

FAX番号の廃止 ~定期購読のお願い~

いつもWatch & Jewelry Today/オンラインをご愛読いただき有難うございます。来年度よりメール配信を検討しております。追って購読料未払いの方の郵送は止めさせていただきます。また、弊社ではFAXを廃止いたしました。ご迷惑をおかけいたしますが、お急ぎの方はメール(hayato@carol.ocn.ne.jp)もしくは携帯電話(080-4446-0460)までご連絡をお願いいたします。



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.

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

ナガホリがSUPER GT 参戦チームとスポンサー契約



「SUPER GT」は1994年に全日本GT選手権(JGTC)としてスタートし、2000年より海外大会を開催。2005年から「SUPER GT」として世界のGTレースをリードする国際的シリーズに成長。年間平均動員数42,975人、年間総動員数343,800人(共に2024年全8戦データ)という国内スポーツイベントと比較しても遜色のない規模を誇る。*国内外参加ドライバー数102人、参加車数42台(共にGT500、GT300合計数)SUPER GTでは、家族で楽しめるイベントのみならず交通安全啓発活動や森林整備活動をはじめとした社会貢献活動にも注力することで、自動車文化の発展とより良い社会を創る支援をしている。

1962年の創業以来、同社は「高品質のジュエリーを通じて人々の心を豊にする」をコンセプトに、宝石の輸入からデザイン、製造、販売に至る全ての過程をMade in Japanにこだわったジュエリーを提供してきた。極限の精度を追求し挑戦を続けるモータースポーツの世界と、私たちが大切にしたい妥協のないク

ラフツマンシップの精神が共鳴し、本シーズンを応援していく。

「SUPER GT」は1994年に全日本GT選手権(JGTC)としてスタートし、2000年より海外大会を開催。2005年から「SUPER GT」として世界のGTレースをリードする国際的シリーズに成長。年間平均動員数42,975人、年間総動員数343,800人(共に2024年全8戦データ)という国内スポーツイベントと比較しても遜色のない規模を誇る。*国内外参加ドライバー数102人、参加車数42台(共にGT500、GT300合計数)SUPER GTでは、家族で楽しめるイベントのみならず交通安全啓発活動や森林整備活動をはじめとした社会貢献活動にも注力することで、自動車文化の発展とより良い社会を創る支援をしている。

株 萩原 logo and contact information.

桑山の戦略的調達体制とは

世界基準で担保する「調達の品質」 貴金属調達の本質は、一般的な原材料とは大きく性質が異なる。金やプラチナの価格は分単位で動き、市場心理や国際情勢が複雑に絡み合う。そのため、桑山の調達の現場においては単なる重量とコストの管理だけでは不十分となる。同社は、工場の生産計画に則り原材料の調達を行う体制を敷いている。そのため、細かく「いつ・何を・どれだけ」必要かを明確にし、先回りしてリスクの芽を摘む調整力が求められる。こうした調整力そのものが、原材料調達における桑山の技術力と言える。顧客には見えづらい領域だが、細やかな運用設計こそが、営業やものづくりに携わるメンバーたちが技術や美意識に純粋に集中できる環境を支えている。現代において、原材料の品質は成分や品位だけで定義されるものではない。国際的な業界基準や第三者認証を満たす精錬工場およびサプライヤーからの調達が、ブランドの信頼を担保

する絶対条件となっているように、調達側の品質も高いレベルで求められているのだ。桑山では原材料調達方針を掲げ、その遵守を徹底している。たとえ素材が同じ「金」であっても、その背景にある透明性と安定供給の仕組みが違えば、最終製品が持つ価値の重みは変わる。桑山はこの目に見えない運用設計で「調達の品質」と位置づけ、世界基準で誰もが安心してものづくりに向き合える環境を整えている。地金相場の高騰はジュエリーづくりの難易度を引き上げた。しかし、世界の需要環境が揺れ動く時代だからこそ、桑山が磨き上げてきた調達基盤が真価を発揮している。必要な分を過不足なく確保し、金融的手法で価格変動を抑制し、透明性の高い供給網を維持する。桑山の原材料調達は、製造品質の土台となるもの。ものづくりの現場が、ものづくりにすべてを注ぎ込めるように、営業の現場が自信を持って新しい提案に踏み出せるように、足元の供給インフラを安定させているのが桑山の原材料調達だ。目立たない領域にこそ信頼の運用を実装することで、顧客の挑戦を足元から支え続けていく。

これまで阪神梅田本店、伊勢丹新宿店に期間限定ショップを出展し成功を取ってきた宝飾商 櫻井彩子が、3度目の百貨店出店となるジェイアール名古屋タカシマヤでの期間限定ショップを4月1日～5日の5日間実施。中部エリア



櫻井氏ならではの価値ある見立て 初の名古屋エリアでも成功を納める

初の百貨店となったが、外商文化が非常に根強く盛んと言われる名古屋においても櫻井彩子の評判は高く、完全受注生産であっても、迷わずに櫻井彩子を選ぶ来場者が絶えなかった。宝飾商 櫻井彩子は、櫻井氏にしかできない「お見立て」が売り。今回も期間中にはジュエリーの「コンサルティング接客」が体験できるショップを展開。中部エリアに合わせたパールやパパラチアを使った春の新作をはじめ、求めやすい40万円以下のジュエリーをラインアップ。紹介した約70点のジュエリーは、ほぼ完売。タカシマヤから次のオ

ンサルティング接客を体験できる場として奮闘した。また、最近では「手の届くハイジュエリー」を拡充させ、顧客の幅を広げている。毎回違った世界観を創出する期間限定ショップは、いつ来ても来場者の気分を高ぶらせるアイデアで楽しさを演出しているが、一番大切にしているのはいつも「顧客への高い満足度の提供」、そして「一生の相棒になるジュエリーを、顧客らしく選べる力」をそととアをを使った春の新作をはじめ、求めやすい40万円以下のジュエリーをラインアップ。紹介した約70点のジュエリーは、ほぼ完売。タカシマヤから次のオ

「KISHUN AUCTION」は、同社がこれまで大切にしてきた「価値を再発見する」という考え方を、オークションという新たなフィールドへ拡張する挑戦としている。従来の枠組みに囚われず、プロ

KISHUN AUCTION logo and event information.

そのものを再定義する新たなプラットフォームと位置づけている。これまで同社が世界各国で開催してきた展示会で生まれた熱狂。宝石一石一石と向き合い、磨き上げてきた専門性。そのすべてを結集し、オークションの在り方そのものを更新していく。テーマに掲げた「DISCOVERY」には、固定観念や既存の評価軸にとらわれず、視点を変えることで可能性

を再定義するという意味を込めている。担当者は「それは何かを1から生み出すだけでなく、すでに存在している価値を再定義し、社会へと届ける挑戦でもある」としている。宝飾専門のマーケットプレイスとして、宝石だけで圧倒的な商品構成を実現し、オンライン入札とオフラインでの手鏡りを組み合わせたハイブリッド型のオークション形式を採用。場所や時間の制約を受けにくいオンライン取引の利便性と、現

地で実物を確認しながら競りに参加できる手鏡りの確かさと臨場感を融合。参加スタイルを選ぶ柔軟性を備えた、新しいオークションモデルを構築している。

会場は、貴瞬が本社を構えるクロスポイント御徒町の7階(〒110-0016 東京都台東区台東4丁目33-1クロスポイント御徒町7F)、本社は8～10階。

村田宝飾 MURATA JEWELRY advertisement with contact info and QR code.

FD.P Lab. Fixture Display & Packaging Laboratory advertisement.

PGI主催 プラチナの知識をしっかりと学べる ジュエリー販売員さま向けセミナー advertisement.

輪王 Kuwayama advertisement for jewelry.

KOHSAI 業者向け卸売 ONLINE SHOP GRAND OPEN advertisement.

LANVIN COLLECTION advertisement for jewelry.

プロテクト2 PROTECT 2 advertisement for jewelry protection.