

「ジュエリー&ジュム デジタルワールド」 10月27日~29日

世界中から宝飾業者が集まる香港で開かれる国際宝飾見本市に、出展できないことから、世界のサブライヤーとコンタクトするための初のデジタルイベントとなる「ジュエリー&ジュム デジタルワールド」が、10月27日~29日の3日間に実施され、多くの日本企業も参加する。

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.

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

Quality logo

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J logo.

国内の眼鏡市場全体を盛り上げるため 1億5千万円の購入支援キャンペーン

国内メガネフレームの約96%のシェアをもち、その技術と品質力が世界でも認められている国内唯一のめがね産地・福井県鯖江市は、コロナ禍によって眼鏡業界が苦悩を強いられている状況から、鯖江市の名産品である「さばえのめがね」を、鯖江産地の魅力と再興のきっかけ作りをしたいという想いから、総額1億5000万円をキャッシュバックするキャンペーンを10月1日より実施すると発表。注目は、かつてない3者協業(全国眼鏡小売店×県眼鏡協会×市)にて、1億5000万円という大規模な購入支援キャンペーンを実施し、経済効果として30億円を見込んでいること。さらに、同キャンペーンを通してSDGsの実現も目指す。

主催するのは、さばえ産地活性化協議会(構成員:福井県眼鏡協会)で、国内の眼鏡市場全体を盛り上げたため、福井・鯖江産の眼鏡を取り扱う全国の小売店3000店舗を対象(オンライン店舗は対象外)に、LINE Payを活用したキャンペーンを実施。先着4000人に3000円、さらに先着15万人から抽選で100人に1人に2万円をキャッシュバックする。事業の狙いと想定効果は、対消費者者=鯖江産眼鏡への関心・購入動機の芽生え、鯖江産地の認知向上。対眼鏡小売店=来店誘導・販促、在庫消化で新規仕入れが可能に、産地との関係強化。対産地メーカー=受注機会創出・在庫消化で新規開発が可能、全国小売店との関係強化。対産地全体=産地認知度の向上、産地ブランド化、小売業界との関係強化。を掲げている。また、キャッシュバック・購入者懸賞による直接的な経済効果は30億円超を見込み、かつてない3者協業(全国眼鏡小売店×県眼鏡協会×市)での大規模な購入支援キャンペーン(総額1億5000万円)の新奇性による話題獲得・産地PR効果と、ユーザー数8400万人超の「LINE」活用による発信力・各種WEB施策でのPR効果や、「LINE」の「友だち追加」による鯖江産のファン・購入予備軍の資産化(LINEを通じて鯖江市の魅力・新製品情報等の提供が随時可能に)を狙う。

眼鏡小売店=来店誘導・販促、在庫消化で新規仕入れが可能に、産地との関係強化。対産地メーカー=受注機会創出・在庫消化で新規開発が可能、全国小売店との関係強化。対産地全体=産地認知度の向上、産地ブランド化、小売業界との関係強化。を掲げている。また、キャッシュバック・購入者懸賞による直接的な経済効果は30億円超を見込み、かつてない3者協業(全国眼鏡小売店×県眼鏡協会×市)での大規模な購入支援キャンペーン(総額1億5000万円)の新奇性による話題獲得・産地PR効果と、ユーザー数8400万人超の「LINE」活用による発信力・各種WEB施策でのPR効果や、「LINE」の「友だち追加」による鯖江産のファン・購入予備軍の資産化(LINEを通じて鯖江市の魅力・新製品情報等の提供が随時可能に)を狙う。

10月28日~30日の3日間、有力ジュエリーメーカー・卸310社の出展が見込まれている「第8回国際宝飾展秋」が、パシフィコ横浜で開催される。

パール、ファインジュエリー、ライトジュエリー、加工機器、リ・ジュエリー関係、その他サービスなど、ジュエリービジネスに関わるあらゆる製品・サービスが

べるセミナー、ネットマーケッターによる「ハンドメイドアクセサリ販売」で売上を上げるためのセミナー、テレビで話題になった講師による「色石」に関するセミナーなど多彩なテーマが準備されている。

年内最後の大規模宝飾展「第8回国際宝飾展秋」10月28日~30日、パシフィコ横浜

8月に開催された神戸国際宝飾展と同様に、入場時の体温測定、手指の消毒、常時換気、飛沫防止シートなど政治・自治体および展示会業界のガイドラインを基に対策を講じたコロナ予防対策が行われる。神戸には3日間で約6000人が訪れたが、クラスターなどが発生したとの報告はなく、ほかの展示会も同様に予防されている。

一堂に集まり、ジュエリー・アクセサリなどの仕入れ・買い付けの年内最後の大規模宝飾展となる。特別セミナーでは、プリモ・ジャパン、フェスタリアホールディングス、エフ・ディ・シー・プロダクツの業界大手3社による「コロナ後の宝飾業界」をテーマにしたトークセッションをはじめ、追い風の「ECショップ」で成功する方法を学

さらに、東日本地域の小売店の中から、工夫やアイデアで特徴を打ち出して成長・成果をあげている小売店が選ばれる「第4回東日本ジュエリーショップ大賞」の受賞小売店によるノウハウを開けるパネルディスカッションも開催される(主催:日本宝飾記者会)。ジュエリートークショーには、通販番組などで人気のアンミカさんが登場し、「ジュエリーのように輝く生き方」をテーマに語る。

また、入国できない中国をはじめとした海外バイヤーの代わりに、主催者が特別招待する多くの在日ソーシャルバイヤーの来場が予想される。神戸でもソーシャルバイヤーが各ブースでスマートフォンやタブレットを使いライブ配信する光景が見受けられた。

会場では、ダイヤモンド、ルビー、サファイアなどのジュエストーンから、

Dia Flore jewelry advertisement with contact info.



新しいアプローチを実現した革新的な時計イベントを実施 ブルガリが新規顧客開拓への提案も発表

ブルガリ・グループCEOジャン・クリストフ・ババンが立ち上げたこの新しいタイプの時計イベントは、今年1月に実施したLVMHドバイウォッチウィーク後に催された今年唯一の複合型イベントとなり、主にヨーロッパ各地より小売業者とメディア関係者が迎えられた。絶えず変化する不安定な環境の中、短期間に組織化された運営委員会は、スイス連邦とジュネーブ州によって定義された予防対策に厳格に準拠して実施され、4日間が安全に運営できるように、実現へと導いた。

行い、渡航が難しいクライアントやメディアと行われたデジタルのZoomインタビューやミーティングは、これまでのスタイルに代わる新たな手段として国際ネットワークを包括的にカバーする役割を十分に果たしたことで、「ジュネーブ・ウォッチ・デイズ2020」は、フォームとフォーマットの両方の面でこれまでにない新しく革新的なイベントスタイルを打ち出した模様。また、ブルガリは新規顧客開拓にフィットする若年層への提案として「ブルガリ アルミニウム」を発表。過去に存在したブルガリのアイコンをリフレッシュして復刻。デザインは、モダンでありながら、クールさを感じさせ、今の時代に完全にフィット。価格も3000ユーロ(約36万円)以下の3針ウォッチと、4000ユーロ(約48万円)以下を叶えたクロノグラフという魅力的な設定になっている。

THE LAZARE DIAMOND advertisement featuring a diamond ring.

その期間中にブルガリは、数々のメディアとの直接の面会を楽しみ、45回のインタビューを

実際に宝石を見ながら自宅やオフィスで受講できる

「オンライン宝石品質判定講座」クラフトが10月より開講



実際に宝石を手にとって、宝石の価値のつき方を学ぶことができる日本宝飾クラフト学院のワークショップ「宝石品質判定講座」(監修:諏訪恭一氏)が、10月よりオンライン講座として始まった。同講座は2016年より定期的に開催され好評を博していたが、今年3月より

新型コロナウイルスの影響で休講を余儀なくされていた。今回、オンラインで受講できるのは、最初に必修となる「入門講座」。講義と実習に分かれた内容で、受講生は申し込み時に提示される150分の講義動画を視聴した後に、講師やほかの受講生とともにZOOMでディスカッションしながら実習を受けることになる。実習では、56石のトレーニングストーンを使用。この宝石は、申し込み後に受講

生に送付されるもので、オンライン講座でも宝石を実際に手元で見ながら学ぶことができる。実習時間は約3時間。昼間クラス(13時~16時)と夜間クラス(18時30分~20時)があり、夜間のみ2日間となる。開講日=昼間:10月14日、11月7日、12月2日。夜間:10月21日、22日、11月18日、19日、12月9日、10日。以降の日程は随時発表する。講師は、宝石研究家の山岸昇司氏。受講料:1万2000円+税(テキスト代別)。問い合わせ=日本宝飾クラフト学院 東京本校:0120-3388-26。

MURATA JEWELRY advertisement with industry revival message and contact info.

ear-fit advertisement for earrings with contact info.

LOVEMARK x LYNN HAVEN Fine Jewelry advertisement with images of jewelry.

for you forever UCHIHARA advertisement with contact info and product image.

Processing kakounet.com advertisement for jewelry processing services.