

ひょうぶ(企業探訪) ②

2022学生が聞く

愛着持つ人増やしたい

真珠の生産から加工、販売まで一貫して手がける。国産アコヤ真珠のうち品質の高い一級品の約4割を取り扱うなどシェアトップを誇り、長年、業界をけん引してきた。武庫川女子大の赤岡仁之教授のゼミ生が、大月康史取締役を訪ねた。

「若者のジュエリー離れをどう見るか。」
 「日本のジュエリー文化は、資産的価値の面からも生活と密接な関係にあった欧米に比べて歴史が浅く、普段から身に着ける文化はあまり定着していません。現在流行しているファストファッションとは感覚的に合わないのでは、という危惧もあります」

「日本では着けて行く場も少ない。親の影響も大きいと思います。今の40代くらいからは、憧れから真珠

を身に着けたい、という感覚も薄れている。ジュエリーのアプローチも必要です」

大月真珠(神戸市中央区) 大月康史取締役(56)



大月真珠の大月康史取締役(左)を訪ねた武庫川女子大3年の穴吹実愛さん(右)に、神戸市中央区港島中町6、大月真珠

「アプローチの方法は、

メモ
 1930年創業。従業員278人。真珠取扱量は業界トップクラス。2021年11月期の売上高は101億4500万円。23年春採用予定は4人。神戸市中央区港島中町6の4の1。☎078・303・2111

真珠を一粒一粒丁寧に選別する社員



10年後に欲しいと思っても買えない商品づくりをしています」

「業界のけん引役としての役割も重要だ。」

「成人式や冠婚葬祭など人生の節目をきっかけに、真珠を着けてみようかなと思ってもらえれば。簡単に手に入るといよりは、憧れの商品であってほしい。ターゲットは、20代後半くらいからをイメージしています。真珠のイメージを大切に、学生の皆さんに、

「真珠は養殖から商品化まで最低3年以上かかり、自然相手なので生産の調整も難しい。常にリスクがあります。生産者が真珠をつくり続けられるよう、需要が少ないときは買い支えるなどして、需給を安定させるのがわれわれの役割です。需要は圧倒的に海外が多いですが、国内でも憧れや愛着を持つ人がもつと増えてほしいですね」

(まとめ・赤松沙和)

