



東京・御徒町から発信する宝飾品パーツ&IFKシャトンの石福ジュエリー

フルモデルチェンジした石福ジュエリーパーツの総合カタログ「Vol.14」発刊

パーツ欄の新しい「総合カタログ Vol.14」が刷新された。この新しい「総合カタログ」は、オールカラーの240ページ。パーツの写真はほぼ実寸大で見やすく、イメージも湧きやすいと評判のパーツ・カタログとして愛用する業界人も多い。今回は、前号より60ページ増え、前号に新パーツを挿入したのではなく、昨年秋からプロジェクトメンバーが一生懸命に作成した「令和版」としてフルモデルチェンジされた渾身の一冊にまとめられている。

ので、ニューノーマル時代への提案に、この新しいカタログを手元に置きたい。今や、パーツもジュエリーの価値あるポイントの一つ。様々なデザイン、形、素材、サイズによって、様々な顧客のニーズに応えたい。また、同社では、ニューノーマル(マスク)時代に合わせ、マスクによって人の特徴を認識できる箇所が減り、新入社員や顧客などを覚えるようになったことへの対策、新しいマスクのおしゃれとして「マスク・チャーム」などもいち早く提案している。問い合わせは、TEL03-3832-5241まで。

おうち時間にもジュエリーを!! パールジュエリー「濱ノ雫」が横浜高島屋で初のポップアップ

「ときめく真珠」をコンセプトに、あこや真珠を主力素材として扱うジュエリーメーカー、日本雑貨(株)、横浜高島屋3階に、初めてのポップアップ



ショップ「ジャパンクチュール」を2月3日〜9日までの期間限定でオープン。自社ブランド「濱ノ雫(はまのしずく)」を中心にパールジュエリーを40〜50点ラインナップする。2度目の緊急事態宣言が発令され、不要不急の外出を控え、おうち時間が増えてファッションや身だしなみにあまり気を使わない中においても、リラックスした着あつても、1点プラスするだけで手抜き感がなくなるパールジュエリーは、おうち時間にトキメキをプラスするとし

CTスキャン使用 天女、花珠、鑑別書

日本真珠学術協会 天女、ロイヤル天女は日本宝石学協会で商標登録されています

て提案。心や気持ちを明るくすることはもちろん、テレビ電話やオンラインミーティングでも表情が映えること間違いないと、ジュエリーの役割を伝える。同社は、本物の真珠をもっと身近に感じてもらえるようにとシリーズを展開している。

モアサナイトや類似石に対する注意喚起をLGDA会員に発信

一般社団法人日本グロウンダイヤモンド協会(LGDA、石田茂之代表理事)は、コロナ禍により、昨年より国内のラボラトリーグロウンダイヤモンドの企画が実施されない状況が続く中でも、SNSをはじめとするWEB環境下でのビジネスは従来の天然ダイヤモンドビジネスにある卸売・小売といった流通に関係なく、大きく成長。いくつものラボグロウンダイヤモンドのブランドが誕生し、ライブ配

信などで実売に繋げ、新たな商材は新たな販売方法で売り上げを伸ばしているという会員に伝えている。またその中で、今後は天然ダイヤモンドと全く違う販売認識を持つ必要が求められていると同時に、モアサナイト等の擬似石(ダイヤモンドではない人工石)の知名度がネットを通じて高まっており、一般ユーザーがその違いについて認識できていないようだと警笛を鳴らしている。米国アメリカ連邦取引委員会(FTC)は、合成ダイヤモンド

(Synthetic Diamond)の名称が、消費者に誤解と混乱を与える可能性があるとして、商品名称のガイドラインから「合成ダイヤモンド」を削除した。また、これを受けて、GIAは2019年7月より全ての鑑定書でSyntheticの表現を停止し、LABORATORY GROWN DIAMONDの表記に統一。昨年より4Cグレードも鑑定書に記載されている経緯と共に、日本でも類似石の影響が出てきており、米国と同じ状況になると予想され、早めに対応していく必要があると注意喚起を促した。

来場者数8892人のIJTから 業界は何を考える!?

近年では2万5000人強の来場者を見込む1月に東京ビッグサイトで開催された「国際宝飾展IJT2021」の来場者数は、4日間で8892人となった。昨年の来場者数2万4118人と比べると73%減となり、実に見合わない出展費用になった。昨年の来場者数もその前年の比に比べ約2200人の大幅な減少傾向にあったため、コロナ禍での開催は測り知れぬ結果を今後にもたらさそうである。

これからの見本市の問題は、来場者数だけではない。そもそも業界関係者が口にする「催事の不振」には、若者のジュエリー離れや人口減少による「マリッジリング等の需要の減少」などに留まらず、変化を遂げる市場の中でジュエリーに対する関心を高めるための活性化対策ができていないことではないだろうか。

はさほど落とさず、催事でも高額品がちょこちょこ売れるなど、飲食店などに比べるとの危機感を感じることができなかったのか、ソーシャルバイヤーへの対策や一般消費者を入れる見本市への関心、ネット販売の台頭による情報開示の問題点、見えにくくなるジュエリー市場の広がりなどに関して実施されるべきセミナーや教育については話にも上らず、ひとつの産業として進むべき道が見えていないのが問題と受けられる。見方を変えればコロナ禍の中でも「国際宝飾展」に多くの「ジュエリーに関心のある人」がジュエリーを求めに訪れただけの需要があった事実を直視すべきではないだろうか。

今年度は東京オリンピック・パラリンピックの開催予定のために、コロナ対策をしながら様々なイレギュラーにも対応せねばならない。5月13日〜15日には「神戸国際宝飾展」、10月27日〜29日は「国際宝飾展秋」、2022年1月12日〜15日は「国際宝飾展IJT」と予定は続き、このまま上代表示の議論が全くないまま、「ジュエリーに関心がある人」として一般消費者を来場することを黙って受け入れていいのかもひとつの疑問として残る。今後は手をつないだカップルがより訪れることが考えられるのだ。上代表示に

については出展社などにはアナウンスされたようだが、公式な発表がなかったように思う。上代表示は特に問題ないとの声も聞かれていたが、より多くに知らせることは必要であった。名称使用であるのか何なのかわからないが、日本ジュエリー協会が主催者として名を連ねていることもあり、出展社も様々なことに関心を持ち、意見を持ち寄るべきだ。このまま知らないところでいろいろなことが決定されていくのは決して良いことではない。多様な議論を重ねなければ、課題や解決できること、進むべき道も見えてこない。

今後の見本市に向けて「実情を体感でき良かった」という声もあった。ポジティブな意見だが、業界を動かすための多くの声が必要だ。異なる意見にも耳を傾けるべきだ。既存の流通だけではなく、市場の変化やニーズの多様化により生まれた新しいビジネススタイルや新しい市場などを視野に入れている企業が密かに増えていることを考えれば、業界としても古い考えに固執せずに、確かなビジョンを持って、変えることは変え、必要な課題を解決し、新しいことも取り入れ、需要を捉えていく必要がある。各社が理解を深めるのは時間がかかることだが、同じ考えを持つ仲間が必ず身近にいるはずだ。スピーディーな変革による市場活性化を誰もが望んでいる。

ジュエリーコーディネーター(JC) っておもしろい!!



大松彰さん インタビュー

ジュエリーコーディネーター資格制度(JC)が誕生してから20年が過ぎ、JC資格登録者数は1万人を超えようとしている。ジュエリー産業の健全な発展と消費者の利益に資することを目的に創設されたJC資格制度は、これからはじまるジュエリーの需要喚起に欠かすことのできない重要な役割を担うことが期待されている。安心・安全な流通を図るのにも役立つ基礎知識が備わっており、より多くの資格取得者が増えることが望ましい。ニーズの多様性によりJC資格の役立て方も多岐にわたるので、JC資格者の生の声を連載(3回)で届けたい。



大松彰さん(JC1級) 宝石専門チャンネルGSTV(CS)MC JC1級 FGA取得(英国宝石学協会正会員) 天然石検定1級 真珠のプロSA

JC1級を目指したきっかけを教えてください。

私はもともと政治家を目指していました。パブルが弾けた時に、政治家の道が険しくなったことをきっかけに、まずは名前を売ろうとフリーアナウンサーに転身しました。政治知識が深いことから、事件・事故を追いかけるワイドショーなどのリポーターとして、TBSやテレビ朝日などでお仕事をさせて頂きました。その繋がりでもドラマやバラエティなどのキャスター役などにも呼ばれて忙しかった頃の今から13年ほど前に、宝石専門チャンネルのオーディションを受けるチャンスがあり、たまたま合格したことから、ジュエリーの世界に入りました。

当時の宝石専門チャンネルは、事務方にGIAの資格者が一人いた程度で、複雑な処理石の説明も、少ない情報から自分で調べてトークしていた時代です。

自分で取材をし、責任を持ってニュースを伝えていた時は、リポーターとして「グレー」は許されなかったもので、情報開示のあやふやさに違和感がありました。やけに安い商品や口を濁すバイヤーさんもいました。特にカラスーンは難しく、GIAの資格を持つ人にも限界がありました。あまりの「グレー」の多さから、自分で調べないといけないと必要に駆られてたどり着いたのが「ジュエリーコーディネーター」でした。

はじめはもちろん3級からです。全般的な基礎知識から学ぶことができ、3級のテキストだけでもすぐに実践で役立つことが多々ありました。本当にすがるように勉強した記憶があります。近山先生の鉱物図鑑は今でも大好きです。

JC1級を目指したのは、必然的だったということでしょうか。

10年以上前になりますが、宝石専門チャンネル開局当時から、お客様のジュエリーに対する食いつきは強かったのですが、売れば売れば知識が求められるようになりました。日に日に知識の必要性が強まると同時に、商品に対する情報開示の重要性が高まりつつありました。私は、開局1年目でJC3級を取得し、翌年にはJC1級にトライしました。とても必要なことでした。専門チャンネルのMCとして、正しい情報を持つことは最重要課題です。

MCはプロとしてのトーク力や、如何に難しい点を簡単に説明できるかなどが当たり前のように問われますが、私にとって重要なのは、視聴者と商品の間に立つための中立性を保つことです。商品にフィルターをかけて視聴者にわかりやすく、かつ全ての情報を伝えることがコーディネーターとしての役割になると考えています。中立性、自分自身の倫理・綱領も含めコーディネーターとしての意識を高めることもそうですが、自分自身を守る鎧にもなるのが資格であり、正確な情報です。説明不足と思えば自分から説明すべきと主張できるのが強みと言えるでしょう。

JC1級試験への対策はありましたか?

JC3級・2級の試験は、テキストを覚えることが主軸にあり、覚えるのは得意だったので、それほど難しくはありませんでした。しかし1級には実技・ロープレ・面接があり、私は3回試験を受けて合格しました。面接の時には、ジュエリーを購入する無防備なお客様のためにもコーディネーターが必要であるという当時から考えを伝えました。ジュエリー販売への携わり方にはいろいろありますが、その全ての人がジュエリーコーディネーター資格を持つべきではないでしょうか。

JC資格はどのように役立っていますか?

私はJC1級だけではなく、FGA、天然石検定1級、真珠のプロSAと宝石関連の検定を数多く取得しているほか、現在は世界遺産やアンティークコレクションの上級資格取得に向けて励んでいます。知識や情報、経験すべてが役に立ちます。JC資格は全般的な知識が得られますので重宝します。FGAはより深いので、現在一番役立っている資格かもしれません。JCとFGAの両資格を持っていると世界最強じゃないですか。

しかし現場において、まだまだジュエリーの説明で足りないと思うことが多いです。ペンダーさんだけの説明では間違ってしまう場合も出てくるので、まだまだ課題は残されていますが、それだけジュエリーに魅力があるということではないでしょうか。ただし、これだけ

自粛するようになり、これから益々ネットで買う頻度が増えていけば、問題が出てくることは容易に想像できることです。お客様の反応がダイレクトに返ってくる反面、大きく広がる喜びもあれば、怖さもあるということです。ですので、JC資格の役割は重要になってくると思いますし、重宝されるようにならないければ意味がありません。

「JCのついで・実行分科会」のリーダーになられたと聞きました。

TV通販でも、宝石の路面店でも現場に台本はないんです。その場で話していくトーク力とセンスに不可欠なのが知識です。面白くなければいけませんし、ジュエリーとお客様を繋げる架け橋として、時に夢も語らなければなりません。とても難しい仕事だと思います。国家資格と違っていいほど重要性は高いはずですよ。

そんなトップレベルの現場で働く人たち同志が繋がる場所をつくっていくのが「JCのついで・実行分科会」で、JC資格者の交流の場となるはずだったのが、JJF2020の時に開催予定だったJCミーティングです。

具体的にはこれから話し合っ決めていくことだと思いますが、JC資格者同志の横の繋がりを強め、広めていき、JC資格の認知度も向上させていかねばなりません。JC取得者を増やそうとしても、JC資格者に対する業界の認識の弱さを感じます。業界をリードするJJA関係者の方々もJC資格を取得すべきだと思いますし、経営者が持つべき内容となっているのが「ジュエリーコーディネーター」だと思います。実績と豊富な経験をお持ちの方は今更感があるかと思いますが、そこをなんとかするのがJJAなのではないでしょうか。

今後どうしていくかと考えていく上で、そこがポイントになると考えていません。宝石の奥深さは尽きることはありません。新しいものが出てくるたびに知識を上書きして止まることはできないので、安心して商売を続けていくには、常に視野を広げていくために今ジュエリーコーディネーター資格(知識の取得)が大切なんです。まずは業界全体が認める資格になることに期待したいと思っています。

ニューノーマル時代に求められるイヤリングの新定番!! ラウンドイヤリング ピアスに見える 極細デザイン プレス加工により、軽さと強度の両立を実現! チャームを下げたり、パールの芯立ても可能 KOHSAI 1955年創業 国内生産ジュエリーメーカー

TANABE 新製品! 大人気 大埋め機 FIXER が機能追加 & パワーアップ しました! 03-3704-3044 株式会社 田邊研電

Woody Bell 特殊な修理を得意とする ~WOODY BELL~ Woody Bell (ウッディー ベル) 東京台東区東上野2-10-2第5政本ビル3階

OKUSA CORPORATION LTD. ヨーロッパの最高品質に包まれる。 マカロニの心臓部・グローバル販売サイト

ダイヤモンドグレーティング 宝石鑑別 宝石セミナー 開催中 ダイヤモンド カラーグラインダー 4日間セミナー RGT ジェムラボラトリー