

2021年1月18日 宝石 Symposium『色石の呼称について』に参加して

クラリタ 清水峰子

この度は日本宝石協会主催『色石の呼称について』のパネルディスカッション形式のZoomWebinarに参加させていただきました。

宝石 Symposium 『色石の呼称について』

- | パネリストの皆様 (50音順)
- | 渥美 郁男 氏 : 東京宝石科学アカデミー (JGS 会員)
- | 伊藤 彰 氏 : 有限会社伊藤商事 (JGS 理事長)
- | N.アラウディーン 氏 : CIBJO 色石委員会、JJA 国際部委員長 (JGS 副理事長)
- | 高田 富士夫 氏 : 株式会社高田寶飾店 (JGS 理事)
- | 森 孝仁 氏 : 株式会社モリス (JGS 理事)
- | MC : 松室明雄 (JGS 理事)

◇高田 富士夫 氏

- ・会社の方針は販売責任を最重要視
- ・鑑定鑑別はセカンドオピニオン

購入時に付属の鑑別、また購入後の鑑別は参考にするが、各鑑定機関のロイヤルブルーやピジョンブラッドはオピニオンであり、美しさや価格の価値ではない。最終的には自社ブランド内の基準に照らし合わせ、記載をしている。

◇森 孝仁 氏

- ・呼称などの評価は宝石商が責任を持ってやるべきである。また宝石ファンにとっては紛らわしいので、第三者の鑑別機関、宝石研究所はしないほうが良い。そして客観的な成分分析結果を 宝石研究所が開示してほしい。
- ・宝石は100年後に受け継がれ、市場に出てくる。そのときに再評価されるものである。

分析結果報告書の中で、なぜピジョンブラッドレッドであるかどうかは、説明しきれない。

品質の低いルビーに対し、ピジョンブラッドの名前がつくこともある。購入する人は呼称があることで素晴らしいルビーだと勘違いし、価格に影響がある。呼称にたいする相場は無い。

#### ◇渥美 郁男 氏

- ・ 現状と今後

海外の宝石ラボ：呼称をカラー欄に記載、または備考欄にトレードネームを記載。表記の仕方は”○○と呼ばれることもある”、”○○のグレードを与えられました”、”○○の称号で知られている”等。

基準は、産地を絞る、絞らない、カラーが合えば良い、加熱非加熱、加熱非加熱を問わない、処理石は行わない（これは共通）、検査光源にこだわる、マンセルの色度表を使用、独自のマスターストーンを使用等。

日本 (AGL)：世界的な統一した基準は確立してないとの判断し、記載を見合わせてきたが、3月1日からAGLのラボではマンセルの色度表（マスターストーンを使用）を利用した基準を採用する。

#### ◇N.アラウディーン 氏

- ・ ラボによって基準が違う。鑑別機関によって基準が違うことは消費者の信頼を失うことに繋がる。

- ・ 基準の違いを乗り越えるには。

鑑別のレポートにはサイエンスとオピニオンを分ける。

カラーや産地は各鑑別機関の意見である。と明記すれば良いのでは。

ピジョンブラッドという呼称は1908年にGem-A (英国宝石学協会) が設立される前から、ビルマやミャンマーなどで石の美しさを表現するために使われていた。

以前は産地やカラーは、科学的では無いので鑑別では表記しないことになっていたが、その後、マーケティングツールとして呼称が使われるようになったが、鑑別機関により呼称を表記する基準が違うことが問題となる。

◇伊藤 彰 氏

呼称はコマーシャルネームであり、原産地で他のものとの差別化をするためのマーケティングツールとして始まったものである。各鑑別機関がそれぞれ基準を決め表記するようになった。

消費者の皆様が後から残念な思いをしないように商取引をしていくことが大切。

・パライバトルマリン

パライバ州産出トルマリン→パライバトルマリン

ネオンブルー（非加熱）→エレクトリックブルー（加熱）

アフリカで出ているパライバカラーのトルマリンもパライバと呼んで良いと決まった。

2007年トレーダーと鑑別業者が集まり、パライバと呼んで良いかどうかの世界的な会議が行われた（銅やビスマスが入っているなどの基準があるだろう）

・サンタマリアアクアマリン

”おおサンタマリア” 『ブラジルにおける良いものを表現する言葉』

（サンタマリア鉱山産出ではなく、サンタマリア イタピラ地域で出たアクアマリンの色の良いものをサンタマリアアクアマリンと呼んでいた。）

・マンダリンガーネット

ナミビア産、最初はコランダインという名前でも最初はプロモーションされていたが、後にマンダリンガーネットに変わる。その後、ナミビア産のもの産出が減り、ナイジェリアからも似た色合いが出てきたため、そちらもマンダリンガーネットと呼ばれるようになる。

-----  
以上、一部ではありますが、レポートとさせていただきます。

石を販売する側として、呼称にはとても関心がありましたが、人により考え方が多種多様で、指針を決めかねておりました。今回、世界的にもご活躍皆様の考えをお聞きすることができ、呼称の曖昧な部分と、科学的に明記出来る部分の違いなども、整理出来たように感じています。

Zoomを利用することで、場所を選ばず、また門戸を開いた形で、受講させていただきましたこと、感謝致しております。お客様に良い商品をお届けしていくためにも、正しい知識を身につけ、勉強を続けていくことが大切だと改めて認識致しました。ありがとうございました。