イタリアの鑑定機関がラボグロウンダイヤモンドを使用した詐欺を報告

イタリアの宝石鑑定機関Gem-Tec(ジェムテック)は、イタリア国内でラボグロウンダイヤモンドが天然ダイヤモンドとして販売されている可能性があると業界に警告した。

同鑑定機関は、3点のダイヤモンドがGIAの天然ダイヤモンドのレポートを添付して同研究所に提出されたと発表。Gem-Techがダイヤモンドの重量を測定したところ、それはGIAのレポートに記録されている重量とほぼ同一であった。ダイヤモンドにはGIAロゴの入ったレーザー刻印も確認でき、Gem-Techが以前に確認している他のGIAレポート付きのダイヤモンドと一致する刻印だったと説明している。

しかし追加の検査により、ダイヤモンドがグレーディングレポートと不正に

組み合わされていたことが判明し、レーザー刻印は偽造されたものであったことが分かった。

同研究所がダイヤモンドの蛍光性を調べるために紫外線を使用したところ、GIAレポートには蛍光性が「Faint」と記載されていたのに対し、実際のダイヤモンドは不活性であることが判明した。その後、分光光度分析を使用して検査したところ、化学蒸着法(CVD法)のラボグロウンダイヤモンドに一般的に見られる、独特の緑色がかった蛍光やその他の特徴が確認されたという。

同社がこのGIAレポートの番号をGIAウェブサイトのデータベースと照合したところ、Gem-Techに提出されたダイヤモンドとはわずかに異なる他の天然ダイヤモンドに対して発行されたレポートであったことが分かった。

「Gem-Techでは、以前にもこのようなことがあったのを確認しています」と述べている。また「悪意のある人間が本物のレポートを再発行したものを入手し、記載されているものではない別のダイヤモンドと組み合わせて使用したのはこれが初めてではないでしょう」と加えた。

今回提出されたのは3点だけだったが、Gem-Techはさらに多くの事例がある可能性があると考えている。

「鑑別のためにそれらのダイヤモンドを提出した顧客は、(サプライヤーから)提供されたのはこれらの3つだけではないと報告した」と同研究所はしており、「他のディーラーは、レポートデータから特定できるこれら3つのラボグロウンダイヤモンドが国内の他の地域で供されたものだ」ともしている。

GIAは、消費者がよく知らない販売者からダイヤモンドを購入する場合、購入を完了する前にGIAでグレーディングレポートをアップデートしてもらう必要がある、と指摘している。

また「いくつかの場所でGIAの不正な刻印が増加しており、偽造の刻印を含むダイヤモンドの状況に応じて、GIAは、提出したクライアント、法執行機関、および公的な通知など、GIAのクライアント契約で概説されているすべてのオプションを考慮します」と付け加えている。

類似のニュースはwatch-jewelry-online.comで読める。

ITALIAビジネスラウンジ IJT2024で

イタリア大使館促進部によるイタリアからの出展企業とのネットワーキングをサポートするパビリオン「ITALIAビジネスラウンジ」(東2／No.15-9)が、IJT2024に登場する。

これまで2015年～2022年までは「南イタリアパビリオン」、2023年はイタリア全州を対象とした「イタリアパビリオン」として形成され注目されてきたが、2024年はイタリア出展企業(6社予定)のプロモーションとビジネスマッチングの機会が提供される。

イタリア・トスカーナ地方で約3000年前に栄えたエトリア時代の歴史的伝統工芸「マードレヴィタート(金線・粒金細工)」を使った繊細なデザインのハンドメイドジュエリーで有名なメーリ・ジョイエッリ社は、1922年にフィレンツェで創業したジュエリー工房。ルネッサンス時代に発祥の「フィレンツェ彫り(透かし彫り、浮き彫り、彫り込み)」の技術を使ったコレクションや美術的価値のある細蜜画も扱っているほか、自社工房において熟練のジュエリー職人の手作業によるK18ジュエリーの製作も行っている。

米国を拠点に「世界に一つだけ」のジュエリーをコンセプトに高品質のオーダーメイドジュエリーを専門にしている「Vitolo Jewelry Artisans」は、ハイクオリティとクラフツマンシップが叶えるコレクションを揃えている。

革新的なデザインとイタリアの職人技で世界のセレブを魅了する人気のラグジュアリーブランドであり、伝統的な手彫り技法と現代的な工夫を融合させたエトルスカン・コレクションをはじめ、洗練されたデザインと抱り抜いた最高級のブライダルジュエリーの「プリンチ・ペッサ」コレクションのオリジナル性豊かなコレクションは注目だ。

ファッションブランドによるジュエリー市場参入がトレンドに

ベインアンドカンパニーとイタリアの文化とクリエイティブ業界をリードする企業が集まるアルタガンマ財団による最新のレポートによると、2023年に全世界のラグジュアリージュエリー市場規模は300億ユーロ(約4.7兆円)に達し、経済の不確実性の中で、ブティックジュエリーは投資価値を証明したと発表した。

個人ラグジュアリー品市場の中で成長が最も目立つものの一つとして、ブティックジュエリーはここ数年ジュエリービギナーを引き付け続けている。過去1年間で多くの高級ファッションブランドが次々とブティックジュエリー市場に進出した。

2023年夏、高級ブランドであるフェンディとサンローランが相次いで最初のジュエリーシリーズを発表した。北欧の高級デザイナーブランドであるトーテムも第4四半期にブティックジュエリーとクラシックジュエリーラインを発表した。2022年10月に初めてブティックジュエリーラインを発売したプラダは、2023年10月に2番目のシリーズを発売し、その中には高級ジュエリーレベルに達したオンデマンドカスタマイズ商品もある。

高級ファッションブランドが発売したブティックジュエリーの価格設定は高価だ。サンローランの最初の高級ジュエリー製品の定価範囲は広く、最高価格は約700万円、最低価格は約12万円となっている。プラダの2番目のブティックジュエリーシリーズの一部の製品の価格は約35万円から約96万円だ。

価格設定として、高級ファッションブランドのブティックジュエリーラインはカルティエ、ブルガリ、ティファニーなどの高級ジュエリーブランドのブティックジュエリーラインと直接競合する。プラダ、サンローランなどの既製服やバッグを買うためにお金を貯めているミドルクラスの消費者でも、それらの高級ジュエリーを買うのは簡単ではない。これら高級ファッションブランドの目標は明確であり、それはもっと多くの富裕層を惹きつけたいということだ。

1990年代から、ディオールを代表する高級ファッションブランドが自ら香水やハンドバッグなどの事業をスタートした。高級婦人服は赤字だが、香水、ハンドバッグなどの製品はヨーロッパ、アメリカ、日本で旅行者をターゲットに成功している。一般的な消費者は高級ファッションを買う余裕があるとは限らないが…。

この続きは、watch-jewelry-online.comで読める。

生成AIによるジュエリーデザインの探求

ナガホリが一般メディアにアピール

㈱ナガホリは、ハウスブランドの「NADIA」、「LA SOMA」、「Sweet 10 Diamond」、「DIAMOND LINE」、「Kanakaido」、「彩」をはじめ、インポートブランドの「Zoccai」、「KORLOFF」、「ANNAMARIA CAMMILLI」、「SCAVIA」、「ROBINSON - PELHAM」のほか、ブライダルブランドの「Only you」、「PROPONERE」、「Marie et - Marie」、「rose mariage」、「WISP」などを一般メディアなどに紹介するイベントを1月12日に本社ビルで開催し、新たなチャレンジとして手ごたえを得た。

同イベントは一般紙誌へのアプローチを行い、取り扱いブランドの露出度を増やし、ブランドを取り扱う小売店に繋げていくことを目的としたもの。

ブランドごとの特徴がわかるように冊子などを豊富にそろえたほか、茂原工場の工場長たちによる製作の説明も行われ、より分かりやすく興味を引く設えが整えられていた。

既にナガホリでは生成AIによるジュエリーデザインを取り入れており、ものづくりだけではなく、どのようなサービスを展開できるかなど様々な試行錯誤を始めており、今後の活用に期待されている。訪れた各社メディアからも注目され、ジュエリーへの興味をより広めることができたようだった。

一般メディアを通し、より消費者へアピールする試みは今回が初となるが、今後はより消費者に対するブランドアピールも行っていきたいとしているが、現在では年に複数回開催するようなことはないとしていた。

■令和6年能登半島地震に向けた各時計メーカーの支援の取り組み

セイコーグループ㈱は、令和6年能登半島地震により亡くなられた方々に謹んでお悔やみ申し上げるとともに、被災された方々に心よりお見舞い申し上げ、1月9日付で被災地での救援活動、復興支援に対し1,000万円の寄付の実施を発表。また、グループ各社にて社員募金を実施し、集まった募金に会社から同額を加えて寄付するとしている。

同じく、カシオグループは被災者の方々の救済と被災地の一刻も早い復興に貢献するため、1,000万円を特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォームへ寄付することを1月10日付で発表した。

シチズン時計㈱は、被災された方々や被災地の支援活動に対して1,000万円を特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォームに寄付することを1月11日付で発表。さらに、グループ会社のシチズン電子㈱より空気清浄機50台と、シチズン・システムズ㈱より体温計3,500本、血圧計1,000台を支援物資として提供することを決めた。

イラスト chabico

路傍のカナリア109

能登半島地震により被災された皆様にお見舞い申し上げます

世事雑感

◎　テレビは我々に何を届けているのだろうか　幼児から青年までの柔らかい心に何を刻み込んでいるのだろうか

地震によって横倒しになったビル、柱から壁まで破壊されて屋根だけが地面に残った家屋、ひび割れデコボコにうねり寸断された道路、あたり一面がれきが積み上がり折り重なる電柱、津波の被害に落胆する人びとの表情、空港で炎に包まれて真っ赤に燃える旅客機、追突されて火の玉になって滑走する小型機

どれもこれも非日常の惨事の映像が繰り返し繰り返しテレビから流れてくる。我々は確かにそれを見ているが、見せられてもいる。幼児ならば尚更に否応なく見せられている。

その受動的な形で心の中に刻み込まれた映像は、いつかどこかでフラッシュバックのように現れてこないだろうか　平穏な秩序だった光景の中にぐにゃりと歪んだ惨事の映像が無意識に重なることはないだろうか　精神の病というものはこんなところに芽があるのかもしれない。私事になるが深夜異音がして窓を開けたら真っ赤な空間が目に飛び込んできた。若い頃の話だが今でも鮮やかに思い出す。近隣の火事だったがそれ以来疲労が重なるとうなされるように火事の夢を見るようになった。映像がもつ力というかエネルギーを思案すれば、柔らかな心にはたぶん見せてはいけないものがあるのだろう。心が自立して映像というものとの間合いを取れるようになるまで保護者の細心の配慮が必要ではないか。そんなことを被災地の報道を見ながら考えている。

お店とお客様の橋渡しができる!!
販売員さんご紹介します！
BICO・GHI株式会社
エムシージーマネキン紹介事業部
東京　TEL:03-3409-6954
札幌　TEL:011-219-0758
大阪　TEL:06-6348-1020

◎　振り込め詐欺、高齢者住宅宝石店への窃盗強盗殺人、投資勧誘詐欺、マルチ商法、悪質ホスト

この犯罪的行為の加害者もそして投資にのめり込む被害者にも働いているのは「手っ取り早く儲ける」という心理である。と言ってこの心理は不法な世界にだけ広がっているわけではない。今年から始まった新NISAにしたところで非課税枠の株式投資金額が従来よりも4倍に拡大された制度であるから合法というだけで、その利用心理としては繋がっている。ようやく日本でも本格的に「貯蓄から投資への流れが本格化してきた」という論評を読むと間違いではないが、いささか楽天に過ぎる感がある。

合法も非合法も一つの塊になって日本の社会の中に根を張っていきそうな「楽して儲ける心理」がこれからどんなふうに変容していくのか、是非は別にしても見ておかねばならないと思う。

ごくごく平凡に暮らしなにがしかの余剰を貯金として積み上げていくという地道な生活の姿勢が愚かしく映るようでは社会の中に不穏な波乱を含むように思える。とはいえこの私の危惧は昭和のアナログ老婆心と揶揄されるかもしれないが。

貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com