

暑中お見舞い申し上げます。

産業をポジティブにしようキャンペーン!!

コロナ禍による苦しい状況が続くと思われがちですが、今できることをコツコツと増やして売上を作っていくかばなりません。こんな時こそ笑顔でいたいですね。楽しかったこと、良かったこと、疑問に思うこと、困ったこと、助けたいことなどを業界の仲間たちと共有しませんか。人への親切がまわり巡ってくるように、ポジティブになることが求められています。

無記名によるご投稿・ご連絡をお待ちしております。FAX:03-3833-1717/メール:hayato@carol.ocn.ne.jp (佛時計美術宝飾新聞社)

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



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



「若い力」で、新しいことへチャレンジしている 高い専門性が求められている

期待と不安が入り混じり、色々あった「東京オリンピック・パラリンピック2021」が始まりました。世界中からトップアスリートが集まり、知識のない国の存在に、改めて世界の広さに気づかされる。文化もそれぞれ違う。テレビ観戦すれば、熱い戦いに自然と「感動」させられる。人がリアルで会えることの喜びが、含まれているのかもしれない。勝敗に一喜一憂もするが、勝つても負けても、今回は戦えて良かった、開催できて良かったと、結果として思いたいと願う気持ちがあるのではなかろうか。

参加する国々によっては、メダルを狙う国や参加することに意義をもつ国など、目的はそれぞれの国によって様々であるようで、それでもトップアスリートたちが真摯に試合に取り組む姿に、金・銀・銅のメダル獲得だけが大事なことはないことに気づかされた人も多はずだ。さらに、10代・20代が新しい扉を開く「若い力」を目の当たりにし、時代が変わったことを実感するとともに、「新しいことへのチャレンジの必要性」や「進化の必要性」、「新しい視点」、「新しい考え方」を持たなければ、時代に置いていかれると感じた人も多くいたのではなかろうか。

マーケットも様々に変わり始めた。着地点が見えないだけに色々と模索され、流通経路が多岐にわたり、高い専門性が求められるはじめている。

ECサイト、通販をはじめ時代にあった販売方法がいくつもある状態だが、もはや何でもあり。技術の安売りと価格破壊が懸念される商品も見て取れる。とにかくモノが溢れ、さまざまな情報に溢れ、基準のない市場での戦いに苦戦を強いられる一方で、それらを補う「若い力」(付加価値サービス)などが存在する。業界としては、きちんと

把握し、情報共有していくことが、今後の発展に寄与すると考えられる。

米国市場で爆発的に広がった「Counter Sketch®」

ジュエラーが顧客と対話しながらリアルタイムで自由にデザインをおこなえる機能を含む、完全な3D機能を備え簡単に扱えるクリエイティブなソフトウェアプログラムとして、2019年より爆発的に米国市場で宝飾店に広がり続けているのが米国・STULLER社の「Counter Sketch®」だ。

爆発的に導入が進んだ大きな理由のひとつは、何万通りものデザインが瞬時に完成してしまうのはもちろんのこと、素材やサイズ、石の大きさ、色など、全て自分好みにデザインができあがれば、ボタン一つで発注され、1週間後に商品が届くシステムが、簡単に導入できてしまうことだ。パソコンが苦手、CADができない販売員であっても簡単に使用できるそうだ。

宝飾店で自分好みにデザインした商品の注文は、全てSTULLER社に届き、STULLER社が製造し、小売店に送り、小売店が顧客に渡すというシンプルな構図となっている。

宝飾店が職人を探す必要もなく、素材を仕入れる必要もない上に、在庫リスクの心配がないので、ある程度の資金がなくてもSNSや動画で話題性を打ち出せば簡単に始められるメリットもあるようだ。

3Dデジタルの描写がよりリアルに画面上で表現できるため、紙にデザインを描くよりも、手直しや実際のデザインと違うなどのク

レーム対応が少なくなるメリットも出ている。画面上で簡単に注文できるオーダーメイドジュエリーとして、今後の市場の主流になり得るシステムといえる。

米国市場とは異なる日本市場での「Counter Sketch®」

日本市場で「Counter Sketch®」を展開しているのは、工具専門ショップの「シーフォース」。

日本市場における導入方法は、米国とは若干異なる方法で展開されているので、担当の機械部3Dソリューション課、西山剛主任に話を聞いた。

西山氏は「まず、国内のジュエリー業界においては、他国と比べてIT化の導入が著しく遅れていると言わざるを得ません。この原因のひとつには、CADソフトを含むITツールへの理解が進んでいない、勉強不足という状況があるのではないのでしょうか。IT化と、既存の技術や経験を用いた製造方法は、相対するものではなく、どちらも「ものづくりの為の選択肢のひとつ」であることが周知されていけばいいのですが、そのためはまだ少し時間がかかりそうですね。それに加え、昨年から続くコロナ禍が収束したとしても、リモートワークをはじめとする働き方の変革は急速に進んでいくことが予想されているので、実際にこれを機にCADソフトを導入した事業所はかなり増えました。さらに、国や地方公共団体による補助事業としてや、お守り、絆として愛着のもてるアイテムになることに期待が持てることだろう。

また、その日の相場によって変動する地金の金額をリアルタイムに商品に反映させた値段が画面上に弾き出され、顧客と一緒に確認できるので、予算オーバーなどを心配することもなく、顧客に不安を与える要素を消し去ること

ができるので安心感を産んでいる。それらに加えて、導入が広い範囲に広がった分だけ、全米における共通の適正価格が市場に広まるため、不透明な価格における不安感をぬぐい去ることができると、ジュエリーの市場への浸透をより促進する役目を担っていることにも注目したい点である。

米国市場とは異なる日本市場での「Counter Sketch®」

日本市場で「Counter Sketch®」を展開しているのは、工具専門ショップの「シーフォース」。

日本市場における導入方法は、米国とは若干異なる方法で展開されているので、担当の機械部3Dソリューション課、西山剛主任に話を聞いた。

西山氏は「まず、国内のジュエリー業界においては、他国と比べてIT化の導入が著しく遅れていると言わざるを得ません。この原因のひとつには、CADソフトを含むITツールへの理解が進んでいない、勉強不足という状況があるのではないのでしょうか。IT化と、既存の技術や経験を用いた製造方法は、相対するものではなく、どちらも「ものづくりの為の選択肢のひとつ」であることが周知されていけばいいのですが、そのためはまだ少し時間がかかりそうですね。それに加え、昨年から続くコロナ禍が収束したとしても、リモートワークをはじめとする働き方の変革は急速に進んでいくことが予想されているので、実際にこれを機にCADソフトを導入した事業所はかなり増えました。さらに、国や地方公共団体による補助事業としてや、お守り、絆として愛着のもてるアイテムになることに期待が持てることだろう。

また、その日の相場によって変動する地金の金額をリアルタイムに商品に反映させた値段が画面上に弾き出され、顧客と一緒に確認できるので、予算オーバーなどを心配することもなく、顧客に不安を与える要素を消し去ること

におすすめて」と説明している

Web上で簡単にデザインしマイスターにオーダーオーダーメイドの「アクレード」

日本市場においても、これとほぼ同じ仕組みのジュエリーブランドが今年の3月、銀座に誕生した。ドイツのジュエリーメーカーeg「社」がグローバル展開する、WEB上で婚約・結婚指輪がデザインできるジュエリーブランド「アクレード」(輸入総代理店は(株)ホック)がその一つ。独自のリングデザインシステムを使い、オーダーメイドの購入体験を商品と並ぶ価値として提供している。「アクレード」の特徴は、リングアドバイザーが顧客に寄り添い、指輪に込めたい想いを大切に表現すること。そしてその想いは、ドイツにいる熟練のマイスターの技術と最先端テクノロジーによって具現化される。デザインプロセスや価格、製造過程も明らかにした透明性に、世界的な技術力の高さをもアピールポイントにしている点が新しい。

Dia Flore logo and contact information

まだまだ結婚指輪を自分でデザインすることは浸透していないが、「体験型」の消費行動から自分のこだわりを求めるユーザーが多いことは明らかであり、「アクレード」に投稿される口コミには、「納得行くまでデザインし、世界にひとつのオリジナルリングを作ることが出来た」、「出来上がった指輪を見て感動した」、「とても親

身になって相談に乗ってもらえた」などのコメントが開店以来寄せられている。これは、「アクレード」が提供する購入体験が、新たな付加価値として需要を捉えていることの証左であるといえる。

非接触型の新しい仕入れスタイル 村田宝飾のBtoB専用サイト 「The Jewelry Concierge」

Withコロナとして、都市間の移動が制限される中で、仕入れ会や見本市などが苦戦する中で、卸業においても変化が見られている。

全国各地で開かれる大小様々な見本市に必ず出展し、その時の旬の商品を提供するとして全国の宝飾店から「一番のパートナー」として信頼されている宝飾製造卸の村田宝飾(株)は、コロナが発生してから今年の8月まで予定していた見本市の出展を、顧客と社員の安全・安心を最優先するために全てキャンセルし、昨年早々に宝飾小売店の安全に仕入れを行えるBtoB専用サイトを立ち上げ、非接触型の新しい仕入れスタイルとして、多くの宝飾小売店の利用と高い評価を獲得。この8月にはサイトをリニューアルした「The Jewelry Concierge (旧:MNS)」にバージョンアップした。

サイト内では、村田宝飾の基幹システムのデータと直結されており、在庫数がリアルタイムで確認でき、掛率を各小売店の任意で設定できるため、エンドユーザーと一緒に画面を見ながらの商品提案や販売を行うことが可能になっている点が、使い勝手が良いと評価されているところだ。もちろん、これまで通り、店頭で活用できるPOP等のダウンロードやカード決済などにも対応している。

THE LAZARE DIAMOND advertisement with diamond image

村田宝飾 advertisement with QR code and contact info

ear-fit advertisement for earplugs

中央宝石研究所 セミナーガイド advertisement with seminar schedule table

for you forever UCHIHARA advertisement with gemstone image

MATRIXGOLD x COUNTERSKETCH advertisement for CAD software