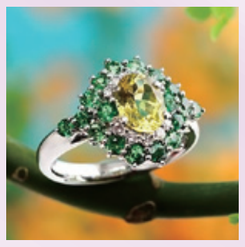
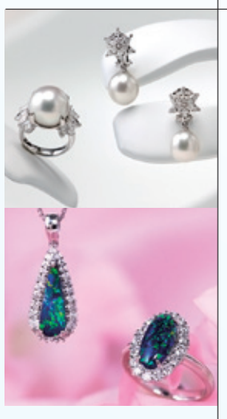
宝石を通して人と人の縁をつなぐ

[インタージェム会長佐藤郁雄]





全国各地から注文を受けるジュエリー・リフォーム

「ジュエラーとして世界に通用する企業」との思いが込められた仙台・青葉区にあるインタージェムは、1975年に創業した。宝石・貴金属の販売から宝石デザイン、アンティーク・美術工芸品の販売などを手掛け、今年の3月で40周年を迎える。

ジュエリー・リフォームにおいては、1985年頃から開始。「リフォーム・オーダー展」を年に2回開催するなど早くから取り組んでいる。

佐藤郁雄会長は「ジュエリー・リフォームは、高額で費用がかかると躊躇している人が多いように感じますが、インタージェムの場合一部条件があるものの、インタージェムでご購入頂いた商品に限りサイズ直しと新品仕上げ、ロー付などは無料で賜っています。無料の範囲を超える場合は見積もりを出させて頂きますし、料金費用も一律でホームページにも掲載しているので安心してご利用頂いております」と話す。

リフォームの一例では、お土産にもらったオパール石を埋め込んだシルバーリングのサイズ直しで、何処の店でも断られた商品などでも依頼を受け、多くの人から喜ばれていると話す。また注文後においても、費用や納期をはじめ、その都度画像を添付するなどして途中経過報告などの連絡も欠かさない。その内容をオーナーズノートとしてホームページで掲載していることもあり、仙台に限らず全国にいるリフォームや修理を望む多くの人から注文や問い合わせを受けている。

また佐藤会長は「形見に貰った指輪や帯留めなど古いものの中には、今では希少な細工のものもあり、今後も大切にお使いいただきたいとアドバイスをしています。石だけ持っていて加工した方がいいか迷っている方には、その石の価値を正しく判断しアドバイスすることが、我社の使命だと考えているのです」とし、その人それぞれに見合ったリフォームで、マニュアル通りにいかない難しさもあるが、喜ばれていることを実感しているという。

正しい情報を伝えるのがジュエラーとしての義務

佐藤会長は、東北工業大学電子工学科を卒業後、GIA-G.GとFGAを取得。ジョージ・シュッツジュエリーデザインコンテストで特選を受賞している。日本ジュエリー協会の理事・常任理事を務め、ジュエリーコーディネーター部会長を6年間務め、昨年3月にお世話になったJJAを退会している。母校東北工業大学ライフデザイン学部の非常勤講師も務めた。

デザインへの思い入れも強い。それは、人と人とを結ぶ言葉では表せないカタチ、娘へ受け継がれるカタチや孫へ継承されるカタチ、妻や恋人へ気持ちや想いを伝えるカタチ、夫婦の絆、家族愛などのカタチと様々で、ジュエリーには人が生きていくための愛や勇気が詰まっているものだということを、販売からリフォーム、修理、オリジナルジュエリーの制作など全ての過程において忘れてはならないことだと話す。

そんな愛や想いの詰まったジュエリーを販売する上で、大切にしなければならないことの一つとして、「情報開示」を挙げている。

日本ジュエリー協会(JJA)と宝石鑑別団体協議会(AGL)が、1994年6月1日に「宝石もしくは装飾用に供される物質の定義および命名法に関する規定」をホームページ上に掲載。処理をエンハンスメントとトリートメントに分類するガイドラインを決め、鑑別書に表記するようになったが、2004年9月1日よりエンハンスメント、トリートメントという分かり難い表現はやめ、鑑別書に明確な処理内容を開示コメントして表記することになった。

インタージェムは、ホームページに「宝石の情報開示」としてエメラルドの非処理天然石を探すのは不可能に近いことだと告げ、アクアマリン、ルビー、サファイア、シトリン、・クォーツ、ピンク・トパーズ、ブルー／グリーン／イエロー／トルマリン、ゾンサイト(タンザナイト)は通常、色の改善を目的とした過熱が行われていること、ブルー・ベリル、イエロー・クォーツ、スモーキー・クォーツ、クォーツ・キャッツアイ、クンツァイト、ブルー／グリーン・トパーズ、レッド／ピンク・トルマリンは通常、色の変化を目的とした人為的な照射処理が行われていること、多結晶質天然クォーツのほとんどの色は色素による着色処理または加熱がなされていることを開示している。

そして、このような「処理石」は、宝石としての価値が全然ないということではなく、美しい天然石の潜在能力を最大限に引き出しているもので宝石としての価値を十分に秘めていると説明している。

これらを情報開示した当初、業界内からは「そんなことをしたらジュエリーは売れませんよ」といろんな人から言われたそうだが、きちんと説明すれば、情報開示によって商談がなくなるケースはこれまでに一度もないという。はじめて情報開示した時は、多少心配はあったというが、売り手も買い手も納得でき、より良い商談へ繋がるとしており、それ以来すべての正札にその宝飾品に使用されている宝石の処理内容を表記し、いち早く情報開示に対応している。

佐藤会長は、「正しい情報をお客様にお伝えするのがジュエラーとしての義務だと考えています」とし、鑑別書に表記すれば良いということではないとしている。

ホームページでは、パライバトルマリンの定義やキンバリー・プロセスとシステム・オブ・ワランティーなどの説明もしている。

基準が不明確な「花珠」について

また、インタージェムでは、明確な区分け基準が無い真珠に、花珠表記の付いた鑑別書を添付したり、「花珠」というセールストークを使用して販売しない。

理由としては、JJA発行の「ジュエリー用語辞典」にある「花珠」の説明だと、【養殖真珠で色調加工などを施さなくとも極めて上質の珠。非常に少なく養殖漁場でも殆ど上がらない。しかし、近時は色調加工をした珠で、傷がなく、形、巻き、照り、色の良い最上級品質のものを指して準花珠と称するが、明確な基準はない】と書かれているからとしている。

JJAとAGLで合意した2011年4月の改訂版「真珠の定義および命名法に関する規定」にも花珠という言葉はどこにも使用していないからである。

まとめ

宝石については、いろんなところから図鑑や本などが販売されているが、販売する側(流通含む)が正しい知識を備えているかは度々業界人から疑問視されている。

赤い石はその昔、すべて“ルビー”とされていた時代もあり、研究や技術によって変化することもある。正しい情報を学んだ上で、正しい情報を消費者に伝えることは、現代社会においては、既に当たり前。日本ジュエリー協会や宝石鑑別団体協議会などでは規定や規則などを設けている。規定や規則が甘ければ、見直すか加えて広めることが必要であろう。そして規定や規則をどれだけの人が正確に熟知しているのだろうか。規定や規則を正確に知り、広めていくことが現在の大きな課題ではないだろうか。誰にも伝わらない規定や規則、注意喚起を行えない業界を誰が守れるのか。モラルだけでは到底難しい問題である。これからを生き抜くためにも、次世代へ引き継ぐためにも、そしてジュエリーを楽しんでもらうためにも、規定や規則を学び、いま一度「情報開示」については考えてみるべきではないでしょうか。

(取材:藤井勇人)

佐藤郁雄
インタージェム代表取締役会長
米国宝石学GIA.GG
米国宝石学協会F.G.A
米国宝石学会デザインコース卒
米国宝石学会パールコース卒
ジュエリーコーディネーター3級

宝石プロフェッショナル
インタージェム
〒980-0021 宮城県仙台市青葉区中央2-1-5 青葉21ビル7F
tel. 022-222-7368

Kashikey
Diamonds, Colored gemstones, Pearls and Fine Jewelry
株式会社 柏 圭　〒105-0004 東京都港区新橋 2-19-3　TEL 03-3575-0810(代表)