

What's LGDA

ラポグロンダイヤモンドの未来予想図 Vol.5

コロナ禍により海外への渡航が依然不自由な中、このような生活もすでに早2年半経とうとしています。

天然ダイヤモンドの採掘産地と加工の観点から、日本国内での地産地消は叶わず、海外からしか仕入れる事が出来ない為、従来の様に買い付けに行ける日がもうすぐ来る事を切望している方も多い事でしょう。

ラポグロンダイヤモンド(LGD)も基本的に仕入れは海外依存ですが、天然ダイヤと比べて、相対的な取引価格の観点から、双方の信用関係さえ築ければ商品が航空便で送ってもらい、気に入れば支払い、気に入らなければそのまま返しても良い、といった感じの取引に気軽に応じる会社があります。

もちろんコロナ禍で、売上のどちら側も往來が不自由であるが、どうして

も石を眼で鑑て確認してから購入したい、といった慣例から生まれた先進的な取引形態であり、まずはお互い相手を知らないともとても難しい話になりますが、一旦始めれば信じられない位の時間と経費が節約でき、昔のような海外への渡航がほぼ禁じられている中で買い付けに行けないと仕事が始まらないようではビジネスが思うように進行出来ません。

先日ドバイに出張した際に現地のLGD状況の視察と調査を行いました。既に大手モール内のストアにブランドとして小売業者が4社、卸売業者が10社ほど確認出来ましたが、まだ事業が始まったばかりで、これから急速に中東でも需要が高まることを考えれば、先にインドの業者が多数先行投資として実績とマーケットに存在感を生やし始めているようです。

ドバイで有名なゴールドスーク(昔ながらの金専門商店街)ではまだ普通の様に見つける事は出来ませんが、LGDの事を説明すると既に存在は知っていたようで、名刺交換と連絡先を求められ、価格の相場感を詳しく聞いていたので、いつでも事業に参加したい様な熱意を感じました。

またヨーロッパでもイギリス、ドイツ、イタリア、などの国々でも合わせて10社以上のLGD業社の存在が確認できましたので、世界が急速に確実に変わり始めた事が伺えます。すでにご存じの方も多いと思いますが、スイスの時計大手のTAG HEUER社もLGDを多用したモデルを2ヶ月前に発表し、エシカルでSDGsの要素を最大限に表現し、天然ダイヤでは出来ないところを強調していました。

日本ではまだ取引の絶対量がそもそも多くないのですが、国土の広いLGD先進国のアメリカではルース石の数多くデリバリーであちこちに気軽

に送られており、さながら日本でビザがデリバリーのような感覚です。実際に石を見て気に入らなければ送り返す、といったような光景が日常茶飯事になっています。

購入側も結構真面目に購入前提としてデリバリーを依頼し、届いた石がどうしても気に入らなければ送り返して問題ないのですが、それらを多く繰り返す冷やかし行為等は、以降あまり相手にされなくなる所は信用を重んじるジュエリーの商の気概を感じると、お互いがメリットを最大限活かして気軽に商談をリモート感覚で行えるのもLGDならではの利点と言えます。

後は日本でもこれらのように容易な商談が出来るインフラ整備されれば一気に市場にLGDの火がつかもかもしれません。

一般社団法人日本ラポグロンダイヤモンド協会
理事 林 裕民



時計美術宝飾新聞と Sarine Technologies社(イスラエル)によるダイヤモンド業界向けウェビナーを夏に開催

時計美術宝飾新聞社は、イスラエルに本社を持つダイヤモンドテクノロジーの世界的リーディング企業であるSarine Technologies(シンガポール証券取引所及びテルアビブ証券取引所)による、「ダイヤモンド業界向けウェビナー」を夏に向け企画している。

Sarine Technologies社はダイヤモンドの評価、プランニング、加工、計測、取引のための製品とテクノロジーの世界トップ企業で、世界中に流通するほとんどのダイヤモンドは同社の技術を利用して加工、検査、流通されていると言われていた。最近では、フランスの老舗ジュエリー「ブシュロン」が同社のデジタルソリューションを採用したのが記憶に新しい。

今回のウェビナーではSarine社のテクノロジーを活用した信頼性の高いトレーサビリティなどに焦点を当て、海

外の導入企業などのキーパーソンをゲストスピーカーに招き、テクノロジーの有用性と今後のダイヤモンド業界の展望について説明する予定。今後のダイヤモンドビジネスの戦略を考える上で役に立つウェビナーとなり、日本のジュエリー及びダイヤモンド業界の発展に寄与できればとの思いを込めた企画となっている。

また、昨年9月に香港で開催されたウェビナーを皮切りに、同様のSarine社のウェビナーは世界中で複数回開催されており、製造業のみならずジュエリービジネスに関わるすべての人に有益な内容として好評を得ている。

今回は、日本市場向けに特別にアレンジした内容で開催する。日程や登壇者などの詳細情報、ウェビナー申込フォームなどはSarine Japan公式ラインで随時更新し、配信される。QRコードより友だち追加すれば最新情報が確認できる。弊社でも決まり次第随時発表する。



田中恭一氏(メニコン会長)が眼鏡作成技能士に2000万円寄付

メニコン会長の田中恭一氏が、国家検定「眼鏡作成技能士」制度の周知徹底を図るためのPR活動費として、日本眼鏡技術者協会に対し、2000万円の寄付をしたことがわかった。

11月16日には第1期眼鏡作成技能士が誕生する。眼鏡業界は同協会を中心に総力を挙げて準備を進めており、新しい資格制度の成功へ向けて広報活動にも力を入れている。最大の目標は、国民に支持され眼鏡業界の発展に寄与することだ。この方針に田中氏が賛同し、寄付に至った模様。

佐藤英昭弁士による『特許の哲学』 其の⑫

特許・商標・意匠出願件数が増加

特許庁は、2021年の統計情報及び政策の成果を掲載した「特許庁ステータスレポート2022」を発表。本レポートでは、知的財産制度を取り巻く現状や特許庁の取組等をいち早く発信している。

(1) ウィズコロナ・ポストコロナ時代に対応したデジタル化:

特許庁では、新型コロナウイルス感染症が拡大する中においても審査・審

判手続を継続するとともに、デジタル化等の社会構造の変化に対応するため、ITを活用したコミュニケーションを積極的に実施。特許審査においては、2021年に実施された面接審査1,689件のうち、1,423件をオンラインで実施した(前年比40.2%増)。また、テレワーク中の審査官・審判官がユーザーに対して電話で連絡をする手段を整備した。

(2) 出願件数:

2020年に比べ、2021年の特許・商標・意匠出願件数はいずれも増加した。
・特許: 289,200件(前年比:+728件)
・商標: 184,631件(前年比:+3,559件)
・意匠: 32,525件(前年比:+727件)
(特許業務法人共生国際特許事務所所長)

クリエイターに割引サービス 目の負担軽減やファッションを楽しむため ForiioとOWNDAYSが業務提携

クリエイター向けポートフォリオ作成サービス『foriio』を運営する株式会社foriio(東京都新宿区、山田寛仁社長)は、メガネやサングラスを提供する株式会社OWNDAYSと業務提携契約を締結したことを発表した。

この2社が業務提携することにより、『foriio』に登録するクリエイターは、『OWNDAYS』のオンラインショップ・店舗で利用できる割引特典が利用できるようになる。

foriioは今後も、個のクリエイターのエンパワーメントの実現を目指し、クリエイターたちがより働きやすく、活躍できる環境づくりをサポートしていくとしている。

OWNDAYSは、多くのクリエイターに登録する『foriio』と提携することで、両社が提供するサービスの価値をより多

くの人の体験でも、デスクワークが多いクリエイターたちの目の負担を減らしたり、コーディネートを楽しんでもらいたいという思いから契約締結に至っている。

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
エムシーゼ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

『foriio』に登録されているクリエイターは、『OWNDAYS』のオンラインショップで商品を購入、または店舗で商品購入する時に『20%OFF(税別)』になる割引特典が得られる。

小売の十字路口 191

完全閉店セール 肝心な事あれこれ

閉店セールの看板は時々街中で見かける。さほど珍しいわけではないが、セールを仕掛けている当の本人にとっては一生に一回あるかどうかのセールである。経験がない人が大半であろう。閉店を決断したら明日にでもセールを打てるかというそう簡単でもない。自宅兼店舗ならともかく、借り店舗の場合あるいはSCのテナントであれば閉店退去は6ヶ月前通知が相場であるから、嫌でもその間は営業せざるを得ない。(違約金を払えば別であるが)

別の角度で表現すれば、6ヶ月先になったら案外世の中の景気が好転しているかもしれないし、今までの努力が実って千客万来の事態になっているかもしれない。その難しい見極めの末に決断するのが閉店セールなのである。経験がないわけだから、閉店セールも普段のセールも同列に考えがちになる。消費不況、ジュエリーの不振(時計も同様だが)が長く続いている現在、「閉店のセールを仕掛けてもさほど売れるとは思えない、むしろ何もせずに店を閉めた方がいいのではないか」、セールの成果に懸念を持つ店主も多くなるだろう。また「タイトルを変えればいだけのことでないか」とシンプルに考えている御仁もいらっしゃるであろう。間違ではないが、やはり違いはあるわけでそのあたりをきちんと整理、理解しておいた方がより多くの成果を得られると思われる。

一般論だが、普通のセールというのは営業活動の一環で売上と共に利益

を追求しているのだが、完全閉店となると利益というよりも今まで投資した店頭商品の資金回収が主なるものになる。貸借対照表流動資産「商品」に記された金額に当たる。仮にこの額が1500万円だとすれば1500万円あるいはそれ以上に売り上げればセールは一応その目的を果たしたことになる。ただしセール期間中も通常の経費は掛かるし、セールのための経費も上乗せされるからその分のマイナスも計算に入れておかなければならない。期間を長く取れば閉店値引きの期間も同様に長くなり利益なき売上は確保できるが人件費を含め経費もかさむことになる。間延びやダレで売上が伸びなくなれば、かえって回収金額に食い込むことになる。効率よく回収するにはそれなりの期間設定が必要なのである。それではと定価の値引き率を例えば半額のところを3割引き程度に調整してより多くの資金回収を意図した場合、今度は商品が思

うほどには捌けなくて売れ残り、かえって回収金の減額というリスクが生じる。そのあたりの加減は店主の判断だが事前に熟慮すべき大事な課題である。もう一つポイントになる違いは閉店セールが通常のセールに比べてより多くの来店客を見込めることにもある。「閉店」というのは店側が考えるよりも消費者には強いインパクトなのだ。最近の実例だが、閉店セールをやったところ、予想以上に盛況なために「閉店」そのものを取りやめてしまった店がある。とりわけ貴金属価格の高騰という背景が追い風になった。普段の値引き感ではない魅力が「閉店」という言葉には詰まっている。

問題は、閉店セール特有のリスクを回避しながら無事に閉店に持つための工夫である。今回はそのあたりに触れてみたい。

貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com

全国宝飾卸協同組合



全国宝飾卸協同組合の「第69回通常総会」が、5月25日、東京美宝会館で開催され、組合員総数107名、中本人14名、委任63名が出席。第1号議案から第6号議案まで議案通り承認可決された。

渡辺幸春理事長は「この3年の間に、消費税の引き上げで売上が低迷し、コロナ禍で一層消費が悪化しました。更に今年はウクライナ問題が起こり益々混沌とした世の中になりました。そのような事が起こる前から、各種の業界は100年に一度の大変革期を迎えており、様々なことが起こり環境の変化が一気に加速しました。組合も変わらなければいけないという思いから、皆様から色々な案を出してもらいました。その中でも7月7日7時7分に、夢・愛

情・感謝を込めたプレゼントを贈る習慣を周知させることを目標とした何らかのイベントしようというプロジェクトがありましたが、できなかったことは未だ残念です。昨年12月に誕生石改訂の発表ができました。多方面から様々な反響を呼び、我々の業界にも良い刺激になったと思います。改めて担当委員の皆様へ感謝を申し上げます。と振り返った後、「今年は組合の創立70周年に当たりますが、コロナ禍ということもあり、表彰式やパーティーは中止とさせていただきます。長年この組合にご尽力いただいた諸先輩方には、この場をかりて心から感謝を申し上げます。組合が永遠に続きますことを願って、皆様の益々のご提案、そして改革意識を持って望んでいただきたいです」と述べ、審議に入った。

事業計画は支部毎に決められ、展示販売会や入札会、オークション、勉強会または研修会などが予定されている。次回の役員会は10月25日を予定。次期理事長の選出を兼ねる予定。

機械式時計に、
あたらしい予感。

Japanese beauty,
crafted into a mechanical timepiece.

PRESAGE

SEIKO

SINCE 1881

セイコー プレザージュ SARX077 110,000円(税込) メーカー希望小売価格 自動巻 O120-O61-O12 (9:30~17:30、土日祝日を除く) www.seikowatches.com ※セイコーローハルブランドコアシップのみのお取り扱いです

セイコーウォッチ株式会社