

山口 遼氏

宝飾史研究の専門家。1938年北海道生まれ。同志社大学卒業。1961年株式会社ミキモト入社。常務取締役・営業本部長を経て、1994年退任。株式会社ジェム・インターナショナル社長就任。1999年退任し、株式会社リオ・インターナショナルを設立。宝飾品営業、流通産業のコンサルタント、宝石小売業の教育の傍ら執筆活動を行う。



コロナが終わっても
業界の本質は変わらない

今回の新型コロナウイルスの災禍については、当然業界に大きなインパクトはあると思います。しかし、いずれコロナは収まると思いますし、我々の商売の本質は変わりません。よく言われますが、いきなりデジタルになるとか、人と人の触れ合いが無くなるなどということはなく、必ずもとの通りの業界に戻ると確信しています。

宝石というものは、スマホでポチっと買うようなものではありません。勿論そのような市場もありますが、一方で従来の高級品としての市場も存在します。世界的に見てもデジタルで満足しないようなジュエリーを求める人は何割か必ず残ります。その意味でコロナが収束後、業界は真っ二つに分かれるでしょう。そして私自身のことを言えば、スマホで簡単に買えるようなものには関わりたくないし、そちらは勝手にやってください。私はあくまでもきちんとしたジュエリーの世界に関わっていきたいと思っています。

お客様はジュエリーを
欲しがっている

マスメディアの記事を見ていると、日本は今後格差社会となり、貧乏な人が増えて大変だという論調が目立ちます。しかし世界的に見てこれだけ安全で、餓死する人がいないような国は少ないといえます。どこにでも格差はあります。そしてそれが2割か3割か分らないですが、富裕層でジュエリーが好きな人は必ず存在し、需要は十分にあるはず。しかし、提供する側、つまり我々業界がちゃんとしていないことが問題なのです。彼らが欲しいものを提供できていない。

それを業界の側が、需要が減っていると勘違いして弱気になっているといえます。もっと自信を持って良いと思います。

では、きちんとした商品を提供するにはどうしたらよいのか。まず業界が勉強をなさすぎます。ジャパンプレシヤスが創刊100号を迎えるということ

ですが、この雑誌についても読んでいない人が多いのではないですか。海外にいても買い物ばかりして美術館とか博物館をちっとも見ない。もちろんJC(ジュエリーコーディネーター)などで現場の知識もノウハウも上がってきました。しかし現場を統括するオーナーが不勉強です。オーナーこそJCをとるべきです。

一方でお客様は最新の店舗で買い物をして、海外にも行っているのでセンスがどんどん上がっています。極論を言うと、小売店は今の半分くらいの数になって適正規模ではないでしょうか。では残っていく小売店はどこいったところでしょうか。それは商品がきちんとしているところです。何故売れるかという商品の良し悪しであって、オヤジの顔ではないんです。例えば、私がいたミキモトの商品をミキモトの店舗がない地方の専門店に仕事をやると沢山売れます。それはミキモトのような商品がその地方にないからです。今並んでいる商品では目の肥えたお客様は見向きもしない。大手の製造卸が出している商品は皆同じような商品になりがちです。100個作れるような商品では今の時代には通用しません。実際には30万円～50万円のものすら並べている小売店は殆どないのではないのでしょうか。

業界に女性が少なすぎる

売り方についてもホテル催事などではなくて、お店に来てもらうということが重要です。世界的に見ても月賦販売、ユーザー展、ホテル催事、旅行催事、外商みたいな売り方はないです。韓国や中国でも「何ですかそれは?」と言われます。しかしそれが日本のメインストリームになっている。さらに業界

の課題として顧客の高齢化が挙げられます。次の若い世代を開拓しきれていない。その理由は次の世代のセンスについていけてないからです。顧客のセンスのレベルは昔と比べて格段に上がっています。そこに相変わらず業界では「ダイヤが〇〇キャラです」とか、「ルビーが云云かんぬんです」などと言っています。そういったことより“これが私に似合うかどうか”が重要なのです。業界が鑑別業界に頼りすぎてきたからです。このように今の業界が素材第一主義で、デザインや付加価値が軽視されてきた理由の一つに、“女性が少ない”ことが挙げられます。勿論社内には多くの女性スタッフいますが、いくら良いデザインを作ってもオヤジが選ばないのです。まだまだ宝飾業界にはかけそばを食っているようなオヤジが多すぎます。

そもそも業界の規模が1/3になったのに何も反省をしないで誰かのせいになっている業界がありますか。本来ならば自分の商品が悪いのではないかと反省をするべきです。それをしないで、ただ18Kを10Kにしようとか、百貨店の6階から1階に降りようとか、はっきり言えばあれはアクセサリーです。昔は金工といえは絵や音楽と並ぶ芸術だったのです。もっと業界を挙げてそういったジュエリーをまじめに作っている人、素晴らしいデザインしている人に報いるべきで、売りもしないのに売れるものを作れ、良いものを作れというのは無理難題です。

もう一度言いますと、消費者のジュエリー離れなどとすぐに言われますが、私に言わせればあなたの持ってくるジュエリーは買いたくないというだけです。3年前のデザインのジュエリーを勧めては消費者に失礼です。そしてそれをすぐに値引きしますが、そんなことで売れる時代は終わっています。そんなことが今の業界の本質的な問題ではないのです。消費者はまだまだジュエリーを欲しがっている。自信を持ちましょう、そして勉強をしましょう、売る側がグラグラしていて、売れるわけではない、もうジュエリーは売れないと、市場は回復しないと思っている方は、どうぞ引退してください。これにつきます。

——有難うございました。