

株式会社ディーディー
代表取締役社長
岩崎 道夫

ダイヤモンドジュエリーは これからも人生に 潤いと満足を与え続ける

激動の1年が終わりましたが、皆様はいかがお過ごしでしょうか？

昨年を振り返るにあたり、やはり新型コロナウイルス感染症の話は避けて通れないかと思えます。まるで映画の世界さながらに、一つの感染症がここまで世界全体を変えてしまうことになることは、一年前のこの時期には全く想像していませんでした。新型コロナワクチンが英国、アメリカで承認され投与が始まりましたが、未だどのような形で収束に向かうのか想像できません。

市場調査会社の発表によれば、2020年の宝飾品小売市場規模はリーマンショックを超える落ち込み率の前年比74.3%、7,320億円、また2021年の宝飾品売上を18.5%増の8,670億円と予測しています。輸入統計によれば、日本のダイヤモンド原石輸入は2020年1~10月で394億円、前年比59.0%でした。

コロナによる影響は世界経済にも大きな影を落とし、宝飾品はブランド、非ブランドに限らず業績が悪化しました。中でも大手高級ブランドは原材料の調達方法が児童労働など人権侵害に当たるとして人権保護団体から指摘を受けており、その対応がさらなる収益圧迫を助長しました。

TDEの母体であるWFDBは大手鉱山会社、サイトホルダーの協力の下、コロナ禍における新たな取引のプラットフォームとしてGet Diamonds.comを立ち上げました。業界の中での信頼に足るサイトとして現在では英語のほか、ヘブライ語、ロシア語、中国語、アラビア語に翻訳され、出品者数4319社、出品数137万ピース、出品総額58億ドルという世界最大のオンライン取引所に成長しました。

国内に目を向けますと、TDEは2月末に開催を準備していたWFDB Kyoto Asian Summitがコロナの影響で無期延期となり、その後の緊急事態宣言によって入札会、昼食講演会、クリスマスパーティが中止となりました。

WFDBは予定されていた諸行事をオンラインとし、バーチャルダイヤモンドコンgressを昨年9月14-15日に開催しました。また、9月30日には日本イスラエル商工会議所主催によって日本-イスラエル両国のダイヤモンド業者によるオンライン親善会議が開催されました。日本からは小職ほかTDE役員が出席し活発な意見が交換されました。

9月に発刊が発表されたWFDB外郭団体World Diamond Museumが編集した“Diamonds Across Time”が12月に日本に届きました。

TDEでは会員サービスとしてYouTubeでの動画配信を進めています。すでに第1弾としてダイヤモンドにまつわるディープな話題を収録、昨年12月には会員各位に閲覧いただきました。

2021年はこの忌まわしい新型コロナウイルス感染症が収束し、いつもの生活に戻れることを願っておりますが、ニューノーマルの世界ではテレワークが当たり前かもしれません。

しかし地上からエンゲージメントリングやダイヤモンドジュエリーが消えてなくなるわけでもありません。どんな形にせよダイヤモンドの売買、商品のデザイン、流通は再開されます。私達はそれの来たるべき日に備え力を蓄えておきたいと思えます。ダイヤモンドジュエリーはこれからも人生に潤いと満足を与え続けるものと確信しています。

これからの小売業のあり方について デジタルトランスフォーメーション(DX)に本気で取り組む一年に! 2月3日(水)「新年度オンラインセミナー」無料開催します!



統を勝ち取る。社会に寄り添ったマーケティングを本気・本音でやるのか、経営者のその信念とともに持続可能性の高いマーケティングへの取り組みが要求される経営環境となったのです。

弊社が主宰する宝飾小売業のマーケティング実践研究会「JMG」(ジュエラーズ・マインドグループ)では、この激動の2021年を進むためのオンラインセミナーを2月3日(水)に無料開催することを決定しました。

いつもありがとうございます。1月7日、首都圏に緊急事態宣言が発令されジュエリー業界にも大きな震撼が走りました。

感染防止と営業活動の両立!いま宝飾店経営者は、この長期戦の様相を呈してきたコロナ禍をのりきる覚悟とビジョン、そして適応策の実行が求められています。

そして規模の拡大ではなく永続性、売上重視ではなく利益重視、何より顧客を大事にし、社員の雇用と会社の存

続を勝ち取る。社会に寄り添ったマーケティングを本気・本音でやるのか、経営者のその信念とともに持続可能性の高いマーケティングへの取り組みが要求される経営環境となったのです。

弊社が主宰する宝飾小売業のマーケティング実践研究会「JMG」(ジュエラーズ・マインドグループ)では、この激動の2021年を進むためのオンラインセミナーを2月3日(水)に無料開催することを決定しました。

今回はコロナ禍という非常時であることから、会員店だけでなく、商圏がかぶらない地域のお店の皆さまにも広くお声掛けさせていただきます。ご関心のある方はぜひご参加ください。

「JMG」は現在5代目会長「ジュエリーハナジマ(花島路和社長)」のリーダーシップのもと45社の会員で構成され、ジュエラーとしてまた商人としての

プラチナ・ギルド・インターナショナル株式会社
代表取締役社長
ハンキンソン 尚子

ニューノーマルの時代にこそ 消費者の心に響くプラチナ・ジュエリーを

別な気持ちや人間関係を象徴するもの59%と、ジュエリーを必要とする回答が倍以上回る結果となりました。自分にとって意味のあるもの、自分自身を投影できるものとしてジュエリーが見直されている今だからこそ、これまで以上に消費者の心に響くストーリー性、納得できるデザインや価格帯のバランスといった、トータルなジュエリーの訴求力が求められています。

こうした消費傾向に合わせ、またプラチナ・ジュエリーの未来を見据え新規顧客を育成するために、PGIでは2020年10月末より、リー

別な気持ちや人間関係を象徴するもの59%と、ジュエリーを必要とする回答が倍以上回る結果となりました。自分にとって意味のあるもの、自分自身を投影できるものとしてジュエリーが見直されている今だからこそ、これまで以上に消費者の心に響くストーリー性、納得できるデザインや価格帯のバランスといった、トータルなジュエリーの訴求力が求められています。

デイングジュエリーブランド3社と共同で新たなコレクション「プラチナ・ウーマン」を立ち上げました。若い時に1つでもプラチナ・ジュエリーを入手すると生涯の所有数に圧倒的な差が出るという調査結果を踏まえ、最初のプラチナ・ジュエリーの入手促進を図るこのキャンペーンにより、働く女性の手が届く価格帯で「本当の自分らしくあることを後押ししてくれるプラチナ・ジュエリー」を、20歳から34歳の女性に訴求していきます。女優の多部未華子さんをブランド・アンバサダーに起用した、若い女性の共感をえられるブランドムービーやSNS広告を駆使して、パートナー社のECサイトに誘導し実売に繋げていきます。またこれを機にPGIでは、昨年末にウェブサイトをリニューアルし、若い女性の情報源であるインス

タグラムアカウントの本格運用を開始しました。今年も更にオンラインによるプラチナ促進を活動の軸として、ソーシャル・ムーブメントの拡大を目指してまいります。

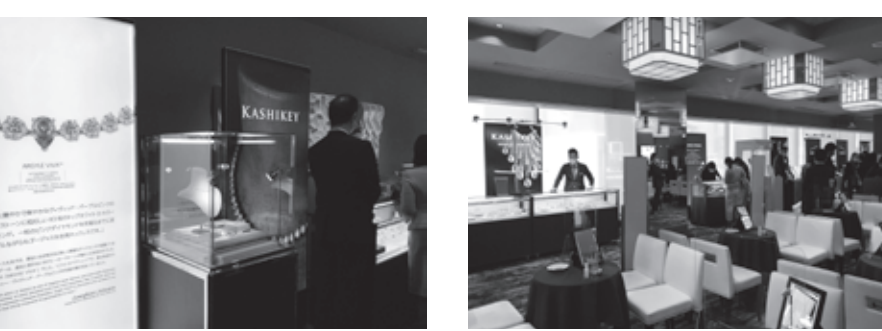
加えて今年は、販売員に向けたオンライン教育の拡充を始め、アンバーサリー需要として定着している「サックスデイズ・プラチナ」や富裕層を対象とした「ハローミー、プラチナ」のプロモーションの継続、そして国産プラチナ・ジュエリーの輸出事業の展開などを、引き続き積極的に行ってまいります。

将来への不安が大きい時代にこそ、「心に響くプラチナ・ジュエリー」の魅力をこれまで以上に意識し、消費者への的確な訴求と啓蒙活動を主軸とし、微力ながらも宝飾業界の未来に貢献するべく自信を持って取り組んでまいります。

昨年の12月15日に、柏圭の「ベルエクラジュエリーフェア」が、11月の名古屋に続き東京で開催された。

会場は初のTHE GRAND GINZA。銀座最大級の商業施設GINZA SIXのトップフロアで、「ARGYLE BLOSSOM(アーガイルブロッサム)」と題し、全世界のピンクダイヤモンドの90%を産出するアーガイル・ダイヤモンド鉱山閉山を受け注目の高まるピンクダイヤモンドを特集。中でも2016年にテングーのヒーローストーンに選ばれた「ARGYLE VIVA™」をセレクトしたカシキイならではのダイヤモンド全周ネックレスは、その鮮やかなヴィヴィット・パープルピンクのセンター

ストーンの輝きで注目を集めた。さらに、素材の解説を含め幅広い視点からピンクダイヤモンドの魅力を紹介したほか、多



前年上回る好成績で締めくくった 柏圭「ベルエクラジュエリーフェア」 ～ジュエリーの美しさで癒されたい消費者が多数来場～

数のジュエリーを紹介し高評価を得た。TOMOKO KODERAコーナーでは、JJAデザインアワード2019グランプリ受賞作品の連作が登場。小寺ならではのドラマティックなダイヤモンドラ

インで描くイヤカフやピアス・リングなどの新作ジュエリーでファンを魅了した。また、カシキイブラウダイヤモンドやカシキイコンパールなども会場を彩る作品として注目された。

コロナ禍の下で、キャンセルが心配されたが、直前まで参加希望者が増え続け、急遽接客スペースの確保に走るほど多数の来場者があった。十分な空間と徹底したコロナ対策によって、安心感を持ってジュエリーを楽しむ姿が多く見られ、前年を上回る好結果に繋がった。

同社は「何より今年一年コロナによって様々な我慢を強いられたお客様が、ジュエリーの美しさで癒されたいと願われていることが、多数のお客様にご来場いただいた大きな要因です。また、好成績を取られたのは、お取引先のご尽力の賜物と心より感謝致します。今後もコロナ対策に注力し、柏圭の商品力・販売力・企画力を活かした魅力ある総合ジュエリーフェアを提案してまいります」との感謝と意気込みを語っている。

3月1日まで「デザインの妙」開催中 山梨ジュエリーミュージアム

明治10年(1877年)に、出品者の向上心や競争心を刺激して産業の増進を目的に、「第1回内国勧業博覧会」が大久保利通の主導によって、東京・上野公園で開催された。

記録によると、会期は102日、入場者数は45万4168人、出品点数は1万4455点。近代化促進のため、それ

ことが目的の、いわば「見世物」を明確に否定し、殖産興

業推進に必要な欧米からの新技術と日本の在来技術の出会いの場となる産業奨励会を目的とした面が強調された。また、全国から集められた出品物は、「素材」・「製法」・「品質」・「効用」・「価値」・「価格」などの基準で審査が行われたようだ。

これに出席した山梨では、この頃には既にオリジナリティのある作品制作が始まっていたという。高度成長期にはジュエリーへの興味・関心が高まると同時に、デザインの重要性と意匠の保護への取り組みも強化され、専門のデザイナーの重要性が増した。

そもそも、人がジュエリーを選ぶと

き、「その心惹かれる決め手はどこにあるのか」。貴重な宝石、色合いが好き、自分に似合う貴金属... 様々な要素の中で、一番聞こえてくるのは「デザインが素敵だから」という言葉か。

デザインとは、日本語で「意匠」のことを指すが、「目的を果たすための技術と材料を持って社会的にアプローチする手段」とも言える。

「CT スキャン使用 天女、花珠、鑑別書 日本真珠学術協会」

宝飾のプロが正確でスピーディーな査定
ご新規様キャンペーン
通常金利 1% 業界最安
宝飾品・ブランド品・骨董品・何でもOK。大口・在庫担保融資可。
谷口宝飾グループ
質 セブンプラスワン
お気軽にご相談下さい。営業時間 ◆月～金 10時～18時
03-3835-0888
東京都台東区台東3-12-8 東京都公安委員会 質屋営業許可番号 第306609803009号

値札タイプライターの代わりに
「ジュエリープライスプリンター J・Dipo」
(ジェイ・ディポ)
値札・糸付値札に簡単に印字
速乾性インクで、直ぐに触っても大丈夫
クレジット・リースも可能
本体価格198,000円(税別) / 専用インク(1本) 19,400円(税別)
中央宝石研究所(CGL)
〒110-0005 東京都台東区上野5-15-15 中田ビル5階 TEL.03-3839-1451 / FAX.03-3839-1455

真珠教育、新時代の幕開け
真珠のプロを目指す3つのセミナー
パールトレーニング10時間 目指すは「品質を重視した真珠販売」
真珠メンテナンスマスター講座 目指すは「真珠の診断・修復」
真珠テリ&まきマスター講座 目指すは「真珠のテリ制定」
真珠科学研究所 〒110-0016 東京都台東区台東3-16-5 ミハマビル TEL.03(3834)7050

宝石の鑑定・鑑別
DIAMOND GRADING LABORATORY
ダイヤモンドラボ
東京 TEL.03(3832)2432 FAX.03(3832)2439
名古屋 TEL.052(732)0580 FAX.052(732)0622
大阪 TEL.06(6253)1436 FAX.06(6253)1430
福岡 TEL.092(414)6065 FAX.092(413)7717