

サステナビリティへの取り組みがジュエリー業界に広がることを願う エシカルダイヤモンドジュエリー「PRMAL」



D2Cエシカルダイヤモンドジュエリー「PRMAL」を展開する(株)プライマル(東京都中央区、福島剛社長)は、このほど「1% for the Planet」のビジネスメンバーシップに参加し、全売上

1%を環境保護団体に寄付することを発表した。福島社長

は、「私たちは地球環境に配慮したもののづくりをするだけでなく、還元できる仕組みを構築することが大切だと考えています。ブランド創業時から売上1%の寄付をお約束していましたが、改めてこの私たちの活動をよりオープンに、そして透明性のある形にするために、1% for the Planetのグローバルメンバーシップ参画に至りました。本メンバーシップにより、会計年度毎にプライマル社の売上金証明ならびに寄付証明を提出し、第三者機関である

1% for the Planet により寄付が認証されます。こうした弊社のサステナビリティへの取り組みが、他のジュエリー企業やファッション業界にも広まることを願っています」とコメントしている。「1% for the Planet」は、私たちの地球と未来の世代が繁栄するために存在するグローバル組織。会員登録や日々の行動を通じて、企業や個人が環境関連の非営利団体を支援することを奨励している。また、パートナーシップのアドバイス、インパクト・ストーリーの作成、第三者機関による認証を通じて、環境保護活動を簡単かつ効果的に実行できるようにしている。「1% for the Planet」のCEOケイト・ウィリアムズ氏は「現在、環境のため



ファイテンとコラボした手元供養ニーズ増で男性向け強化

ファイテンとのコラボレートにより強化されたのは、ボディケアの機能を付加したソウルジュエリー。カジュアル・フォーマルのどちらにも合わせやすいシンプルなデザインで、ビジネスシーンでも違和感なく使用できる。近年、ライフスタイルの多様化により、葬送のスタイルも従来の宗教・慣習にとらわれない、様々なスタイルから選べるようになった。特に「核家族化」の影響によって、一緒に暮らした近い家族を供養する意識＝「供養のパーソナル化」が進行していることも、需要増の要因の一つと言える。大切な人との絆をいつもそばで感じていたいと思う人や、墓が遠方であって墓参りが頻繁にできない人、女性の場合には、嫁ぎ先で実父母の仏壇が持てない代わりに、形見の品などを手元に置きたい人などが購入している。

ソウルジュエリー

お店とお客様の橋渡しができる!! 販売員さんご紹介! BICO・GHI株式会社 エムシー・マネキン紹介事業部 東京 TEL:03-3409-6954 札幌 TEL:011-219-0758 大阪 TEL:06-6348-1020

近年、インターネットを利用した情報収集が容易になったことで、店舗を訪れる前に購買の意思決定が終了しているケースが増えてきた。この傾向は新型コロナウイルス感染拡大後で顕著になり、正確な情報提供の重要性はますます高まっている。特に、補聴器は専門性の高い製品のため、購入を検討している顧客を迷わせることなく店舗へ案内することがとても重要なポイントとされている。また、感染防止のためのマスク装着やソーシャルディスタンスの実施により、

相手の声が聞き取りにくいシーンが増え、補聴器への関心や需要は高まり、問合せも増えてきている。こうした背景を受け、リオン(株)は、顧客がより簡単に店舗を検索できるように、「リオン補聴器」ブランドサイトのリニューアルに伴い「取扱い店舗検索Lite」を導入した。顧客は、リオン補聴器の製品を取り扱っている店舗の所在地や営業時間、受けられるサービスなどを、スマートフォンやPCからいつ

も簡単に検索することができるようになる。また、「取扱い店舗検索Lite」では店舗情報からTwitterなどのSNSへ連携できることから、来店促進の重要なポイントとして今後活用して予定としている。「取扱い店舗検索Lite」は、凸版印刷(株)のグループ会社である(株)ONE COM-PATHが提供している地図ソリューション事業「Mapion Biz」の新サービス。Mapion Bizでは、2種類の「取扱い店舗検索」サービスを提供。従来提供して

いる「取扱い店舗検索」は、店舗情報データと商品の出荷データを組み合わせたことで、商品の購入可能場所を自社のホームページなどで案内できるもので、取り扱う商品数や商品を卸している店舗数が多いメーカー向けのサービス。今回新たに提供を開始した「取扱い店舗検索Lite」は、商品取扱い情報を含む店舗情報データだけで取り扱い店舗を案内できるサービス。専門性が高く、商品を取り扱う店舗数が限定されるような製品を扱うメーカー向けのサービスとなっている。

誰もが暗い話を口にしていないが、不景気へまっしぐらな日本経済はどうなってしまうのか。高級品と日用品は良く売れていると一般報道されているが、平均的な物価は下がる一方だ。

売等が増える中で消費者の安心を担保する情報開示を疎かにすることがあってはならない。市場では、エコやエシカルなど環境についての販売促進が盛んに行われるようになってきた。リサイクルや中古

あるが、不景気に強いプライダも年々価格帯を下げる傾向にあるのではない。これは苦しい時に価値の創造が行われてこなかったのが原因だと

丸一丸となって活動すべき方向性を打ち出した。日本唯一の宝飾問屋街お

投稿シリーズ 熱中時代

ジュエリー価値の創造に継続した明確な情報開示が求められる

宝飾品においては新作を作らずとも前年度を越す売上を叩き出す小売店も少なくないようだ。景気回復が優先され緊急事態宣言が3月中旬に解除されるも、第3波。5月末までの緊急事態宣言延長に、さらに先行きが不透明になってきた。懸念されるのは、我慢しきれずに闇雲にルールなき販売合戦が行われることだ。それが新しい市場開拓につながるチャレンジなら良いが、ネット販

品市場も賑わいつつある。リサイクルされたジュエリーも一部の百貨店で販売されるようになってきている中で、中古品と新品の違いを、価格や製造方法、素材、デザイン力などで明確にしていかなければならないはずだ。地金価格の高騰からファッションジュエリーの主流は14Kなどになっており、全体的にジュエリーの主要価格帯が下がっているように見受けられる。特にネット販売などにおける価格では

イメージは強く、「信頼ある店舗」で買いたいという調査結果がいくつか出ている。直販が増え利益追求型に変化せざるを得ない状況において、日々の商売に集中しなければならぬが、ジュエリーを身につけるための新しい市場開拓や新しいジュエリー文化の創造でジュエリーを身につける総人口を増やすというやるべきことは残されている。日本のジュエリーの製造を担う山梨県も新たな目標を打ち出し、産業が

これらも新たなジュエリーファンを増やしていく大事な過程に過ぎない。その過程の中で大切なのは、業界として宝石の正しい価値を明確に継続した形で開示することを徹底し、伝えていくことだ。自粛の反動で好調な売上に繋がることに期待が高まるが、今こそジュエリー産業とジュエリー文化の成長、そして必ずや必要となる市場開拓にも目を向けていきたい。

路傍のカナリア77

マスクをしない自由

ジュエリータウンおかしまちの 色石・ダイヤ ルース専門店 売れ筋、レアストーンなど在庫豊富! メレサイズ 0.9mm ~ 石合わせはセレナで! 11-0005 東京都台東区上野 5-22-1 東錦ビル 1F TEL:03-3834-5307 FAX:03-3834-5306 E-mail: gem@serena.co.jp

マスクをしない自由を主張する人々がいて、公共交通機関や飲食店で一悶着を起している。マスクをする法的な義務はないわけであくまでも行政による要請である以上彼らのマスクをしない自由は尊重されなければならない。けれども報道の映像を見て

るかぎり警官を含め関係者が当の本人を取り囲んで事実上マスクの装着を強制している。異様な光景である。悶着と書いたがそれはマスクを要請している側が起している悶着であってマスクをしていない彼らは他者に対してマスクをはずせと言っているわけではない。にもかかわらず映像の構成はこのマスクをつけない人たちが社会の迷惑犯のように決めつけていて、見ている我々も彼らを非常識極まると思いつまされてしまう。これも異様な心理である。彼らは感染陽性者というわけではない。ただマスクをしていないだけである。この問題は思想や宗教のようなイデオロギー上の多数派と少数派の対立に通じる話である。多数派が圧倒的であればあるほど少数派を追い詰め追

害し壊滅してしまおうとする力が自然に働く。そこに社会正義という旗が掲げられる。けれども社会の健全さというのは様々な価値観の共存であり思想の自由とそれに伴う法に抵触しない限りでの行動の自由が担保されてこそ維持されるものである。ダイバーシティなどという言葉がはやっているがこういう時こそ声を上げるべきではないのか。多数派が自己抑制しない限り少数派への圧力は強くなる一方である。佐藤優が「民族問題」に関して日本人というのは民族についてさほど敏感に反応しないのは自分たちがこの日本の中で圧倒的に多数派であるからだと思っていたが、その多数派感覚が必ず以上に少数派を異物として排除しがちなのである。少数派による痛撃をうけた民族的体験がないから安直に「億

「アイプリモ」が全国制覇を達成 アイプリモの新店が5月1日に鳥取県にオープンしたことに伴い、全国制覇を達成。全国47都道府県に74店舗を展開している。また、これに合わせコロナ禍における婚約・結婚指輪の購買傾向に関する調

査を実施。挙式や披露宴を実施していない人が約4割にも及んだ。そして婚約・結婚指輪に結婚式などの予算を寄せたとの結果も見られた。購入場所も在住地域が大半を占め、コロナ禍でなければ8割が東京での購入予定だったと回答している。

総活躍社会」となどという全体が一つになるようなスローガンが出てくる。社会の根っこは戦前も今も変わっていない。マスクをしない人たちの考えも尊重すべきではないかとネット投稿したらアオボチ(賛成)とアカボチ(反対)がぎれいに半々に分かれた。予想では反対が圧倒的に多いと思っていたがそれだけまだこの日本の社会は常識的な許容度が保たれているしマスクをしない自由に共感している人たちは結構いるのだから表に出てこない。ただこれからはどうだろうか。GWに「ノーマスクピクニックデー」が企画されたが、誹謗中傷と参加個人が特定されかねないということで中止に追い込まれた。感染第4波の襲来

がこの社会に「一億総マスク」の強制をもたらすかもしれない。私設「マスク監視隊」が街中を巡回する風景は決して非現実ではない。そしてもう一つの仮想現実について触れておく。ワクチンが行き渡り大多数の人がマスクなしの生活に戻ったとき今度はワクチン接種を拒否しマスクをつけている人たちに対して接種とマスクを外す事実上の強制が生まれるということである。「多数派の安心安全」とその対極にある「多様な価値観の共存」について考えておかないとあつという間に社会は一色に染められ、思想、表現の自由は窒息しかねないのである。 貧骨 cosmoloop.22k@nifty.com

美しさ。だけしか要らない。 Eco-Drive One 世界最薄1.00mmのムーブメントを内包した光発電時計。 CITIZEN BETTER STARTS NOW AR5025-08E 400,000円+税 *アナログ式光発電時計として。 2018年3月現在、シチズン時計調べ。 シチズン時計株式会社 http://citizen.jp