



ちょうど一年前の7月20日、日本唯一の宝飾問屋街・御徒町に、高品質のジュエリーやパールジュエリーをはじめ、2ct以上のハイジュエリーを揃え、『新しいジュエリーのカタチ』として“卸価格”で一般消費者へ届ける「ビジュピコ上野御徒町本店」がオープンし話題となったのは記憶に新しい。

オープン当初「高額のジュエリーを扱うことで、御徒町全体のイメージアップを図ろうという意がある」と話したBIJOUPIKOグループ代表の石部高史氏に、この一年を振り返ってもらった。

御徒町で一年間商売してみても気づいたことはありますか？

「オープン当初は、予想と反して価格重視のお客様が非常に多く、銀座に次ぐマーケットの大きさを感じました。プライダル市場においても同じく、価格重視的なプライダルのお客様も多く、最近では特に喜平の需要と供給が非常に大きくなってきています。」と小売販売について語った。一方で卸販売については「仕入れをどんどんしていくような小売店はその間に多くはなく、委託販売を中心に動いているように思う。うちのお店としては、ほとんど“卸売り”の需要はなかった。それが今の御徒町だと捉えています。」とした。

「御徒町をもっと美しく、もっと夢が感じられる街にしたい」という考えをお持ちでしたが、その点はどうでしたか？

「御徒町には潜在能力があると感じています。上野ー御徒町のマーケットは、業界的に“宝飾の中心”であると実感していますし、お客さんもプロミタいな人がすごく多いです。御徒町駅から自店までの数百メートルの道には、ジュエリーを買いに来る人、ジュエリーを探しに来る人たちが非常に多くいます。これだけジュエリーを買いに来ることを目

**更なる飛躍を目指す、ビジュピコ石部社長に
これからのジュエリー戦略を聞いた**



的とする街は他にないと思います。この上野御徒町本店は、BIJOUPIKOグループの旗艦店として位置づけており、4月の札幌店、7月の新潟店と新店舗を出しながら、格付けジャンプの受賞歴を活かしつつ、全国各地に“御徒町＝宝飾の問屋街＝良いものがある”というイメージを打ち出していきたいと考えています。3月、4月は御徒町も人が少なかったですが、最近では富裕層のお客様が御徒町に買いに来ています。購入するものもダイヤモンドか金商品に絞られてきている傾向があります。一年を通して、お客様は都内に限らず、全国的に御徒町を知っているお客様が多く、商圏範囲は全国区に近いと感じています。ネット社会によって御徒町の卸問屋街が良質で、安いと明確になりつつありますし、小売店の手前、小売をやっているとは打ち出せないと思います。ファミリーセールという名の小売販売も多いことから、小売が半分以上を占めているような肌感もあります。他業種と同じように、直売がどんどん進んでいく一方で、良い商材が日本にほとんどなく、海外の商品を含めて、これから良い商材の調達が多くなっていくと思います。また、国際宝飾展が東京で開催されている期間は、海外のお客さんやユーザーが増える傾向にあります。国内の宝飾展がある限り、御徒町は伸び続けると思います。それは、宝飾見本市にユーザーを呼ぶからです。見本市の会場には御徒町や周辺のお店が多く出展していますし、『御徒町で買うのが得だ』と思う人が増えていると思います。ユーザーを入れれば入れるほど、御徒町が得をするのです。一方で、東京の小売店は大変だと感じるので、ネット社会となってから

もいますし、それが現在のジュエリーマーケットの縮図ではないでしょうか。遠くから新幹線に乗ってジュエリーを買いに来る人も多くいます。全国的に価格戦略を打ち続けられれば、地方から効果が表れてくると考えています。しかし、残念なことは、大胆な価格訴求だけに、中古商品と間違われることがかなりありました。けれども、ダイヤモンドの価格で例えれば、いつかは世界基準のプライスをお客さんが知る日が来ると思います。プライダルショップが、ダイヤモンドショップに変わるような感覚ではないでしょうか。御徒町はなんでも揃っていますが、デザイン力は足りていない。1ct以上のダイヤモンドも、1年で50pc以上売れる実績があり、今後はもっと増えていくと考えていますし、ハイクラスのジュエリーの販売も増えていくことに期待しています。在庫を持たない小売店が多ければ多いほど、私は在庫に良質な商品を増やしていかなければという気持ちになるんです。やっぱり、在庫がないからお客さんがお店に来ないし、在庫があるからお客さんは来ると思うんです。1点豪華主義をどのように御徒町で作っていくかも課題かもしれません。御徒町にはまだまだ潜在能力が眠っています。」

御徒町の潜在能力を活かし、ビジュピコとしては今後どのような展開を図っていきますか？

「今後は良い商品、良い商材を調達するための企業努力が問われていくと思います。コロナによって、展示会販売をベースに売上を作ってきた企業は、香港の展示会に出展できなくなったのはじめ、インバウンドによる恩恵がなくなり、国内の見本市にも出にくくなってきた現状を見ると、必ずしもジュエリー業界は展示会で利益をたくさん得ていた企業が多かったのではなく、ギリギリの中で会社を維持してきた企業が、多いことに気づきます。そのような状況の中で、金の相場が上がり過ぎていま

す。これからは、誰が金の商品を作る人にはわかる時代となりました。それもこの一年で感じたことです。国際宝飾展があるから御徒町に出店した要因も大きいかもれません。実際に国際宝飾展の恩恵を受けている出展社

は、価格の差などがわかるのかという問題もあります。新商品の開発も鈍くなってきています。ますます環境が変わっていく中で、最終的には原点回帰的な本来の店頭販売をやつていかなければ、生き残れないように感じます。自店の強さを外にアピールしていかなければならない時に、大手宝飾メーカーが宝飾業界から撤退するなど、ますます厳しさが増し、業者が淘汰されていくのも時間の問題のように感じます。SCで低単価商品販売し、展示会に連れて行くような手法も厳しくなると予想できますし、今後はジュエリーの付加価値を提案するだけではなく、動産価値としてのジュエリー、貴金属としての強みを活かすことが大事になると私は考えています。それに伴い、3月から5月にかけては、断捨離を含め、会社の整理をやってきました。Withコロナとして、コロナと上手く付き合いつつ、本当に必要とされる物しか売れなくなっていくと思います。そして小売店の大事さが大きくなっていくように思います。良い商品をいかにリーズナブルに販売していくのかを追求していく考えもあって、逆に仕入れの部分を拡大していきたいと考えています。また、ネット販売が普及するにつれ、価格の透明性ももっと問われていくと思います。これまでは流通の仕組みが価格に影響してきましたが、価格の透明性を誰が先にうたい始めるのかです。百貨店やインショップがなかなか価格訴求出来にくくある中で、いかに路面店を中心に価格訴求を上手に行えるかなど、企業努力が必要だと強く感じます。今回のコロナで大きく方針を変えるつもりはありませんが、催事ビジネスや催事人材は考え直しながら進めていくと思います。」

さらに「中国でブランドのディスプレイを製造しているメーカーと提携し、小売店に対して、特に集客の提案や企画の提案ができる仕組みをつくりました。プライダルに関しては、これからも出店攻勢をしていく予定です。ジュエリーの富裕層に対する戦略は、上野御徒町本店の出店と関連していないことを確信していますので、スノーピー、バックマン、テッド、ディズニーなどキャラクター商品を高額ラインでつくり、話題性を打ち出して拡大・強化してきます。ドイツのニーシングとも契約が完了し、9月から動き出しますので、海外のプライダル商品にも力を入れていきます。」とした。

**CAD制作不要の、バーチャルジュエリーによる
IT化の方法を学ぶ**

8月21日に無料のウェビナー開催

リ・ジュエリー協議会×鈴峯



アフターコロナ/withコロナにおいて、不透明な部分はあっても、今の状況に合わせて、柔軟に新しい販売方法や流通、コミュニケーションの取り方を打ち出す必要が出てきた。ジュエリー販売においても手探りで催事や販売会をスタートさせ、変化する日々に対応するところが多い。そんな中、これからの社内体制の内製化や店頭販売の対応などについて考えていく無料のセミナーが、8月21日、14時～16時の2時間、ウェブセミナーとして開催される。

このセミナーは、リ・ジュエリー協議会と鈴峯がコラボした初の企画で、自宅や会社に行かずに東京で行われ

る「アフターコロナ対策」を受講できる。

第1部は、何千通りものジュエリーデザインが店頭で簡単に提案できるシステムを使い販売店がCAD制作することなく、誰でも簡単に、手軽にデータをやり取りし、接客満足度を高めた上で接客時間の短縮、納期の短縮、内製化、ITやリモート化などで効率を上げる方法を学ぶ「バーチャルジュエリーで一気に社内IT化！バーチャルジュエリーでの営業方法を案内」。

第2部は、地金が高騰する今だからこそ知っておきたい、間違いない買取グッズの紹介。

申込は、氏名、住所、TEL、FAX、E-mailを明記の上FAX.03-6806-0014まで。問い合わせは、TEL.03-6806-0013(共に日本リ・ジュエリー協議会)までとなっている。



QVCの人気キャスト、相本さち子氏による接客力向上オンラインセミナー

（株）PR現代は、現在QVCで人気のフリーアナウンサー、相本さち子氏を講師に「接客力向上オンラインセミナー」(Zoom形式)を8月19日に開催する。時間は14時～17時。

長年のTV通販番組のキャスト経験を活かし、商品の魅力を引き出す言語を短時間で組み立てる「相本メソッド」を確立した相本氏から、商品価値を120%魅力的に伝えるトークとプレゼンを身に付けるノウハウが学べる。

「ニューノーマルな接客販売・商品プレゼンテーションの方法論」が求められるウィズコロナ時代。専門店の販売スタッフ、メーカー・問屋の営業マンに必要な接客力をブラッシュアップするために、第一部(基本・学習編)：「今日からすぐ使える接客ノウハウ」、第二

部(応用・実践)：実際、店舗で実践する「販売キャンペーン」の具体案の二部構成を用意した。

受講料は、一般：1社(20名まで受講可能)1万1000円(税込)。PR現代のオンラインショップから申し込む。<https://prgendai.stores.jp/>

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

宝石学術協会の会員(AGK)

日本宝石科学協会

〒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

**JJA接客コンテスト
申し込みは8月17日まで**

豊富な商品知識や専門知識を基にした適切なアドバイスやコーディネート提案により、消費者の信頼と満足を得るためのコーディネートスキルを競い合う「ジュエリーコーディネーター接客コンテスト」の参加申込締切が8月17日に迫っている。応募すると、JCI級試験の受験の際にコンテストの成績に応じた加算評価される。

暑中お見舞い申し上げます

花と宝石と安全な街

**ジュエリータウン
おかちまち**

会長 田中 勇
会員一同

〒110-0005 東京都台東区上野5-11-2
第3オリエントビル403
TEL 03-3839-0936 FAX 03-3839-0938

東京金銀器工業協同組合

理事長 森 将
役員一同

〒110-0015 東京都台東区東上野2-24-4
電話 03-3833-3337

年2回[4/3・10/2]
月例展開催

一品ごとに真心こめて
伝統の技術と豊かなセンス

東京貴金属工芸品工業協同組合

理事長 松本 正

東京都台東区根岸2-19-16(東京貴工会館)
電話:03(3873)0291 FAX:03(3872)8649

東京貴金属宝飾品卸協同組合

理事長 加藤 一 同 裕

〒110-0015 東京都台東区東上野1-21-1
電話 03-3833-5544

信頼と輝きを永遠に

Higasa

宝石・貴金属・輸入加工卸
八重洲 株式会社 日笠
東京都中央区八重洲2-5-9
TEL.03-3274-3021
FAX.03-3274-3026

TANABE
Unrivaled Accuracy

田邊研電
レーザーメーカー

tracer
レーザー

同軸カメラと
スキャニング機能で
曲がりリングへの刻印も楽々！
はじめてでも使いやすいレーザーメーカー！

株式会社 田邊研電 東京都台東区根岸1-9-14
山崎ビル4F TEL.03-3704-3044

株式会社 **カワサキ**

代表取締役社長 川崎 雅章

〒113-0023 東京都文京区向丘2丁目3番4号
TEL03-3821-6188(代) FAX03-3828-5570
<http://www.mkawasaki.com/>

RY JEWELRY JEWELRY JEWELRY JEWELRY
美への創意と創造

株式会社 **アイ・ケイ**

〒104-0045 東京都中央区築地7-5-3 紀文第1ビル6F
TEL 03-5565-3001
FAX 03-5565-3025

宝石の鑑定・鑑別

DGL
DIAMOND GRADING LABORATORY

ダイヤモンド クレディングラボトリー

東京 千110-0005 東京都台東区上野5丁目18番7号 アモノビル4F
TEL.03(3832)2432 FAX.03(3832)2439

大阪 千542-0081 大阪府中央区南船場3丁目3番10号 エーゼービル4F
TEL.06(6253)1436 FAX.06(6253)1430

福岡 千812-0011 福岡市博多区博多駅前3丁目19番14号 ビーエスビル4F
TEL.092(41)4605 FAX.092(41)37717