

# What's LGDA 世界のラグロウンダイヤモンド Vol.2

3年ほど前の弊社展示会ブースでは、来場者からはまだ、「ラグロウンダイヤモンドって何？」といった方々からの質問が多かったのですが、昨今はわざわざ勉強してから実物を確認しに来る方がだいぶ増えたように思います。何故なら今はGoogleで普通にラグロウンダイヤモンド(以降はLGDと表記する)を検索すれば約1,600,000件以上の検索結果が容易に出てくる状態ですので、それほどまでに情報の充実や色々な方々の興味関心が増えたと言えます。

世界的視点の目で見ても、LGDは各国主要の展示会(アメリカ、カナダ、香港、ドバイ、ヨーロッパ各国)で確固たる地位、市民権を既に得ており、一般のジュエリーと同じスタンスで来場

者の新しいビジネスチャンスを創出し、新たなマーケットの消費者を魅了しています。

日本でも今やすっかりLGDと言う専門用語も普通となり、各ニュースメディアや雑誌、SNSで芸能人や著名なインフルエンサーなどによって取り上げられることが多くなり、新たなビジネス参入を行う方々もどんどん増えてきた事は非常に喜ばしいことです。

消費者にすれば新しいファッションジュエリー(LGD)が出現したことにより、手軽に入手できる価格の恩恵も相まって、複数個を身に付けることができる楽しみが生まれ、そこからのきっかけとして天然ダイヤモンドに対する関心も再度出るようになった例もありました。

世界も日本も新型コロナウイルスの影響により、以前では対面での販売を中心としていたジュエリーマーケットが2年間ほど停滞していた事により、新たな販売様式がいくつも生まれる結果につながりました。宣伝、販売の方法がSNSの場合は確実に従来の方法よりも情報量と内容が充実した点も注視すべきところではないでしょうか。LGDの普及にはこの点もうまく社会的変化の要素がフィットした事が海外での成功例として見る事ができます。

今までの天然ダイヤモンドでは、どうしても所得的な理由から価格的にアフオーダブルではなかったが、LGDは天然ダイヤモンドに興味関心のなかった若い世代を中心とした若年消費者層を急速に取り込み拡散していったことから、感性豊かな年代にふさわしい新たなライフスタイルの確立に役立つ

いる現状です。

ここ数年での、海外の大手ジュエリーブランドが次々とLGDの参入と採用を始め、それらが瞬く間にマーケットに浸透していったビジネスモデルが日本でも近未来に起きる予感がしますが、ここで新たな問題として、販売業者側がこの新しいLGDをしっかりとした知識と説明を消費者に正しく行うことにより、消費者に混乱を招く事を防がなければなりません。日本ラグロウンダイヤモンド協会(LGDA)としてこの情報提供や普及活動を積極的にに行い、新しいサステナブル、エシカルジュエリーとして今までになかった新しい選択肢を消費者に対して作り出し、ジュエリーマーケット全体として活性化してゆく事が一番望ましいと思います。

一般社団法人日本ラグロウンダイヤモンド協会  
理事 林 裕民

## 佐藤英昭弁護士による『特許の哲学』 其の69

### 海賊版対策で国際組織を創設

映画、アニメーション、マンガ等の海賊版被害がグローバル規模で問題となっている。しかしながら、国際連携が進んでいないことから、日米中韓等の主要国の著作権保護団体は、海賊版対策に取組む国際組織「国際海賊版対策機構/International Anti-Piracy Organization (IAPO)」を2022年4月に創設することを決定した。

日本のコンテンツ海外流通促進機構(CODA)や米国のモーション・ピク

チャー・アソシエーション(MPA)、韓国の韓国著作権保護院(KCOPA)、中国の中国版権協会、さらにASEAN各国が参加する予定。

デジタル化・ネットワーク化の拡大や、コロナ禍による在宅需要の影響なども受け、日々海賊版が状況は深刻化している。日本国内の海賊版による被害額は漫画だけで2021年1~10月に約8000億円に上る。

IAPOは各国間でホットラインを設置し、海賊版問題の最新情報を共有することで各国の海賊版対策の向上を目指すとしている。

(特許業務法人共生国際特許事務所所長)

お店とお客様の橋渡しができる!!  
**販売員さんご紹介します!**  
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

奨励金、1組あたり最高20万円を授与した。

これら8組の学生が制作した作品が



①Wine Rack 作:熊田 玄  
②ティーセット 和 作:矢谷 若菜  
③銀製釣針戸・善金 作:筆達明  
④烏鶯六角蒔絵飾箱 作:緒方 勤太郎

工芸館(京都市中京区烏丸三条)において3月20日まで展示、披露されている(京都伝統工芸大学第26回卒業・修了制作展は2月20日まで)。

「ヴァン クリーフ&アーペル デザイン スカラシップ2021」は、作品の芸術的品質の高さ、革新性、独自性を評価し、その制作の最終段階を支援することを目的としたもの。京都伝統工芸

大学の選考委員による一次審査、ヴァン クリーフ&アーペルの選考委員

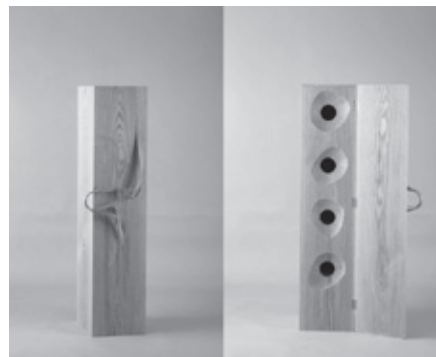
による二次審査を経た優秀作品はいずれも、自由な発想と創意により生み出された独自性の高い作品であり、正

確で緻密な伝統的工芸技術がいかに発揮されている。

## ヴァンクリーフ&アーペル デザインスカラシップ2021

フランスのハイジュエリーメゾン、ヴァン クリーフ&アーペルは、京都伝統工芸大学(京都府南丹市)に在籍する3年・4年次の学生を対象とした卒業制作/修了制作を支援する「ヴァン

クリーフ&アーペル デザイン スカラシップ2021」を設け、優れた卒業制作企画案を提案した学生8組に、2021年10月、作品制作資金の補助となる



①Wine Rack 作:熊田 玄



②ティーセット 和 作:矢谷 若菜

全国に61店舗のコンセプトショップを展開するアッシュ・ペー・フランス(株)は、新業態セレクトショップ「デイム」を3月18日、東京・表参道にオープンする。イメージビジュアルには女優・モデルの本田翼さんを起用している。「デイム」は、1月31日に幕を下ろした

「CANNABIS LADIES」のネクストステージとして始動。新店では「媚びない黒」「柔順な白」「自分を表す肌色」をコンセプトカラーに、洋服、アクセサリ小

物、ランジェリー、ルームウェアなど、女性のライフスタイルをトータルで提案する。「deim」とは、英国にて大きな功績を残して勲章を授与された女性に

## 新業態のセレクトショップ アッシュ・ペー・フランスが 表参道に「デイム」オープン

## 小売の十字路 138

### 廃業閉店への心構え

店を閉じるというのはなかなか大変な心理劇である。決断するには店主の心の折り合いがまずは肝心なのである。「よし、閉店しよう」と自分に言い聞かせても明日になると「いや、もう少し続けてみよう」と迷いだすがが常である。だから右に振れ左に振れながらだんだんと煮詰まっていよいよとなるまでにはそれなりに時間がかかる。煮詰まるというのは事態が好転しないまま時間が過ぎていくからである。仕事への意欲が旺盛ならばなんと

かしようと思うし周囲を見て同業者の誰も閉店しなければ、外聞や見栄も出て来て心理的にはますます閉店から遠ざかるようになる。「年間で暮らして細々と続けるか」「止めて毎日遊んでいてもつまらない」と考え始めると閉店の決意も薄まってまたダラダラと継続することになる。結局「閉店」という事態になるのは自らの意志というよりそうせざるを得ない状況が生じるからである。店主本人が、あるいはパートナーである妻が体調を悪くして働けない。ビルの建て替えで移転を余儀なくされた。資金融資を断られた。なんであれ状況を跳ね返さなくなった末の「追い込まれ閉店」である。が店主自らの意志による「主体的な閉店」もある。こちらのほうがはるかに難しいが経営者の力量が問われるという点では見るべき点学すべき点の多い「閉店」である。売り上げは停滞してい

るが最終利益は小さな黒字と赤字を繰り返している。その気になれば現状維持はしばらく可能である。店主もスタッフも健康で社内コミュニケーションも別段問題はない。消費者からの支持もある。が継続リスクは年々高まっている。店内設備の老朽化は進む。ネットを含め消費環境は激変している。デジタル化は容赦ない。再びのバブルは望み薄だ。大きな赤字に落ち込まないとは限らない。余力のある今こそやめるべきか。考える、悩む、また考える、の繰り返しだが、すこしずつ閉店の意味が深まる。自分の都合から離れて地域社会での役割も視野に入ってくる。決して無為な時間の過ごし方ではない。だから決断すれば迷わない。売り上げの変動を含め状況の底を流れる先行きの変化を見切るからだ。「見切り千両」とはよく言ったものだ。

に対する尊称。功績=長年のためみない努力の積み重ねによって達成できるもの。今を生きる女性がしなやかに力強く。そういられるように。という思いが込められている。

▽新店舗 = 東京都渋谷区 神宮前 4-28-15

アサヒビール樋口幸太郎はその事業の継続か断念かを判断するとき決算1円でも黒字なら続け1円でも赤字ならやめると話していたが、大会社の事業以上に人生を賭けるともいえる小売店の主体的閉店への思考と決断は意義深い。

「閉店」を考え始めたら「人生の閉店」に思考が跳んだ。道行きの向こうに冥途への迎え火が見えたとき、人はそこへ向かって諦めるように歩いてゆくのか、それとも「見るべきものは見つ」と人生を見切るか。どちらが人間らしいか。「願わくは花の下にて春死なん、その如月の望月の頃」西行 命日旧暦2月16日 彼はどう死んだのか ふと疑念がわいた。

貧骨 cosmoloop.22k@nifty.com

大丸松坂屋百貨店が2021年3月12日に立ち上げた、サブスクリプション型のファッションレンタルサービス「AnotherADdress(アナザーアドレス)」は、2022年3月にオープン1周年を迎える。サービス発表以来、当初想定した会員数1,000名に対して、事業計画を大きく上回る6,700名超の顧客が登録し、さらには累計レンタル数20,000着と非常に多くの支持を得ている。

同社は1周年を機に、取り扱いブランド数を2倍以上に拡大するとともに、「安心保証サービス」「サイズ比較ツール」の導入、「返品システムの変更」など、顧客から要望のあった新たなサービスの導入・改善を行うことを発表した。

また、事業コンセプト“FASHION NEW LIFE”の実現を目指して、環境改善プロジェクト“藝大Hedge”を進める東京藝術大学、天然木材由来のトリアセテートを世界で唯一生産する三菱ケミカル社と連携し“森を纏い、森を育む”をテーマにした企画の実施や、ワコールとの“服の寿命を伸ばす取り組み”など、サステナブルな試みを新たにスタートする。

また、従来からあった企画スペース“FOCUS”を拡大。これまでの1シーズン1企画から、様々な顧客のニーズにえられるよう複数企画を同時に提案していく。ブランドやその他企業との共同企画や、季節に合ったアイテムの提案、新規ブランドの紹介など、より楽しいアイテム選びをサポート。3月の第1弾は、「森を纏い、森を育む」をコンセプトにしたサステナブルな取り組みや春のイベントを彩るセレモニーアイテム、華やかな花柄の新作などを予定している。同社は、アナザーアドレスを通じて、デジタル、サステナブルといった領域に積極的に投資し、新たな体験価値の創出に向けて、今後もスピード感を持って取り組んでいくとしている。

1周年を機に大幅拡大&サステナブル開始

## 百貨店初のファッションサブスクリプションサービス

## 大丸松坂屋百貨店

機械式時計に、  
あたらしい予感。



Japanese beauty,  
crafted into a mechanical timepiece.  
**PRESAGE**

**SEIKO**  
SINCE 1881