

Monthly Press

2月号
2025

WATCH

GLASSES

JEWELRY

中部時眼宝飾新聞

発行所：中部時眼宝飾新聞社 本社 〒462-0810 名古屋市北区山田1丁目6番11号 ミノルビル1階 TEL 052-325-4110/FAX 052-325-4120
東京支局 〒181-0016 東京都三鷹市深大寺1-2-14 TEL / FAX 0422-32-6914

年間購読料：3,600円(税込)
大垣共立銀行 大曾根支店 (普) 0979727
楽天銀行 ノエル支店 (普) 5001928

第36回 国際宝飾展
36th INTERNATIONAL JEWELLERY TOKYO

IJT2025 国内外2万人が来場、出展は610社

持続性、新技術が浸透

第36回国際宝飾展（IJT2025、主催：RX Japan / 日本ジュエリー協会）が、1月15日から18日、東京ビッグサイトで開催され、盛況のうちに幕を閉じた。

4日間の会期中、国内外から20,429人が来場。そのうち6,482人が特別招待バイヤーだった。こうした商談意欲の高い有力バイヤーに加え、近年注目されているのが在日ソーシャルバイヤーの存在。スマートフォン片手にビデオ通話で積極的に自身の顧客と商談を行う姿は、昨今のIJTではすっかりお馴染みの光景となった。

今回のIJTには、世界20カ国・地域から610社が出展。国内エリア、海外エリア、ダイヤモンドワールドをはじめ、パール、ジューストーン、ガールズジュエリー、合成ダイヤモンド、デザイナー/クラフトマン、催事関連など、多彩なゾーンを構成した。特に近年は、サステナビリティや最新技術をテーマとした展示が目立ち、エシカルジュエリーや環境に配慮する素材を使用した製品が来

場者の関心を集めた。

また、合成ダイヤモンドの出展が体感的に増加しており、日本市場においても徐々にその認知が広がっている様子が伺えた。3Dプリンター、AIデザインツール、VR/ARソリューションといったテクノロジーも散見され、デザイン革新や販売方法の多様化が今後さらに加速していくことが予想された。

会期中はセミナーも充実し、IJT主催およびJJA（日本ジュエリー協会）主催のセミナーでは、業界の最新トレンドや技術に関する活発な情報が発信され、参加者の知識向上に貢献した。

「サステナビリティへの意識の高まりを感じた」「新しい技術とデザインの融合に感動した」とい



多くの来場者で賑わう「第36回国際宝飾展」会場

った来場者の声や、「多くのバイヤーと直接話すことができ、有意義な機会となった」という出展者の声に代表されるように、今回のIJTも、業界の未来を牽引する新たな潮流を示す場となった。

神戸（5月）、横浜（10月）でも宝飾展を開催

RX Japanは、今後も神戸（5月15～17日、神戸国際展示場）、横浜（10月29～31日、パシフィコ横浜）、さらに、来年2026年にも東京（1月14～17日、東京ビッグサイト）で国際宝飾展の開催をそれぞれ予

定している。出展を検討している企業は、下記QRコードより資料が請求できる。



資料請求用QR



SNSの活用を呼びかけるIJTセミナー

機械式時計に、
あたらしい予感。
Japanese beauty,
crafted into a mechanical timepiece.
PRESAGE
SEIKO
SINCE 1881
セイコー プレザージュ SARY161 57,200円(税込) メーカー希望小売価格 自動巻 www.seikowatches.com セイコーウォッチ株式会社

至福の着け心地は、
大人たちの時間のために
じっくりとただ静かに、
自分だけの時間を愉しむ大人たちへ。
わずか1.00mmのムーブメントがもたらす
何物にも代えがたい心地よさをその腕に。
Eco-Drive One
CITIZEN
AR5054-51E 473,000円 (税抜価格 430,000円)
シチズン時計株式会社 https://citizen.jp

NGC 令和7年賀詞交歓会 加盟店・商社と連携強化、業界活性化へ



全国から100人以上が参集したNGCの令和7年賀詞交歓会

協同組合日本ゴールドチェーン（NGC）は1月14日、品川プリンスホテルで賀詞交歓会を開催。加盟店、指定商社、来賓、報道関係者ら100人以上が参集し、盛況を博した。

会ではまず、三村真二理事長が登壇。昨年の活動を総括し、会員間の結束を固め、業界を牽引する決意を表明した。特に、若手経営者の活躍を称賛、団結力と結束力を基盤とした情報共有の重要性を強調した。また指定商社との連携強化を通じて、より良い商品と企画を提供し、業界全体の発展に貢献していく姿勢を示した。

来賓として招かれた日本ジュエリー協会（JJA）長堀慶太会長は、市場の現状分析を踏まえ、国

内ジュエリー業界の活性化に向けた提言を行った。海外ブランドの台頭を指摘しつつも、NGCとの協力を強化、地域に根差したジュエリー文化の再興に向けて共に歩むことを約束した。

新社長・新加盟店紹介では、石井時計店の石井玲奈社長、伊藤宝石店の伊藤大輔社長が、それぞれの抱負を述べた。また、ジュエリーカミネ、エレガンス吉田、セキネの各社代表も、NGCの一員として業界を盛り上げる決意を新たに示した。

三村理事長からは、6月のアメリカ西海岸流通視察ツアーの詳細が発表。会員だけでなく、指定商社の参加も促し、グローバルな視点を養うとともに、相互理解を深

めることを目指すと述べた。また、日本クレシス社との共同開発による販売・顧客管理システムの導入を推進し、加盟店の業務効率化、顧客満足度向上を図る方針を推奨した。

乾杯の発声は、新栄商会の川口哲生社長が務め、会員企業、指定

商社が一丸となって業界を盛り上げることを力強く訴えた。

宴席では、参加者らが活発に情報交換を行い、新年の抱負を語り合った。各テーブルでは、新たなビジネスチャンスを模索したり、業界の課題について意見を交わす姿が見られた。

今回の賀詞交歓会は、NGCが更なる飛躍を誓うと共に、会員間の結束力を固め、指定商社との連携を深める重要な機会となった。新年の幕開けに、業界全体が活気づくことを予感させる、熱気に満ちた会となった。

加盟店売上高は前年比122.4%、オリジナル商品が好調

なお賀詞交歓会に先立ち、NGC（三村真二理事長）とジェイ・ジー・パートナーズ（渡邊義久社長）は記者会見を開き、2024年8月期の決算状況と今後の戦略を発表した。

NGC加盟店数は53社、売上高は512億円、前年比97.4%であった。上場企業を除く加盟店売上は311億円、前年比122.4%と大幅増。宝飾部門は102.9%、時計部門は120.2%、眼鏡部門は101.8%とそれぞれ売上を伸ばした。NGC全体の収益は前年比110.5%と2桁増を達成した。この好調の背景には、委員会活動によるオリジナル色石催事「Colorare」の開発、地金商品の委託販売システム導入が

貢献した。

新規加盟店として、大阪のジュエリーカミネ、奈良のエレガンス吉田、更に今年和歌山のセキネが加わったことが報告された。

海外視察ツアー

は、6月にアメリカ西海岸へ実施が決定。加盟店に加え、指定商社にも参加を呼びかけ、20社程度の参加が見込まれている。さらに、JCK（ラスベガス）への参加も検討されている。

今後の戦略としては、指定商社との取引を拡大し、より多くの企業との密接な連携を目指す。地金



記者会見に臨む三村理事長と、渡邊社長

やダイヤモンド等の委託販売システムの活用を推進し、会員企業の収益拡大を図る。インバウンド客の取り込み、リフォーム・リペア・リサイクル等の需要にも応えていく。

NGCは、今後も加盟店、指定商社とともに、業界の活性化に貢献していくと強調した。

AJOC新春懇親会 加盟店・関係者85人が交流 新たな仲間を迎え結束をより強固に

AJOC（オールジャパンメガネチェーン）は1月15日、品川プリンスホテルで【2025年AJOC新春懇親会】を開催した。加盟店をはじめ、取引先、関係先、報道関係者など66社85人が参加し、新年の挨拶を交わし、交流を深めた。

午後6時30分、AJOC森信也商品委員長の言葉で開会。能勢仁理事長が登壇し、「現在AJOCのメンバーは26社。それぞれの店舗が地域に根ざした活動を行っている。今後も、私たちのビジョンケア活動に協力、共感いただける眼鏡店を仲間に加え、さらなる発展を目指したい。AJOCの加盟店は、それぞれ独自の企業文化を持ちつつも、ビジョンケアを推進するという理念の下に集まっている。加盟店同士のつながりは緩やかで自由だが、根底にある結びつきは強い。これからも共に未来を切り拓くため、アイデアや知恵を出し合って歩んでいきたい」と述べた。

その後、昨年新たに加盟した中村眼鏡店（横浜市）の中村兼三氏



新年の挨拶を述べる、能勢理事長

を紹介。中村氏は「自分は結構真面目なタイプだと思う。面白くない人間と思われるかもしれないが、未永く付き合っていたきたい。メンバーの皆さんと研鑽を重ね、共栄会の皆さんの支援を受けながら、少しずつ良い会社にして、自分たちの仕事に誇りを持つスタッフを一人ずつ育てていきたい」と挨拶した。

来賓を代表し、セイコーオプティカルプロダクツ岩崎淳社長の挨拶に続き、AJOCイメージキャラクター・春風亭昇太氏の音頭で乾杯し、祝宴が始まった。

大阪ジュエリー工芸協組 60周年を飾る新年会を開催 大阪・関西万博は大きなチャンス

大阪ジュエリー工芸協同組合は1月8日、天王殿にて「2025年（令和7年）第60回新年会」を盛大に開催した。節目の60回目を迎え、業界関係者や来賓が集い、活気に満ちた会となった。

式典は小玉副理事長の開会の辞で幕を開け、続いて池田謙一理事長が登壇。能登地方の地震や豪雨の被害へのお見舞いの言葉を述べた後、新年の挨拶を行った。

池田理事長は、昨年の金の価格高騰、物価上昇、そしてコロナ禍の影響といった厳しい状況を振り返り、業界が多くの困難を乗り越えてきたことを強調。さらに、2025年の大阪・関西万博への期待を示し、万博が宝飾業界に大きなビジネスチャンスをもたらすと述べ、海外顧客への魅力的な商品・サービスの提供が重要であると語った。

来賓を代表し、大阪府商工労働部雇用推進室人材育成課の竹井沙江子課長補佐と大阪府中小企業団体中央会の谷山真記子事務局長から祝辞が述べられた。

他の来賓を紹介し、祝電を披露した後、昨年秋に開催された「第21回大阪ジュエリーデザインコンテスト」の表彰式を挙行し、別記の通り表彰を行った。

乾杯は、大阪府職業能力開発協会梅川雅章課長が音頭を取り、「技能検定試験への協力に感謝するとともに、貴組合の発展を心より祈念する」として乾杯を唱和した。祝宴では、参加者同士が新年の挨拶や和やかな歓談を交わし、途中大阪府高槻市出身の津軽三味線奏者、徳田恵美さんの生演奏も行われ、盛り上がりを見せた。最後は麻野副理事長の中締めで散会となった。



挨拶する池田理事長

第21回大阪ジュエリーデザインコンテスト受賞者

- 大阪府知事賞：蕭力嘉（佐々木金光堂）
 - 大阪府職業能力開発協会会長賞：池田香織（アトリエいけだ）
 - 大阪府中小企業団体中央会会長賞：カルティカサリハリヤント（佐々木金光堂）
 - ビジネスガイド社社長賞：西上哲男（アトリエJ・4B）
 - 大阪ジュエリー工芸協同組合理事長賞：王君瀾（ヒコ・みづのジュエリーカレッジ大阪校）
 - 日本宝飾協同組合理事長賞：松岡優奈（ヒコ・みづのジュエリーカレッジ大阪校）
 - 専門学校ヒコ・みづのジュエリーカレッジ大阪校長賞：杉本雅之（サンマックス）
 - 技後会会長賞：溝手良子（ヒロウミ）
- ※敬称略



第21回大阪ジュエリーデザインコンテストの各受賞者

東海眼鏡協議会 新春互礼会 眼鏡業界の新たな「脱皮」を目指す



熱心な聴講が続く講演会場

東海眼鏡協議会は1月21日、名古屋・栄の東京第一ホテル錦にて恒例の新春互礼会を開催した。

愛知、岐阜の眼鏡小売店とその取引先メーカー・商社、来賓など40人以上が出席し、新年の挨拶を交わした。

互礼会に先立ち、午後5時より『目の啓蒙活動で消費者意識を育てる』～眼鏡を売るだけが眼鏡店のお仕事？～』をテーマとした講演会が実施された。講師は「めがねの雅」代表であり、EYE VISION PROJECT石川代表の北上雅義氏。金沢で

眼鏡店グループを立ち上げ、眼科医と連携した目の啓蒙活動を推進する北上氏は、「目の構造や重要性について消費者に説明する責任がある」と強調した上で、グループの活動内容や、消費者の視覚に関する意識を高めることの重要性を訴え、参加者は熱心に聴き入った。

講演会終了後、会場を移して互礼会が開催された。冒頭、同協議会平岩幸一代表幹事は、眼鏡業界の現状と眼鏡作製技能士について言及し、更に「今年は巳年。蛇が脱皮して大きくなるように、業界も時代に合わせて変化する必要がある。愛知、岐阜の眼鏡組合、メーカー、卸の協力で業界全体が新たな形で脱皮できるよう努めたい。本年もどうぞよろしくお願ひする」と挨拶した。

来賓を代表して、愛知県中小企業団体中央会佐々木靖志専務理事、(公社)日本眼鏡技術者協会木方伸一郎会長、名古屋眼鏡小林成年社長らが祝辞を述べた。その後、他の来賓が紹介された。

アイバンク目録贈呈式では、平岩代表幹事から公益財団法人愛知県アイバンク協会寺崎浩子理事長

へ目録が贈呈され、寺崎理事長から平岩代表幹事へ感謝状が贈られた。

愛知県眼鏡小売商協同組合井上

敬康副理事長の音頭による乾杯で祝宴が始まった。出席者同士が新年の挨拶を交わし、和やかな歓談が続いた。

愛時協、新春の集い 組合活動の推進に、協力を呼びかけ

愛知県時計貴金属眼鏡協同組合は1月16日正午から、名古屋・東新町の木曽路瓦町店にて【令和7年新年会】を開催した。

新年会に先立ち理事会が開かれ、冒頭挨拶に立った高田妙明理事長は、年始の挨拶とともに「仕入れ会や尾張名古屋の職人展など、今年も可能な限り活動ができるよう努めて参りたい。組合員の

皆様方には引き続きご理解とご協力を賜ようお願い申し上げます」と述べた。その後、店頭職の組合事務局での取り扱い方や電池交換などについても、意見や情報が交換された。

理事会終了後、新年会に移行し、関雅則副理事長の音頭で乾杯を唱和。和やかな歓談が続いた。



アイバンク目録贈呈式に臨む平岩代表幹事(左)と寺崎理事長(右)



愛時協の新年会。奥は挨拶を述べる高田理事長

INTERVIEW

ジュエリーコーディネーターインタビュー <神谷小絵さん(プリモ・ジャパン)>

知識が増えたことで、接客に自信

(一社)日本ジュエリー協会(JJA)では、ジュエリーに関する幅広い知識を持ち、顧客に対して適切なアドバイスや提案ができる人材を育成することを目的に「ジュエリーコーディネーター(JC)」資格制度を推進している。

資格には1級から3級まであり、現在7,600人が取得している。

今回は、そんなJCの一人神谷小絵さん(プリモ・ジャパン)にスポットを当て、資格取得の経緯や勉強法などを聞いた。

●●●

記者：神谷さん、本日はよろしくお願ひいたします。まず、現在のお仕事内容について教えてください。

神谷：よろしくお願ひいたします。私は店舗には所属していませんが、アイプリモ72店舗とラザールダイヤモンド15店舗の両ブランドを担当させていただいています。職種はセールスマネージャーで、主な業務は全体販売の方針決定と、その浸透です。ただ、週末には店舗で接客に入り、私自身もお客様への販売を行っております。

記者：幅広いブランドを担当されているんですね。次に、ジュエリー

コーディネーターの資格取得を目指されたきっかけを教えてください。

神谷：2級の資格は、入社6年目のタイミングで取得しました。きっかけは、当時の社内制度が大きかったですね。売上累計で目標額を達成し、かつ2級資格を取得した社員に、1カラットのネックレスをプレゼントするという制度があったんです。その売上目標をクリアできたので、これを機に2級に挑戦しようと思いました。

記者：資格取得のために、どのような勉強をされましたか？

神谷：とにかく過去問を完璧になるまで繰り返し行いました。

記者：資格取得にあたって、また取得後に会社からのバックアップなどはありましたか？

神谷：はい、初回の受験料は会社負担でした。また、2級取得者は給料に毎月資格手当が加算されます。私が取得した時には、売上累計目標達成と2級取得の両方を満たしたので、1カラットのネックレスをいただくことができました。

記者：資格を取得されて、実務で役立ったと感じることはありますか？

神谷：はい、知識がより増えたこ



神谷小絵

(かみやさえ：JC2級)

●
資格取得日

2019年8月

とで、接客に自信を持って対応できるようになりました。お客様から様々な質問をいただきますが、資格で得た知識を基に、よりの確に、そして自信を持ってご案内ができるようになりました。販売をする上で個人的に大切だと感じていることは、自信をもって接客できるかどうかだと思います。自信は言葉や表情に表れるので、自信のない接客をされると、お客様は不安に思われるのではないのでしょうか。経験ももちろん大事で

すが、まず自分だけでできることとして、知識をつけることが大切です。それにより、提案やお客様への納得感が変わってきます。お客様にとって安心したお買い物となるよう、資格取得は大きなポイントになると思いますので、ぜひ挑戦されるといいと思います。

記者：なるほど。知識は自信に繋がると言うことですね。先日開催された「第8回JC接客コンテスト」で第3位に入賞されたそうですね。コンテストに向けて何か準備をされましたか？

神谷：はい、ありがとうございます。コンテストに向けては、普段取り扱う商材がプライダルのみで、1～2時間のコンサルティングセールスが中心なので、コンテストの10分間でクロージングまで持っていくという、求められたスキルを1から見直しました。また、色石の勉強も行いました。

記者：普段の業務とは異なるスキルが求められたんですね。コンテストに出場されたときの気持ちはどうでしたか？

神谷：正直、通るとは思っていませんでしたので、2次審査は特に記念受験の気持ちが大きかったです。もし、他の参加者の方の接客を見ることができれば、良いとこ

ろを学ばせていただいて、自分自身が学びになったことを自社に活かせればと思っていました。最終審査は、今までやってきたことをしよう、楽しもうという気持ちで臨んだのですが、納得できる接客ができなかったことが悔やまれました。ただ、自分にとって販売力、精神力を見直す非常にいい経験となりました。

記者：貴重な経験をされたのですね。コンテストに出場されてから、何か反響はありましたか？

神谷：はい、自分がまさかファイナリストになると思っていなかったのですが、結果を知った方から「おめでとう」のお声や、お褒めの言葉をいただき、嬉しく感じています。

記者：最後に、今後の目標や展望について教えてください。

神谷：今後も、お客様に寄り添った提案を続けていきたいと思っています。また、今回のコンテストで得た経験を活かし、自身の成長に繋げていきたいです。そして、後輩の育成にも力を入れていきたいと思っています。

記者：本日は、貴重なお話をありがとうございました。神谷さんの今後のご活躍を応援しております。

どうなる眼鏡専門店、どうする眼鏡専門店

～2024年眼鏡DBの実績から見る 眼鏡専門店市場の現状と未来展望～

(株)フレネルライン代表 竹本 圭太



眼鏡市場における 売上高と平均単価の動向

眼鏡市場の売上高と平均単価は、近年、上位100社の動向に大きな影響を受けている。

ここでは、TOP100社の売上高合計と眼鏡売上高の推移、平均単価階層別の売上高とその傾向、1店舗当たりの平均売上高と従業員数の動向について解説する。

TOP100社の売上高と眼鏡売上高の推移

2023年、眼鏡小売店TOP100社の売上高合計は4,783億円を超え、前年比4.6%増加した。これはコロナ禍以前の売上高を上回る水準である。眼鏡売上高

は3,594億円と、売上高合計に占める割合は83.3%に達している。これは、上位100社の眼鏡販売が市場全体に大きな影響を与えていることを示している。

平均単価階層別の売上高とその傾向

平均単価階層別に売上高を見ると、「超低価格業態」(平均単価1

万5千円未満)が6.6%増、「低価格業態」(1.5～3万円未満)

2012年から2023年全国眼鏡販売店の店舗推移表

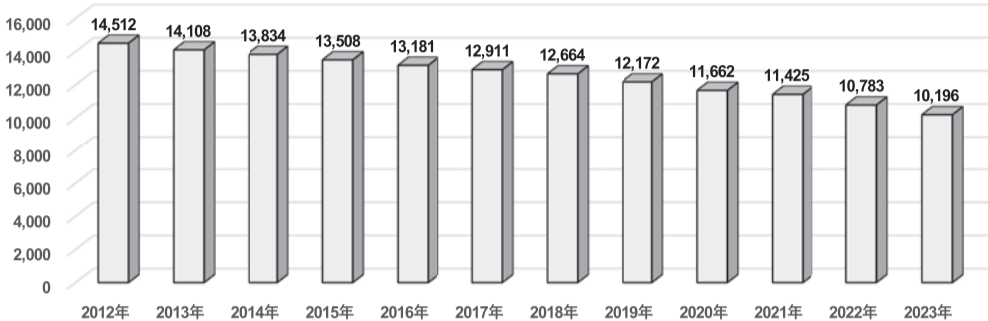


Table with 13 columns (years 2012-2023 and total) and 2 rows (store count and change). Total change is -4,316 stores.

が3.0%増、「中価格業態」(3～4万円未満)が5.3%増、「高価格業態」(4～5万円未満)が0.1%増、「超高価格業態」(5万円以上)が15.6%増と、全ての階層で増加している。特に注目すべきは、「超高価格

業態」の伸び率が最も高いことである。これは、高価格帯商品を求める消費者が一定数存在することを示唆している。一方で、売上高全体に占める割合が最も高いのは「低価格業態」

であり、依然として低価格帯商品が市場の主流であると言える。

1店舗当たりの平均売上高と従業員数の動向

2023年、TOP100社の1店舗当たりの平均売上高は8,196万円と、前年比2.4%増加した。

一方、従業員数は28,062人と、前年比で503人減少している。このことから、1店舗当たりの従業員数は減少傾向にある一方で、1人当たりの売上高は増加傾向にあると言える。

これは、効率的な店舗運営や従業員の生産性向上が進んでいることを示唆している。

まとめ

眼鏡市場は、上位100社による寡占化が進んでおり、彼らの売上高と平均単価が市場全体に大きな影響を与えている。平均単価は全体的に上昇傾向にあるものの、低価格帯商品が依然として市場の主流である。

上位企業は、効率的な店舗運営や従業員の生産性向上によって、1店舗当たりの売上高を増加させている。

2012年から2023年全国眼鏡販売店の店舗推移表

Large table with 12 columns (rank ranges) and 13 rows (sales, store count, employees, etc.).

Advertisement for Meigan 2025 February issue, EOF exhibition, and Meigan SHOP.

Advertisement for Kimura Watch Co., Ltd. offering watch repair services.

Advertisement for Yamanashi Jewelry Fair 2025.