

本紙読者の皆様へ 購読料払い込みのお願い

「THE WATCH&JEWELRY TODAY」のご愛読に感謝申し上げます。本紙は大正15年(1926年)創刊の業界最古の時計・宝飾・眼鏡の専門紙として、業界の健全な発展に資する紙面作りを行なっています。既に購読料(年間定期8,000円/10月日より8,500円)をお払込みいただいております読者の皆様には引き続き購読をお願いするとともに、払い込み手続きをなされていない読者の皆様にはぜひご協力いただきますようお願い申し上げます。

購読料の払い込みは次の口座にお願いします。口座名:時計美術宝飾新聞社 振替口座:東京00190-3-57579 取引銀行:みずほ銀行上野支店普通預金 口座番号:1030608 時計美術宝飾新聞社

保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

Quality logo and publisher information.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and title.

我々にできることは何なのか!?

困難に立ち向かうために改めて課題を抽出 業界全体の意識共有の第一歩に



新型コロナウイルスにより大型催事やイベントの中止が相次ぎ経済活動が止まった。4月までならばなんとか願うものの、オリンピックが開催できないほどの長期化となれば、体力のある小売店やメーカー、卸しか残れない最悪のシナリオが見え隠れし始めた。

これまで見ても見ぬふりを繰り返してきたことだが、今回の催事の中止によって明白となったのは、店頭販売を蔑ろにし、催事に頼りすぎた商売のあり方だろう。小売店は「店頭で商品があること」を忘れ、メーカーなどに催事応援を頼むばかり、お客からの引き合いがあれば電話一本で簡単に商品の委託を受ける。貸すメーカーにも責任はあるが、軽率な扱いによってメーカーの本来の仕事であるモノ作りに負担をかけていることにすら気づいていないのが問題である。

してきているのだ。悪循環からの脱却には「仕入れ」に取り組むことが必要である。割引ありきの二重価格 そのようにチャンスを逃し続けた結果、参考にならない「参考上代」が存在し続けた。割引ありきでの参考上代は市場価格の10倍程度の値付けまで存在する。もちろんそこには付加価値は存在しない。既に今の消費者は「展示会」は価値が高い」ということを知っている。では何故それなのに売れているのかといえば、その多くの購買者の年齢が高いということを想像するのは容易い。このことから、10年以上前からアプローチして来なければならなかったアラフィフへの取り組みが弱く、同時にジュエリーを身につける文化や価値の伝達行為も失ったということである。値段に関してもうひとつの問題は、小売店に担当バイヤーがいないということ。今のスタッフは正規の値段を知らず、二重価格となっている問題も起こっている。

知名度の高い、業界のキーパーソンであり、コンサルタントの類ではない。20年前の業界では、ご意見番のようなリーダーが、社会と共に成長する宝飾業界の道標となって、すべての業界人達が成功を目指す風潮があった。しかし、社会構造の変化は強いものだけを生き残らせる時代を創出し、さらなる淘汰を促しているように思う。石部氏、井本氏、木村氏はそれぞれ立場や企業規模はまったく違うが、共通して感じるのは、様々なリスクに果敢に挑戦していることである。石部氏と木村氏は新たな市場を追い求め、井本氏はデザイン力のさらなる進化を追い求めている。それぞれに多くのリスクが存在するが、それぞれの責任を背負いながら、こんな時代であっても全力で前進している。

5月に開催予定の「パーゼルワールド2020」が、来年の1月28日~2月2日開催に延期することが2月28日付で決定し、発表された。延期について関係者は、新型コロナウイルスの影響で開催は難しかった。しかし1月に延期できたことで1年を失うことを回避できると同時に、新製品、トレンド、受注などを年初めとしてリセットできるタイミングを得られた。パーゼルワールドとしても、新しいフォーマットやソリューションの開発、新しいコンセプトの改善を継続することができるとしている。

困難の多い激動の時代においても「パーゼルワールド」は、世界最大の時計と宝飾の見本市としてだけではなく、業界最大のグローバル・コミュニティ・プラットフォームとしてブランドニーズに応えるべく一年中活動を続けるために、数週間後には全体のコミュニティに有用な新しいデジタルサービスの提供を始めるとしており、延期という局面を最善策で乗り切ろうとの動きが始まっている。

生まれ変わった10月のJFF 出展社限定の特別キャンペーン

10月14日~16日の3日間、東京ビッグサイト青島展示場で開催される、生まれ変わった「ジャパンジュエリーフェア」(JFF)への出展の締め切りが迫っている。JFFは、世界最大のジュエリーフェア「9月香港ジュエリー&ジュムフェア」を主催するUBM社(Informa Markets)と、日本ジュエリー協会とのパートナーシップのもと開催される宝飾品専門の国際トレードショー。出展メリットは、年末年始に向けた「新作発表の提案」と「売れる商材販売」の場、業界全体を巻き込んだ一大イベント、世界が目指すジャパンクオリティ製品を効果的にPRできる国内唯一の展示会、日本と世界を結ぶ国際ジュエリーショー、異業種とのコラボレーション企画と連動したPR活動で新たな顧客を開拓など。また、出展社だけが活用できる特別な「国

Advertisement for (株)萩原 (Kojima) jewelry company.

LOVEMARK * DIAMOND advertisement featuring a couple and jewelry.

個人による高い意識 今回集まった3人は現場の最前線

MURATA JEWELRY advertisement with 'We love jewelry' slogan.

KOHSAI advertisement for high-quality jewelry.

Advertisement for Mitsuba (株式会社みつわ) jewelry.

SARINE advertisement for diamond jewelry with 'Light Performance Results'.

LANVIN advertisement for 130° collection jewelry.