

「ニューノーマル時代のデジタル戦略と業界を考える」—日本マイクロソフト

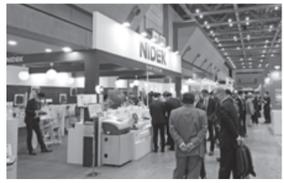
やまなしジュエリーウィークの開催期間中(11月7日~13日)、業界のこれからに役立つ各種セミナーが、社内にいながら視聴できるライブ配信される。9日は日本マイクロソフト社によるニューノーマルに向けたヒントが聞けるほか、エンブレミング、CADスキル、3DESIGNなど多彩。会場は水宝協の3階、参加は申し込みが必須。問合せと内容は水宝協まで、https://yja.or.jp/

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 watch and jewelry industry.

Quality logo and contact information for the watch and jewelry industry.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and website information.



リードエグジビジョンジャパン(株)と一般社団法人福井県眼鏡協会が主催する「第33回国際メガネ展(IOFT 2020)」が、多くの有力眼鏡店から開催を後押しする声を集めて10月27日~29日、東京ビッグサイト西展棟で開催された。

今回のIOFTに関わらず、コロナ禍により、展示会の開催に対する賛否があったのは周知の事実だが、中止となった展示会も少なくない中で、多くの有力眼鏡店をはじめ、メガネ専門小売店やチェーン店などから、コロナ禍の苦しい時を乗り越えるため、業界の復活、ひいては消費者の私生活を守るため、業界全体が一致団結し、商品を仕入れ、眼鏡市場に活性化を取り戻すためにIOFTの開催が一つの要因になると期待し、開催に賛同する声が開かれた特徴的な見本市であったことをはじめに伝えておきたい。そして、福井県眼鏡協会の主催だけでなく、全日本眼鏡工業連合会と日本眼鏡卸組合連合会が共催、日本眼鏡販売店連合会と日本眼鏡技術者協会と日本補聴器工業会が協賛として名を連ね、眼鏡業界全体として業界のあるべき姿を追い求めていることが強みとなっている。

会場では、消毒や換気、体温チェックなど様々な新型コロナウイルス対策が行われ、開催数日前まではオープニングセレモニーも中止と発表されていたが、会期が近づくにつれ、有力バイヤーとなる多くの小売店が集まること

コロナ危機を言い訳に、行動しないことこそが、真の危機を招く 市場活性化を取り戻すため業界全体で取り組んだIOFT



が判明するとともに、「オープニングがないの寂しい」という空気が漂い始め、例年のようなテープカットや気分を高める伴奏や見学者もなく、質素にはなるが、有力小売店と関係者のみが集まり、コロナ禍におけるオープニングが執り行われた。

リード社の田中岳志社長は「私は、昨年末にリードの社長に就任しました。これまで20年以上、リードで展示会をやってきましたが、一番理想とする展示会の一つが、このIOFTです。IOFTが最も活発に商談を行い、毎年約100億円の商談が行われる日本でも最高峰の商談展であり、出展社とバイヤーのビジネスに不可欠であることを強く実感しています」として、「(コロナ禍により)我々も「開催すべきか」大きな葛藤がありました。しかしながら、我々は最終的に「このような時だからこそ、IOFTをしっかりと開催することで眼鏡業界に貢献したい。それが主催者の使命である」と考え開催を決断しました」と説明。続けて「この決断に対して、何より嬉しかったのは、メガネのミキ澤田社長や東京メガネ白山社長をはじめ、ここにいる多くの眼鏡店の社長の皆様が「業界を

て、皆様のご支援に心から感謝申し上げます」と謝辞。最後に「私どもは、このIOFTを益々充実させ、今後10年、20年とさらに発展させることで、眼鏡業界の発展に貢献する決意です。今後も皆様からの絶大なご支援を賜りますよう、心からお願い申し上げます」と締め。続いて、福井県眼鏡協会の谷口康彦会長は「福井産地もコロナ禍によって大きな打撃を受けました。福井は産地全体が大きな眼鏡工場になっており、今回のように受注が激減すると地元の元産地が危機に直面します。産地の雇用や生活を守るためにも、一刻も早く経済を元に戻す必要がある。その為にも業界最大の商談の場であるIOFTを予定通り開催し、商売の活性化を図ることは不可欠であり、このように開催できることは、大変嬉しい限りです。コロナ危機を言い訳にして行動しないことこそが、真の危機を招くと思います」と開催に向けた意気込み語った。そして「福井県より約50社が出展。Made In Japan製品を、バイヤーの皆様しっかりと紹介し、仕入れていただこうと、例年にもまして真剣に準備してきました。是非とも各社の熱い意気込みに応えていただき、積極的に仕入れをお願いします。そして一刻も早く眼鏡業界が活況を取り戻せるよう、心から期待します」と熱弁した。

続いて、福井県選出の山本拓衆議院議員は「政府では、「脱ハンコ」と言われていますが、目はますます酷使されることになり、そこでメガネは重要な役割を果たします。また、国会では、省庁の横断によって規制改革を行う動きが活発化しており、メガネの眼鏡技術者国家資格の動きについても、医師会と

げましょう」と励ました。これだけ大きな期待が寄せられながらも、コロナ禍の影響による経済へのダメージが大きいとみられ、当初見込んでいた出展数の270社を大幅に割り込んだと思われる。



来場者数については、例年通りにデータを集めた結果を事務局が発表するのを待つばかりだが、販売現場を盛り上げるべく準備された3つの特別講演や各セミナーはソーシャルディスタンスを保ちながらも満席の状態であった。眼鏡業界の今後を把握するためにも足を運ぶ小売店やバイヤーは多く見られた。

これまで通り、Made In Japanを売りにした製品や、最新モデル、技術や新しい発想を取り入れた新商品も沢山紹介されたが、仕入れの全体的な量は予想以上に減少しているようだった。

販売が滞ることにより、流通をこじ開けるようにインターネットを使った販売や仕入れサイトなどを提案する新勢力も見られた。技術力によって低単価からの脱却に何年も取り組んできたことが崩れないようにすることが、今後はまた大きな課題となりそうだと。そして単価を上げる努力とともに、市場での奪い合いではなく、市場拡大を業界全体で目指すことが大切だ。

ニューノーマルやウィズコロナで新しい価値が生まれ、それに対応した新しい販売方法に、「メガネ専門」としての価値を伝えていくことが重要である。

来場者数増えるも、売上伸びず 苦しい局面迎えた宝飾見本市IJT秋



年内最後となる大型宝飾見本市「第8回国際宝飾展 秋(IJT秋)」が、10月28日~30日、パシフィコ横浜で開催され、出展社の多くは思った以上に人が来ているが、売上は立たないと嘆いていた。

速報によると、3日間で来場者数は9746人(来場者:7387人、VIP:2359人)。昨年の9284人から約500人増えているのがわかる。因みに、8月に開催された神戸国際宝飾展には3日間で5919人が来場した。

会期3日間、最後まで賑わったのは間違いのない。しかし、数字では比較できないほど、来場者の質は多様化し、変化した。神戸の折にも指摘があった一般消費者の入場は散見された。ブースに群がる多くはライブ販売をする外国人で、年齢層は宝飾業界が積極的にターゲットとしてこなかった若い層である。ターゲットとしてこなかった若くは、また衰退するのかもしれない。

ある程度、国内の小売店の来場はあったようだが、単価も低く、殆どは仕入れには繋がらなかったとの声が多かった。インバウンド消費も周知の通りなかったため、厳しい結果になったところが多いはずである。

去年はインバウンド消費があったが、単価が下がり思った以上に売れな

い。特にハイジュエリーに関しては惨敗のようだ。

ライブ販売に対応した出展社は、在庫がなくなるほど売れ残り、過去最高の売上だということもあった。神戸に比べ、競合が増えても関係なく売れるのが現状で、素材集め

と新商品の製作に日々追われているほど忙しいという。ライブ販売をする人も増えているようで、直にライブ販売者の取り合いになる時代も、そう速くはないと考える人もいる。

Advertisement for Dia Flore jewelry, featuring a diamond ring and contact information.

貿易が再開され、海外でのフェアが実施されない限り、ライブ販売の流れは途切れそうにない。一般消費者も止めることなく開催され続けるようなので、これまで一番の盛り上がりを見せた1月の国際宝飾展(2021年1月13日~16日)がどのように変化するか、また衰退するのかもしれない。

宝飾業界は低迷するとともに、一層「個」になり始めている。過去何度も「苦しい時を耐え忍んできた企業が多い」と言われるが、このような状況でも活性化に向けた取り組みは必要不可欠。失うのは早いですが、築くには時間がかかる。諦めることなく手を取り合って前に進むことも大事である。

Advertisement for The Lazare Diamond jewelry, featuring a diamond ring and contact information.

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

Advertisement for Kuwayama jewelry, featuring a diamond ring and contact information.

Advertisement for Lovemark Diamond and Lynn Haven Fine Jewelry, featuring diamond jewelry.

Advertisement for UchiHara jewelry, featuring a diamond ring and contact information.

Advertisement for Kakounet jewelry processing, featuring diamond jewelry and contact information.