

J J F 業界セミナーを受講して

JGS 監事 山岸昇司

今回も多彩なセミナーが開催され、そのいくつかを受講しましたので感想を述べてみたいと思います。

1日

桂由美氏の「アニバーサリーウェディングのすすめと新たなジュエリー需要の可能性」は独自の市場を創るお話で、一度ご縁の出来たお客様に生涯顧客になって頂く手法を学びました。続いてネットジャパン・野尻英樹氏の「ジュエリー買取の見方と査定を押さえ方」では還流マーケットにおいても高い残存価値を保持する装身具とは何かを教えてくださいました。

2日

辛口の山口遼氏の「小売店が決める宝石業の将来」は示唆に富み「小売店の覚醒なしに、業界の復活は無い。自社は何を捨て何に特化するか、それを決めたらさらにそれを深化させ個性とせよ」は強烈な衝撃を多くの受講者に与えたのではないのでしょうか。

3日

露木宏氏の「意外に深い、日本の指輪の歴史～情緒的・精神的価値の源泉～」では装身具の持つ精神性を学び、三木稔氏の「オリジナリティを生むジュエリーテクニック」では自社でできるオリジナル商品・差別化商品の制作技法を知ることが出来ました。

どの業界でも同様でありますがある業態がピークを過ぎると分化し始めるということは周知のことで例えば高級化志向か大衆化志向かとか、価格訴求型かオリジナリティ訴求型かとかに分化し、旧業態は淘汰され多くは消滅します。今までの宝飾店はピアスなど低額品からブライダル、さらに上の高額商品を問屋主催の展示会などで販売するという幅広い価格帯と商品アイテムを扱ってきました。しかしそのやり方はすでに鮮度を失い顧客にあきられている業態なのです。

私が子供のころ親にデパートに連れて行ってもらい最上階のお好み食堂・大レストランで旗の立てられたお子様ランチを食べるのがなによりの楽しみでした。そこはカレー、蕎麦、オムレツ、ステーキと何でも食べられる料理の百貨

店でした。しかし、今やどうでしょう、デパートの最上階に大レストランは無くそこには個性的なイタリアンとか中華などの専門化した多くの個店が味を競っています。

ことほどさように我らが業界でもブライダルダイヤモンド専門店業態が独立、パワーストーン専門店やリモデル・リペア専門店が特化・深化し始めています。今や自社の資金と経営効率を勘案しながら自社が得意とし特化できるものは何かを真剣に考える「選択と集中」の時がきているのです。商品を並べておけば売れた時代は終わり売る時代にステージが上がったのです。他社に真似されない真似できない自社の「売り」は何かを決め、目に見える形に具体化する時が来たのです。

例えば、大資本と競合せず、商品知識と知恵で高品質な宝石に絞り込み、店の個性としてアピール。高品質な石は数が揃わないので大手が入りづらい領域ですから「我が店の扱う宝石の品質は最高品質ジェムクオリティに限定し、作りは〇〇先生の手作り、デザインは我が店のデザイナー〇〇があなたのご希望をお聞きしながら世界に一つだけのジュエリーを創作いたします。しかも中間チェック手直しできます」などというキャッチコピーでアピール出来たら近隣で競合の無いオンリーワンショップになること間違いありません。自社のコンセプトを明確にして対象とする顧客や取扱商品を絞り込めば社員教育も比較的短期間で可能となりスタッフも自信を持って接客でき自社の個性を明確にお伝えすることが出来ます。

以上のように、三日間各々のセミナーでお聞きしたことを選択整理し発酵させるだけで実現性のある結論を導き出すことができるのですから、明日の自社の経営に役立つアイデアが欲しい時、「これだ！」というひらめきを得たい時は是非J J F 業界セミナーの多くを集中受講することをお勧めいたします。必ずやコストパフォーマンスのよい三日間となることでありましょう。

