

第3回「東日本ジュエリーショップ大賞」受賞者決定!!

10月28日からパシフィコ横浜で開催される「第8回国際宝飾展 秋」には310社の出展が見込まれる。初日の15時30分からは、東日本ジュエリーショップ大賞に選ばれた、「カサデヨコヤマ」(株)ヨコヤマと「GENERAL PEARL」(ゼネラル真珠(株))によるトークセッションが開催される。また、最終日の30日13時30分からはタレントのアンミカ氏によるジュエリートークショーも開催される。

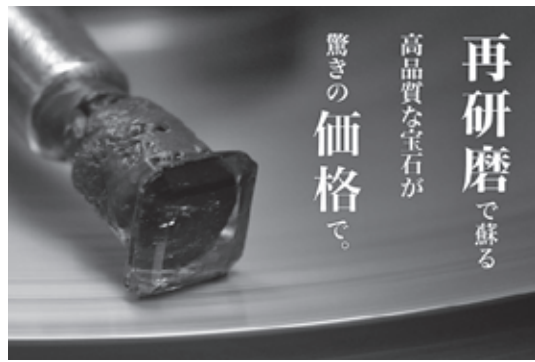
保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the magazine publisher.

Quality logo and publisher information for (株)時計美術宝飾新聞社.

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

再研磨宝石でサステナブルジュエリーを提案



再研磨宝石でサステナブルジュエリーの認知向上とブランド化を目指すジュエリーメーカーの(株)貴瞬(東京都台東区、右)は、新規ジュエリーブランド設立に向けて、9月30日から10月30日までの1カ月間、クラウドファンディングサイト「CAMPFIRE」において、再研磨宝石によるサステナブルジュエリーの魅力を広める啓蒙活動を行っている。同プロジェクトの目的は、一般消費者向けに、サステナブルジュエリーブランドを立ち上げること。具体的には、各地に眠るユースジュエリーを再研磨し蘇らせ、高品質ジュエリーとして更にアップデートしたものを求めやすい価格で手元に届け、ジュエリーの新たな市場を創造することにある。また、新規採掘を行わないことによる環境負荷の軽減(サステナブル)と、産地採掘者の人権保護(エシカル)に

も関わり、社会的責任を果たしていきたいという考えも含まれている。社長は「買い取りの営業マン時



値をつけられない宝石も買い取り続け、新たな付加価値をつけて販売してきたことにあるだろう。リサイクル業界の現場ではゴミとして扱われてきた素材もあったというが、事業を継続するにつれ「価値を上げてくれた」との声が増えていったという。社長は「元々宝石は限りある資源であって、捨てるべきものではないと思

います。どんな宝石にも価値をつけるべきだと思いますし、宝石業界に対して提言したいです。弊社

はこれまで、どこよりも高く買って、どこよりも安く売るといふ企業努力を行ってききました。もっと宝石に価値を見出すことができれば、幅広いビジネスが展開できるようになり、裾野を広げることによって宝石業界はもっと大きくなると信じています」と限りある資源の使い道は多岐にわたることを示唆した。また「宝石業界は海外に目を向ける傾向がとて強いようですが、もっと国内にも目を向けるべきだと思います。国内にも

Advertisement for (株)萩原 featuring a starburst graphic and contact details.

多くの女性がいます。時代に合ったジュエリーを届ける多くのチャンスがまだまだあると思います。このまま業界が縮小していくことに憤りを感じているんです。23歳の時から業界にいたので、もう一度活気ある業界に戻したいんです」と熱く語った。

同社はリユースジュエリーを中心に取り扱うサステナビリティの推進だけではなく、再研磨職人の後進育成にも携わり後進育成による技術の継承にも力を入れてきている。そのような背景や経緯ももっと広めたいというのが、今回のクラウドファンディングの実施の理由でもある。

これまでの主な活動としては、国内の宝飾展だけでなく、香港など海外の宝飾展にも積極的に出展し、更なる販路の拡大を推進してきた。中国・インド、東南アジア各国との取引により年々売り上げを伸ばし、わずか5期目の2019年度にはグループ全体で年商40億円を達成している。

最後に社長は「本来、ひとつひとつの作業がそれぞれ外注メインである宝飾業界において、全ての作業を自社完結するだけでなく、宝石鑑別機関との提携・専属契約により、業界のワンストップ化を更に推し進め、中古ジュエリーに新たな価値を提供するとともに、後継者問題に悩む研磨職人の育成にも力を注いでいきます」との意気込みを語った。

同社の企業理念には「本当の価値をあなたに〜本当の価値を見出し、新たな価値を創造し、世界一の価値ある企業へ」とある。この企業理念に向けたビジョンも既に持っている。今回のクラウドファンディングは、「世界一」に向けた第一歩と言える。まだ若い会社ではあるが、これからの飛躍に期待したい。

然石を使ったサステナブルジュエリーブランド「mi luna(ミ・ルーナ)」の販売を行う秋のPOP UPを開催。また、オンラインでは2020AW 新作の第一弾も発売した。POP UPでは、好きな石を選び、自

和真フレンドショップによる「webコミュニケーション」



(株)和真が主催する銀座和真フレンドショップによる「加盟店 秋の支部会」が開催された。

同支部会は例年各地の会場で開催されるが、コロナウイルスの感染拡大防止の観点から春に実施された「地区勉強会」と同様に、zoomを活用したオンライン形式に変更され、名称を「webコミュニケーション」と改め、地区情報と消費者動向の情報交換を行った。日程は、9月16日、24日、30日の3日間、時間は各回ともに14:00~16:30で、延べ48社60名の加盟店が参加した。

当日は、和真パートナーズ事業部統括・藤塚正則取締役の挨拶から始まり、第1部は、9月2日にオープンした和真直営店「終やグランエミオ所沢店」を

動画と資料で紹介。「終や」の店舗を初めて目にする参加者も多く、販売体制や売れ筋商品に関する質問があったほか、「実際に現地に足を運ばなくてもリアルな店舗の雰囲気を感じてきた」と大変好評であった。

第2部はオリジナル商品の「森のめがね屋さん」、「和真」、「WASHIN」、「aero specs」の計4ブランドの新製品を紹介。中でも新製品をクローズアップして作成されたプロモーションビデオが好評で、自店の放映を希望する声が多くあがった。

第3部は、「加盟店が今後和真に望む販促や活動」を議題に参加者によるディスカッションを実施。加盟店からは各種研修もwebで行ってほしいとの声が多く聞かれ、コロナ禍でも営業に対する積極的な姿勢が印象的だった。

全体を通して新しい売場と商品について動画を交えて見ることができたことや、webを使用することで密を避けながら地域や特性の異なる店舗の意見や情報の交換が可能となり、今後の営業に活かせることと好評を博した。

藤塚氏は、「今回で2回目のweb活用会となったが、回を重ねるごとに参加者が増加していることからwebを使用することへの抵抗感も徐々に薄れてきていると言う感触を持っています。時代に即した新しいスタイルの支援に利便性を感じていただけていると実感することができ、今後も従来型の支援と併せて継続的に活用していきたい」と述べた。

「お答えします。」

Advertisement for Kuwayama jewelry featuring a ring and promotional text.

Advertisement for (株)萩原 featuring a starburst graphic and contact details.

Advertisement for Murata Jewelry featuring a diamond ring and contact information.

Advertisement for Puchi Fire Ring featuring a ring and promotional text.

Advertisement for Kohsai jewelry featuring a ring and contact information.

Advertisement for Lovemark Diamond x Lynn Haven jewelry featuring a necklace and contact details.

Advertisement for Sarine jewelry featuring a diamond ring and contact information.

Advertisement for Lanvin jewelry featuring a ring and contact information.