

国内外から集約した時計と宝飾の卸販売において78年の信頼を築き続けると共に、「change now, make the future」をテーマに掲げる栄光時計が、今年も8月27日(水)に東京・秋葉原ダイビル2階で、東京商談会を開催すると共に、27日~29日に開催される「ジャパンジュエリーフェア」



栄光時計 東京商談会は27日／秋葉原JJFでは美術館収蔵作家4名の作品を

(JJF)にも出展する。案を用意している。時間は10時~17時。(ブースNo.G21)す

東京商談会では、同社が自信をもって取り扱う時計・宝飾品を中心に紹介しながら、販売のサポートから展示会の開催に至るまで様々な提

は、ジュエリー絵画が用意された。時計は、CHRONOSWISS、CENTURY、MOVADO、TOMMY・HILFIGER、HERBELINなど。

商談会限定の仕入れ商品には、ビン

クダイヤモンド、人気のピアス、ダイヤモ

ンド、カラーストーンが揃っている。

JJFには「国立美術館収蔵作家」で出展する。美術館に収蔵されている作家4名の作品を紹介すると共に、販売のサポートならびに展示会の提案を行う。実際に商品を手にとってその魅力

を具体的に体感する機会となる。



路傍のカナリア128

高校野球、公立高校のための覚書

「これでは永遠に勝てるはずがない」

目標が霧散してしまうのでは選手は可哀そうで、残酷でさえある。陸上競技のように記録 자체を追い求めるのであればベストαというの

義がある。その記録を目指に頑張ればいいからである。相手を倒さない限り前に進めないトーナメントでは各チームの実力が拮抗している場合以外ベスト16というのはほとんど意味をなさない。

どこがダメなのか。可能性をはじめから放棄しているかのような発想から指導者が抜け出せないからである。「横浜高校と互角に戦うにはどのような戦略を立て、その戦略に基づいて具体的な戦術を工夫し、そこから帰結するいかなる練習を積めばよいのか」という問題意識が欠落しているのである。朝練から始まって夜間練習までしている野球エリートの強豪校との互角の勝負が眼中にない。これでは永遠に勝てるはずがない。

NTTドコモのブランド価値の向上を

担った魚谷正彦(現資生堂会長CEO)

は改革が成功するかどうかは、その集団

が意識改革をなし得た時にはほぼ半分は

成功していると書いている。なぜなら意

識改革程難しいテーマはないからであ

る。NTTのように独占公社として長く運

営されて来た巨大企業は消費者に対し

上から目線の姿勢が抜けない。それが

評判の悪さにもなって来たわけだが、こ

の意識を「お客様目線で考える」に会社

全体で意思統一できたのはトップ自ら

意識改革の先頭に立ったことが大きい。

意志があれば道は開ける。ドコモは変

わったのである。マーケティングの考

え方は高校野球でも参考になるはずであ

る。「どうしたら互角に戦えるか」。この問

題意識をまずは指導者が、そして部員全

員が共有することからしか事は始まらない。

意識が変われば一つ一つの練習

の意味付けも変わってきて、全く新しい

視点から野球自体をとらえるおすこと

ができるはずである。プロを通じていく

強者の次元の野球とは別の高校野球

の世界を追い求めることで、アマチュア

らしい新風を吹き込むことができるの

ではないかと私はひそかに思っている。

貧骨

cosmoloop.22k@nifty.com

(参)「会社は変われる!ドコモ1000日の挑戦」魚谷正彦著



宝飾店が取り組むべき問題を提示 「接客力×インバウンド戦略を学ぶ」

が取り組むべき問題を提示した。



第1部で、shiho氏による「スタッフが輝けば、お店も輝く!—ジュエリー販売の未来を作る人材育成」のテーマで、宝飾店にとっての喫緊の課題である販売員の人材育成についてレクチャー。特に客に商品を試着してもらうための接客話法や、共感を得るトーク術など、豊富な現場経験をもとに構築されたメソッドが披露された。

第2部の中村由嗣氏からは激増す

敬老の日と言わない新しい挑戦 百貨店商戦をブラッシュアップ

“敬老(の日)”という言葉には少なくない。

そこで阪神梅田本店では、

これ立地の異なる店舗からのインバウンド対策について質問が相次ぎ、増加するインバウンド客への問題点が浮き彫りとなった。

セミナー終了後の懇親会ではラボ

グロウンディヤをはじめとするラボグロ

ウンの各種ルースを観察しながら、今

後のラボグロウンジュエリーの展望や

この商戦を「おとなプロジェクト」という新しい呼び方にし、生き生きと暮らしを楽しむ顧客へ向け、毎日が充実する体験や商品を用意し、人生100年時代に向けて百貨店商戦をブラッシュアップする。

「阪神おとなプロジェクト」は、8月20日~9月16日まで実施される。

例え、コーディネートから美しい姿勢へ導くレッスン、顧客に合う靴の選び方までサポートする「スタイリングサー

ビス&ウォーキングレッスン」(6,050円)など。

「阪神おとなプロジェクト」は、8月20日~9月16日まで実施される。



CCC
acredo
ネットでデザインできる
オーダーメイドアクリード



株式会社 ホッカ ウオッチ&ジュエリー事業部
〒104-0045 東京都中央区築地 5-6-4 TEL 03-5148-2173

Japan Jewellery Fair 2025

“今”を知る、価値ある3日間

来場事前登録受付中

ご入場にはWEBからの「来場事前登録」が必要です



日本最大級のB to Bジュエリー展

2025. 8.27 WED 29 FRI

10:00-18:00(最終日 17:00) 東京ビッグサイト 東5・6ホール



informa markets



一般社団法人日本ジュエリー協会

