

最後の言葉は「感謝」 創立60周年記念式典・祝賀会を開き 日本貴金属文化組合が新たな船出へ

日本貴金属文化工芸協同組合(文化組合)が、本年60周年という「還暦」を迎え、3月16日に東京會館で盛大に開催した「創立60周年記念式典・祝賀会」に集まった、現組合員、OB組合員に見守られる中で、その歴史に幕を閉じ、3月31日をもって協同組合は解散した。

新しい時代に入り、組合の運営が難しくなり始めた数年前には、それまでの常識があてはまらないことが多々起こり出していた。昭和の良き時代に創立された先輩(OB組合員)からも良い思い出として組合を閉めることは仕方なしとの意見も出て、組合員アンケート結果も踏まえ、数年かけて解散する準備が進められてきた。

発行された創立60周年記念誌には、入倉徳明氏、柴田明英氏、名取清氏、川崎猛氏、小原雄司氏の歴代理事

長をはじめ、各理事、各支部長、事務局などの想いが綴られている。

文化組合が創設されたのは1962年の昭和37年。まだ金地金の輸入ができない時代の昭和34年に、材料不足に悩まされながらも、近い将来の業界発展という男たちのロマンを抱いた、山森利直氏を中心とした銚職人の仲間が結成した「文化技術研究会」が母体となっていた。主に職人の地位向上、情報交換、研修、地金の共同購入などからスタートし、年を重ねるごとに活発な活動が行われた。



吉田総理事長の司会で始まった記念式典の中で、小原理事長は「後継者問題などで解散となってしまったが、今日は良い思い出の最後の1ページとして飾っていただきたい。長い間本

当にありがとうございました。心よりの“感謝”の言葉で終わりといたします」と述べ、最後の挨拶とした。



その後は、永年組合員、功労賞、特別功労賞、事務局永年勤務などの表彰式が執り行われた。



その後に続いた祝賀会では、来賓を代表してプラチナ・ギルド・インターナ

ショナルのハンキンソン尚子社長が「これを機に組合の方々が新しい船出していただきたい」と祝辞を述べた。



祝賀会では、東京會館のフルコースを嗜みながら、フルートカルテット(4重奏)の演奏などで楽しい時間を過ごし、最後に入倉久信副理事長による三本締めでお開きとなった。



ナガホリ「LUXURY」 厳しい中でも健闘



難しくなっている通り、同展においても大きな影響が出た。目標設定人数の150名は確保されたが、海外ブランドを中心に苦戦となった。その中でも健闘したのが「ナディア」「フィオーチェ」「D&D」が売上目標で200%以上を達成し、次につながる成果を示した。

このあとの予定は、4月2日に「金沢」、4月17日「名古屋」、5月27日に「仙台」を予定している。また、同社主催の「創美展」は、6月15日に福岡、6月18日・19日に東京、7月26日に大阪を予定する。

なお、詳細は同社のYoutubeチャンネルでも配信されている。

（株）ナガホリが主催する恒例の「LUXURY横浜」が、3月14日に横浜ベイシヤラトンホテル&タワーズで開催された。同展は、2月に開催予定だったが、新型コロナ蔓延防止の観点から延期となっていたもの。また、「LUXURY東京(京王プラザ)」は3月10日に実施された。

同展は、ラグジュアリーな空間でハイエンドジュエリーに出会える場として全国5カ所で開催され、参加店・企業から毎回好評を得ているユーザー展。

今回はコロナ禍での開催となり、特に関東を中心に大型展示会の動員が

（株）ナガホリが主催する恒例の「LUXURY横浜」が、3月14日に横浜ベイシヤラトンホテル&タワーズで開催された。同展は、2月に開催予定だったが、新型コロナ蔓延防止の観点から延期となっていたもの。また、「LUXURY東京(京王プラザ)」は3月10日に実施された。

同展は、ラグジュアリーな空間でハイエンドジュエリーに出会える場として全国5カ所で開催され、参加店・企業から毎回好評を得ているユーザー展。

今回はコロナ禍での開催となり、特に関東を中心に大型展示会の動員が

**CT スキャン使用
天女、花珠、鑑別書**

※天女、ロイヤル天女は日本宝石科学協会で商標登録されています

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

感謝

日本貴金属文化工芸協同組合

「PRMAL」から
ラボグロウンの
初のブランドコレクション

ラボグロウンダイヤモンドを使用し、エシカルダイヤモンドジュエリーとしてオンライン販売を主に展開する「PRMAL」から、ブランド初のブライダルコレクションが3月25日から登場した。

ラボグロウンダイヤモンドそのものの魅力を最大限に引き出すミニマルなデザインが特長。オンライン

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

だからできる“適正価格”で提案し、同じ予算で天然ダイヤモンドの倍の大きさのダイヤモンドを購入できる設定とする。

また、全てのブライダル商品は甲府のジュエリー職人により作られ、購入金額の1%は“1% for the Planet”のプログラムを通じ、環境保全団体へ寄付される。

アスやネックレスなどに付けて楽しむことのできるチャームや、天然石とパールを組み合わせたコンビネーションリングが初登場した。また、定番の天然石コレクションに加え、自分でカラーストーン

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

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

第11回「決断」

コロナウィルスのワクチンも3回目の接種が始まり感染の脅威が少し落ち着きを見せたところに続いて、新たにウクライナの戦争が始まってしまったことで、世の中の流れはより目まぐるしく変化してきています。

円安、地金価格の上昇だけではなくダイヤモンドの価格も高騰する中で、今後のジュエリー業界を取り巻く環境は更に大きく変化していくことは間違いないでしょう。

金の価格にしても8千円半ばに迫ろうとしていることを考えれば、新しい商品を作ろうとしてもかなりのコストを要してしまうし、ダイヤモンドも平均20%くらいは優に上昇していることを鑑みると、果たして作った商品が本当に売れていくのかと考えてしまいます。

例えば、現状の低単価商品の上代を上げたとしても消費者はなかなか手が出なくなりますし、逆に上代を変えなければ利益が圧迫されてしまい会社の経営が行き詰まり、悪循環が巻き起こることになります。今後、一般庶民が購入できる商品はますます少なくなってしまうのです。展示会でも、ただでさえ上代が高くなっている状況を考えれば半年、または1年先には恐ろしく高い上代になることでしょう。同様にブライダルジュエリーにおいても地金とダイヤモンドの価格の高騰により上代が上がっていくことは間違いないのです。唯一安定していたブライダルジュエリーでさえも先行きは見えなくなってしまいました。

逆に、御徒町のダイヤモンドのオークションはかなり売れ行きが好調という話を聞きました。しかし、その販売先を聞いてみると国内の業者でなく海外の業者であるというのです。真珠にしても国内の業者が仕入れをしないという流れが出来あがってしまっている為、

海外に販売先をつくるのは仕方がないことだと思います。

ダイヤモンドも国内での商売は委託商品で商談する流れがほとんどでしたが、最近では委託をする商品すらなくなってきていて「1ct以上は委託が当たり前」であったことがこの半年で当たり前ではなくなり、大きく変化をしていくことに気づきました。自社にて仕入れをしていかなければ販売ができない時代になっていたのです。ただでさえ国内には高品質なダイヤモンドの数が少なかった上、この状況が重なってしまうのであればダイヤモンドを販売するどころか仕入れをするにせよ大変な時代がやってくることは確実ではないだろうか。

このウクライナ戦争が終わったタイミングでダイヤモンドの価格は以前のような価格に戻り、安くなるのでしょうか。それとも今以上に価格が上昇してしまうのでしょうか。この疑問に頭を悩ませている経営者の方は非常に多いと思います。

私はこの疑問点を持ちながらも3月中に高品質の1ct～3ctのダイヤモンドを仕入れ、約50ピース集めました。しかし以前に比べて価格は格段に高くなっており、ダイヤモンドの市場が売り手市場に変わりつつあることを実感しています。今後も私はダイヤモンドの仕入れを更に強化していくつもりです。引き続き1ctから3ctのデザイン開発をどんどんしていくことで他の会社との差別化を図っていくことを考えています。

日本のダイヤモンドの販売スタイルが変わる今、委託という販売スタイルが難しくなるのであれば仕入れという大きなリスクを背負うことのできる会社だけが勝ち組となることは間違いないのです。富裕層向けの商売は口火を切ったのです。

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

（株）コメ兵が展開するサステナブルジュエリーブランド「mi luna」の、兵庫県で初となるPOP UPが3月23日～29日の7日間、西宮阪急で開催された。

「mi luna」は、一度ジュエリーとして輝いた天然石やパールをアップサイクルして、新しい姿へと生まれ変わったサステナブルジュエリーブランド。昨年12月に関西初のPOP UPが阪神梅田本店で実施された際に、地元ユーザーから好評を得て、同じ関西エリアでもmi lunaが店舗したことのない兵庫県の開催に至った。今回のPOP UPでは、普段はWEBサイトや一部店舗でしか販売していない商品を直接見て、触れて、選べる機会が提供された。

また、西宮阪急では、近年サステナブルな取り組みを行うブランドの出店やPOP UP開催を行っている。その中で、アップサイクルジュエリーを通じてサステナブルな生産と消費を目指しているブランドとして「mi luna」が共感された。

期間中は、顧客所有のシンプルナビ

II IDEAL

『アイデアル』 『アイデアルカット』
『アイデアルカットダイヤモンド』
は、株式会社APの登録商標です

BEDAT & CO GENEVE

ビジュピコ
BYOUPIKO

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