

What's LGD ラボグロウンダイヤモンドの未来予想図 Vol.12

さすが!自由の国アメリカ!!!

いよいよ2023年の新年も明けて、早々にIJTも開催されましたが、LGD(ラボグロウンダイヤモンド)の業界は相変わらず、国内外含め情報が非常に多く飛び交っている今日この頃です。最大の生産国として大きな製造量を担っている中国もいよいよ春節が終わり、インドを含め全世界がLGDビジネスに対して今年も派手に大きく動き、変わり始める様相を呈してきました。

最近国内の天然ダイヤモンドを手がけて40年の経営者や今年のLGD需要のサイズ感についてお話をしていた時に、意のままに製造できるLGDで顧客が要求するサイズがどこまで年内に大きくなるかを予想してもらいました。去年のサイズは平均0.7ctで、上限が1ctであったことに対し、「今年は平均2ct以上になるかも」という答えでした。この話を聞いた時に、わ

かに信じられない、日本国内における消費者のダイヤモンドに対する“大きさ”のアレルギーは相当なもので、ブライダルにおいても1ct以上は欧米人の指ならまだしも、日本人の指には大きすぎて0.2から0.3ctが日本人にはちょうどいい、、、という話は、私でも何度も耳にした事があります。でも、ダイヤモンドを買ったことがある人は大きいサイズに対する欲望が目を追うごとに膨らみ、どんどんボリュームアップしていくのが消費者のただただ自然で、当然の心理です。

実際日本の資産家や有名人、医者、セレブなどの富裕層である人達も大きなサイズの天然ダイヤモンドを支払いが許される余裕がある限り複数回購入していきましょね? セレブの人が“0.3ct以上は似合わない、指に合わないから大きいものは購入しない”、...こういった話は聞いた事がありません

ね?“日本人の指に合うのが0.3ctまで”と言うのは、『価格感が、ブライダル市場において一般消費者の出せる上限』であり、セレブのように無尽蔵に支払いが出来れば誰でも実は大きいサイズが好きだという事です。一般消費者の複雑に入り組んだ心理の現れが“本当は大きいサイズの天然ダイヤモンドが欲しいが、高額な金額がネックになりサイズが合わない”といった表現となり、ブライダルのお店である販売店の店員は、それらをあたかも真実のように捉えてしまうことが通説になっている表れではないでしょうか?

このような複雑に入り組んだ消費者と提供するお店側の救いの手として現れたのがLGDであり、予算的に大きなサイズにも手が届きやすい価格のお手頃感がお互いの複雑な心理戦を無力化し、消費者は素直に自分の指に合った本当の見栄えのするサイズを欲望のままに購入することが出来るようになったのです。

実は昨年アメリカで1番大きくLGDのシェアを伸ばしたのがブライダル業界であり、既に小さいサイズを複数個

購入したことがある消費者にとって知識や実体験からベストな選択が出来るタイミングになってきたのです。従来の白ダイヤはもちろんの事、オプションとして、ブルーダイヤやピンクダイヤ、イエローダイヤ等も選べ、更にカスタマイズが出来るようになりました。今の若い20代のカップルが選ぶブライダル用のダイヤモンドは、20年以上前の通例や思想などの決まったパターンが当てはまらず、LGBTQ、サステナブル、まさにDiversity(多様性)を重んじる世代にはもはや従来の品揃いで提供する販売店側の経験は役に立ちそうもありません。

消費者も常に勉強し新しい物を取り入れる選択肢を増やしながら、ダイヤモンド自体をよく理解しながら、結果的に天然ダイヤモンドの良さを再確認し、LGDと共にその人達にとってのベストな選択が出来るようになっていくのです。さすが自由の国、アメリカ!!!

一般社団法人日本グロウンダイヤモンド協会
理事 林 裕民
昌弘貿易株式会社 代表取締役

佐藤英昭弁護士による『特許の哲学』 其の79

著作権侵害の賠償額 上乗せへ法改正

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、漫画やアニメなどが違法にアップロードされた「海賊版サイト」へのアクセスが急増し、著作権侵害の被害が深刻化している。

文化審議会の小委員会は、「海賊版サイト」の著作権侵害に対する損害賠償請求の賠償額算定方法を見直し、増額できるようにすべきとする報告書案をまとめた。

素案では、現在認められていない著作権者の販売能力を超える分について、「ライセンス料相当額」として損害額に上乗せできる算定方法を見直す。ライセンス料相当額自体についても、侵害を考慮し増額できるようにする。

また、インターネット上で流通する権利者不明の著作物などの利用促進に向け、新制度の創設も明記した。利用可否や条件など著作権者の意思が確認できないケースに対応するため「窓口組織」を新設。使用料相当額を支払えば、窓口組織が公告を行い、著作権者から申し出があるまで著作物を利用できるようにする。これにより、著作権者等を探索するコストが減少し、権利処理が容易になる。

(特許業務法人共生国際特許事務所所長)

HRDデザインアワード第2位獲得 世界平和願うコンセプトに評価

日本のブランド「アンブローズ」



募作品数は、世界各国から1600点を越え、その中から真珠のネックレス「TAMAKI」がジューストーンカテゴリーで第2位に輝いた。「TAMAKI」は、日本古来の匠の技術と大胆なデザイン、そして世界平和を願うコンセプトが高く評価された。

アンブローズアンドカンパニー(株)が、製作した真珠のネックレス「TAMAKI」が、1月22日に開催された第18回HRDデザインアワード授賞式において

第2位を受賞した。3年ぶりに開催されたHRDデザインアワードへの応募作品数は、世界各国から1600点を越え、その中から真珠のネックレス「TAMAKI」がジューストーンカテゴリーで第2位に輝いた。「TAMAKI」は、日本古来の匠の技術と大胆なデザイン、そして世界平和を願うコンセプトが高く評価された。なお2月16日～23日までアンブローズ社にて凱旋特別展示され、4月以降には、ベルギー・アントワープにあるJRDダイヤモンドミュージアムにて展示される予定となっている。

Stone Collection」が1月26日より公式オンラインショップにて販売開始され、個性豊かなカラーストーンに注目が集まっている。

グレーストーンやブラックカルセドニー、グリーンアゲートなど、ジェンダーレスに身に付けられるシックなカ

ラストーンが揃っている。石の美しさを最大限に引き出すような研ぎ澄まされたシンプルなデザインの、細やかなこだわりを詰め込んだ「Color Stone Collection」。色とりどりのカラーストーンの中から、自分の魅力を引き立てる一点を選ぶ。



から始め、若手クリエイターの育成にも力を注いでいる。

鈴木社長は「お陰さまで本業の方は順調で、コロナ禍も忙しくしていました。皆さんもご承知のとおり、ジュエリー職人は減っていく一方で、増やす仕組みや学校や専門学校などを卒業したような若手の職人が継続できる環境がないのが問題だと思えます。

業界として取り組まないといけないはず。私が開いた貸し工房では大きなことはできないかもしれませんが、自分ができる範囲でガチの職人を育てる。教室を開くのが自分の夢

この1月に国際展示場で開催された日本最大級のクリエイターの祭典「ハンドメイド・イン・ジャパン」に鈴木社長が出品料を払い、生徒たちに販売の経験させた。道具をたくさん導入した貸し工房も決して利益が取れる料金設定ではなく、鈴木社長は「経営者としてはダメな社長です」と話すものの、「今の若手は道具も買えないし、売れるか売れないかは挑戦してみないとわからない。だから出せる金は出す」と職人を育てる情熱に溢れている。

お店とお客様の橋渡しができる!!
販売員さんご紹介しします!
BICO・GHI株式会社
エムシージ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

貸し工房を開く前から、ジュエリーブランドのアドバイザーやプロデュースを始めていたのは、若手育成を始めるための準備に過ぎなかった。鈴木社長は最後に「いまはとて満足しています」と笑った。きっと鈴木社長のような情熱を持った人たちが一つとなった時に、ガチ職人が増え出すことだろう。

夢を追いかけるジュエリー職人の最後の砦



ジュエリー製作、修理、リフォームの工房を、ジュエリー企業が集まる台東区・東上野に構え、今年11月で30周年を迎える「Woody Bell」(東上野、鈴木大広社長)は、特殊な修理を得意とし「断られるジュエリー修理の最後の砦」として評価されるジュエ

Woody Bell

リーの修理工房だ。そんなWoody Bellが、職人や職人を目指すひとを対象に、好きな時間に使える「貸し工房」を昨年5月

だったんです。工房には、大手に勤める職人さんや彫金教室に通っていた人、これから自分のブランドを本格的に販売していきたい人など需要はあるものです。これまでもSNSや動画を駆使して技術を伝えることを試みたり、様々な需要や課題も自分なりに発見できましたので、少数の生徒たちではありますが、自分の経験を伝えていこうと、消費者に作品を見てもらうクリスマス会を開催したり、ハンドメイドが集まる販売会に出展させるとか、大手の学校とは違った安心感で、これからはやれることはやっていきたいと思えます」と語っている。

石の美しさを最大限に引き出す 4℃のジェンダーレスライン



(株)エフ・ディ・シー・プロダクツが展開する「4℃」のジェンダーレスライン「4℃ HOMME+」から、「Color

小売の十字路 199

日々雑感 ブランド店から学ぶもの

JR新橋駅から銀座4丁目の交差点を抜けて東京駅まで歩くのが私の定番の散歩道である。銀座の大通りから北に入った並木通りには以前は画廊が点々とあつて面白かったが、今は高級ブランド店が軒を連ねている。世の中の移り変わりなのであろうが、どちらにしても銀座らしい格調の高さ、品の良さは保たれていて、その洗練された空気感だけでも十分に楽しめる。ちよちよ歩くけれども、飽きることがない。飽きないというのは、それだけ銀座という街の歴史とか在り様とかの奥が深いということかもしれない。通りからのぞき込むだけののだが、ブランドの店というのはどの店も共通して綺麗でピリッとした緊張感が漂っている。ドアを開けてひやかしたにも店内

に入ろうとしても、無用な人お断りと言われているような冷たい拒否感がある。商品が山のようにあるわけでもないのにその商品が魅力的に見えるのは、店内の空間それ自体を演出しているからだろう。ルイヴィトンの店内はいつでも客で賑わっているが、他の多くの店は土日でも平日も概ね客も少なく閑散としている。いわゆるアイドルタイムという時間だがこういう場合、スタッフは私事のおしゃべりに興じ、だれた気分が姿勢に現れるものだが、どの店にもそれが感じられないのはさすがである。掃除を点々とあつて面白かったが、今は高級ブランド店が軒を連ねている。世の中の移り変わりなのであろうが、どちらにしても銀座らしい格調の高さ、品の良さは保たれていて、その洗練された空気感だけでも十分に楽しめる。ちよちよ歩くけれども、飽きることがない。飽きないというのは、それだけ銀座という街の歴史とか在り様とかの奥が深いということかもしれない。通りからのぞき込むだけののだが、ブランドの店というのはどの店も共通して綺麗でピリッとした緊張感が漂っている。ドアを開けてひやかしたにも店内

よりも店の考え方が物にも人にもきちんとして貫かれているのを見て取れる。このブランド店が醸し出す雰囲気というのを、無用な人お断りの拒否感と書いたが、女性から見ればさほどでもなくむしろ好きなのだと思う。ブランド店だからあつても、そうあることに女性は敏感に反応するのだろう。以前、セブンイレブンを掃除を徹底したら客数が大きく伸びたという話を聞いたことがある。また最近の日報の記事で中古品を扱って国内800店を展開する「セカンドストリート」が取り上げられ、古着であつても女性をつかんでいるのは「清潔感ファースト」が特徴であると指摘している。「セカストは10年以上前から白の内装など清潔感を追求してきた」のだと思う。我々小売店というのはともすれば商品にこだわり販売のためのSALEに熱心だが、女性を相手に販売をするならば目には見えないが確かに「在る」雰囲気や工夫を凝らすことは決して無駄にはならないだろう。ブランド店から学ぶものは少なくないはずである。 貧骨 cosmoloop.22k@nifty.com

お取扱小売店舗大募集!!お気軽にお問合せ下さい
クラスにも美しさを Neoクラス
新型ピアスキヤッチ クリスマスカッチ
ポキッと0.1秒! 折るだけで取り外し可能な全周最新マグネットパーツ! 引き輪・プレートが付いたチェーンにも利用可能なNeoマグもご用意しています!
大切なピアス、安心して使いたいから
株式会社エクス
〒110-0015
東京都台東区台東4-8-7 ヒューリック仲町ビル8F 担当: 遠山
TEL:03-5658-0081 Mail: info@ecms.jp URL:https://www.ecms.jp/

ダイヤモンドグレーディング
宝石鑑別 宝石セミナー
開催中
ダイヤモンドカラーストーン4日間セミナー
AGT ジェムラボラトリー
(一社)宝石鑑別団体協議会(AGL)会員
TEL:03(5830)6732 FAX:03(5830)6733 URL:www.agt.jp

機械式時計に、あたらしい予感。
Japanese beauty, crafted into a mechanical timepiece.
SEIKO PRESAGE
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 0120-061-012(9:30~17:30、土日祝日を除く) www.seikowatches.com ※セイコーグローバ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