

Monthly Press

9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

〒462-0810 名古屋市区北山田1丁目6番11号 ミノルビル1階 TEL 052-325-4110/FAX 052-325-4120

年間購読料：3,600円（税込）

大垣共立銀行 大曽根支店（普）0979727

楽天銀行 ノエル支店（普）5001928

JJF2025 盛況裏に閉幕、次回は2026年8月26～28日

プロのための展示会

ジャパンジュエリーフェア2025（JJF2025、主催：インフォーママーケットジャパン、JJA）は8月27～29日、東京ビッグサイト東5・6ホールで開催され、盛況裏に閉幕。会期中は国内外から前回（12,319人）を上回る14,369人の業界関係者が集い、実需志向の仕入れ・情報交換・人脈形成が3日間を通じて活発に進んだ。

初日のオープニングセレモニーには経済産業省・厚生労働省、山梨県、台東区、JETRO、日本商工会議所など多くの来賓が臨席。JJA長堀慶太会長は本展について「業界の健全な発展と需要創造を担う“プロによるプロのための展示会”」と位置づけ、約372社の出展を報告。共催のインフォーママーケットジャパン・クリストファー・イブ代表は、中国・東南アジア・インドに加え中東、将来的にはアフリカまで挙げ、海外市場への視界を示した。

会場では「JJAジュエリーデザインアワード2025」入賞作品（関連：2頁）の展示をはじめ、「JJAプライダルダイヤモンド」、インターナショナル、リ・ジュエリー、ジュエリータウンおかちまち、ジャパンパール、PEPCA（日本真珠輸出加工協同組合）、ジャパンコーラルパビリオン、デザイナー、アーチザン・ビレッジ、クラフトジュエリーギャラリー、宝飾関連製品、ジュエリストンなど多層なパビリオン、ゾーンが展開された。



開幕を告げるオープニングのテープカット

セミナーは、PGI 関連に加え「色金の世界」「やさしく学ぶ販売に必要な宝石の基礎知識」等

の実務講座や「JJAプライダルダイヤモンドパネルディスカッション」「アンミカさんトークショー」も実施され、多くの業界関係者が聴講した。

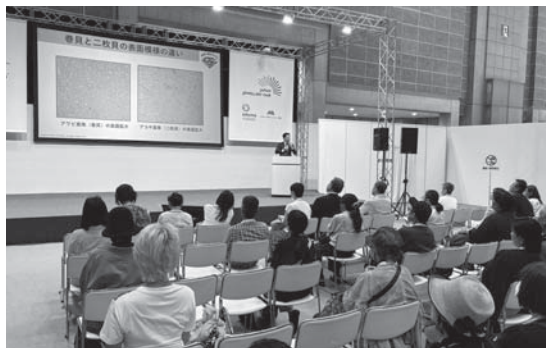
商談は全体として既存取引の深耕が中心ながら、新規開拓も各所で確認でき、20数年ぶりに出展したというある企業からは「これまで取引のなかった新規の方と、多くの商談ができて、本当に楽しい」との声も。各ブースでは価格・納期・OEM可否の摺合せ、

その場での新規見積り依頼、試作品受け渡し日の調整、次回アポイント設定まで話が進み、中国や東南アジアからのバイヤーも同様の具体協議を進める様子が目立った。

主催者は、次回について2026年8月26～28日、東京ビッグサイト東1・2ホールで開催予定としており、出展申込みの受付も既に開始している。拡大する海外需要の取り込みと国内需要創造を両輪に、最適商談地としての深化が今後も期待される。



国内外の多くの来場者で賑わう展示会場



真剣な聴講が続くセミナー会場

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>SEIKO
SINCE 1881

機械式時計に、あたらしい予感。

PRESAGE

セイコー プレサージュ SARY123 57,200円（税込）メーカー希望小売価格 自動巻 www.seikowatches.com

セイコーウオッチ株式会社

JJAジュエリーデザインアワード2025 受賞作品決定!! 新進気鋭から実力派まで、未来を拓く41点



(一社)日本ジュエリー協会(JJA)は、国内最高峰のコンペティション「JJAジュエリーデザインアワード2025」の授賞式を8月27日に執り行い、各受賞作品を発表した。グランプリ・内閣総理大臣賞には沢村つか沙氏(今与)が手掛けた「Black&White一見えないものを観る」が選ばれた。

本アワードはプロフェッショナル部門と新人部門に分かれ、今年は61作品103点の応募から、23作品41点が入賞。審査は国立西洋美術館主任研究員・飯塚隆氏やクリエイティブディレクター

辰野しずか氏ら、多様な分野の専門家が務めた。さらにゲスト審査員として『VOGUE JAPAN』編集部が加わり、ファッション的視点も評価に反映された。

準グランプリには2作品が選出。松村珠世氏(ナガホリ)の「アンリ・ルソー 幻緑」は経済産業大臣賞など三冠を獲得。遠藤太一氏率いる氷影デザインチーム(光・彩)の「氷影-HYOU-EEI-」は厚生労働大臣賞とゲスト審査員賞を受賞した。

そのほか、東京都知事賞に花岡久深子氏(CAFERING)による「Twill・綾」、山梨県知事

賞に藤島政子氏(絵夢)の「風の旋律」、台東区長賞には岩崎光則氏(ソマ)の「黄金の調和」、日本商工会議所会頭賞には古屋一樹氏(古屋貴石商会)の「風の時代」が選ばれている。

新人部門では、鶴見蓮氏のプローチ作品「ゾウムシ」が新人大賞を獲得。SV925に七宝や多彩な色石を組み合わせた遊び心ある表現が高く評価された。

入賞作品は、8月27日から東京ビッグサイトで開催された「ジャパンジュエリーフェア2025」の特設会場で展示され、続いて9月18日から山梨ジュエリー



長堀会長④から賞金を受け取るグランプリの沢村氏⑤

ミュージアムで一般公開される予定。

さらに、グランプリと準グランプリ作品は『VOGUE JAPA

N』誌面(10月号、9月1日発売)および同誌Webサイトにも掲載され、国内外へ広く発信される。

各受賞作品

グランプリ・内閣総理大臣賞／日本真珠振興会会長賞



沢村つか沙(今与)「Black&White一見えないものを観る」

準グランプリ・経済産業大臣賞／日本ジュエリーデザイナー協会会長賞／プラチナ・ギルド・インターナショナル賞



松村珠世(ナガホリ)「アンリ・ルソー 幻緑」



鶴見蓮「ゾウムシ」

準グランプリ・厚生労働大臣賞／ゲスト審査員賞



遠藤太一率いる氷影デザインチーム(光・彩)「氷影-HYOU-EEI-」



ズイモン清「Citrus Mirage」

東京都知事賞



花岡久深子(株CAFERING)「Twill・綾」

山梨県知事賞



藤島政子(南絵夢)「風の旋律」

台東区長賞



岩崎光則(ソマ)「黄金の調和」

日本商工会議所会頭賞



古屋一樹(古屋貴石商会)「風の時代」

東京貴宝 ロイヤルジュエリーコレクションin名古屋 来場者惹きつける多彩なラインナップ



東京貴宝の【ロイヤルジュエリーコレクションin名古屋】

東京貴宝は7月27、28日の2日間、名古屋コンベンションホールで【ロイヤルジュエリーコレクションin名古屋】を開催した。

会場では、エクレブ、さくらダイヤモンド、アスプレンディ、キングダイヤモンド、カラッチ、マ

リ・ヤマモト、Kei'sコレクション、タム・宗敬、ハルユキ・イチカワ、千こ里花、ローズヴィフ、十華一選、などのブランド/デザイナーズジュエリーをはじめ、ダイヤモンド、カラーストーン、パール、「得だ値均一」、地金ネックレスなど、参加店の業種

JJA、JGW香港にジャパン・ブランド・パビリオン初出展 14ブランドが参加、海外市場への発信強化

日本ジュエリー協会(JJA)は、日本発ジュエリーの海外発信を目的に「ジャパン・ブランド・プロジェクト」を推進しており、その一環として9月に香港で開催される「ジュエリー&ジェムワールド(JGW)香港」に初めて「ジャパン・ブランド・パビリオン」を設置することを発表した。

会場は香港コンベンション&エグジビションセンターのホール3Gコンコース。独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)と共催

業態を考慮して、多彩なアイテムをラインナップ。来場者、売上とも「概ね例年並み」の成果を記録した。

同社では今後、12月21・22日ヒルトン名古屋で同展の開催を予定している。

で展開され、ジェトロ選出の個別出展6社に加え、JJAが選出した8ブランドが共同ブースで代表商品を展示する。

共同ブースには、エスジェイジュエリー「Rugged Mind」、柏圭「Kashikey Brown Diamond」、クロスフォー「Dancing Stone」、五幸商会「mysha」、ナガホリ「N AGAHORI KYOTO BRUCE」、ルキナ「OUCA」、礒山「sowi」が名を連ねる。また個別ブースには、アトリエマイエドール「OKURADO」、AbHeri「AbHeri」、カジ・インターナショナル「KAJI JEWELLERY ART」、光・彩「etna」、東京貴宝「SAKURA DIAMOND」、パールファースト「PFE TAKASHI

DEGUCHI」が出展予定となっている。

さらに今回のプロジェクトでは、新たに「ジャパン・ブランドジュエリーコレクション」ロゴ(=写真)も作成。ダイヤモンドをモチーフに「J」をデフォルメしたデザインで、趣旨に賛同する会員企業に広く活用を呼びかけている。

JJAは「つくりの良さ」「商品コンセプト」「世界観」を前面に打ち出し、日本のジュエリーブランドを国際市場で確立することを目指す。香港での初の統合出展は、その第一歩として注目される。



コレクションロゴ。コンセプトは、ダイヤモンドの形をモチーフに、ジュエリーおよびJAPANの「J」をデフォルメしている

新製品情報

※表記価格は消費税込メーカー希望小売価格

セイコーウォッチ

プロスペックス スピードタイマー
ダットサン240Z コラボレーション限定モデル

発売：9月5日 価格：137,500円～473,000円

1971年サファリラー優
勝車「ダットサン240Z」を
オマージュし、マットブラッ
クにレッドを効かせた精
悍なデザインを採用。
計器盤を思わせる判
読性の高いフォント
やカウントダウンタイ
マー表示を備え、裏ぶ
たには特製ロゴやイラ
ストを刻印。LWG認証
レザーストラップや一部モ
デルは20気圧防水を備
えるなど実用性も兼備し、
挑戦心を象徴する特別
仕様として世界限定展開
される。



カシオ計算機

G-SHOCK
MRG-B5000HT

発売：8月8日 価格：935,000円

G-SHOCKの最上位シリ
ーズ「MR-G」に、日本の伝統
技法「鍛起」を施した限定
モデルが登場。チタン合
金に鍛目を打ち出すこ
とで生まれる独特の凹凸
模様をベゼルとバンドに
表現し、一点ごとに異なる
質感を実現した。ケースは
臙銀の色合いをDLC処理で表
現。ベゼルとバンドにはチタン
合金「DAT55G」に鍛起が
施され、耐摩耗性に優れた堅
牢性を誇る。500本限定の
特別仕様として伝統美と先
進技術を融合させている。



シチズン時計

シチズンコレクション TSUYOSA 37mm

発売：8月7日 価格：66,000円

小ぶりの37mmケースが腕
に自然に馴染み、メタリック文
字板とシンプルな針・インデッ
クスが洗練された印象を演
出。スポーティなラグレス
ケースと3列バンドで快
適な装着感を実現し、シ
ースルーバックからは機
械式の動きを堪能でき
る。拡大鏡付きカレンダー
で視認性も高め、オンオフ問
わず幅広いシーンで活躍する
実用性重視の新作。5気圧
防水を備え、日常使用に安
心感を与える点も魅力となっ
ている。



クロスシー basic collection クロノグラフ

発売：8月7日 価格：53,900円

華やかなサクラカラーを纏っ
たクロノグラフが登場。すっき
りとしたローマ数字インデッ
クスとリーフ形状の針が上
品さを際立たせ、文字板
周囲に散りばめたラメ
プリントが華やぎを添え
る。視認性に優れたク
ロノグラフ機能を備えつ
つ、エコ・ドライブで電池
交換不要、さらに10気圧
防水で安心感も確保。バンド
は自分で長さ調整できるシ
ンプルアジャスト仕様で、実用
性とデザイン性を兼ね備えた
一本。



シチズン ディズニーコレクション 限定モデル

発売：9月13日 価格：55,000円～143,000円

『くまのプーさん』『ラプンツェル』『ミッキーマウス』『ファンタジア』をテ
ーマにした数量限定モデルが登場。白蝶貝文字板に漂うたんぽぽの
綿毛やランタンの輝き、レトロなスクエアケース、夜空に魔法がきらめく
オープンハートなど、それぞれの作品世界を繊細な装飾で表現。限定
BOX付きでコレクション性も高く、ギフトとしても華やぎを添える特別な
一本。特別感に満ちたデザインは日常に彩りを与える。



アテッサ ACT Line
JAXA LABEL HTV-X 限定モデル

発売：9月4日 価格：187,000円

JAXA新型補給機「HT
V-X」をモチーフに、宇
宙空間を思わせるラメ
入りブラック文字板にイ
エローゴールドの針とイ
ンデックスを配置。リン
グにはソーラーセルを
象った深いブルーを
採用し、ブラックDL
C加工のスーパー
チタニウム™ケー
スが精悍さを際立た
せる。電波受信やワ
ールドタイムなど実用機
能も充実し、裏ぶたには
ミッションマークを刻印
した世界限定1,300本の
特別仕様。



帝国DB

宝飾店の倒産、大幅減 過去20年で最少ペース
富裕層需要と金高騰が追い風
中小店は苦戦の声も

帝国データバンクが発表した「宝飾店」の倒産動向（2025年1～7月）によると、倒産件数は5件にとどまり、前年同期の11件を大きく下回った。このペースが続けば、通年で過去20年間で最少を更新する見込みだ。業界は富裕層需要や中古ジュエリー取引の拡大、さらに金価格の高騰といった外部環境の追い風を受け、安定的な経営基盤を築いている。

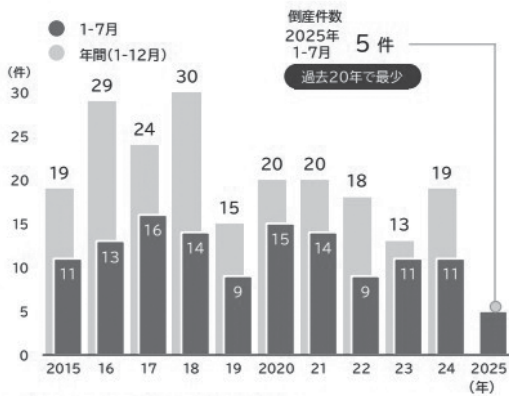
2024年度の業績動向では、増益を確保した企業が50.5%と過去20年で最多を記録。減益（18.9%）、赤字（26.1%）を合わせた業績悪化は45.0%にとどまり、19年ぶりに4割台へ低下した。株高や不動産市況の堅調さを背景に、富裕層や訪日客を中心に高額ジュエリーの販売が伸びたことが寄与している。

特にアジア圏からの観光客による中古ブランド品需要や、SNSを通じた若年層向けシルバーアクセサリーの販売が好調で、店頭・ネット双方で裾野が広がった。

また、金をはじめとする貴金属の高騰は投資対象としての需要を押し上げ、地金販売や買取を軸とする店舗では仕入れコスト上昇を販売価格に転嫁し、売上を伸ばすケースが相次いでいた。

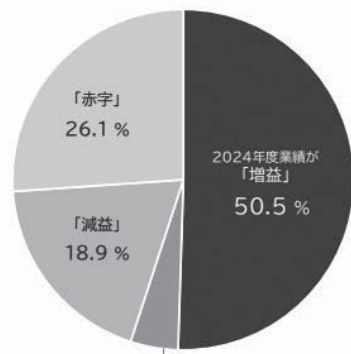
一方で、金やパールなど素材価格の高騰による値上げが続き、物価高に伴う節約志向から国内消費は低迷傾向にある。中古ブランド市場ではフリマアプリの存在感が増し、競争は激化。さらに中国人観光客の減少も指摘され、インバウンド頼みの成長にも陰りが見え始めている。

「宝飾店」の倒産件数 推移



【注】「倒産」：負債1000万円以上の法的整理

「宝飾店」の損益動向（2024年度）



【注】損益動向は純損益に基づく。2024年度決算は2025年7月までの判明分

【考察】中小宝飾店の現場感は...

帝国データバンクの統計が示す倒産減少や増益傾向は、大手ブランドや百貨店、チェーン型店舗が押し上げているとみられる。日本ジュエリー協会（JJA）が実施した「定期業況調査報告（2025年1～3月）」によると、中小規模の現場から以下のような声が寄せられている。

「地金高騰の影響からK18の受注が減少し、代わりにK10やシルバーの受注が増えている」、「材料の値上がり分を単価に上乗せ

できず、利益率が下がっている」、「展示会の成果は得意先によって格差が大きい」、「個人がライブ販売やネット販売を行うようになり、小売店への客足が減少している」。

こうした声からは、街中の個人店や中小事業者が価格転嫁の難しさや来店者減に苦しんでいる実態がうかがえる。

業界全体の数字が好調に見えても、現場では格差と疲弊が進行しており、今後は中小店が独自の

販促や顧客開拓でどう生き残るかが焦点となりそうだ。

さらに、若年層の消費行動がオンラインや二次流通に流れている現状を踏まえれば、中小店こそ「修理・リフォーム」「地域密着型の信頼関係」「手仕事の強み」といった差別化戦略を明確に打ち出す必要がある。大手との競争を避けるのではなく、異なる土俵を築けるか否かが、今後の存続を左右するといえそうだ。

キタムラHD、E2ケアHDを完全子会社化 アイウェア業界に新たな競争軸

カメラのキタムラを展開するキタムラ・ホールディングス（本社：東京都新宿区、福本和宏CEO）は、E2ケアホールディングス（本社：大阪市、安東晃一社長）の全株式を取得する株式譲渡契約を締結した。これによりE2ケアはキタムラHDの完全子会社となり、写真関連大手が本格的にアイウェア事業へ参入する。

キタムラHDは「カメラのキタムラ」や「スタジオマリオ」など国内最大の店舗網を有し、フォトプリントEC「しまうまプリント」、Apple製品修理やリユース事業などを展開。写真事業を軸にしながら生活領域へ事業を拡大してきた。一方、E2ケアは全国

約200店舗を運営し、「ビジョンメガネ」「式萬圓堂」「POKERFACE」を主力ブランドとする。メガネやコンタクト、補聴器を扱い、地域密着型の接客で支持を得ている。

両社は「顧客に寄り添う」という共通の理念を背景にグループ化を決断。キタムラは「事業シナジーを最大化し、顧客価値を創出する」としており、新業態の開発や商品・サービスの拡充、クロスセルの推進を想定。写真サービスとアイウェアを組み合わせたライフスタイル提案など、新たなビジネスモデル創出も視野に入れる。

業界内では、両社の店舗網を融合させた規模の大きさが注目され

ている。大手チェーンが低価格戦略を強める中で、E2ケアの品質重視のブランド力とキタムラのデジタル基盤が融合すれば、差別化は一層鮮明になるとの見方が強い。

今回のM&Aは、アイウェア市場における再編の一例としても注目される。関係者の間では「視覚ケアをトータルに提供する流れが加速する」との声もあり、今後の統合の進展とサービス展開に業界の関心が集まっている。

また背景には、人口減少や消費スタイルの変化に伴い、アイウェア単体での事業成長が難しくなっている現状がある。写真と眼鏡という異分野の融合は「視覚体験の包括的な提供」という新しい軸を打ち出す可能性を秘めており、既存の量販型チェーンとは異なる市

日メ協 発売10周年、全国6蔵がコラボ 「10月1日メガネの日」マーク入り日本酒

日本メガネ協会（日メ協）の「10月1日メガネの日」マークを冠した日本酒「メガネ専用」が、今年も9月中旬から発売される。今年で発売10周年を迎え、従来の萩野酒造(株)（宮城県）に加え、全国6蔵が新たに参加することになった。

コラボするのは町田酒造（群馬）、大矢孝酒造（神奈川）、湯川酒造店（長野）、高嶋酒造（静岡）、今田酒造本店（広島）、み

いの寿（福岡）の6社。いずれもメガネを愛用する蔵人が仕込みを担ったという。価格は1.8L 3,630円、720mL 1,925円（税込）。



日本酒「メガネ専用」(萩野酒造)

場ポジションを確立できるかが焦点となる。今後はオンラインとオフラインを融合した販売モデルや、健康・ライフスタイル分野を絡めたサービス展開が現実味を帯びるだろう。競合他社にとっても、この動きは新たな事業提携や業界再編を加速させる刺激材料となるはずだ。

深刻化する人手不足へ、眼鏡業界各社の取り組み

人手不足は小売業界全体の共通課題だが、眼鏡業界も例外ではない。専門的な知識に裏打ちされた接客、フィッティング技術、さらにファッション性を兼ね備えた提案力まで求められる職域は、どうしても人材確保が難しい。結果として、現場のスタッフには過重な負担がかかり、離職を招く悪循環に陥りやすい。今、同業各社がそれをどう乗り越えようとしているかは、中小眼鏡店にとっても示唆に富む。

大手チェーンのJINSは生成AIを活用した接客「JINS AI」を実証展開している。AIが顔型に合わせたフレームを提案し、検索も担う。英語・中国語・韓国語に対応し、訪日客の接客にも即座に応じられる。人材不足を補う仕組みであると同時に、「人がやるべきこと」と「機械に任せること」の切り分けを鮮明にした試みといえる。

OWNDAYSはさらに踏み込み、AI診断とバーチャル試着を組み合わせた「OWNDAYS MIRROR」を全国に展開。

RFIDやセルフレジを組み込んだ次世代型店舗も打ち出し、省人化と購買体験の高度化を同時に実現しようとしている。限られたスタッフでも「顧客満足」を犠牲にしない工夫は、中小店にとっても学ぶべき発想だ。

接客そのものをバーチャルヒューマンに担わせるという挑戦もある。タッグの「MISE—demo EYES」は来店客がセルフで試着や相談を行える仕組みで、少人数でも標準化された接客を維持できる。人材不足を逆手に取り、発想を転換する好例だろう。

一方で、技術ではなく「人」そのものへの投資に踏み切ったのがEYEVANである。新卒初任給を30万円に引き上げ、既存社員の待遇改善にも着手した。人材が集まりにくい時代だからこそ、待遇改善を明確に打ち出すことでブランドを支える姿勢を示した。これは中小店にとって真似の難しい施策ではあるが、「人材を守る姿勢が最終的に顧客満足につながる」というメッセージは理解できる。

ここで重要なのは、各社の取り組みが単なる一過性の施策ではなく、「人材不足を前提にした新しい店舗運営のあり方」を模索している点だ。AIやデジタルを積極的に導入するか、人材投資を強めるか。どちらが正解というよりも、それぞれの規模・地域・顧客層に合わせて最適解を探る必要がある。

中小眼鏡店にとってすぐにAI導入や初任給引き上げは現実的でないかもしれない。しかし、ここから得られるヒントはある。例えば「人でなくてもできる業務を見極めて効率化する」「接客の核となる部分だけに人材を集中させる」といった発想である。また、SNS発信や予約制の強化、地域イベントとの連動など、小さな工夫も“省人化”の一歩だ。

眼鏡業界は今、まさに正念場を迎えている。人材不足を嘆くよりも、各社の事例を自店にどう落とし込むか。AIやデジタルを取り入れるか、地域密着型の強みを磨くか——いずれにせよ“工夫”が未来を切り開く鍵になる。

メニコン新着情報

“うるおい”訴求の新1DAYレンズ発売

メニコンは8月1日より、ワンデータイプの新シリーズ「1DAYメニコン DearTEAR」（＝写真）および乱視用「DearTEAR トーリック」を発売した。乾燥感を訴える装用者の増加を背景に、涙のようなうるおいを一日中持続させる設計が特徴。

最大のポイントは、ヒアルロン酸の約2倍の保湿力を持つMPCポリマーをレンズ表面に配合した「HydraFilmテクノロジー」。これにより装用16時間後でも水分量97%を維持し、夕方以降の乾燥やごろつき感を抑える。さらに酸素透過性に優れるシリコーンハイドロゲル素材を採用し、瞳への負担を軽減。紫外線カット機能も備え、日常使用に安心感を与え

る。乱視用モデルには、独自の「Clear Sight Pro Design」を導入。プリズムバラスト設計によりレンズの安定性を高め、鮮明で安定した視界を実現した。近視用・遠視用も同時発売され、幅広い屈折矯正ニーズに対応するラインアップが整った。

ドライアイ傾向の強いユーザーが増える中で、「乾燥対策」は販売現場における重要な提案軸の一つとなっている。DearTEARシリーズは、この課題に的確に応える商品として、今後の販売現場での訴求効果が期待される。



『1DAYメニコン DearTEAR』

宝飾・メガネ業界向けUHF帯電子タグ &オリジナルタグケース

電子タグで商品管理の省力化

ICタグ内蔵

上質なオリジナルタグケースでイメージアップ

お問い合わせは

PEC フェニックス電子株式会社
PHOENIX ELECTRONICS CO.,LTD.
<https://www.phoenix-denshi.co.jp>

●中部営業所 0568-29-2145 ●東京営業部 03-3668-0201 ●本社営業部 075-221-5855

Meigan

MG 2025年9月発刊

最新カタログ
2025/2026 Vol. 71

—9月下旬より順次発送—

Meigan SHOP

先入荷商品は
こちら

FreeFax ☎ 0120-333-263
Phone (052)261-6561(代) (03) 5649-8010
<https://www.meigan.co.jp/>

FaW Tokyo ファッションワールド 東京 iOFT

国際 メガネ展 iOFT

iOFTにて
新商品展示

2025.
10.1(水)-3(金)
東京ビッグサイト
小間番号:A41-1