

ご愛読者の皆さまへ ~定期購読申し込みのお願い~

いつもThe Watch & Jewelry Todayをご愛読いただき、有難うございます。これまで無料でご愛読いただいていた皆様の郵送を順番にお止めさせていただきます。ご購読を希望する場合は、右のQRコードよりご登録をお願いいたします。定期購読料は、年間8500円です。宜しくお申し込み申し上げます。



保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

Quality logo and publisher information for (株)時計美術宝飾新聞社.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J branding.

9月16日~22日まで世界最大級の宝飾展「Jewellery & Gem WORLD - Hong Kong (JGW) 2024」が香港で開催され、ソーシングとネットワーキングの絶好の機会となった。

JGWは、Asia World Expo(AWE)と香港コンベンション&エキシビジョン・センター(HKCEC)の2会場で開催され、40を超える国と地域から3,300を超える企業が最新の製品とサービスを披露した。

AWEではJGW 2024の宝飾材料部門が集まり、HKCECでは完成宝飾品、包装、技術ソリューションが展示された。

Informa Markets Jewelleryが主催する同見本市には、ダイヤモンド、カラストーン、真珠、高級宝飾品、宝飾関連技術、機器・工具、包装製品・サービスなどのカテゴリーで分けられ、それぞれの一流企業が一堂に会した。

JGWのオフィシャルメディア「JNA」の発表によると、中国からの来場者は例年より少なかったが、出展者の大半は、他の国、特に東南アジアからのバイヤーの増加によって相殺されたと言った。興味深いことに、バンダも同様に、以前ほど香港のショーに積極的に参加していないアメリカやヨーロッパのバイヤーからの問い合わせを歓迎しているとした。

AVYK Diamonds Co LtdのVibhor Agarwal氏は、今年の出展者数は概して低調だったが、弊社はイタリア、ドイツ、スペイン、イギリスのバイヤーと会った」と回答。「どの企業にとっても異なる経験」と指摘した上で、「私

たちのブースに来た人たちは、主にダイヤモンドよりもカラーストーンを探していました。私たちは最高品質のルビー、サファイア、コロンビア産エメラルドを提供している」と説明を加えた。

Shivam Jewels LtdのディレクターであるPragati Dangayach氏も、フィリピン、インドネシア、イギリス、オーストラリアなど、さまざまな市場からのバイヤーに会ったとした。Shivam Jewels社は、クラシックでタイムレスなデザインを得意とし、主にアメリカ市場に販売している。シヴァム・ジュエルズは、主にアメリカ市場に販売しているが、顧客は普通の服装を引き立てる汎用性の高いアイテムや、多様なデザインの手頃な価格のアイテムを求めているという。

中国本土のバイヤーの不在は、バンコクを拠点とするルビーとサファイアのサプライヤー、Sangmanee Gemsも感じていた。同社の営業担当重役であるIntheera Theeracharthanphat氏は、既存顧客はブースを訪れたが、新規顧客はそれほど多くなかったと述べた。目盛りのついた石や熱処理されたブルーサファイアに対する市場の関心は比較的高かったと説明した。

需要と価格設定

Zam Gems of Sri LankaのディレクターであるAqhil Refai氏は、一部のバイヤーから既存の価格に対する抵抗があることを指摘した。「顧客はより高品質の商品を求めている一方で、高級品に

マクロ経済の不確実性、世界的な次期選挙の影響による訪問者のトラフィックのわずかな減少が原因と読んでいる。Zam Gemsは非加熱ブルーサファイアを専門としている。今回の見本市でRefai氏は、通常1カラットから6カラットの大きめのブルーサファイアの需要が安定しており、より高品質で宝石グレードのものが好まれたとした。同社の主要市場は中国、アメリカ、ヨーロッパ、オーストラリア。

安定したビジネス

シャイニング・ジュエリー・メーカー社のデザイナー、エイダ・ロウ氏は、アメリカ、オーストラリア、ヨーロッパからの卸売業者数社をもてなしたと回答。「常連の顧客もいましたが、オーストラリアからの新しい顧客も見つけました。彼女は現地では石を購入し、それを私たちに渡して、彼女が選んだジュエリー・デザインにセッティングしてくれました」とロウは明かした。また、アメリカのバイヤーの間で、青い石で飾られた14カラットのゴールド・ジュエリーに関心が強いとした。一方、日本やシンガポールを含むアジアの顧客は、金メッキのシルバーや14カラットのゴールドフィルドのカラーストーン・ジュエリーを好んだ。

インドネシアを拠点とするゴールド・ジュエリー・メーカー、PT Hartono Wira Tanikの輸出マーケティング担当者であるYunita Hendryanto Nugraha氏は、既存顧客や新規バイヤーと会ったとした。「私たちの主な市場は米国と中東ですが、今回の展示会では多くの顧客と会うことができました。また、オーストラリア、中国、フィリピンからの新しいバイヤーにも会うことができました」と加えた。

PT Hartono Wira Tanikは、主にイタリアンデザインのゴールドジュエリーを専門としている。Nugraha氏によると、中東の顧客は18カラット、21カラット、22カラットの商品を注文し、アメリカの顧客は10カラット、14カラット、18カラット、21カラットの商品を求

めていた。オーストラリアのバイヤーは9カラットのゴールドジュエリーに興味を示していたと報道している。

日本からの多くの出展社が口を揃えるように中国からのバイヤーは激減し、そこに頼った出展社は売り上げも比例した。中秋節は重なったが予測できたことで、やはり税関規制と台風の影響が大きかったと言えよう。実際に最終の2日間は中国バイヤーが多少盛り返し、売上に繋がった日本の出展社が少なくなかったようだ。ただし、先行で始まった素材会場のパールパビリオンは、どちらにしても厳しい状況が続いたのかもしれない。

Dia Flore jewelry advertisement with contact info.

日本企業にとっては、国内市場も低迷し、香港でも取り戻せない状態を予測していたにしても、これを打開する道筋は見えていないのが現状だ。

この様な一時的な流れに完全に合わせることなく、自社の強みを継続してグローバルに訴え続けている企業に至っては、先に述べていた海外企業と同じく、欧米バイヤーや中国の既存バイヤーとの商談によって、大きな打撃からは免れたようだった。香港だけでなく他の国の展示会に視野を広げる声も多く聞かえてきたが、世界で戦える自社の強みを理解した上で、市場リサーチや近隣諸国の戦略も把握しておくことが今後はより重要になるだろう。また、都市鉱山を含め質の高い素材を持ち合わせている内に、日本としての強みを活かせる戦略も産業として創造すべきで、ジュエラーとはなにかを考える機会になったのではないだろうか。 -次号に続く。

トレンド、接客、DX、押し活など 充実のセミナーがFaW東京に 業界の今、次のトレンドがわかる

10月15日~17日に東京ビッグサイトで開催される「ファッションワールド東京・秋」で実施されるファッション、メガネ、最新トレンド、ブランディング、接客術、サステナブル、DX戦略、マーケティングに関するセミナープログラムが充実している。

10月15日 10:30~11:15 接客術 「ビームズ執行役員兼トップ販売員が語る心を掴む接客術」

10月15日 12:30~13:15 Z世代トレンド 「Z世代の消費行動から考える〜ファッショントレンドの移り変わり〜」

10月15日 11:00~11:45 IOFT売上戦略 「女性目線の商品開発秘話、売上に繋がる新しい戦略とは」

10月16日 10:30~11:15 ブランディング 「アグストリアの成長戦略〜B2B新規事業への取り組み〜」

10月15日~17日に東京ビッグサイトで開催される「ファッションワールド東京・秋」で実施されるファッション、メガネ、最新トレンド、ブランディング、接客術、サステナブル、DX戦略、マーケティングに関するセミナープログラムが充実している。

10月16日 14:30~15:15 対談・最旬トレンド 「Z世代×ベテラン記者の2つの視点〜25年春夏トレンドとサステナビリティ〜」

10月16日 16:30~17:00 IOFTトークショー 「視座のオート〜片桐仁が語る。メガネとクリエイティブの世界」

10月17日 10:30~11:15 押し活×ファッション 「「押し活」のために服を買う時代! オタク×ファッションの可能性」

10月17日 12:30~13:15 対談・生成AI 「生成AI時代におけるファッションとクリエイティブの未来」

THE LAZARE DIAMOND advertisement with jewelry images.

MURATA JEWELRY advertisement with contact info and QR code.

Sweet 10 Diamond advertisement with jewelry images and NAGAHORI logo.

KOHSAI ONLINE SHOP GRAND OPEN advertisement with QR code and pricing.

for you forever UCHIARA advertisement with jewelry images and contact info.

パーマナント ジュエリー専用 溶接機 advertisement with product images and pricing.