

# What's L G D A 世界のラボグロウンダイヤモンド Vol.1

世界的にラボグロウン需要が増えている中、日本ではSNS発信のECサイトでの販売が活発に動いており、米国においてもWEBでの販売が中心ですが、日本ではリアル店舗での取り扱いが少ない為に、ネットで購入できない新たな価値が相乗効果で売上を伸ばしている様です。

昨年よりラボグロウンのメレサイズが高騰しており最大で3割近く上昇しているところもあります。これは中国のラボグロウン市場がスタートした影響と、メレサイズの生産のほとんど既存の限られたHPHT法施設によるものである為、デマンドが上回った事によりです。

これに対して大粒サイズの2カラット以上については、CVD製法で大粒サイズを生産するところが増えてきており、マーケットに多く出始めております。ラボグロウンの価格はラボポートリストを基準にプライシングされていますが、天然という概念(カラット単価)の概念がラボグロウンにおいては異なる為に、ラボグロウン大粒石は独自のマーケットプレイスが作られようとしております。

また、価格競争に巻き込まれない差別化を行うラボグロウンも出てきて

おります。環境に配慮した製造工程をオープンにして、今まで以上にエシカル、サステナブルをアピールするところや、天然ダイヤモンド同様にH&Cのカットのラボグロウンも作られています。デジタル化に合わせて進化のスピードがとて早く、日本でも新たなダイヤモンド市場が確立されてきている状況になっております。

一般社団法人日本ラボグロウンダイヤモンド協会  
info@thejgda.org  
代表理事 石田茂之

## 連載コラム 『石部イズム～御徒町編～』 (株)G・T・B・T 代表取締役社長 石部高史

### 第9回「壊す力は生む力」

コロナウイルス感染拡大の中、無事に1月12日～15日のIJTも終わり、弊社は狙い通り今需要がある商品を出品できたこともありまして、今後が楽しみです。今回IJTで私が感じたところは、インフルエンサーの販売ペースができていたことくらいではないでしょうか。今はインフルエンサーが中心となり真珠のエリアやエコの商品エリアも図らずもインフルエンサーの人たちが賑わいを作っている感じがしました。この時に私が考えたことは、インフルエンサーの人達は宝飾業界にとってプラスなのかマイナスなのかということです。

何の仕入れもせず、ライブ配信でお客様に販売をしている様子やまた1点や2点ではなく多く販売をしている方をよく目にしました。海外の方(主に中国やフィリピン)が多いのが救いではありますが、日本国内でこのライブ配信が増えてしまえば仕入れをしている宝飾小売店にとってダメージはとて大きなものになります。

展示会を中心に活動している会社と価格を比較してみたら、とんでもなく値段が離れているのは言うまでもありません。このIJTもまた、小売業は展示会に出展してくれるメーカーの商品を見に来場される方が多く、仕入れをしている光景は少なかったように感じました。宝飾業界のことを考えてみるとまさしく末期であり、宝飾業界を販売している業界なのか、それともイベントを開催している業界なのか、わからなくなっているのが現状なのではないかとつくづく感じてしまいます。

コロナウイルスも最近流行しているオミクロン株が拡大すれば、また今までと同様に展示会の開催はなくなり、開催したとしても来場者数は少なくなるでしょう。このまま今までと同じ展示会を継続し続けていけるのかと常々考えてしまいます。本来、展示会は店頭商品にない品物を展示会で販売していたはずが、仕入れをせずに通常店頭で置く商品が販売していると感じます。店頭ディスプレイを考えると、商品はあるものの、鮮度はなく、販

売できればラッキーといった感じになっているようにすら思えます。

私は逆に今、仕入れを強化することで、他店に行っても無い品揃えにするだけでも新規客の来店があるように思います。私が経営する御徒町本店でも「他店に行っても新しい商品がないから来店した」という声が増えてきているのも事実です。世の中的には車も高額な車がたくさん販売されていますし、時計業界も同様で高額商品の売れ行きは順調です。車、時計といえど男性客が非常に多くそのニーズのユーザーが宝飾で何をかうかと考えてみると、以前みたいにシルバージュエリーを買っているとも思いません。車、時計と釣り合う品物を探しているのです。

先日、ルイヴィトンの売り場に立ち寄ったところ、ジュエリーコーナーにメンズジュエリーが豊富に並んでおり、私もこの業界で仕事をしている方によく目にしました。海外の方(主に中国やフィリピン)が多いのが救いではありますが、日本国内でこのライブ配信が増えてしまえば仕入れをしている宝飾小売店にとってダメージはとて大きなものになります。

展示会を中心に活動している会社と価格を比較してみたら、とんでもなく値段が離れているのは言うまでもありません。このIJTもまた、小売業は展示会に出展してくれるメーカーの商品を見に来場される方が多く、仕入れをしている光景は少なかったように感じました。宝飾業界のことを考えてみるとまさしく末期であり、宝飾業界を販売している業界なのか、それともイベントを開催している業界なのか、わからなくなっているのが現状なのではないかとつくづく感じてしまいます。

また、御徒町では大粒のダイヤモンドの売れ行きが目立ってきているのを見ると「資産価値」を考

えながら購入されているお客様が増えているように感じます。現状、低単価商品はネット販売が強いと思いますが、高額商品は人のつながりであったり、店の信用であったり、今のところネット販売があまり上手くないように思います。

今、宝飾はこの部分(ネット販売)を強くすることで上向きになるように考えています。私はこのIJTに出展し続け、新規客(富裕層)はど

うすれば増えるかということをテーマに商品作りを考え続けていきたいと思っています。「壊す力が生む力」これが今の宝飾業界に必要な力であると私は考えます。現状を良くしないと捉えている人が多いと思いますので、ともにこの業界の発展のために頑張ってい

## 石の枯渇や自然環境への課題を見つめ 今あるもので新たな輝きを見出す ヴィンテージで「ジュエリーを受け継ぐこと」を伝える

### 新鋭ジュエリーショップ「chili」

でも末長く愛用できるジュエリーを、本場欧米諸国より買付け、ヴィンテージの一点物を厳選して揃えている。定番のルビー、サファイアから、日本ではまだまだ馴染みのないカラーストーンのものまで、豊富なラインナップを用意する。宝石が潤沢であった時代に生まれた上質なカラーストーンの澄んだ輝き、落ち着いたヴィンテージゴールドの風合い、ジュエリーの本場で生み出

された洗練されたデザインの3つが織りなす絶妙なバランスはchiliのジュエリーならではの。海を渡り、時を越えた、優美なジュエリーを楽しめる。ヴィンテージジュエリー(リユースジュエリー)は、個性や価値観、付加価値が重要視される現代において、「自分だけのファッションが楽しめる」、「サステナブルなファッションである」といった理由から、海外を中心に注目されている。また、昨今、宝石を取り巻く環境は、石の枯渇、鉱山の閉鎖、自然環境への



負債、紛争の勃発、過酷な労働環境といった課題を抱え、ジュエリーへの向き合い方を考え直さなければいけない段階に直面していると指摘する。

そんな中、新たな資源を消費せず、今あるもので新たな輝きを見出す、ヴィンテージジュエリーを、私たち未来をより良いものにするサステナブルでエシカルなアイテムであると考え、提案している。https://chili.jp/

近年海外で注目を集めているヴィンテージジュエリーを国内で輸入販売するchili(チリ)は(株)UTOPIA)



が、ジュエリーの魅力、そして、なぜ今、ヴィンテージジュエリーが世界的に注目されているのかについて紹介している。chiliは、ジュエリーとの長い歴史を持つ欧米にて古くから根付く文化である、「ジュエリーを受け継ぐこと」の魅力を、日本でも広く伝えたいという思いから2021年に誕生した。時代、流行に左右されない、いつま

## 「サバース」メンズコレクションフェア エシカルサステナブルなブランド



実に人気を築いてきているサバースのメンズ・コレクション。ブランドのアイコンである「BIRTH」やオレンジ色の砂丘がいくつも連なった自然美が有名なナミブ砂漠に着想を得た「NAMIB」を中心に幅広く展開している。

「BIRTH」は、ブランドロゴに使用されているアイコン的なデザインだ。パイオロジー記号で「誕生」を表し、古代エジプトでは、再生や永遠を願う守護的なマークとされていた。無駄をそぎ落としたシンプルなデザインの中央には、サバースならではの強く輝くダイヤモンドが圧倒的な存在感を誇る。

100年の歴史を誇る UCHI-HARA Groupが手がけるジュエリーブランド「サバース」(東京都港区、内原一郎社長)は、1月26日～2月15日まで、サバースの限定店舗(高島屋日本橋店、日本橋大阪店)にて「サバースメンズコレクションフェア」を開催している。2006年のブランド創立時から、着

世界遺産で世界最古といわれているナミブ砂漠がデザインソースの「NAMIB」は、自然が創り出した砂漠の山や、暗黒の夜に照らす月の情景を表現。男性に喜ばれるデザイン背景のストーリーも備わり、また女性とペアで、もしくは一緒に使用できるユニセックスのデザインなど幅広く取り揃えている。

## 金賞に輝いた井上泰世さん(ヒコミ) 技能五輪全国大会「貴金属装身具職種」

### JJAから報奨金



昨年12月に東京ビッグサイトで開催された厚生労働省および中央職業能力開発協会、東京都が主催の「第59回技能五輪全国大会」におけるジュエリー製作競技「貴金属装身具」職種に、11名が参加。支給されたK18地金を使い、ペンダント枠を11時間で製作。指定寸法に則り材料の切り出し、やすり掛け、ろう付、表面の仕上げを全て手作業で行った。その結果、金賞＝井上泰世さん(東京都、ヒコ・みづのジュエリーカレッジ)、銀賞＝松村大悟さん(東京都、ヒコ・みづのジュエリーカレッジ)、銅賞＝岡村乙未さん(東京都、ヒコ・みづのジュエリーカレッジ)、陶山功門さん(山梨県、山梨県立宝石美術専門学校)。

今回のデザインは、東京都の木「イチチョウ」と大会のシンボルマークがモチーフ。また、選手一人ひとりが考えた

フリーデザインを組み合わせられることも課題の要素になっていた。なお、大会運営に協力した一般社団法人日本ジュエリー協会では、「ものづくり」に対する関心を高める、技能大会への参加者を増やし、ひいては日本のジュエリーの品質を維持向上させるため、2015年度より表彰制度を設けている。今回の入賞者には報奨金(金賞10万円、銀賞5万円、銅賞3万円)が授与された。

## CT スキャン使用 天女、花珠、鑑別書 日本真珠学術協会

〒110-0005 東京都台東区上野5-22-1 井上ビル4F  
TEL:03-3836-2507 FAX:03-3836-2689

## 「ジュエルカフェ」京都に新店舗 海外でも広がりみせる

貴金属・ブランド品・時計買取を中心とした総合リユース事業を展開する「ジュエルカフェ」(株)クレイン(東京都港区南青山、新垣純社長)は、「買取を身近なものに、気軽に足を運べる場所」をコンセプトに国内外250店舗以上を展開。2月19日には新店舗「イオンモール久御山」(京都府久世郡)をオー

ブン。カフェのような親しみやすい店内空間でそれまでの買取店のイメージを一新し、大型ショッピングセンターへの積極的な展開も相まって「誰でも気軽に来店できるフレンドリーなリユース店」としてのポジションを確立している。さらに、日本のみならず香港・台湾・マレーシアにも出店。日本の「おもてなし」文化は海外の顧客にも広く受け入れられ、新しい形のリユースショップとして広がりを見せている。

「サブライズプロポーズをしたけれど、婚約指輪はパートナーの好きなデザインを贈りたい。」という、そのどちらの想いも叶える、アイプリモで好評のサービス「パーフェクトプロポーズリング」に、婚約指輪の王道デザイン「シリウス」はそのま

まに、人気デザインの2型が加わり、プロポーズの瞬間に贈る指輪のバリエーションが広がった。はじめに「シリウス」「フラネリー」「ヴィオラ」からデザインと中央に留めるダイヤモンドを選ぶ。思い出の場所や素敵なお店などで、本物のダイヤモンドとプラチナでつくられた婚約指輪を渡して思い出に残る感動のプロポーズを。パートナーが気に入ればそのまま愛用する。または、中央のダイヤモンドはそのままで、パートナーの好きなデ

ザインを選び変更する事も可能だ。はじめに選んだデザインの枠代との差額によって、もう一度職人が心を込めてつくる。変更期間は、6ヶ月間となる。



株式会社 ホッタ ウォッチ&ジュエリー事業部  
〒104-0045 東京都中央区築地5-6-4 TEL.03-5148-2173



https://bijoupike.com



日本総代理店: 株式会社 G・T・B・T 宝飾事業部 TEL 03-5846-8592