

Monthly Press

6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

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

6月10日は「時の記念日」、祭典齋行に全国から参列  
近江神宮で【漏刻祭】齋行

「時の記念日」である6月10日、「我が国時刻制度発祥の地」とされる近江神宮では、【令和7年度漏刻祭】が齋行された。当日は多くの時計業界関係者や崇敬者が参列する中、時の祖神の偉業を称え祀った。

671年6月10日(太陽暦)、天智天皇により近江大津宮に漏刻(水時計)が設けられ、我が国の時刻制度が始まったとされている。この事績を記念して大正9年に「時の記念日」が制定され、以来、時を尊ぶ精神と文化が受け継がれている。大津宮旧跡に鎮座する近江神宮では、毎年この日に漏刻祭を齋行し、時の祖神・天智天皇に感謝を捧げている。

今年の漏刻祭では、和歌山県時計貴金属眼鏡商業協同組合が奉仕を担当。古式の官職に則り、「陰陽頭(おんようのかみ)」を堅田幸豊氏、「陰陽介(おんようのすけ)」を森本光一氏、「漏刻博士(ろうこくはかせ)」を辻本佳生氏が務めた。いずれも同組合の所属であり、伝統装束に身を包み、厳粛な所役を果たした。また、4人の「采女(うねめ)」には、びわ湖大津観光大使および近江時計

眼鏡宝飾専門学校の生徒が選ばれ、式典に華やぎを添えた。

午前11時、修祓により祭典が始まり、網谷道弘宮司による祝詞奏上の後、漏刻博士と采女が、セイコー、シチズン、カシオなど国内主要メーカーから献納された本年度の最新モデルの時計を神前に供えた。

続いて陰陽頭が神賀詞(しんがし)を奏し、陰陽介がたたえ歌を奉唱。さらに、古典舞楽を現代に伝える女人舞楽・原笙会によって、舞楽「環城楽」が幽玄に奉納され、厳かな中にも格調高い雰囲気漂った。

その後、関連行事として「第62回技能五輪全国大会」金賞受賞者の百瀬美幸さん(セイコーエプソン塩尻事業所)の紹介、「時を守る標語」全国コンクールの各賞受賞者の表彰が行われた。若き技能者や標語の受賞者が紹介されるたびに、会場には温かな拍手が広がり、時計業界の次代を担う世代への期待かじんだ。こうした取組は、時の記念日の意義を後世へと繋ぐ文化的役割を担っている。

すべての式次第が滞りなく終了したのち、最後に網谷宮司が挨拶



漏刻祭を終え挨拶する網谷宮司



献納された本年度最新モデルの時計



原笙会から奉納された舞楽「環城楽」



近江神宮網谷宮司(中央左)を挟み各所役を務めた和歌山県時計貴金属眼鏡商業協組の皆さんと采女

に立ち、悪天候にもかかわらず参列した関係者への感謝を述べた。そのうえで青少年賞を受賞した標語「時止まれ 友と夢追う この瞬間」を引用し、神道における「中今(なかいま)」の思想に触

れた。「時間に追われるのではなく、今という一瞬一瞬を大切に、希望と感謝を持って生きることが、日々の充実と未来の創造につながる」と語り、時の大切さを参列者に呼びかけて祭典を締めくく

った。  
雨音が静かに響く中で執り行われた今年の漏刻祭は、時の原点を見つめ直し、時計業界が心をつなにして未来への誓いを新たにす  
る、意義深い一日となった。

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>

# 「時の記念日」祝日化への機運醸成 —— 時計店が育む消費者からの声 分岐点に立つ時計業界の現在地

国内時計製造大手3社の業績は堅調だ。2025年3月期決算では、セイコーグループの売上高は3,047億円、親会社株主に帰属する当期純利益は133億円と増収増益を記録した。シチズン時計は売上高3,168億円（経常利益は230億円）と欧米市場を中心に安定した業績を維持し、カシオ計算機もG-SHOCKを軸に高いブランド価値を発揮している。

しかし、業界を支える販売店、いわゆる「街の時計店」は転換期を迎えている。店主の高齢化、後継者不在、EC対応の遅れ、スマートウォッチの普及などにより、「店に売れるものがない」という声もあり、新規開業も販売店よりも買取店ばかり……。

一方、訪日外国人や外国人労働者の増加が新たな顧客層を生み出し、日本の時計文化を世界に発信する好機も生まれている。近年では、観光拠点での店舗展開や外国語対応スタッフの配置により、インバウンド需要を取り込む動きも活発化している。地域との連携を強化する取り組みも始まっており、多様な販売戦略が模索されている。

このような二極化のなか、街の時計店一軒一軒が果たす役割の重要性は増している。時計店は単なる商売の場ではなく、日本の時間文化を守り伝える最前線の拠点と言っても過言ではない。

できる。時計をゆっくり選ぶ時間そのものが、癒しの体験となる。

第三に、全国的なイベントや啓発活動を通じて、個店では難しい広範な宣伝効果を業界全体で享受できる。祝日化への過程そのものが、時計店の価値を再認識させる

機会となる。

このような複合的な効果を活かすには、業界全体の足並みをそろえた取り組みが不可欠だ。消費者との接点を持つ現場の声を起点にし、地域社会と一体となった広がりが求められる。

### 次代へつなぐ役割

店頭イベントや体験教室を継続している時計店も全国にある。親子での組立体験や歴史講座など、時を体感できる企画が各地で展開されている。確かに高齢化は深刻だが、それは経験と知識を蓄積してきた証でもある。その知見こそ

が、次代への感動の源となる。

大手メーカーの技術力では届かない温もりや人とのつながりを、街の時計店は提供できる。時計店は今、社会が求める「人間らしさ」を届ける存在なのだ。

### 時を尊ぶ文化の旗手として

祝日化は、時計業界にとって単なる念願ではない。時計店が「時間に対する社会の意識」を変える担い手となる可能性を秘めている。

製造・販売・修理のすべてが、「時を尊ぶ心」を広める文化活動そのものだ。修理や接客、時計の物語を語ることで、現代社会に「ものを大切にする心」「時

間を大切に意識」を根付かせる行為である。

大切なのは、消費者が自然と「この日を祝日にしたい」と思えるような世論を、時計店が後押ししていくこと。そして、それを地道に続ける店主たちが全国にいることは希望である。

(※関連記事：「時の記念日を国民の祝日にする会」中澤三件代表インタビュー 3P参照)

### 業界一丸で未来へ

時計店は、その最前線に立つ資格と使命を持っている。1371年前の水時計の音が今も私たちに託すメッセージを胸に、時計店主

の皆様には、自らの仕事の社会的意義に誇りを持ち、「時の記念日」祝日化の旗手として、堂々と歩んでいただきたい。

### 祝日化運動を再び社会の関心へ

6月10日の「時の記念日」は、671年に天智天皇が日本初の水時計で時を知らせた故事に由来し、1920年に文部省と生活改善同盟会が制定した。これは日本の近代的な記念日文化の先駆け

であり、「時間を守る生活習慣」の普及を目的とした意義深い日だ。

かつて時計業界はこの日を軸に「祝日のない6月に“時の記念日”を祝日にしよう」という声を上げ、各地で啓発活動を行って

た。しかし現在、その動きは次第に薄れ、世代交代の壁に直面し、継承の流れが弱まりつつある。

地域に根差した運動も世代交代が進まなければ、いずれは消えゆく。その危機感が、業界内で再び共有され始めている。

### 時計店の営みが文化を継ぐ

デジタル化や効率偏重が進むなか、「時間が足りない」「時間に追われる」「時間を忘れる」といった声があふれるいま、街の時計店の存在価値は大きい。お

客様と向き合い、時計の歴史や価値を語り、修理を通して「ものを大切にする心」を伝える——そうした営みが、人間的な温かさを社会に届けている。

祝日化運動の本質も、単に祝日を増やすことではなく、時計店が実践する「時間との正しい関係性」を社会に伝えることにある。日常業務こそが運動の核心だ。

### 祝日化は時計店への追い風

時計店にとって祝日化は、商売と社会貢献を両立させる好機。第一に、専門知識や修理技術、時計の歴史といった時計店の強みを、

広く社会に発信できる。デジタル全盛の今だからこそ、アナログの魅力が新鮮に映り、会話のきっかけや信頼構築にもつながる。

第二に、祝日のない6月に「時を見つめ直す日」が加わることで、地域の人々に「心の余裕を取り戻す場所」としての価値を提供

## 腕時計新着情報

※表記価格は消費税込メーカー希望小売価格

### シチズン時計

UNITE with BLUE 発売：6月5日 価格：66,000円～330,000円

「静寂の海」をテーマに、構造色文字板で深く静かに青く輝く世界を表現したブランド横断コレクション。インク層内の微細構造により光が反射し、色素を使わず多彩な表情を生み出す構造色は、光発電エコドライブの特性と融合し、機能性と美観を兼ね備える。『エクシード』『アテッサ』『プロマスター』『シチズンコレクション』『クロスシー』『エル』の6ブランドから7モデルを展開。各モデルの文字板には、それぞれ異なる加工技術を施し、青の濃淡や光のきらめきを繊細に表現している。中でも『クロスシー』にはラボグロウン・ダイヤモンドを、『エル』には天然ダイヤモンドを配し、深海から立ち上る泡のような輝きを演出。すべて光を動力とし、自然環境に配慮した再生素材を一部に使用。さらに、各モデルは10気圧防水や電波受信機能など、日常使用にも安心な高性能を備え、外装素材に

も軽量かつ高耐久なチタニウムやステンレスを採用。視認性を高めるサファイアガラスや、バンドのフィット感を高めるアジャスター機構も装備し、機能美を追求。CMソングにはB'zの書き下ろし楽曲「INTO THE BLUE」、映像制作はアニメーションスタジオMAPPAが担当し、世界観を多角的に表現している。

本作のためにCMソングを書き下ろしたB'z



# CASIO

## 水平線に煌めく、プラチナブルー。

OCW-S6000PB-7AJR  
¥385,000(税込)  
Bluetooth®搭載電波ソーラー  
世界限定600本  
シリアルナンバー入り

カシオ計算機株式会社  
〒151-8543 東京都渋谷区本町1-6-2

●Bluetoothは、Bluetooth SIG, Inc.の登録商標です。◎表示価格は、メーカー希望小売価格です。◎その他の会社名・商品名は、各社の商標または登録商標です。◎OCW-S6000PBは、日本の電波法の認証を取得しています。●機能・操作・購入先等のご相談は、フリーダイヤル:0120-088925、IP電話・公衆電話からは、03-5334-4869へお掛けください。(受付時間)月曜日～土曜日 AM9:00～PM5:30(日・祝日・弊社指定休業日は除く)ウェブサイトからのお問い合わせ <https://www.casio.com/jp/support/watches/inquiry/> ■個人情報の取扱いについて:お預りする個人情報は個人情報保護法に基づき、適切な取扱いをいたします。

特別  
インタビュー

「消費者の声で祝日化を実現したい」



「時の記念日を国民の祝日にする会」代表  
中澤三任盛氏  
(株式会社ナカザワ社長)

滋賀県出身で、国内外での時計店「タイムステーションNEO」を展開する株式会社ナカザワの中澤三任盛社長。時計＝時間の繋がりで地元の近江神宮とも縁が深く、それがきっかけで「時の記念日を国民の祝日にする会」の代表を務めることとなった。自店でも時の記念日に合わせて組み立て体験会などを長年実施している中澤氏に、祝日化への熱い思いを聞いた。

— 近江神宮の漏刻祭の現状はいかがですか。

「今年も時の記念日に漏刻祭が開催されましたが、最近では全国から参加者が増えつつあり、漏刻祭の意義が徐々に浸透し始めていることを実感しています。ただ、まだ一般の認知度は高くないのが現状です。時計業界に身を置く者として、この状況を変えていきたいと思っています」

— 地元滋賀県での取り組みについて教えてください。

「滋賀県では既に6月10日の時の記念日を国民の祝日にするよう求める意見書を大津市議会と県議会が国に提出しています。これは大きな前進ですが、まだ盛り上がりには欠けるのが正直なところです。近江神宮のお膝元である県民として、また業界の一員として、この活動をもっと盛り上げていか

なければならぬと感じています」

— 「時の記念日を国民の祝日にする会」を発足された経緯は。

「地域だけでなく、全国規模で輪を広げる必要があると感じたからです。他の自治体にも積極的に声を掛け、この運動を本当の意味で全国的なものにしたい。そのため会を立ち上げ、継続的な活動を続けています。多くの方に参画いただき、大きなうねりを作りたいと考えています。世代や地域を越えて、「時を大切にしたい」を共有する仲間を広げたいですね」

— 御社でも記念日に合わせた取り組みをされているとか。

「はい。毎年6月10日前後に、店頭で時計の組み立て体験会などを実施しています。親子連れの方々に参加いただき、時計の仕組みや時間の大切さを体験しても

らっています。参加された方の目の輝きを見ると、こうした草の根活動こそが、やがて祝日化の世論形成につながると確信します」

— 祝日化に向けては、どのような進め方を考えていますか。

「これは非常に大切な点です。業界からの要望では、なかなか世論の支持を得られません。必要なのは、消費者側から自然と『この日を祝日してほしい』という声が上がることです。時計店の皆様には、日々の会話の中で、記念日の歴史的意義や価値を丁寧に伝えていきたいと思います」

— 時計業界の皆様へのメッセージをお願いします。

「多くの皆様に、時を大切にす国民運動として『時の記念日である6月10日を国民の祝日にする会』にぜひご参画いただきたいです。こうした啓発活動を進め、

国民全体で時間の大切さを共有する社会をつくっていききたい。皆様にもぜひ近江神宮を訪れ、日本の時間文化の原点を感じていただけたら嬉しいです。歴史に触れながら、時計の意味を見つめ直す良い機会になります」

— 祝日化が実現した際の業界への効果をどう考えていますか。

「6月は今のところ祝日がない唯一の月です。記念日が祝日となることで、忙しい現代人が『時間』について改めて考えるきっかけになります。業界にとっても、時計の価値や日本の時間文化を広く発信する大きな機会になります。時計店が日々実践している『時間を大切にす心』を社会全体で共有できる日になってほしいです」

— 時計業界の読者に向けて最後にメッセージを。

「時計に関わる皆様こそが、この運動の真の主演です。ただし、業界側の要望としてではなく、時の記念日の意義を心を込めて伝えることで、自然に『祝日になりたい』という声が生まれるような活動をしていただきたい。修理や販売の一つひとつに込める思いが、やがて大きな世論を生み、祝日化への道を拓くと信じています。ぜひ一人でも多くの業界関係者に、この運動の意義と可能性を感じていただきたいです。共に日本の時間文化を未来へつないでいきましょう」

【問い合わせ先】「時の記念日を国民の祝日にする会」  
※参加希望の方は本紙編集部までお問い合わせください

腕時計新着情報

※表記価格は消費税込メーカー希望小売価格

栄光時計

クロノスイス パルスワンサンド／パルスワンブルー

発売：6月予定 価格：2,585,000円

グレード5チタン製ケースと一体型ブレスレットが放つ近未来的な造形美が際立つ限定モデル。6時位置のレトログランド秒針と12時のオフセンター時表示が個性を演出し、自社開発のキャリバーC.6001が躍動感ある時の表情を描き出す。サンド(=写真)は温かさと光、ブルーは深みと力強さを象徴。それぞれ世界限定100本。技術とデザインの粋を極めた現代メカニカルの新たな象徴。



クロノスイス クォーターリピータースクリーム／クォーターリピーターブルーノート

発売：未定 価格：8,305,000円

音で時を知らせるクォーターリピーター機構を搭載した、各25本限定のスケルトンモデル。スクリーム(=写真)は多層構造のダイヤルにマルチカラーのCV Dブリッジと発光ブロックを組み合わせ、ロックの躍動感を表現。ブルーノート(日本未入荷)はネイビーを基調に、音楽的な抒情性を宿す造形が特長。ともに10時位置のプッシャーでチャイムが作動し、レガシーキャリバーC.126が豊かな響きで時間を告げる。



クロノスイス スモールセコンドブルーオービット／スモールセコンドデザート

発売：9月予定 価格：1,573,000円・1,485,000円

直径40mm・厚さ11.5mmのステンレススチール製ケースに、自社開発キャリバーC.6000を搭載した新シリーズ。ブルーオービット(=写真)はギョーシェ彫りとアジュラージュ仕上げによる繊細な陰影が特徴で、天体の軌道を想起させる。デザートは10層ナノプリントとレーザー彫刻で砂丘の質感を表現。クロノスイスの伝統と革新を体現した、独立系時計製造の精神が息づく2モデル。



2025年度定期購読のお願い

★銀行口座振込の場合(税込3,600円)  
○大垣共立銀行 大曽根支店(035)(普通)0979727  
○楽天銀行 ノエル支店(246)(普通)5001928  
(共通)口座名義:中部時眼宝飾新聞社内堀清貴  
★クレジットカード決済の場合(税込3,600円)  
右記のQRコードからご決済下さい。



クレジットカード決済はこちらから

acredo

ウェブでデザインできるドイツ製  
オーダーメイドジュエリー「アクレード」



腕時計新着情報

※表記価格は消費税込メーカー希望小売価格

シチズン時計

wicca ソーラーテック Disney コレクション 『くまのプーさん』モデル

発売：5月15日 価格：35,200円

限定数量600本。ウォームゴールドのケースに多角形ベゼルを組み合わせて、文字板には100エーカーの森を背景として柔らかなアラビア数字を配置。6時位置には鼻先にハチがとまったプー、1時と8時位置にはハチを描いた。2時位置の壺から蜜が流れるデザインが遊び心を演出し、裏ぶたにはプーのシルエットを丁寧に刻印。物語の世界観を細部まで表現した特別なモデル。



ウィッカ ソーラーテック 電波時計限定モデル

発売：5月15日 価格：47,300円

白蝶貝の文字板にピンクとオレンジのグラデーションを重ね、初夏の夕空を思わせる柔らかな色彩を演出。9時位置には太陽を象徴するクリスタルガラスを配し、その周囲の色合いが夕暮れの陽光を表現。7時位置には月と星が淡く浮かび、5時から11時位置には飛行機雲をイメージした白いパターンが流れる。機能面では光で充電するソーラーテック電波時計、5気圧防水仕様。限定600本。



セイコーウオッチ

セイコー プレザージュ カクテルタイム SRRY049/SRRY051/SRRY052

発売：6月6日 価格：3モデル 75,900円・81,400円

夏のフロズンカクテルをモチーフにした新作は、砕いた氷を思わせる型打ち模様と、涼やかなカラーのダイヤルを採用。ガラスのステムを想起させるインデックス、曲げ針、クラシカルなボックスガラスが上品な表情を演出する。小型34mmサイズで、機械式時計市場のトレンドに対応。現代の名工に選ばれたバーテンダー岸久氏が商品開発アドバイザーを務めるカクテルタイムシリーズの新作として注目される。



シチズンコレクション メカニカル 『スター・ウォーズ』 スペシャルモデル

発売：5月4日 価格：63,800円・69,300円(税込)

人気ドロイド「R2-D2」と「C-3PO」をモチーフにしたメカニカル限定モデル2種が登場。R2-D2モデル(=写真)はシルバーとブルーを基調に、文字板へフラップ模様をエッチングし、ランプカラーをりゅうずに採用。C-3POモデルはゴールド基調で、腹部の同心円や目を模したインダイヤルを配置。各モデル限定数量は450本。専用ボックスにキャラクターアートを施した特別仕様。



ザ・シチズン アイコニック ネイチャーコレクション

発売：5月15日 価格：451,000円・429,000円

日本の自然美を和紙で表現した限定モデル。春を描くモデル(AQ4106-00A=写真)は、雲龍紙に桜を思わせる繊細な色彩を重ね、サクラピンクのケースと調和。夏を映すモデル(AQ4100-22L)は、藍染和紙の文字板に月明かりのグラデーションと蛍を思わせる秒針を配し、静かな情景を演出する。いずれも年差±5秒の高精度エコドライブを搭載し、パーベチュアルカレンダー、10気圧防水、スーパーチャタニウムケースを備えた特別仕様。



セイコー アストロ SBXD031/SBXD033/SBXD035

発売：6月6日 価格：247,500円

新キャリアー3X32を搭載、コンパクトなケースサイズを実現したGPSソーラーモデル。略字下と中央部で異なる仕上げの文字板、多面カットの略字と立体的な時分針により視認性と質感を両立。縦軸を強調した鏡面仕上げが胸元にさりげない高級感を与え、日常使いに適した新たなビジネススタイルを提案。フル充電で約6ヶ月、パワーセーブ時は約2年間の駆動を実現する。



カシオ計算機

オシアナス OCW-S7000RA-5A/OCW-T2600RA-8A

発売：6月13日 価格：214,500円・121,000円

グラデーション文字板が印象的なOCEANUSの限定モデル。OCW-S7000RA-5A(=写真)は、ブラウンの色調が光と重なり合う奥行きのある表情をつくり出し、サファイアガラスベゼルとの組み合わせで上質に仕上げた。1,200本限定。OCW-T2600RA-8Aは、グレーカラーを基調にシックな雰囲気演出し、1,000本の限定生産。いずれも電波受信機能を搭載し、正確な時刻表示とデザイン性を両立している。



G-SHOCK MTG-B4000

発売：6月13日 価格：176,000円・165,000円

人とAIの共創によって開発された異素材ハイブリッド構造の新設計フレームを採用。軽量で高剛性なカーボンとメタルを組み合わせ、耐衝撃性とデザイン性を両立。ケースはコンパクト化を図りながら、側面のメタル仕上げと立体感あるダイヤルで高級感を演出。ソーラー駆動とBluetooth通信機能に対応し、スマートフォン連携による利便性も兼ね備える。構造と実用性を融合させたMT-G最新モデル。



バンビ

革×ラバータイプ バンド

発売：7月予定 価格：スムーズモデル 6,600円・型押しモデル 7,150円

革の質感とラバーの快適性を兼ね備えた革×ラバータイプの時計バンド。裏面にラバー素材を使用することで、汗ばむ季節でも肌離れが良く、蒸れにくい構造となっている。表面はスムーズタイプと型押しタイプの2種を用意し、それぞれ20-20mm・22-22mmの2サイズ展開。ブラック、ダークブラウン、ネイビー、カーキ、ベージュの全5色から選べる。夏場に適した実用性の高い革バンドとして店頭でも提案しやすい。



基本が学べる
なにわ時計学校
学校長 池宮 俊二
〒596-0071 大阪府岸和田市魚屋町1-110
TEL 072-441-0181
FAX 072-441-0181
E-mail: ikemuro@sensyu.ne.jp
URL: http://naniwaketokijp

株式会社 松田光
代理店
時計部
輸入時計部
時計修理部
時計部品部
時計材料部
時計用電池部
時計用工具部
時計用材料部
支店
東京 東京都中央区南船場1-11-110
大阪 大阪府中央区南船場1-11-110
電話 06-6252-1666
支店
東京 東京都台東区台東3-1-307
電話 03-3831-2509

株式会社 ナカザワ Ltd.nakazawa
株式会社ナカザワグループ
代表取締役 中澤実任盛
本社/滋賀県湖南市中央2丁目92番地
TEL: 0748-72-6017
https://nakazawa-group.co.jp/
●時計専門店: タイムステーションNEO・グランドステージNEO・ウォッチステーションbriio・タイムランドNAKAZAWA
●眼鏡専門店: PROメガネショップAKAZAWA-look(FC)・眼鏡市場(FC)・TokiiRo文具×時計・オンラインショップ: タイムステーションNEOオンラインショップ・Amazon・メルカリアウトレット店

CW 試験実施
CMW
日本時計師会
〒110-0016
東京都台東区台東4-29-15
上野永谷タウンプラザ302号
TEL 03-5817-4383
FAX 03-5817-4384

## 「日本眼科医会推奨眼鏡店制度」実証実験スタート 眼科医との新たな信頼連携モデル構築へ

公益社団法人日本眼科医会（以下、日眼医）と一般社団法人日本メガネ協会（以下、日メ協）は、5月8日より「日本眼科医会推奨眼鏡店制度」の実証試験を千葉県および佐賀県の日メ協会員店舗を対象に開始した。

本制度は、眼鏡小売店と眼科専門医の信頼関係に基づく推薦と承認を通じて、生活者にとってより安心・適切な眼鏡提供体制を構築することを目的としている。

推薦の流れは、店舗が近隣の眼科専門医から推薦を受け、オンラインの申請フォームを提出。推薦医と各県眼科医会が承認した後、日眼医と日メ協が内容を精査し、

基準を満たした店舗に対して「推奨眼鏡店証」を発行するというもの。

申請要件としては、眼鏡作製技能士の在籍や継続的なリカレント教育、地域の眼科医療機関との連携体制、さらに反社会的勢力と無関係であることなどが含まれる。また、店舗責任者による医行為の禁止や誤認表示防止などの誓約内容への同意も求められる。

実証試験では、これらの申請～認定プロセスが円滑に機能するか、問題点はないかを検証。問題があれば両団体で協議・修正を行い、制度の完成度を高めていく。推奨証の有効期間は3～5年で、

定期的な更新審査が実施される予定。誓約違反や不適切な運営があった場合は、認定取り消しもあり得る厳格な運用がなされる。

制度の大きな特長は、申請から承認までの一連のプロセスがデジタル化されている点にある。URLを通じて各種フォームを送信し、必要書類や推薦書もテンプレート化。記入例や説明資料も整備され、眼鏡店側の負担軽減と申請精度の向上を図っている。

日メ協では、「制度は設立当初から掲げてきた眼科医療機関との連携強化の柱」と位置付けており、今回の取り組みを眼鏡業界の信頼性向上に向けた大きな一歩と捉えている。さらに、眼鏡作製技能士の社会的認知を高める効果も期待され、将来的には生活者・医

療機関・販売店の三者にとって持続可能な信頼関係の構築を目指す。

今後、実証結果を踏まえた制度の本格運用が検討され、準備が整

った都道府県から順次導入が始まる見込みだ。各地域の眼鏡店にとっても、制度への理解と準備が今後の鍵を握ることになるだろう。

## 大阪眼鏡卸協組 OMMで第61回EGF開催 来場者558人、セミナーも好評



47社（52小間）が出展した第61回EGF会場

大阪眼鏡卸協同組合主催、近畿眼鏡類協同組合、大阪時計宝飾眼鏡商業協同組合、（一社）福井県眼鏡協会協賛による眼鏡総合展示会【第61回EGF（アイグラスフェア）】が、5月13・14日の2日間、天満橋のOMM（大阪マーチャндаイズマート）2階展示ホールで開催された。

今回の展示会には、近畿圏を中心とする眼鏡業界関係者が来場し、13日は209人（前年271人）、14日は349人（前年322人）、合計558人（前年593人）を記録した。

会場では、有力メーカー31社に加え、福井産地コーナー（9

社）や組合員によるチャレンジ枠（7社）の出展を得て、それぞれのブースで春夏向けの新製品が一堂に発表・展示された。

また、13日にはニコン・エシロール（28人）、14日にもセイコーオプティカルプロダクツ（20人）と東海光学（64人）によるセミナーも開催。最新のレンズ技術や販売提案に関する内容が、業界関係者に新たな知見を提供した。

主催者では、次回の展示会として今秋にもIMF2025（11月11・12日、OMMホール）の開催を予定している。

## JOA 「眼鏡作製技能士」実技試験 全科目受験申込が開始、申込は6月30日まで

公益社団法人日本眼鏡技術者協会（JOA）は、2025年度「眼鏡作製技能士」実技試験の全科目受験申込受付を6月10日から開始した。申込期間は6月30日まで。今回の申込は3科目すべてを受験する人が対象。

試験科目は「視力の測定」「フィッティング」「レンズ加工」。試験料は34,000円（税込）。今回の申込では全科目受験のみが受け付けられる。

試験は全国7会場で開催され、

会場ごとの日程は以下の通り。

- 札幌：札幌コンベンションセンター（7月28日～29日）
- 仙台：東北学院大学（8月26日～28日）
- 東京：東京眼鏡専門学校（8月1日～9月4日）
- 名古屋：キクチ眼鏡専門学校（8月18日～22日）
- 大阪：尼崎市中小企業センター（8月25日～30日）
- 岡山：ワールドオプティカルカレッジ（8月18日～22日）

●福岡：福岡県立ももち文化センター（7月24日～30日）

申込時には希望会場を第1・第2希望まで選択。受験者数によっては日程の調整が行われる。合否発表は10月中旬予定。

申込はJOA公式サイト（下記QRコード参照）のマイページから。

申し込みはこちらから



## 東海光学新着情報

### 次世代調光レンズ「ルティーナ フォト2」、高温でもしっかり発色

東海光学は、気温40℃以上でも高い発色性能を維持する高温適応型調光レンズ「ルティーナ フォト2」を5月21日に発売した。従来の調光レンズは高温環境で色濃度が上がりにくいという課題があったが、新製品はこの点を克服し、真夏の屋外でも安定した遮光性能を実現する。

カラーバリエーションはグレーとブラウンの2色。高温時における視感透過率は、グレーが約89

%～30%、ブラウンが約90%～33%に変化し、前モデル比で最大18%の濃度向上を達成（ブラウンの場合）。紫外線100%カットに加え、HEV（400～420nm）を約94%カットすることで、ルテイン保護とまぶしさ軽減の両立も可能とした。

また、ルティーナ素材により室内でもブルーライトを約24%カット。P-UV標準装備、レンズ裏面反射UVカットなどを含め、

360度の紫外線対策も備えている。

対応屈折率は1.60および1.67。オプションで各種コートにも対応する。なお、既存の「ルティーナ フォト」グレー/ブラウンは12月31日で販売を終了する予定。

気候変動による高温環境下でも安定して機能する調光レンズとして、今後の市場展開に注目が集まる。

## メニコン 仙台市とCLケース回収巡環プロジェクトを始動 ナノテラス技術で資源循環へ

仙台市とコンタクトレンズ総合メーカー・メニコンは、使用済みコンタクトレンズケースの回収事業を開始した。5月16日から市役所や環境・経済局内、HOKUSHU仙台市科学館など市内4カ所を回収拠点とし、行政と連携した資源循環を実証する。

メニコンは令和6年4月、東北大学に「共創研究所」を開設し、内閣府・SIP（戦略的イノベーション創造プログラム）にも参画。高輝度放射光施設「Nano Terasu（ナノテラス）」を活用し、回収プラスチックの再生・研究を推進している この「メニコン1 Caseプロジェクト」は全国550カ所に回収ボックスを設置し、仙台でも7店舗からの回

収実績がある。

本実証では、回収されたケースを再生材として加工し、自動車部材などへの転用を目指す。SIP連携によりNano Terasu施設での研究成果を応用し、廃プラの高度利用を実現へとつなげる狙いだ。

仙台市科学館ではナノテラス関連展示も行い、幅広い市民理解を促す取り組みが進んでいる。

本事業は令和7年5月16日～令和9年3月31日まで実施予定（設置場所により期間差あり）。行政と企業の協働で、地域の循環型社会と持続可能なイノベーションを両立するモデルケースが期待される。

ご好評のお声  
届いています！

デザインも  
良いですね！

天地のあるフレームが本当に  
入るのが気に入ったけど、  
全然入るね。

Meigan

オーバーグラスに見えない  
スマートなデザイン！



フィールドゲート  
オーバーグラス 7163

展示会動画  
キャンペーンも  
実施中！



名古屋眼鏡株式会社  
〒460-0007 名古屋市中区新栄1-35-19

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

XSENDAI  
LABORATORY  
クロス・センダイ・ラボ

Menicon

業界各団体・組織が総会開く

日本宝石協同組合、第52回通常総会  
全議案を承認し新年度事業へ

日本宝石協同組合（三橋泰夫理事長）は、5月26日大阪市内で第52回通常総会を開催し、上程議案が原案通り可決承認された。

開会に先立ち、司会の片岡秀行理事から、組合員総数155社中出席28社、委任状出席70社の合計98社により、総会の有効な成立が報告された。

司会者一任で、相木隆史理事を議長に選出し、まずは三橋理事長が令和6年度の事業概況を報告。長期化するウクライナ情勢や緊迫化する中東情勢、米中対立などが世界経済に深刻な影響を与え、先行きの不透明感が続いていると指摘。国内においても、不安定な政局や物価高騰への対策が課題となっているとした。宝飾業界については、地金相場の激しい変動や原材料の高騰が続く一方、インバウンド効果による一部需要は見られるものの、国内消費は依然として物価上昇の影響を受けているとの認識を示した。その上で、「組合



挨拶する三橋理事長

は業界の情勢を注意深く見守り、素早い対応と情報発信に努め、組合員相互の利益向上を図り、宝石業界の発展と社会的要請に応じていく」と述べた。

議案審議では、第1号議案「令和6年度事業報告並びに令和7年度事業計画案」について三橋理事長より説明があり、承認された。令和7年度の主要事業計画として、①宝石市大会開催（8月・2月）、②組合カレンダー配布（2種類）、③宝石市各会事業（4社）、④鑑定・鑑別事業、⑤教育情報事業（日宝協通信の発信）、⑥ホームページの刷新などが盛り

愛知県眼鏡小売商協同組合 第29期通常総会  
成田新理事長、業界の困難乗り越える決意



成田新理事長（右端）から謝意を受ける大井監事、平岩前理事長、天野財務委員長

愛知県眼鏡小売商協同組合は5月20日、第一ホテル錦で第29期通常総会を開催した。

込まれた。

続く第2号議案「令和6年度決算報告及び令和7年度収支予算案承認の件」は宮口耕一理事より説明。その後、岡田昌三監事による監査報告が行われ、適正である旨が述べられ、承認された。

総会終了後は懇親会が催され、来賓を代表し、大阪府中小企業団体中央会の三宅泰太郎総務部長が挨拶。「原材料価格の高騰や人手不足など、中小企業を取り巻く環境は依然として厳しいが、このような時こそ組合が果たすべき役割は大きい。中央会としても皆様のお役に立てるよう尽力するので、今後ともご指導ご鞭撻をお願いしたい」と述べ、各種補助金制度についても簡潔に紹介した。

その後、大阪ジュエリー工芸協同組合の池田謙一理事長の音頭で乾杯し、和やかな雰囲気の中、参加者は親睦を深めた。

開会に先立ち、司会の鈴木雅博理事より出席者14名、委任状22名、合計36名が出席し、組合員総数44名に対し、定款に基づき適法に成立したことが報告された。

成田光宏副理事長の開会の辞に続き、平岩幸一理事長が挨拶すると、そのまま議長に就き審議を開始した。

議案審議では、2024年度事業報告・収支決算書承認の件、2025年度事業計画・収支予算案承認の件、組合賦課金・徴収方法決定の件、借入金残高最高限度額決定の件などが承認された。

メイン議題である第5号議案の役員改選では、2025・2026年度の新役員案が宇佐美太朗副理事長より発表され、全出席者の拍手をもって承認された。

その後直ちに理事会が開催され、新代表理事（理事長）に成田光宏氏が選出されたことが報告された。

新体制の役員は以下の通り：代表理事（理事長）：成田光宏氏、

副理事長：井上敬康氏、宇佐美太朗氏（専務理事兼務）、その他理事、監事と相談役には平岩幸一前理事長が就任。市川寿一氏、平岩哲朗氏が新理事に、岡田幹夫氏が新監事になったことも報告された。

総会は宇佐美副理事長の閉会の辞をもって終了した。

引き続き懇親会が開催され、まずは成田新理事長と平岩前理事長が主催者を代表して挨拶。

新理事長の成田光宏氏は、出生率の低下や組合員の減少といった業界を取り巻く厳しい状況に認識を示しつつ、役員・組合員一丸となってこの困難を乗り越え、組合の飛躍を目指す決意を語った。また、22年間にわたり理事長を務めた平岩前理事長、長年財務委員長を務めた天野賢一氏、監事の大井清氏の功績に触れ、感謝の意を述べた。

平岩前理事長には、その長年の多大な功績に対し、役員一同より感謝状が贈呈された。眼鏡作成士の法制化に向けた尽力なども称えられた平岩前理事長は、組合の歴史や自身の経験、また問題意識と当事者意識を持って課題に取り組むことの重要性を語り、後任へのエールを送った。

来賓挨拶ではHOYAの吉多亮二氏が専門店減少の流れに触れつつも、調光レンズや中近レンズの伸びに言及し、専門店と量販店の差別化の可能性を示唆した。

続いて、東海光学国内営業部部長の清水哲次氏が音頭を取り、NHKの眼鏡特集に触れ、遠近両用眼鏡の啓蒙不足とメーカー・小売店一体での価値向上への決意を語った後、乾杯を唱和した。

岐阜県眼鏡商業協同組合 第63期通常総会  
組合の信頼と継続性を軸に事業推進へ



岐阜県眼鏡組合の第63期通常総会

岐阜県眼鏡商業協同組合（宇佐見潤理事長）は、5月22日19時より岐阜駅構内のハートフルスクエアGにて第63期通常総会を開催した。出席者18名、委任状20通で、定足数を満たしての実施となった。

冒頭の宇佐見理事長の挨拶では、業界の持続可能性や信頼構築の必要性に触れつつ、眼科医会との連携強化、特に「推奨眼鏡店制度」への前向きな関わりについて言及。岐阜県独自の取り組みとして、眼科医会指定店との両立を目指す意向も示された。

総会では、令和6年度の事業報告および収支決算報告、次年度の事業計画・予算案、定款変更案など、上程された第1号から第5号

までの各議案がすべて原案通り可決承認された。組合員数の増減では、前年度は加入1名・脱退1名で、組合員数は42名と前年から増減なしとなっている。

令和7年度の事業計画では、「商品開発斡旋」「教育研修」「販売促進」「社会事業」の4つを柱に、会員支援と業界活性化に向けた取り組みを継続。特に、組合主導の共同仕入や教育研修の強化に加え、眼鏡作製技能士の認知向上と育成支援にも注力する方針が示された。

また、組合運営における理事や委員の積極的な関与と会議体制の充実ぶりも共有され、組織としての継続力と結束の強さが印象づけられた。

愛貴工 第63期通常総会開催  
技能向上と60周年記念事業に注力

愛知県貴金属工芸品商工協同組合（愛貴工。熊澤明和理事長）は、5月31日、イーブル名古屋で第63期通常総会を開催し、上程議案を原案通り承認した。

開会に先立ち、司会者の榊原敏洋副理事長より、組合員39名中本人出席11名、リモート参加3名、委任状提出11通により、総会の適法な成立が報告された。

その後熊澤理事長が挨拶に立ち、「金価格の高騰という厳しい環境下で、かつて共同購入などを担った組合の原点を改めて見直すべき時」とした上で、「理事中心の体制から脱却し、会員の声が反映される運営を目指す」と表明。今後はリモートを活用した理事会

の公開やセミナーへの要望収集など、情報共有の場づくりを進める方針を示した。

提出された令和7年度の事業計画には、以下の8項目が盛り込まれた。

- ① セミナーおよび情報提供を通じた技能向上と収入改善
- ② 安全面に配慮したオンライン開催を含む新たな事業の開発
- ③ 国家技能検定支援（前期：1級及び2級、後期：3級）
- ④ 福祉厚生事業の実施
- ⑤ ホームページ等での情報発信体制の見直し
- ⑥ メール配信体制の強化・再整備
- ⑦ 各種表彰の推薦



挨拶する熊澤理事長

⑧ 組合創立60周年記念事業の実施

組合では今後、技能向上と組織基盤の強化を両立させながら、各事業の着実な推進を図る。

報告事項では、組合員数は昨年度期首の42名から、4名の脱退と1名の新規加入を経て、現在は39名となっている。

すべての議案が滞りなく可決され、総会は円滑に終了した。

## 第29回神戸国際宝飾展(IJK2025)開幕 更なる国際化推進、国内外1.3万人が来場



3日間で13,219名が来場した第29回神戸国際宝飾展

第29回神戸国際宝飾展(IJK2025)が、5月15日から17日までの3日間、神戸国際展示場で開催された。主催のRX Japanによると、総来場者数は13,219名、出展社数は45

9社となり、国内外の宝飾関係者が多数来場した。

会場には約84万点の宝飾品が展示され、高級ジュエリー、ファッションジュエリー、プライダル、アンティーク、メンズ、デザ

イナーズジュエリー、ルースストーンなど、多様なジャンルが揃った。特に地元・神戸の特色を活かしたアコヤ真珠や南洋真珠への関心が高く、多くの来場者が高い関心を寄せた。

今回も、仕入れを目的とした実務層の来場が中心となり、即納・即売を前提とした商談が活発に行われた。加えて、円安の影響もあり、日本製ジュエリーへの評価が再び高まり、海外からのバイヤーの姿も数多く確認された。とりわけ中国やアジア諸国からの来場者が目立ち、輸出を視野に入れた取引も一部で行われたとされる。

会期中には5本の無料セミナーも開催された。内容はSNSを活用した販売手法、真珠の鑑別法、スマートフォンによる商品撮影、

テクノロジーを取り入れたダイヤモンド販売など、実務に寄り添った内容で構成されていた。参加者からは、日常業務に活かせる具体的なヒントが得られたという声も聞かれた。

展示構成では、ライブ販売やハ

ンドメイド分野の出展が増加傾向にあり、新たなビジネスモデルの浸透を感じさせる内容も多分にみられた。従来型の取引に加え、多様化する販路や消費スタイルに対応した提案が行われていた点も特徴の一つといえよう。

### 次回IJK開催は、2026年5月14～16日

なお主催者では、次回【第30回神戸国際宝飾展～IJK2026】について、2026年5月14日から16日、神戸国際展示場で開催するとしている。

同様に、今秋には【第13回国際宝飾展 秋】(秋のIJT。10月29日～10月31日、パシフィコ横浜)、更に来春にも【第37回国際宝飾展】(IJT。2026年1月14日～17日、東

京ビッグサイト)をそれぞれ開催する。

いずれの展示会も現在、出展社を募集している。出展相談、問合せ先は下記QRコードからも可能。

資料請求・問い合わせはこちらから



## INTERVIEW

ジュエリーコーディネーターインタビュー <熊倉由梨さん(株式会社サダマツ)>

### 資格を自信に。お客様に寄り添う力

記者：現在在籍しているお店の紹介と、ご自身の仕事内容を教えてください。

熊倉：「現在、東急百貨店たまプラーザ店の店舗で店長として勤務しております。仕事の内容は、店舗の運営と部下の育成・教育です」

記者：仕事で大変な部分はありますか。

熊倉：「一番は教育です。今のメンバーが私を入れて4人なのですが、それぞれの強みや接客スタイルが全然違います。個々に合った教え方がまだできておらず大変だと感じますが、店長3年目で楽しさもあります」

記者：お仕事をされている上で、ジュエリーコーディネーター(以下、JC)の資格取得を目指したきっかけを教えてください。

熊倉：「私たちの会社ではキャリアを積む上でJCの3級取得が条件で、店長になりたいと思った時に必須だと感じたのがきっかけです。また、お客様とのトークの質

が足りていないと感じており、高価な買い物だからこそ背中を押す知識が必要だと考えました」

記者：受験にあたりどのような勉強をされましたか。

熊倉：「テキストの重点項目をノートに写して暗記し、過去問を解いて間違える部分をテキストで見直しました。久しぶりの勉強は大変でしたが、自分の好きな分野なので、知識として入っていくのが楽しかったです」

記者：では、資格取得にあたり、会社からのバックアップ制度等がありましたか。

熊倉：「3級は受験料と登録料を負担してもらえるので、気兼ねなく受けることができました」

記者：資格を取得して役に立った部分、エピソード等があれば教えてください。

熊倉：「ジュエリー全般の知識は接客でお客様に訊かれた際に役立ちます。特に、顔の形によって似



熊倉由梨  
(くらゆり：JC2級)

合うピアスが違うといった知識は、お客様に伝えるとより納得していただけている気がします」

記者：トークの質で意識しているポイント等がありますか。

熊倉：「ご褒美やお誕生日など、お客様の購買背景に寄り添い、商品の魅力をお伝えして不安を拭えるように意識しています。質を重視する方、デザインを意識する方、それぞれに合った提案を心が

けています」

記者：今後2級や1級といった上の資格を目指すお気持ちはございますか。

熊倉：「はい。教える立場でもあるため、知識は必要不可欠です。まずは2級から挑戦していきたいです」

記者：これから資格取得を目指す方々にメッセージをお願いします。

熊倉：「3級は幅広くジュエリー全般の知識を学べるので、勉強は大変かもしれませんが、接客のときなど絶対に自分に生きてくると思っています。ぜひ受けていただきたいです」

記者：続いて、熊倉さんは第8回JC接客コンテストの優勝者ですが、コンテストにむけて何か準備はしましたか。

熊倉：「そもそも人前に立つのが苦手ですが、『普段通りでいい』と励まされました。どんな質問が

来ても返せるよう、お店のメンバーに協力してもらい、お客さまが言いそうな質問を出しながら練習を重ねました」

記者：コンテストに出場された時のお気持ちはどうでしたか。

熊倉：「4連覇のプレッシャーは大きく、前日は母に連絡するほど緊張していました。ですが当日は『なるようになれ』という気持ちになれ、会社の皆さんのサプライズ応援で緊張が解けました。いつもの自分の接客ができて、楽しかったというのが一番の感想です」

記者：コンテストに優勝されてから何か反響がありましたか。

熊倉：「多くの方に祝福され、自分の接客スタイルを認めてもらったと自信につながりました。その称号に恥じぬよう、接客レベルを見つめ直す機会にもなっています。また、お手紙で報告したお客様が会いに来てくださったことも、すごく嬉しかったです」

記者：ありがとうございました。

JJA定期業況調査 (第98回)

一般社団法人 日本ジュエリー協会

JJA定期業況調査 (第98回) から読み解く、  
ジュエリー業界の現状と今後

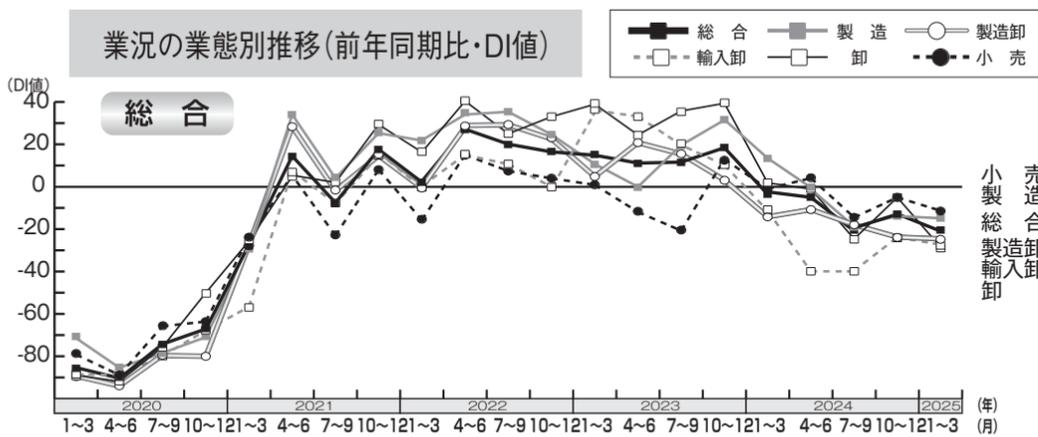
# 地金高騰・関税リスク・展示会依存 …揺らぐ足元、問われる次の一手

2025年1～3月期の「JJA定期業況調査(第98回)」が発表された。本調査は、日本ジュエリー協会(JJA)の正会員820社を対象に、業況や売上、利益などを3カ月ごとに定点観測するもので、今回は212社から回答を得ている(回答率25.5%)。

調査では、2025年1～3月の実績だけでなく、

今後(2025年4～6月)への見通しや現場の声も収集されており、業界関係者にとっては“景気の温度計”ともいえる貴重な資料といえそう。

本稿では、各業態の景況感や数値の推移、回答者のリアルなコメントをもとに、ジュエリー業界の現在地とこれからの読み解いていく。



### 総合DIと業態別動向

注目すべきは、総合業況DI(景況感を数値化した指標)の大幅な悪化だ。2024年10～12月には、19.0ポイントの増加により回復の兆しが見えたものの、2025年1～3月期では前期比で-16.9ポイント減、前年同期比でも-8.6ポイント減と一転してマイナスに振れ、総合DIは-21.4となった。

業態別では「卸売(-24.2)」「製造(-23.0)」の落ち込みが特に目立つ。卸売では「トランプ関税の影響は避けられず(卸)」「コロナ禍以上に悪くなるような気がする(卸)」といった声が複数寄せられており、特に輸入・高額商材に対する逆風が強い。製造業においても「金価格上昇

の影響が大きい(製造)」「地金、材料の高騰で利益率が下がっている(製造)」など、コスト負担が業況を直撃していることがうかがえる。

一方、小売業は唯一のプラス(+1.8)を記録したが、その実態は楽観視できない。「停滞気味の状況が継続(小売)」「展示会が鍵になる(小売)」と、足元の不安定さは業界全体に共通している。

### 売上・仕入・利益率のトリプル減

今回の調査では、「売上高」「仕入高」「利益率」のいずれもが前期・前年同期比ともにマイナスと

いう厳しい結果が出ている。具体的な変化幅を見ると、前年同期比では：

売上高：-13.3ポイント  
仕入高：-8.4ポイント  
利益率：-7.2ポイント  
さらに前期(2024年10～

12月)と比べても、売上高は-19.2ポイント、仕入高は-8.1ポイント、利益率は-8.2ポイントを記録している。

この背景には、「販売単価、仕入れを含め減少。購買意欲の不振が続いている(製造卸)」「利益率が下がっているが、価格転嫁ができない(製造)」といった、現場のリアルな課題感がある。

「トリプルでの悪化」は、販売力・調達力・利益確保力すべてが

落ちてきているというシグナルであり、単なる季節変動とは言い難い深刻な局面である。

さらに、「展示会で高額商品は売れたが、地金価格の高騰により低価格帯に移行せざるを得なかった(製造)」「真珠、地金価格の高騰で予算から外れるケースが増えてきている。(卸)」といった声も聞かれ、単なる販売不振にとどまらず、商品構成や客層自体が変化している兆しもうかがえる。

### 次期(4～6月)への懸念

調査では、今後3カ月(2025年4～6月)の見通しについても尋ねられているが、その結果も楽観できるものではない。総合DIはさらに-2.0ポイント減少の見通しとなっており、慎重な見方が強まっている。

とくに製造・卸・小売の3業態がそろってマイナス予測である点は、業界の広範な冷え込みを物語っている。

「展示会でたまたま高額商品が売れたが、来場者数と買上げ点数は3～5割減(卸)」「1月から

動きが悪くなり、3月末まで回復の兆しかなかった(製造卸)」など、4～5月は例年通り厳しいが、今年は特に深刻というコメントが並ぶ。また、「今後はトランプ関税で景気が悪くなる(製造卸)」「中国経済の下振れも影響し、後半にはさらに厳しくなる(製造卸)」と、外部環境に対する懸念も強い。

「地金価格が更に上がると見て、在庫を増やした(製造卸)」という先手を打つ動きもあるが、それが功を奏するかは不透明だ。

### 見えてきた課題と対処方針

回答者の声を総合すると、現在の業況悪化には共通するキーワードがいくつか存在する。

第一に金(地金)価格の高騰。ジュエリー製品の中心素材である金が高騰すれば、売値は上がるが購買意欲は下がる。結果、「K18の受注が減り、K10やシルバーの受注が増えている(製造)」といった素材構成の見直しが進んでいる。

第二にトランプ関税の影響。国内外の輸出入コストが上がり、「ジュエリーの流通量が減る可能性が高い(製造卸)」「株価や為

替にまで影響が出ており、慎重にならざるを得ない(卸)」と、マクロ経済の影響が業績に直結している。

第三に、展示会への依存度の高さ。各業態とも「展示会の結果が今期を左右する」との意見が目立つが、これは言い換えれば、販路の多様化が進んでいないことの裏返しでもある。

今後の展望としては、商品構成や価格帯の見直し、ECやライブ販売の導入、海外リスク分散といった中長期的な施策が求められる段階に来ている。



機械式時計に、あたらしい予感。

# PRESAGE

# SEIKO

SINCE 1881