

教育特集 = 教育現場の現状と将来

消費者の価値観が変わり、購入動機もモノからコトへ大きく変化し、販売方法への対応が迫られている。一方でSNSや動画など新しい発信方法が加わってきているが、いつの時代もものづくりの基本は「教育」にある。確かな技術と確かな知識を備え、世界で戦える日本のものづくりを支える次世代の若者を業界全体で育てていきたい。[=2、3面]

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 publisher.

発行所 (株)時計美術宝飾新聞社
編集発行人 藤井正義
〒110-0015 東京都台東区東上野1-26-2
ジュエラスタウン・オーラム508
TEL (03) 3833-1886 FAX (03) 3833-1717
http://www.e-tkb.com



THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J stylized logo.



日本を代表するダイヤモンドのエキスパートとして100年の歴史がある内原(東京都港区、内原一郎社長)が、11月16日にニューヨークで開かれた「ワールドダイヤモンドカウンシル(WDC)」の理事会にて、正式にWDCへの加盟が承認された。

顧客に最大の安心と満足を

日本のダイヤモンド業界初、内原がWDCに加盟

界初となり、唯一の加盟企業となる。また、100年企業である内原は、長年にわたりエシカルでサステナブルな調達を実施してきており、今回のWDC加盟により、ダイヤモンドの原石が紛争と関係のない地域で採掘されたダイヤモンドを採用していることが証明され、その功績がグローバルに認められたことになる。

Process)を主管している。近年はその活動対象を、人権侵害の防止、腐敗防止やアンチ・マネーロンダリングなどにも広げている。また、WDCには、WFDB(世界ダイヤモンド取引所連盟)、IDMA(世界ダイヤモンド研磨業協会)やCIBJO(国際貴金属宝飾品連盟)など、世界的な公的機関・団体をはじめ、デビアスなどの大手ダイヤモンド採掘業者、研磨業者、世界最大の小売りチェーンであるSIGNET Jewelers、香港・中国の周太福など有力な小売業が加盟している。

ダイヤモンド統計データを業界へ発信「TDE WEB MAGAZINE」

～日本唯一のダイヤモンド取引所～

信頼と安心のダイヤモンド取引を掲げ、世界ダイヤモンド取引所(WFDB)に加盟する日本唯一のダイヤモンド取引組織の東京ダイヤモンドエクスチェンジ(TDE)が、これまで主として会員向けだった「TDE WEB MAGAZINE」から業界関係者にも情報を届けようとして一部会員でなくても読めるように公開を始めた。

12月2日付でアップされたのは、ダイヤモンドデータベースにおける「大手鉱山会社の動向」と「ダイヤモンド原石国別統計データ」の2つで、業界関係者にとって興味深い統計である。

(13,103,545)、オーストラリア10.2%(10,945,135)、南アフリカ7.9%(8,478,398)、アンゴラ7.2%(7,734,281)、ナミビア1.4%(1,549,732)、その他4.1%(4,395,038)となっている。

10年前の2010年の統計を見てもロシアがシェア率27.2%の断トツの1位で、生産量は34,856,600。その10年でほとんどの国が生産量を落としていて、生産量が増えたのは、カナダとオーストラリアの2国だけ。



TDEの分析としては、「2010年は2008年9月のリーマンショックからの立ち直りが顕著になった年であり、前年より生産量で800万ct、金額で310

万ドル増加した。2020年は新型コロナウィルスの感染が拡大した年であり、前年より生産量で3100万ct、金額で430万ドル減少した。過去10年間の各国の生産量、生産金額とも、第1位ロシア、第2位ボツワナであり、安定した生産を行っているが、2020年は各国とも生産調整や操業中止となったため、大きく生産量を落としている。1キャラクタ当たりの金額から見た各国の原石の品質は、コンゴ、オーストラリアは低品質の原石が多く、その他の国は安定して高品質の原石が生産されている。特にナミビアは、深砂鉱床からの採掘に加え、デビアス社が探査船を使って、海底からも採掘するようになり、安定的に高品質の原石を獲得している。この10年の大きな変化は、2016年デビアス社がカナダのガチョクエ鉱山を創業したことにより、2017年からカナダの生産量が大きく増加していること。2020年にはリオティント社がオーストラリアのアーガイル鉱山を閉山したことにより今後オーストラリアの生産量は大幅に減少することになる」と見ている。

JCアンパサダーに、アンミカさん男子パール好評につき協業漫画が人気

一般社団法人日本ジュエリー協会(JJA)の第5回理事会が、11月19日に開催され、概要が発表された。JJAが実施している「ジュエリーコーディネーター(JC)」のアンパサダーに、タレントでモデルのアンミカさんが決まった。アンミカさんは、2022年1月1日より、2年間の契約で「JCアンパサダー」として活動する。最初の活動としては、来年1月に開催されるIJT2022の会期中に、就任式が行われる予定となっている。なお、JCアンパサダーの商標登録の手続きも開始した。

「ジュエリーデザインアワード」は隔年での開催とされ、来年度は非開催年として、今年度の開催結果の検証と次回への反映によるアワードのクオリティ向上と応募数の保持・増加に向けたプロモーション活動を行ってきたいとの提案が承認された。

11月11日のジュエリーデーに向けたプレゼントキャンペーンを実施した結果、会員各社からの投稿依頼によるこまめな投稿により、フォロワー数が再度1万人を超えた。来年度、2年ぶりに「第7回JC接客コンテスト」の開催を予定しているが、本年度の開催が中止となったことから使用予定であった副賞商品を来年度に引き、来年度の副賞商品提供依頼をしないとした。

Miyuki Group logo and contact information for jewelry services.

製作競技「貴金属装身具」職種に11名が参加予定になっており、開会式と成績発表を含む閉会式がLIVE配信される。日本真珠振興会との協業漫画「Magical Pearl」第3話が10月に公開され、彼女とのシェアパール場面が描かれたことにより「パール男子」という言葉が市民権を得てきており、さらに大リーガの着用で認知拡大傾向にあると報告されている。

ウォッチコーディネーター資格取得者(略称:CWC、2021年12月現在2759名、上級CWC含む)から、この一年以内に市場投入された輸入腕時計の中で「お客様・ご友人に一番推薦したいモデルは？」というシンプルな基準で投票する一般社団法人日本時計輸入協会(堀田峰明理事長)主催の「2021インポート・ウォッチ・オブ・ザ・イヤー」のグランプリが決定、メンズはロレックス・エクスプローラー、レディースはカルティエ・エ・タンク マストが選ばれた。

「CWCならびにはの視点による推薦内容」日本時計輸入協会

はカラーバリエーションも豊富になり、普遍性がありコンパティブルなデザインは、初心者からコレクターまで幅広い年齢層に支持されている。『特徴的なタンクのデザインと、電池寿命8年という高い実用性で、かつ戦略的な価格には非常に魅力的』といった理由が寄せられた。腕時計とユーザーのニーズを熟知しているウォッチコーディネーターならではの推薦内容であった。

Kuwayama jewelry advertisement featuring a ring and promotional text.

12月17日より始まる技能五輪全国大会(会場:東京ビッグサイト)のジュエリー

Murata Jewelry advertisement for The Jewelry Concierge service.

Kohsai jewelry advertisement featuring a ring and promotional text.

GKS series advertisement for gold purity testing equipment.

Sarine advertisement for diamond grading technology.

LANVIN COLLECTION advertisement for jewelry.