

新しい生活様式のビジネスシーンに 全国初「感染症対策総合展」。9月9日~11日、名古屋で開催

新しい生活様式のビジネスシーンに欠かせない感染症予防対策として、100社を超える出展社から数百点の感染症予防対策製品が一堂に展示される全国初の「感染症対策総合展」が、9月9日~11日の3日間、ポートメッセなごや第2展示館で開催される。今後も新しい生活様式を模索しながら、経済活力を取り戻す段階へと進めていくことが極めて重要。ビジネスの確立に向けたヒントとなるよう開催される。

工夫をこらした数百点に及ぶ感染症予防に活用可能な製品・システム等が一堂に会すほか、感染リスクを目に見える形で提示するなど、様々な感染症対策が提案される。入場には事前の登録が必要。https://k-taisakuten.com/

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

3T
http://www.suzuho.com



SUZUHO
株式会社 鈴峯 本社:東京都品川区大崎3-14-34 TEL:03-6859-0085

●発行所 (株)時計美術宝飾新聞社
編集発行人 藤井正義
〒110-0015 東京都台東区東上野1-26-2
ジュエラーズタウン・オーラム5F
TEL(03) 3833-1886 FAX(03) 3833-1717
<http://www.e-tkb.com>
毎月1日・15日発行
年間購読料8500円/1部450円
振替口座00190-3-57579

Quality
FROM THE WORLD

THE WATCH & JEWELRY TODAY

ウォッチ&ジュエリー トゥデイ



IOFT2020 第33回 国際メガネ展

産地活性化のためにもIOFTを成功させたい 展示会にかける想いはいつもの100倍

メガネの産地福井県のメーカーをはじめ、昨年出展したほとんどの国内企業、来場者からの期待の声を後押しされ、安全を確保しながら経済を回すためにも「第33回国際メガネ展IOFT」を、10月27日~29日の3日間に予定通り開催すると、主催社のリードエグジビションジャパン(株)と(一社)福井県眼鏡協会が揃って宣言した。

福井県眼鏡協会の谷口康彦会長は「2カ月前(5月末)までは迷っている福井県の企業はあったが、会社も産地もこのままでは成り立たない。コロナの影響で売上は激減し、今までにない大打撃を受けている。産地の活性化のためにもIOFTを成功させたい。IOFTにかける想いは例年の100倍。IOFTをやった良かったと言えるようにしたい。全ての会社と言っているほど同じ気持ちになっている。」とIOFT開催への意気込みを述べた。

リード社のIOFT統括事務局長岡部憲士氏は「出展社とバイヤーから多くの開催を望む声が直接寄せられている。こういう時こそ、しっかりと安全を確保しながら経済を回すために開催することが大切。IOFTは祭りではなく商談の場。今回は違った意味で大事な開催となる。IOFTを開催し、眼鏡業界に貢

え、全メガネ店の店長、店員が来場するIOFTを目指します。」とした。

会場は初めてとなる、東京ビッグサイト青海展示棟。例年と異なり、ゆりかもめ「青海駅」又は、りんかい線「東京テレポート駅」が最寄りとなるので注意したい。

出展企業は昨年出展したほとんどの企業に加え、新規出展社も増加傾向にあるということから、270社を見込む(前回は304社)。

会場レイアウトも「福井ゾーン」をはじめ、「国内デザイナーズエリア」、「IOFTフティック」、「海外デザイナーズエリア」、「ラグジュアリーゾーン」、「アジアOEMゾーン」と例年通りに計画。来場者数は1万4000人を目指す。ただし、海外の出展社と来場者については、状況次第となり不透明な状態が続く。海外バイヤーからは最小人数のバイヤーだけでもPCR検査を受けるなど、どうにかして仕入れに行かせたいとの熱望の声があるとのことだが、期待して待つしかない。


商談展として充実させるための企画は、商談の場として自由に利用できる眼鏡店専用テーブルが眼鏡店ラウンジ内に設置される。前回は177社が利用した。特に遠隔地の店の利用が多いと

例年日本全国の店長や販売員が参加し好評の特別講演は3つ用意される。

メガネ店成長戦略がテーマとなる講演1は、「非常時に試される真の実力」を題材に(株)ビジョナリーホールディングス代表取締役社長の星崎尚彦氏が、27日の11時から講演する。

EC戦略をテーマとした講演2(28日10時15分~11時45分)では、オーマイグラス(株)代表取締役社長の清川忠康氏が「アフターコロナを見据えたオーマイグラスのEC戦略」を話す。続けて、(株)ジズCX戦略本部本部長・新規事業開発室室長の向殿文雄氏が「アフターコロナ時代を見据えた、JINSのO2O戦略」を話す。ブランディング戦略がテーマの講演3(28日12時45分~14時15分)は、(株)三越伊勢丹執行役員MD統括部化粧部グループ長の小宮仁奈子氏が「『イセタンミラー』ファンづくりの秘訣」を話し、続けて(株)資生堂バウムグローバルブランドユニットグローバルブランドマネージャーの西脇文美氏が「新ブランド『BAUM』、SDGsと顧客ニーズを両立させるブランディング戦略」を話す。

その他、特設コーナー、第33回日本メガネベストドレッサー賞、専門技術セミナー、第24回日本メガネ大賞2020、SDGs推進企画、一般消費者への「メガネ需要啓発」のためのSNSの発信・TVや雑誌の強化、インフルエンサーによる拡散など、様々なイベントや企画でIOFTを盛り上げていく。



THE LAZARE DIAMOND
The world's most beautiful diamond.
WWW.LAZAREKAPLAN.CO.JP
ラザールキャプランジャパン TEL.03-3839-7421

村田宝飾 MURATA JEWELRY

人が輝いてこそ村田

お客様にとって一番のパートナー

いまこそパートナーシップ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
17 パートナーシップを推進しよう
8 働きがいも働き方も増やそう

村田宝飾株式会社
URL <http://www.murata-jewelry.co.jp>
E-mail info@murata-jewelry.co.jp

松山本社 〒790-0964 愛媛県松山市中村2-8-15 TEL 089-941-4135 FAX 089-946-1971
東京本社 〒110-0005 東京都台東区上野5丁目7番5号 TEL 03-5807-4345 FAX 03-5807-4346
甲府支店 〒400-0822 山梨県甲府市里吉3丁目3-30 田中ビル2F TEL 090-8845-8758

LOVEMARK * DIAMOND × LYNN HAVEN
Fine Jewelry



Opening Soon at Coco Park, Shenzhen - 6 July 2020
Create your own jewellery that speaks your personality

South Area L078, Coco Park Mall, Futian District, Shenzhen.

for you forever
UCHIHARA

株式会社 国太

東京本社
東京都港区六本木7-2-7
〒106-8518
TEL.03-3478-0301

大阪支店
大阪市浪速区難波中2-10-70
なんばパークス・パークスタワー11F
N-1103 〒556-0011
TEL.06-6648-0401

GEMTRUST
ジェムトラスト推進室
0120-25-1837
<http://www.gem-trust.com>

SA*BIRTH
The Brilliance from Southern Africa

ジュエリー販売が変わる画期的ソフト

リフォーム・ファッション・エンゲージ・マレージ全て対応。
パソコンが苦手・CADが出来ない販売員の方でも簡単に使用できます。



SEA FORCE COUNTERSKETCH

1万点以上の指輪・ネックレス等から
お客さんと一緒に画面を選んでいくだけで簡単にその場でジュエリー製作。

詳しくは、ホームページをご覧ください。
www.3dcad.asia
発売元 シーフォース株式会社

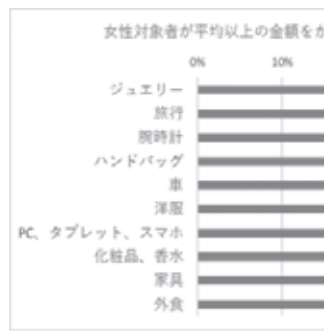
本質的な価値に目を向ける女性に、ジュエリーの意味性の提案が重要

PGIの消費者意識調査

多くの女性がコロナ禍でもジュエリーを求めている

ブラチナ・ジュエリーの国際的広報機関であるブラチナ・ギルド・インターナショナル(株)が、主要4カ国(日本、中国、インド、アメリカ)において、ジュエリー顧客層への新型コロナウイルスの影響に関する調査を実施。調査結果として、新型コロナウイルスがジュエリーの消費者にも大きな影響を及ぼしているものの、さまざまな価値観や人間関係が見直されている中で、ジュエリーの存在意義もあらためて感じられていると8月に発表した。

その中で、日本市場の調査結果として、「新型コロナウイルスが女性の生活に及ぼす影響トップ3」は、①自分の人生や優先順位を見直す良いきっかけになった(82%)、②支出を抑えている(80%)、③経済情勢や自分の家計を考えた。何にどうお金を使うか注意深くしている。また、男性対象者の多くが感謝の形としてジュエリーを贈りたいと答えていることは、コロナ収束を待たずともジュエリーに大きな関心があることを示唆。ブラチナ・ジュエリーが、夫婦間ギフトとしてのジュエリーに「純粋な絆、かけがえのない感謝、永遠の結びつき」といった意味性を付加しようと考えられる。また、多くの男性がこれまで以上の金額のジュエリーを贈りたい(収束前53%、収束後70%)と回答し、その大きな理由として「相手がい



(55%)、3位腕時計(51%)となった。

さらに、男性の70%がコロナ収束後にこれまでと同程度かそれ以上のお金をかけてジュエリーを大切な人に贈りたいと回答。コロナ収束前であっても、ジュエリーを贈りたいと回答した男性は53%に上った。

なお、夫婦関係において「配偶者(パートナー)にあらためて感謝している」のは男性85%、女性82%。「配偶者(パートナー)がいてくれることにこんなに感謝したことはない」という男性は67%、女性56%となった。

「くれたことにお礼をしたい」という点にも目を向けたい。

また、多くの女性がジュエリーに自分にとっての意味性(パーソナルミーニング)を感じているからこそ、これまで以上の金額をコロナ収束後にかけたいと思っている。日本の女性たちも自衛生活の中でブランド名よりも本質的な価値に目を向けるようになった。ジュエリーのパーソナルミーニングを提案することが、コロナ禍を乗り越えたジュエリー市場の復興に繋がるのではないだろうか。ブラチナ・ジュエリーはその本物感と純粋・希少・永遠という価値を身に着ける人にとってのストーリーに転換しようと考えられる。

Dia Flore
ファンシーカラー ダイヤモンド

〒104-0046 東京都中央区築地7-5-3 紀文第1ビル6階
Tel 03-5565-3001(代) <http://www.aitkei.com/>

アイケイ

▽調査対象=単価10万円以上のジュエリーを過去24か月間に入手したか、今後24か月以内に入手意向がある男女20~69歳(男性429名、女性571名)、全国主要10都市、調査機関4月23日~5月10日、インターネット調査。

ネックレスが上手に付けられません...
お答えします。

桑山の輪王ならハート型のつまみが、可愛いだけでなく、**掴みやすい**です。

持ち手部分が長いから、**指先の固定が楽チン!!** つまみ部分にも角度があるから、**指がかけやすいのでとってもオススメ**です。

W a o
輪王

Brilliance Comes To Life
Kuwayama 〒110-0015 東京都台東区東上野2-23-21
TEL 03-3835-7235 www.kuwayama.co.jp