堂々9位。広報活動をしていなくてもトップテン入りし、さらに積極的にイベント向けにアピールすることで市場が拡大すると確信している。④人材育成策の実施＝業界の基盤拡充に向けて、ジュエリーコーディネーター制度、

### 前年比138UPの来場者で賑わう 栄光時計「Exhibition in Tokyo」

栄光時計(平野雅彦社長)が毎回「新しさ」を発信している「Exhibition in Tokyo」が、1月23日、東京・秋葉原にある秋葉原ダイビルで開催され、終日途切れることなく全国からの来場者でいっぱいとなり、終わってみれば前年比138%の集客数を記録した。

2019年のテーマには「店頭活性化・顧客満足度アップ・新規顧客獲得」の3つを掲げ、それぞれのコーナーにおいて提案していた。

1つ目は、メンズカジュアル。メンズカジュアルのマーケットは多くの専門店では未開発なところがあり、店主も展開に対しての思いはあるが、展開していないのが現状。その中で同社は、1995年に設立された英国の男性用ガジェットブランド「JOS BON ARX」の日本国内で初めての取扱いを発表。英国国内では1000POS、ベルギー・オランダで150POSを展開し、ボールペン、レザー小物、カフス、マネークリップ、腕時計、レザーブレス等「男の小さなおしゃれ心」をくすぐるラインナップとなっている。



2つ目は、クリエイタージュエリーとして、「物づくり」が出来るデザイナーを紹介。4人の作家ブランドと近代美術館収蔵作家である舟車盛雄氏の作品を紹介し、物づくりへのこだわりを消費者へ訴える提案を行った。各ブランド

の作家が来場し、小売店へ想いを伝えている姿は、今後消費者が満足度を高めるビジネス手段になると来場客からの評価も高い。また、同社がメインブランドとして取り扱っている「キャスミン」では、SVプレス製作体験コーナーを設け、実際に来場客が製作を行い、完成品をプレゼントしていた。製作の難しさと完成時の喜びを伝える事、また自らが作ったジュエリーを装着できる事は、これからの新しいビジネススタイルとして浸透しそうだ。

3つ目は、劣化した真珠を蘇らせるサービスの提案として「リパール」を紹介した。これは既に大手百貨店での取組がスタートしており、催しでは1日30点以上の依頼があるという。美しさが蘇った感動は、顧客の表情を見れば一目瞭然。今回の催しでは店頭商品や、店主の持ち物を試験的に持ち込み、実際にクリーニングを行った時の感動を伝えていた。一部からは「蘇らせると次の商売が出来なくなる」とマイナス発想の声が聞かれることもあるが、実際は顧客の満足度が上がり、「信用と信頼」を得た催しは総合的には売上が上がっているという。



その他、2月から展開のイタリアンジュエリー「ANTONIO PAPIINI」の紹介など、盛沢川の内容が凝縮され、3月17日・18日に大阪で開催される「アンソロジー in 大阪」にも期待が膨らんでいる。

### 実店舗不要の時代に向け ジュホウ木村社長が 熱い呼びかけ

5月16日に説明会を開く。匠の技と新たな発想で最先端のジュエリーを想像するジュエリーメーカーの(株)ジュホウ(木村亮治社長)は、5月16日(木)、神戸で開催されるIJKの作成配布を行う。会員企業様には再度社内体制の見直し、徹底等、この場を借りてお願いしたい」と説明した。

最後に「信頼できるジュエラーから安心して身に着けるジュエリーを消費者にお届けすることが、業界活性化に向けた足場作りだと確信している。元号が変わるこの年に、今一度基本に立ち返り、新たな元号においては、我々の産業が再び一兆円産業に、それ以上のマーケットサイズに返り咲くことも大事なことだが、平成に生まれた世代、これから生まれる新たな世代にジュエリーが愛される。そして、AIが人の仕事を奪うような時代になっても、この感性溢れた仕事だけは、AIに譲らず、若い世代はるばる買ってくるすごい日本製品ランキング」では、我が国あこや真珠は、堂々9位。広報活動をしていなくてもトップテン入りし、さらに積極的にイベント向けにアピールすることで市場が拡大すると確信している。④人材育成策の実施＝業界の基盤拡充に向けて、ジュエリーコーディネーター制度、

講演会後には、小売店企業の今後の生き残りに向けた「体感マーケティング」について、木村社長が説明する。

木村社長は「これから先数年以内に、必ずや『実店舗不要の時代』がやってきます。もう『モノ売り』ではビジネスとしての存続は不可能になるはず。展示会ビジネスも構造的に崩壊するので手の打ち所がなくなります。どうか私の呼びに耳を傾けて下さい」との熱い思いで呼びかけている。

参加希望者は、会場に制限があるため、必ず参加人数を添えて、メールにて申し込みを。木村亮治 宛 yogi.kimura@gmail.com

真珠の全分野を網羅 書籍 & DVD  
「真珠事典」定価2300円(税別)  
「ニッポンの真珠がいちばん美しい」定価1480円(税別)  
「真珠の新しいトマナリ」定価1800円(税別)  
DVD「真珠の余韻」定価2700円(税別)  
真珠科学研究所 TEL 03(3834)7050

ALO PHOTO SPHERE  
360°写真が自動で撮影できるフォトシステム  
TANABE Unrivaled Accuracy

ジュエリータウンおかしまちの色石・ダイヤモンド専門店  
売れ筋、レアストーンなどが在庫豊富! メレサイズ0.9mm~ 石合わせはセラナで!  
serena

高価・即金買取 + 常時在庫 4,000円!! 卸販売  
TEL 03-3832-6503  
NET JAPAN Co., Ltd.