

報道関係者各位

日本に居ながらにして中国市場へのアプローチが可能に！ ジャパンジュエリーフェア 2024



– WeChat ライブ配信&マッチング及び有力バイヤー招へいイベントを今年も開催。
初開催の有力バイヤー招へいに加え、有名 KOL を招いて、中国本土のバイヤーに向けたライブ配信を実施！ JJF 開催前日には、(株)ナガホリへの工場見学と小売店見学も実施。

JJF2021 で初めて開催し好評を得たインフォーマ マーケッツの中国オフィスが所有する WeChat プラットフォームを活用したマッチメイキングイベントを、ジェトロ（日本貿易振興機構）主催のもと JJF2024 でも引き続き開催することが決定した。JJF の会期中、21 社の選ばれた出展社ブースにカメラが入り、*48,000 を超える WeChat フォロワー（在外中国人バイヤー）に対してライブ配信&マッチング行う。

また、今回初めて開催するバイヤー招へいイベントでは、有力バイヤーを中国本土より招へいし、参加企業（JJF 出展社）との直接的なアプローチの場を提供する。

JJF2024 の開催前日の 27 日（火）には、日本の宝飾市場への理解をより深めてもらうべく、(株)ナガホリ協力のもと、同社の茂原工場への工場見学と銀座の小売店をめぐるツアーも開催を予定している。ツアーはジュエリーの製造工程と売り場を 1 日かけて視察する。

本年度初めて行う有力バイヤー招へい事業は、中国本土より有力バイヤー 5 社 8 名を招へい。中国本土の上場企業を始め、中国本土に 1000 以上の店舗を所有する企業や、中国無錫と蘇州の最大ブランドを招へいし、JJF2024 会期中の企業との商談の場を提供する。今回が初めてとなる本取り組みが有益なものとなるよう、インフォーマ広州オフィスからもスタッフが 3 日間サポートに入る。

ライブ配信では主に参加企業が商品の紹介を行っていくスタイルだが、今回は日本で活躍する在日有名 KOL の 2 名が、司会進行役として参加することが決定し、そのやりとりも注目の一つ。

1 日目と 2 日目の司会進行を担当するのは林晶雪（リンショウセツ）氏。中国出身で、2011 年に来日。大学ではデザインを専攻し、卒業後は宝石商社に入社。宝石販売の企画、運営、デザインに携わった後に独立。自身のジュエリーブランド「ORIN」を立ち上げ、現在はブランドオーナー兼デザイナーとして活動。主にネット通販でジュエリーを販売し、中国本土でも多くの顧客を持つ。また、中国の KOL と協力してライブ配信で商品を販売するなど、豊富な経験の持ち主。

3 日目の司会進行を担当するのは林萍在日本（リンピンザイリーベン）氏。同氏は中国の SNS「Weibo」「RED」「taobao」の総フォロワーが 2024 年 7 月現在で約 700 万人という、トップクラスの在日中国人 KOL だ。

今回の企画について、JJF 主催社であるインフォーマ マーケッツ ジャパン（株）代表取締役のクリストファー・イブ氏は次のようにコメントしている。

「新型コロナウイルスによる渡航制限が続く中で、B2B バイヤーとのネットワーク構築を支援したいという思いから始めた本イベントは、今回で 5 回目を迎えます。ここ数年、宝飾業界ではデジタルシフトが急速に進み、販売方法の多様化や新たなビジネスの台頭など大きな変革が起こっています。そのような中、デジタルとリアルの両面において海外バイヤーとの商談を活性化させる場として、本イベントの重要性を実感していただけるでしょう。市場の変化と共に海外ビジネスの重要性が増している今、迅速に顧客にアプローチできる状態を保つことがますます重要です。本イベントを活用することで、展示会の開催前から SNS を通じて海外バイヤーへの事前アプローチが可能になり、展示会後も繋がりを維持することができます。

過去に参加された企業が本イベントを効果的に活用し、成果を上げている姿を多く見てきました。これから参加される皆さまも、この機会を最大限に活用し、ビジネスの成長につなげてください。オンライン配信で興味を持った出展社の商品は、ぜひ東京ビッグサイトで直接ご覧ください。ライブ配信とは異なる、会場の熱気を体感していただけることでしょう。皆さまのご来場を心よりお待ちしております。」

当日のライブ配信を目前に、専用のグループチャットが先日オープン。既に公開されている出展社紹介で、気になる商品を見つけたバイヤーは、事前に出展社とコンタクトを取ることが可能になる。ライブ配信の視聴は WeChat から視聴専用の QR コードを読み取って参加する。本イベントに参加経験のある企業に加え、初参加の企業も多くみられ、クオリティーの高い「メイド・イン・ジャパン」のジュエリーが大いに注目されることだ。ライブ視聴中の視聴者に特典が与えられる抽選も用意されている。JJF の会場内で、昨日に好評だった参加企業だけの特集を組んだカタログも配布予定で、当日会場でライブ配信の企業を促す仕掛けにもなっている。参加企業は別紙にて。

*メーカー、製造、卸、小売り、輸出入、エーгент、デザイナー、百貨店、ギフトショップ、研究所、協会団体、EC 業者、コレクターなどのフォロワーが対象

– 中国 E コマース業界の最大手である“アリババグループ”が展開するオンラインモール『タオバオ』の海外ジュエリーの販売責任者が、現役で活躍する KOL やショップオーナーと共に、今年も来日することが決定！

2023 年に引き続き、中国 E コマース業界の最大手である“アリババグループ”が展開するオンラインモール『タオバオ』の海外ジュエリーの販売責任者が、現役で活躍する KOL やショップオーナーとともに今年も来日することが決定した。

日本の企業が気になるであろう、中国の E コマース市場におけるジュエリー販売の最新トレンドを始め、以下の 6 つの項目について解説する。

世界の経済状況も大きく変わる中で、今後の中国市場において、日本のジュエリー企業がどのように新たな突破口を見出せるのかなど、タオバオの責任者が登壇し話す内容は必聴だ。

『変わりゆく中国市場における ジャパンジュエリーにとっての新たなビジネスチャンスとは？』

アリババグループ
タオバオライブ海外ジュエリー業界担当責任者

灵隠（レイイン）氏



○日時：2024年8月29日 10:50-12:00

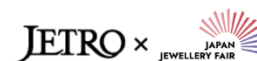
○会場：展示ホール内イベント会場

○言語：中国語（日本語逐次通訳有）

○お申込み：聴講無料 / 事前登録制

- 1.2024年のタオバオにおける世界のジュエリー市場規模と消費動向
- 2.2024年タオバオにおける日本ジュエリーの市場規模
- 3.中国消費者の日本ジュエリー購入需要の変化は？
- 4.日本のジュエリーは中国市場でどのように新たな突破口を見出せるのか？
- 5.中国のEコマースでの日本宝飾業者の成功事例を紹介！
- 6.日中宝飾業界の新たな協力体制に関する提案

【ライブ配信参加企業】



8月28日（水）

(株) 近藤宝飾
(株) 望月宝飾
(株) 一丸ジュエリー
(株) 梶田
(株) ユニズン・マヌファ
クチャリング
(株) ジュエリー・ミウラ
(株) ルーチェミヤ

8月29日（木）

(株) ナガホリ
(株) ヤック/キャスミン
螺鈿と漆のジュエリー
(株) カジ・インターナシ
ヨナル
(株) アベジュエリー
(株) オーロラ
(株) Jメイク

8月30日（金）

(株) 安藤製作所
(有) FUN ARTS
TRADING/GOLDON
(有) パールジュエリーいとう
(株) 赤坂ユニベース
東京真珠 (株)
SAKU JEWELRY JAPAN (株)
(株) 川辺宝飾

【開催概要】

名 称：ジャパンジュエリーフェア 2024 (JJF2024)
会 期：2024年8月28(水)～8月30日(金) 10:00～18:00 (最終日は17:00まで)
会 場：東京ビッグサイト 東1・2ホール
主 催：インフォマ マーケッツ ジャパン(株)、(一社)日本ジュエリー協会
後 援：経済産業省、日本貿易振興機構(ジェトロ)、日本商工会議所、
(公社)日本ジュエリーデザイナー協会、(一社)日本真珠振興会、
プラチナ・ギルド・インターナショナル(株)、(一社)日本金地金流通協会、
(一社)日本時計輸入協会、全日本時計宝飾眼鏡小売協同組合、
(一社)日本メンズファッション協会、(公社)日本通信販売協会

【本件に関するお問い合わせ先】

JJF 運営事務局 / インフォマ マーケッツ ジャパン株式会社 担当: 櫻井

TEL: 03-5296-1020 E-mail: hiromi.sakurai@informa.com Website: <https://www.japanjewelleryfair.com/>



一般社団法人日本ジュエリー協会

