

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	420	配信日	2024/7/16	ジャンル	接客
テーマ	買い逃しについて				

今回は、前回に引き続きまして、直営店の「買い逃し」に対する考え方を共有させていただきます。

「3つの無い」をつぶす

A 時間が無い B 決裁権が無い C 身分証が無い

情報収集の段階でこの3つを潰しておかないと、金額提示後、お客様に逃げられる理由となってしまいます。金額提示後に「3つの無い」の話が出た時点で「あなたには売りたいくない」と思われてしまっています。

第一印象、話し方、関係構築不足など要因は色々考えられますが、本来この「3つの無い」で逃げられることはありません。逃げられる前に、事前に情報収集、関係構築で潰しておきましょう。

本当にABCが「ない」お客様なのか、「あなたには売りたいくない」と思われてしまっているお客様なのか、見極めることが非常に重要です。そのために、情報収集の段階で確認する＝潰すことを徹底してください。

- Aを潰す例 「今日はお休みですか?」「この後のご予定はありますか?」など
- Bを潰す例 決裁権の確認をする 「今日は金額見合った場合、〇〇様が決めていただけますか?」
- Cを潰す例 身分証の有無を確認する ※必ず売らなきゃいけないと思われ、警戒される可能性があるため注意

それでも3つの無いが出てきてしまったら・・・（本当に無いとして）

A: リミット、理由を聞く（具体的に何時までに出ないといけないのか）
自分のために時間を延ばしてもらえないか確認
→関係構築・情報収集後、フロントトークと一緒に聞くとスムーズ
「本日一生懸命査定させていただくので、金額見合った場合はご売却いただけますか?また、先ほど〇〇という理由でお時間が限られているとお伺いしましたが、もう少しだけ私にお時間いただけないでしょうか?」
それでも難しければ、預かりの提案を必ずする。

B: 今、電話越しの決裁者に繋いでもらえないか確認。
金額提示を始める時には電話を繋いでおきたい（説明や根拠を決済者に聞いてもらえるため）
なぜ頼まれたのか、決裁者との関係を確認する。
夫からのプレゼントで決裁者は自分だけど、一応夫にも確認したい。などで逃げられるケースが多い。
→このようなケースは決裁権が無いように見えるが、買い切れる可能性がある。

C: 本当にないのか。リピーターであれば過去の履歴があるか確認。
自宅まで取りに帰ってもらえるか。
預かりの提案→預かりをする場合は必ず引き出しをかける。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	421	配信日	2024/7/18	ジャンル	商品知識
テーマ	シャネルが生み出したアイテムの歴史				

今回は、ファッション界の頂点に君臨する存在となったシャネルの代表作「香水 No.5 の誕生」と“黒＝喪の色”というイメージを覆した「リトル・ブラック・ドレスの誕生」についてお伝えします。高額査定になるシャネルのお持込時に、お客様に熱く語り、権威付けとして活用していただければと思います。

◆シャネルの歴史

創業者であるココ・シャネルの歴史は、1910 年に「シャネル・モード」という帽子店のオープンが始まりです。その後、様々なアイテムを誕生させ、世界のファッション業界や当時の女性ファッションに革命を与えました。



1921 年「No.5」の誕生

シャネルの顔とも言われる「No.5」
シャネルは当時の香水市場には存在しない独自の香りを創り出すことを目指し、フランスの調香師「エルネスト・ボー」と手を組みサンプルを作り始め、80 種類以上のサンプルが提案されました。名前の由来は、「サンプル番号が 5 番だったから」
また、「No.5」は 20 世紀に最もセクシーと言われた女性：マリリン・モンローが就寝前に必ず使用していたと言われています。



1926 年「リトル・ブラック・ドレス」の誕生

シャネルのブランドコンセプトは「女性の服の解放」「古い価値観にとらわれない自由で自立した女性像」
そこで、シャネルが目をつけたのは、「黒」でした。
ヨーロッパでは「黒＝喪の色」として認識されており、日常的ファッションに取り入れることはありませんでした。しかし、シャネルは黒のドレスを最先端の色と考え、「リトル・ブラック・ドレス」を発表。その黒の美しさに多くの女優やセレブリティが着用するようになりました。
ココ・シャネルの名言「ファッションとは、上級者になるほど引き算である」とあるように、いろんな装飾をせず引き算をして、シンプルに素材やカタチにだけこだわった「リトル・ブラック・ドレス」は最上級のファッションと言えます。



※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	422	配信日	2024/7/21	ジャンル	商品知識
テーマ	グランドセイコーについて				

さて今回は、メジャーリーガー大谷翔平選手もつけている高級時計ブランド「グランドセイコー」について紹介をさせていただきます！

皆さんはグランドセイコーという時計ブランドをご存じですか？セイコーとの関係は？等、詳しく知らないという方が多いかと思います。

今回はそんな「①グランドセイコーの誕生」と「②スプリングドライブ」、「③豆知識」を紹介させていただきます！

①グランドセイコー誕生

グランドセイコーが誕生したのは1960年、高級腕時計と言えばスイス製と言われていた時代に誕生しました。

誕生の経緯としては、世界に通用する国産最高級の腕時計を作るという志のもとグランドセイコーは誕生しました。

2017年、グランドセイコーはブランドとして独立をしました。



②スプリングドライブ

スプリングドライブとは、セイコーが独自に開発した第3のムーブメントです。機械式時計のぜんまいを利用し、クォーツ式時計に使われる水晶振動子によって時計の動きを制御する自己完結型の駆動システムです。機械式時計とクォーツ式時計の良いところ取りをしたムーブメントです。

1977年から開発がスタートされたと言われていますが、20年以上もの時がたった2004年、遂にグランドセイコー初のスプリングドライブであるキャリバー9R65を搭載したモデルが発表されました。



③豆知識

グランドセイコーは、今や世界に誇る高級時計ブランドです。

グランドセイコーを付けている話題の著名人は、メジャーリーガーの大谷翔平選手です！このような話題も買取トークに取り入れてみて下さい。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	423	配信日	2024/7/23	ジャンル	接客
テーマ	営業に活かせる心理学について				

さて今回は、営業に活かせる心理学についてご紹介させていただきます！

プロスペクト理論

プロスペクト理論は、行動経済学の理論のひとつです。プロスペクト理論の1つに、「**損失回避性**」というものがあります。「損失回避性」とは、「人は得をする喜びよりも、損をするショックを大きく捉える」という特性のことです！

損失回避性

「一つだけの質問による心理学」と呼ばれる実験があります。この実験では、次の2つの選択肢があります。

条件1 ・A：100万円が無条件で手に入る

・B：コインを投げて表なら200万円が手に入るが、裏なら何も受け取れない

皆さんなら、A、Bどちらを選びますか・・・？

期待値はどちらも100万円と同じですが、恐らくほとんどの人がAの選択肢を選んだのではないのでしょうか

しかし条件2として「あなたが200万円の負債がある場合、どちらを選びますか？」という条件を追加すると、いかがでしょうか・・・

こちらでは、大半の人がBを選択しました。

この一連の結果が意味することは、人間は目の前に利益があると、利益が手に入らないというリスクの回避を優先し、損失を前にすると、損失そのものを回避しようとする傾向があるということです。

条件1の場合は、「50%の確率で何も手に入らない」というリスクを回避し、

また条件2の場合は、「100%の確率で確実に100万円を支払う」という損失を回避し、

「50%の確率で支払いを免除されよう」として考えると考えられます。

買取り営業に活かす

例 今日売る動機付けに活かす

★急いで売らなくても良いというお客様に対し、金相場の説明をする場合

「今日は金が200円上がってますので、今日ご売却されるのが〇〇様にとって一番得だと思いますよ！」

こちらのトークを損失回避の法則に当てはめると

「今日は200円金が上がってますが、アメリカの利上げや円安の影響を受けやすく、かなり不安定なんですよ。以前、1日で500円以上下がったこともあるので、今売らないと後悔するかもしれません！」

皆さんは、どちらのトークが刺さったのでしょうか・・・？

このように、危機感を煽る、売らなければ「損をする」と思わせることで、見込みに上げることが出来るかもしれません！ぜひ使ってみてください！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	424	配信日	2024/7/25	ジャンル	商品知識
テーマ	シャネルが生み出したアイテムの歴史 part2				

1980 年代後半～1990 年代前半のバブル時代と呼ばれる時期に大ヒットしたプルミエール！

今回はシャネルが最初に手掛けた腕時計「プルミエール」についてご紹介します。

お客様に熱く語り、権威付けをし、シャネルのお品物をすべて引き出しましょう！！



◆プルミエールの誕生

1987 年に誕生したプルミエールはフランス語で「Premiere」と表し、日本語に訳すと

「最初の、第 1 の」といった意味で、また英語の「プレミア」と同じような意味で使われており、最高位・最高峰を示しています。

特徴的な八角形のケースは、香水「No5」のボトルストッパーからデザインされています。これは、パリにあるヴァンドーム広場の形をイメージしていて、ココ・シャネルが 30 年間を過ごしたホテル・リッツ・パリから見渡せるのがヴァンドーム広場ということで、まさにシャネルの原点と言えます。



◆プルミエールのベルトサイズ

ベルトの形状的に調整ができないので、サイズは「S・M・L・XL」で展開されています。人気のサイズは M で一番需要があるので、比較トークで活用もできますね。

また、サイズはベルトの留め具にある刻印から確認できます。



◆復刻版「プルミエール オリジナル エディション」

初代のプルミエールはすでに廃盤となっていて、35 周年を迎えた 2022 年に復刻盤「プルミエール オリジナル エディション」が誕生。

定価としては約 80 万で販売され、初代プルミエールの定価約 25 万円と比較しても、シャネルのブランド力と人気がうかがえます。

復刻版の登場で、旧プルミエールの存在を知った若い世代や 80 万では届きにくい方が初代を購入するようになり中古市場の需要が上がっています。

お客様にはこれらをお伝えし、買取相場が高い今売ったほうが得であることをお伝えしましょう。

また、新旧の見た目やデザインの違いとしては主に 2 点です。

- ① ゴールドカラーの色味：復刻版はゴールドの黄色味が抑えられている。
- ② リューズ部分： 復刻版はややフラットな仕様に変更。



※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	425	配信日	2024/7/28	ジャンル	商品知識
テーマ	ブランパンについて				

さて今回は、スイスの時計ブランド「ブランパン」について紹介をさせていただきます！
皆さんはブランパンという時計ブランドをご存じですか？今回はそんな「①ブランパンの誕生」
「②世界初の自動巻きレディースウォッチ」、「③元祖ダイバーズウォッチ」を紹介させていただきます！

① ブランパン誕生

ブランパンは時計職人の「ジャン・ジャック・ブランパン」がスイスで1735年に創業した現存する世界最古の時計ブランドと言われております。ブランパンは一度もクォーツ式ムーブメントを使用していない事でも有名です。機械式時計製造に特化したブランドと愛好家から支持されています。



ロールス

② 世界初の自動巻きレディースウォッチ

ブランパンは、レディースウォッチの先駆者としても広く知られております。1930年に世界初の自動巻きレディースウォッチ「ロールス」を発表しました。1956年には、当時世界最小の丸型ムーブメントを搭載した「レディバード」を発表しました。こういったコレクションの登場により、ブランド名が世界的に知れ渡りました。



レディバード

③ 元祖ダイバーズウォッチ

ブランパンは、元祖ダイバーズウォッチを作ったブランドとしても知られております。その元祖ダイバーズウォッチは、1953年に誕生した「フィフティ ファゾムス」というモデルです。同じく1953年に誕生したロレックスのサブマリーナーもありますが、1953年に発表されたのは、プロトタイプで実際のモデルの発表は1954年になる為、まさにフィフティファゾムスはダイバーズウォッチの元祖と言えるでしょう。



フィフティ ファゾムス

※今回は、現存する世界最古の時計ブランドと言われているブランパンについて紹介をさせていただきました。時計を扱う上で原点や歴史を知ることがお客様との会話の中でもプラスになると思います。是非こういった歴史も勉強してみてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	426	配信日	2024/7/30	ジャンル	接客
テーマ	営業に活かせる心理学について				

さて今回は、前回に引き続き営業に活かせる心理学についてご紹介させていただきます！

参照点依存性

参照点依存性とはプロスペクト理論の 1 つであり、価値を「絶対的ではなく、相対的」に判断する心理作用のことです。たとえば最終的に支払う金額が同じであったとしても、元値となる「参照点」から割引されているかがわかるとお得に感じ、相対的に価値を高く感じます。

この心理作用を踏まえるなら、もともと 20 万円の商品が 1 割引で 18 万円になっている場合、単に 18 万円という金額を伝えるだけでなく、参照点となる元値の 20 万円を伝えるほうが、より価値を高く感じてもらえるアプローチになります。

買取り営業に活かす

こちらの心理作用は、買取りの営業とかなり密接な関係があると言えます。

なぜなら、私たちが日々行っている接客において、金額が高いか安いかを決めるのはお客様だからです。

＝いかに、お客様に買取り金額が高いと思わせるか

仕入れを抑えつつ、お客様に「この金額は高い、適正だ」と思って頂くために、比較トークがあります。比較トークは、期待値が高いお客様に対してのトークだけでなく、金額をプラスに伝えるトークでもあります！

例 1

- A 今回のお品物は箱、ギャラが無いので 110 万円になります。
- B 今回のモデルで箱ギャラ無しのものだと、本来 100 万円くらいまで落ちてしまうものがほとんどです。ただ、綺麗に使って頂いていて、タイミングもベストなので、110 万円までお付け出来ました！

例 2

- A 買取り金額 36 万円です。
- B 通常の買取り金額だと 30 万円になりますが、今ならキャンペーンで 20%UP させて頂き 36 万円でお買取りさせていただきます！

以下の例の A と B は、どちらが良いと思いますか？

こちらの心理作用を取り入れると、お品物の瑕疵ポイントを伝えるだけでなく、ポジティブに金額提示をする練習にもなると思います！ お客様にご納得いただき、気持ちよく手放していただくために、こちらこそ是非取り入れてみてください！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	427	配信日	2024/8/1	ジャンル	商品知識
テーマ	シャネルが生み出したアイテムの歴史 part3				

女性用ショルダーバッグを作ったのはシャネルであること。みなさまはご存知でしょうか。

1920 年頃は「女性らしい」ということでハンドバッグがあたりまえでしたが、

「バッグは美しいだけでなく、機能的でもあるべき」とシャネルは考え、ショルダーバッグが生まれました。
そんな今回は、誰もが知る「マトラッセ」についてご紹介します！

◆マトラッセの原点「2.55」

前述にもあるように女性用バッグにチェーンショルダーが取り付けられたのは「2.55」が初めてだといわれています。また名前は 1955 年 2 月の誕生に由来します。また、マトラッセとの違いは 2 点あります。

- ① 金具部分：2.55 はシンプルなターンロック金具、マトラッセはココマーク金具。
- ② チェーン：2.55 はチェーンのみ、マトラッセはレザーが織り込まれている。



◆ダイアナモデルのマトラッセ

身につける物は自国の製品であることが当時のイギリス王室において基本でしたがダイアナ妃が初めて海外のアイテムが取り入れられたことで注目を浴びました。製造は 1985 年から 1994 年頃で、現在は廃盤となっています。

特徴はフラップの周囲にサークル状の太い縁取りラインがあること。

また、マトラッセシリーズは、「ダブルフラップ」と呼ばれる、二重構造の蓋が特徴的ですがダイアナモデルはシングルフラップで、チェーンはシングルチェーン。

サイズは 22 cm と 25 cm モデルの 2 種類です。



◆パリ限定のマトラッセ

パリ限定は 2000 年頃に製造され、現在では廃盤となっているため希少性の高いヴィンテージアイテムです。通常、クラスプ部分のココマークはシルバーかゴールドの一角ですが、パリ限定はゴールドとシルバーのバイカラーです。また、左側がシルバーで右側がゴールドです。

フラップ部分は縁取られているものが多く、フラップはダブルフラップです。

マトラッセシリーズの定価は、20 年前で 20 万円以下、10 年前でも 50 万円以下で購入できましたが、現在は 150 万円を超えるモデルも多数あります。

この価格高騰から、新品で手が届きにくい方が中古品を買うことが多くなり、中古市場の需要も上がって相場も上がっています。

これらをお客様にお伝えし、今売った方が得であることをお伝えしましょう。



※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	428	配信日	2024/8/4	ジャンル	商品知識
テーマ	ジェイコブ&コーについて				

今回は、6月29日に銀座店がリニューアルオープンした「ジェイコブ&コー」について紹介させていただきます。内容は「①ジェイコブ&コーとは?」、「②時計ブランドに革命! ファイブタイムゾーン」、「③最近話題のニュース」の順番でご紹介いたします。

① ジェイコブ&コーとは?

「ジェイコブ&コー」は1986年に「ジェイコブ・アラボ」によって設立されたニューヨークを拠点とする高級宝飾・時計ブランドです。

ジェイコブ&コーは、最初宝飾品ブランドとして設立しました。

有名R&Bシンガーが「フェイス・エヴァンス」が身につけるようになった事をきっかけに世界に名が知れ渡りました。



ファイブタイムゾーン

② 時計ブランドに革命! ファイブタイムゾーン

数々のジュエリーを手掛けていたうちに、愛好家達から時計のデザインも依頼されるようになりました。

ジェイコブ・アラボは時計職人の見習いをしていた経験があり、2002年に本格的に時計業界に参入しました。

プライベートジェットを愛用するセレブからの要望もあり、5カ国の時刻がひと目で判断できる5つのムーブメントを搭載し、気分によって簡単に付け替えのできるカラーベルトと2種類のベゼルが付属するというまったく新しいスタイルの時計「ファイブタイムゾーン」を発表しました。

スーパーモデルの「ナオミ・キャンベル」が身につけた写真が注目を集め、時計ブランドとしても世界で注目されるようになりました。今では、サッカー選手の「クリスティアーノ・ロナウド」や超高級車メーカー「ブガッティ」とパートナーシップ契約も結んでいます。

③ 最近話題のニュース

6月29日にジェイコブ&コー銀座をリニューアルオープンしました。

リニューアルオープンのテープカットセレモニーでは、ジェイコブ&コーの愛好家であるビートたけしこと北野武さんも参加しておりました。セレモニーの際に北野武さんは、「ブガッティ シロン トゥールビヨン」というモデルを着用して参加しておりました。



ブガッティ シロン
トゥールビヨン

今回は、高級宝飾・時計ブランドのジェイコブ&コーをご紹介いたしました。お客様との関係構築のきっかけになりますので、是非色々なブランドを勉強してみてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	429	配信日	2024/8/6	ジャンル	接客
テーマ	営業に活かせる心理学について				

さて今回は、前回に引き続き営業に活かせる心理学についてご紹介します！

サンクコスト効果

サンクコスト効果は、ビジネスやプロジェクトにおいて過去に投じた資金や労力が、現在の判断や意思決定に影響を与える心理的な傾向を指します。英語で「sunk cost（埋没費用）」と表現し、サンクコスト効果は、過去の投資が無駄になることを避けようとする心理からくるものです。サンクコスト効果で言われる投資とは、単純にお金だけでなく時間や労力なども含まれます。

サンクコスト効果の問題点は、「もったいない」という心理学的なバイアスによって、合理的な判断が阻害される可能性がある点です。

例えば、ある企業が新しいサービスを開発し、多額の資金を投じた場合、そのサービスが市場で期待された効果を発揮できない場合でも、サンクコスト効果によって開発にかかった費用に固執してしまうことがあります。その結果、経営が傾いてしまうことも大いにあり得るので、サンクコスト効果には注意が必要です。

買取り営業に活かす

例 20年前に100万円で買った1ctダイヤの指輪を10万円で買取りする場合

このようなお客様から買取りをする場合、まずは10万円が適切である根拠をお伝えすると思います。説明した上で、お客様からこう言われた方も多いのではないでしょうか

10万円になる理由はわかったけど、100万円で買っているからもったいない

これはまさにサンクコスト効果の問題点である、「もったいない」という心理学的なバイアスによって、合理的な判断が阻害されている例です。

サンクコスト効果が発生すると、過去のコストや投資に執着してしまいます。

お客様の視点が過去に向いている状態で、根拠やメリットをお伝えしても買い取る事は出来ません。

ここで私たちが出来ることは、お客様の考え方を、過去から「今」に変えることです！

「もったいない」と思う気持ちはとてもわかります。

しかし、大切なのは「過去」ではなく「今」から考えることです。

皆さん、売ったお金で旅行に行ったり、新しいものを購入したりしています。

〇〇様も、売ったお金でどのように活用するかを是非考えてみてください。

と、お客様の視点を「今」に変えて話をするのが重要です。

そのうえで、今売るメリットやお金の使い道の提案などを行う事で、成約に繋がられると思います！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	430	配信日	2024/8/8	ジャンル	商品知識
テーマ	パリオリンピックに関わる LVMH グループ				

現在、盛り上がりを見せているパリオリンピックですが、ルイヴィトンやショーメをはじめとする LVMH グループが協賛していることはご存知でしょうか。今回は、ニュースなどでも取り上げられていますが、LVMH 傘下のブランドの取り組みをまとめます。ぜひ、お客様の権威付けトークとしてご活用ください！

◆ショーメ（CHAUMET）：メダルのデザイン

すべてのメダルの中央には、フランスを象徴するレクザゴン(六角形)の装飾が埋め込まれ、その周りをファセットカットで描いた光線で囲み、パリの別名として知られる「光の都」を表現。このレクザゴンはエッフェル塔の鉄片から作成した金属を再利用している。

反対の面のメダル絵柄には、勝利の女神のニケやギリシャのパルテノン神殿とともに、パリを象徴するエッフェル塔が刻まれている。(右：銅メダル)
さらに、パラリンピックのメダルにはエッフェル塔を下から見上げたデザインで(左：銀メダル) まさに、パリを表すメダルとなっています。



◆ルイヴィトン：

聖火リレーのトーチ用トランクとメダル収納用トランクやメダルトレイとメダル授与ボランティアの制服をデザイン

トランク専門店として誕生したヴィトンはトーチとメダル収納トランクを手掛けた。トーチ用トランクの外側には 1888 年に初めて発表されたダミエ柄の革が使用されており、メダルトランクにはヴィトンの象徴モノグラムが施されている。メダルトレイにはダミエ柄を採用し、メダルを授与する 515 人のボランティアとメダル・ベアラー（メダルを運ぶスタッフ）のユニホームをデザイン。



◆ベルルッティ：フランス選手団の衣装デザイン

フランス代表選手団が大会開会式で着用する衣装をベルルッティが手掛ける。過去大会の式典に参加した選手たちにヒヤリングを行い、快適さと優雅さを両立したデザインを目指したそう。デザインは、白いシャツとフランス国旗の色を配した下襟のついたミッドナイトブルーのタキシードを採用。

「オリンピック盛り上がっていますね。ちなみに今回のオリンピックは、ヴィトンのグループが協賛していて、メダルの収容ケースはヴィトンがデザイン、メダルはショーメがデザインしているんですよ。表彰式の際は是非、注目してください」とお客様との会話の中に、是非盛り込んでみてください。



※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	431	配信日	2024/8/11	ジャンル	商品知識
テーマ	ラドーについて				

さて今回は、スイスの時計ブランド「ラドー」について紹介させていただきます。
内容は「①ラドーとは?」、「②革新的なモデル ダイアスター」、「③最近話題のニュース」の順番でご紹介いたします。

① ラドーとは?

「ラドー」は 1917 年にフリッツ、エルンスト、ヴェルナーの 3 兄弟が創業しました。創業当初はラドーではなくムーブメント製造を行う「シュルツ・アンド・カンパニー」という会社でした。

1957 年に「ラドー」が設立され、ラドーの名で最初に発表されたコレクションは「グリーン ホース」という時計です。

元々ムーブメント製造業としての実績もあったため、1950 年代末までには世界各国で有名になりました。



② 革新的なモデル ダイアスター

1960 年代にラドーは、ゴールド等のケース素材の脆弱性を問題視しておりました。工工業用に用いる硬質合金ハードメタルに目をつけ、これをケースに取り入れた「ダイアスター」を開発しました。1962 年に傷と無縁な世界初の時計として売り出され、その個性的なデザインが話題となり、ラドーの代表作になりました。



ダイアスター

③ 最近話題のニュース

②でご紹介いたしました「ダイアスター」の 60 周年復刻モデルが発表されました。当時のデザインを忠実に再現し、アップデートを加えて発表されました。ムーブメントには耐磁性ヒゲゼンマイ採用の自社製自動巻きキャリバーが搭載されており、なんとパワーリザーブは 80 時間です。

今回はラドーについてご紹介いたしました。ラドーの時計をよく見かけるけど良く知らない方も多かったと思います。今回をきっかけに是非勉強してみてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	432	配信日	2024/8/13	ジャンル	接客
テーマ	第一印象について				

先日直営店の勉強会にて、第一印象についての話がありました。第一印象は、出会って3秒～5秒で決まると言われています。たった3秒です。人の心理傾向として、**最初に受けた印象が残りやすく、それが後の評価にも響きます**。そのため、今回は「店前」と「挨拶」について共有させていただきます。

★店前についても第一印象に大きく影響します。

こちらの2つのおたからや、どちらが入りたいと思いますか？



恐らく右の店舗の方が入りたいと思った方が多いのではないのでしょうか。店舗の外観もありますが、ティッシュ配りや受付に人がいると、印象が違うと思います。

★入店時の声掛けについて

下記は、お客様の立場に立った時どちらの印象が良いでしょうか？

- ① ティッシュ配り中のスタッフや、受付のスタッフから先にお客様に挨拶をしてきた。
- ② 来店したが、誰もいなかったので「すみません」とお客様から声を掛けたら、バックヤードから査定員が出てきた。

買取店は、一般的に入りにくいと言われています。声掛けをしなかったことにより、来店に気付くことすらできなかったお客様もいるかもしれません。「我々は常に見られて、試されている」という意識を持って取り組むことが大切です！

動的待機の重要性

第一印象を良くするために、「動的待機」と挨拶を徹底してください。ティッシュ配りや店前の掃除などを行い、お客様から見える位置にすることが大切です。→お客様が入店しやすい空気感を作り出すことが重要です。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	433	配信日	2024/8/15	ジャンル	商品知識
テーマ	ネヴァーフル 年代別の定価と高値になるもの				

接客において、お客様の相場感の有無の判断材料は売却経験や入手経路などいくつかあると思います。

そこで今回は、お客様が当時買ったという金額がどれだけ正確かどうか、またプロの査定員としての当時の定価や買取相場の変動を把握するために「年代別の定価と高値になるもの」についてをまとめさせていただきます。

本日は、「ネヴァーフル」についてお伝えいたします。

◆ネヴァーフルについて

2007 年と意外にも最近発売されたネヴァーフルは、3つのサイズで展開。

「PM は Petit Model (W29 H21 D12)」「MM は Moyen Model (W31 H28.5 D17)」「GM は Grand Model (W39 H32 D19)」 素材は、モノグラム・ダミエ・ダミエアズールの3種。

2014 年にはモデルチェンジが行われました。(参照：情報共有メールバックナンバーNo.66)



◆年代別定価 (税込み)

値上げの主な理由は2つで ①原材料費の高騰(牛革の確保が困難)、②為替相場の変動の影響(輸入品に対して円を多く支払う必要がある)です。また、ヴィトンの価格改定(値上げ)は毎年4回ほどの改定と言われています。

2007 年： PM 69,300 円 / MM 76,650 円 / GM 84,000 円

2013 年： PM 92,500 円 / MM 100,000 円 / GM 107,500 円

2014 年： PM 142,500 円 / MM 150,000 円 / GM 157,500 円 *モデルチェンジとともに高騰 10 万円越え

2015 年： PM 152,500 円 / MM 160,000 円 / GM 167,500 円

2019 年： PM 165,500 円 / MM 174,900 円 / GM 183,700 円

2020 年： PM 180,000 円 / MM 189,000 円 / GM 183,700 円

2023 年： PM 236,500 円 / MM 245,300 円 / GM 253,000 円 *20 万円越え

2024 年現在： PM 258,500 円 / MM 268,400 円 / GM 276,100 円

◆人気で高値になるもの

- ・PM サイズ
- ・2014 年モデルチェンジ後のポーチがあるタイプ
- ・定番のモノグラムデザイン



上記の価格高騰から、新品で手が届きにくい方が中古品を買うことが多くなり、中古市場の需要も上がって相場も上がっています。買取相場が高い今売ったほうが得であることをお伝えしましょう。

トーク事例：チラシの 20 万円に期待して来店された方

「ネヴァーフルの販売当時の定価は 7 万円ほどだったのですが、いまでは 27 万円と約 8 倍にもなっているんです。チラシのものは製造年がここ 1 年のもので、定価が高い時期のものなのです。しかしながら、今回のお品物は比較的最近のもので、また中古市場で人気が高い PM なので△△円までお付けできます！」

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	434	配信日	2024/8/18	ジャンル	商品知識
テーマ	ピアジェについて				

さて今回は、スイスの時計と宝飾品ブランド「ピアジェ」について紹介させていただきます。
内容は「①ピアジェ創業の歴史」、「②薄型時計に革命」、「③豆知識と接客時に使えるトーク」の順番で
ご紹介いたします。

時計の

① **ピアジェ創業の歴史**

ピアジェは、1874年に若い頃から時計作りに情熱を注いでいた「ジョルジュ・エドワール・ピアジェ」によって設立されました。
設立当初は、ムーブメント製作を行っていましたが、息子のティモテ・ピアジェにより時計製造業へ事業を変更しました。
その後3代目であるジェラルド・ピアジェとヴァランタン・ピアジェによってより大きな自社一貫製造を行うブランドに進化していきました。

PIAGET

② **薄型時計に革命！**

3代目であるヴァランタン・ピアジェは、薄型時計を研究するようになり、1957年に手巻きで厚さ2mmのキャリバー9Pを生み出したことにより、大きな反響がありました。
また、1960年に自動巻きで世界最薄厚さ2.3mmのキャリバー12Pを生み出しました。
ピアジェは薄型時計をとことん追求し、薄型時計に革命を起こしました。



キャリバー 12P
薄さ 2.3mm

③ **豆知識と接客時に使えるトーク**

接客時に使えるトークとして、ケースとブレスレットが一体化している時計を最初に採用したモデルはピアジェ ポロと言われております。
また接客時に使えるトークとして、「ピアジェは時計と宝飾品のブランドという事もあり時計業界でも宝飾業界でも有名な為、ここまで金額が付いているんですよ。」と説明することにより、買取に繋げるきっかけトークになるかと思います。



ピアジェ ポロ

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	435	配信日	2024/8/20	ジャンル	接客
テーマ	営業に活かせる心理学について④				

さて今回は、営業に活かせる心理学についてご紹介させていただきます。

ドア・イン・ザ・フェイス(door in the face)

ドアインザフェイスは、初めに「大きな要求」をして相手に断られた後に、本命に関連する「小さな要求」をすることで、**本命の要求を受け入れてもらいやすくするテクニック**を指します。

慣用句の「shut the door in the face (門前払い)」が由来の言葉で、営業マンが訪問販売時に「断られることを前提に、ドアから顔を覗かせる」という行動からきています。

例えば交渉や依頼をする際、最初にあえて難易度の高い要求をして相手に一度断らせます。

次に、要求レベルを少しずつ下げながら交渉し、最終的に小さな要求まで話を持っていきます。

相手は、最初の要求を断ったことへの罪悪感を抱いているため「断ったお詫びにこのくらいなら受け入れよう」と小さな要求を承諾しやすくなるのです。

ドアインザフェイスは別名**「譲歩的依頼法」**とも呼ばれ、相手が何かを譲ってくれたときに、「次は自分がお返しをしなければ申し訳ない」という**「返報性の原理」**を応用したテクニックでもあります。

買取り営業に活かす

例 お品物が複数ある、査定だけのお客様をクロージングする場合

A「～ですので、是非まとめて〇〇円でご売却いただけませんか？」(大きな要求)

↓

B「せっかくですが、査定だけのつもりだったので今日は持ち帰ります」

↓

A「でしたら、どれか1つでもご売却頂けませんか？キャンペーンも適用できますので」(小さな要求)

↓

B「〇〇と〇〇だけなら・・・」

このように、一度断られても条件を譲歩して提案することで、買い逃しを防げる可能性が上がります！全部を買えない場合でも、諦めず粘ることが大切です！

ドアインザフェイスの注意点

ドアインザフェイスは、その性質上大きな要求を相手に提示する必要があるため、お客様との**関係値**が重要です。関係構築が出来ていない相手に大きな要求をすると、場合によっては怒って持って帰られる可能性があるためです。

お客様との関係値が浅い場合は、**フットインザドア**というテクニックが有効です。

次回は、フットインザドアについてご紹介させていただきます！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	436	配信日	2024/8/22	ジャンル	商品知識
テーマ	グッチプラスなどのセカンドラインについて				

グッチのお持ち込みで「グッチプラス」「アクセサリーコレクション」「グッチパフューム」などを見かけることはないでしょうか。今回は、セカンドラインと言われるこれらのブランドについてお伝えします。

8月のWEB研修でも一部お話をさせていただきましたので、参加できなかった方は見逃し配信をご覧ください。



◆セカンドラインについて

既存ブランドが販売対象を広げるために立ち上げたブランドのことで、高級ブランドが手掛けるサブブランドのようなもので、メインブランドよりも価格を抑えた商品展開が特徴。グッチは一族の崩壊があったことで映画化にもなっており、仲が悪く各々が自分の作りたいものを勝手に作っていたため、セカンドラインが多いことで有名です。

◆グッチプラス

キャンバス生地の GG マークの間に「Plus」のロゴ、プレートにもロゴが入っている。グッチ一族はグッチの経営には一切関わらないという契約で、現在のケイリンググループに買収されたため、グッチプラスは公式での修理は受けられません。



◆グッチパフューム

香水用のブランドとして立ち上げられたため、それらを収納するためのセカンドバッグやポーチ、小型のショルダーバッグが多い。



◆グッチ アクセサリーコレクション

グッチパフュームから展開されたシリーズで、「アクセコ」とも呼ばれます。多くのセカンドラインが 1970 年代後半には廃盤になったが、アクセコは 1980 年代初頭まで製造され、現存するオールドグッチの半分以上はアクセコです。



トーク事例：グッチプラスの持ち込み時

「グッチプラスはセカンドラインと言って、グッチが価格帯を抑えて販売し、新たな客層へのアプローチをすることで立ち上げたサブブランドなんです。また現在、グッチプラスは公式での修理ができないため買取自体も難しいのですが、OO 様が大切にご愛用・保管いただいていたため、おたからやでは△△円までお付けできます！」

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	437	配信日	2024/8/25	ジャンル	商品知識
テーマ	ウブロについて				

さて今回は、スイスの高級時計ブランド「ウブロ」について紹介させていただきます。
内容は「①ウブロ創業の歴史」、「②人気モデルビッグ・バン」、「③ウブロの話題」の
順番でご紹介いたします。

① ウブロ創業の歴史

ウブロは、1980年にイタリアの時計・宝石メーカーのビンダグループを創業した一族のカルロ・クロッコにより創立されました。
ウブロはフランス語で舷窓(げんそう)船の小さい小窓という意味があり、時計も舷窓風のデザインになっております。
金やステンレス素材にラバーゴムのブレスを起用し、機械式より衝撃に強いという理由からすべてのモデルに「クォーツ式を採用していましたが貴金属ブレスや機械式が多い中、異端扱いされておりました。
今ではフェラーリと提携するなど世界で有名なブランドになりました。

② 人気モデル ビッグ・バン

ビッグ・バンは、2005年の登場以来、ウブロが有名になるきっかけとなったモデルです。
バリエーション豊富に展開し、新素材を使用した時計など独自性に優れた代表的なモデルと言えます。使用されている新素材として有名なのが「ウブロニウム」というマグネシウムとアルミニウムの合金素材などが使われております。

③ ウブロの話題

接客時に使えるトークとして2023年に俳優の山崎賢人が俳優として初めてアンバサダーに起用されたことや、アーティストの村上隆とコラボするなど、日本人との繋がりが多いブランドでもあります。その他にもプロ野球選手の田中将大さんやサッカー選手の長友佑都さん、女優の米倉涼子さんなど、有名な方々が着用されているブランドです。
今回はウブロについてご紹介いたしました。複雑なデザインが多いブランドでもありますので今回をきっかけに是非勉強してみてください。


HUBLOT



ビッグ・バン

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	438	配信日	2024/8/27	ジャンル	接客
テーマ	営業に活かせる心理学について⑤				

さて今回は、営業に活かせる心理学についてご紹介させていただきます！

フット・イン・ザ・ドア

フットインザドアとは、最初に相手に小さな要求を吞ませ、段々とその要求を大きくしていくことで目的となる要求を承諾させる心理テクニックです。

「段階的要請法」とも呼ばれ、人間の「一度ある立場を取ったら、その立場を簡単に変えたくない、あるいは意見を簡単に変える人であると思われたくない」という心理、「一貫性の原理」を使っています。

人間は「一度相手の要求を受け入れてしまうと、次の要求を拒否しにくくなる」心理を持っているのです。

1966 年にスタンフォード大学で行った実験では、フットインザドアを用いた場合と、フットインザドアを用いなかった場合の承諾率を比較しました。

- ① いきなり「庭先に交通安全の看板を設置してくれないか」と依頼する。
- ② 「交通安全のステッカーを、家の窓か車の窓に貼ってくれないか」と依頼し、承諾をもらった後で、「庭先に交通安全の看板を設置してくれないか」と依頼する。

実験結果は、①の承諾率は16.7%、②の承諾率は76%となり、フットインザドアを用いると承諾率は約4.5倍も高くなったのです。

買取り営業に活かす

例) 身に着けている時計を買い取る場合

A いきなり「お時計も一緒にお売りいただけませんか？」と話をする。

B 「もしよろしければ査定は無料なので、お時計の価値だけでも知りたくないですか？」と提案した後で、「お時計も一緒にお売りいただけませんか？」と営業する。

上記の例の A と B では、どちらが買取りに繋がるでしょうか？

このように、小さな提案から始めることで、引き出しに繋がったり、買取に繋げることが出来ます！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	439	配信日	2024/8/29	ジャンル	商品知識
テーマ	切手の買取において				

「テレカや切手などの買取がきっかけで、高額なお品物の持ち込みにつながった！」という話をよく耳にします。お品物について詳しく説明することで、お客様の信頼を得て、高額な取引へとつながることが多いようです。そこで今回から、貴金属や時計以外の買取品目について、「①基本情報」「②高額になるもの（興味を引くポイント）」「③活用できるトーク事例」をご紹介します。本日は「切手」についてお伝えいたします。

◆基本情報

- ・日本の切手ブームは 1960 年代。現在では趣味で集める人が減少。またネットの普及により年賀状や郵便を出す人が減り、切手の需要は年々下がっている。
- ・2024 年 10 月 1 日から郵便料金の変更がある。ハガキ 63 円は 85 円に変更等。
- ・郵便局で切手を現金に交換するのは不可だが、手数料を払って違う切手への交換は可能。※1 枚に 5 円の手数料。10 月 1 日以降は 1 枚につき 6 円。



◆高値になるもの（興味付け）

- ・世界で一番高額な切手は 9 億 7000 万円（2014 年アメリカのオークションで落札）
1856 年に現在の南アメリカのガイアナ（当時はギアナ）で発行された、「British Guiana One Cent Black on Magenta（英領ギアナ 1 セント・マゼンタ）」という 1 セント切手。当時イギリス領であったギアナの郵便局が、本国からの切手の供給不足を補うために臨時で発行したもの。現在は、世界で 1 枚しか残っていません。



- ・日本の切手では 1958 年以前の切手がプレミア（額面以上の価値）の可能性がある。
- ・チラシ掲載のプレミア切手は、昭和ご婚儀の二十銭切手、一銭五厘切手。これは関東大震災の影響で不発行になった切手のため、一般には出回っていない。なお持ち込みがあっても、コピー品の可能性が高いため、買取時には注意が必要。



◆活用できるトーク事例

「おたからやでは切手 1 枚から買取をしています。他の買取店では、バラ切手や現行切手でない切手は買取をしていないことも多いので、是非一度お持ちください！」

「今年の 10 月から郵便料金の値上げがあるのはご存じでしょうか？値上げがあると買取価格にも影響が大きく出る可能性がございますので、ご自宅ですべて使っていない切手やハガキがございましたら、今のうちにお持ちください」

今回は以上になります。是非、接客時のトークに役立ててください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	440	配信日	2024/9/1	ジャンル	商品知識
テーマ	ジャガー・ルクルトについて				

さて今回は、スイスの高級時計ブランド「ジャガー・ルクルト」について紹介させていただきます。
内容は「①ジャガー・ルクルト創業の歴史」、「②代表モデルレベルソ」、「③接客時に使えるトーク」の
順番でご紹介いたします。



①ジャガー・ルクルト創業の歴史

1833年に発明家兼時計職人のアントワヌ・ルクルトが工房を開き、ルクルト社の名で機械式時計の製造や部品製造を始めたことが起源となります。
技術力の高さから世界三大時計等のブランドからムーブメント製造の依頼を受けるほど
でした。その後、1937年にジャガー・ルクルトの名が誕生しました。



レベルソ

②代表的なモデル レベルソ

ジャガー・ルクルトの代表的なモデルと言ったらこのモデル「レベルソ」です。
レベルソはラテン語で反転するという意味を持ち、その名の通りケースが反転
する特徴的なデザインとなっております。

製造のきっかけとなったのは、激しいポロ競技（馬に乗って行う団体球技）時の
傷防止や衝撃から耐えられる時計を作ってほしいという要望から誕生しました。
更に裏面には、自分で考えたデザインを彫り込むことが出来るので、自分だけの
時計にする事が出来ます。

ケースサイズも豊富で、最小で縦34.2×横21mm、最大で縦49.4mm×横29.9mm
自分に合ったサイズを選ぶことが出来るのも魅力のひとつです。



反転させた状態

③接客時に使えるトーク

接客時に使えるトークとして、「裏面にデザインを掘れるって素敵ですよね、裏面を出せばブレスレットにもなる
ので唯一無二のアクセサリーになりますよね、彫られていないのですか？」

裏面にデザインが彫り込まれていない場合

「レベルソはサイズ展開が豊富で、今一番お値段が付くのが〇〇のサイズなのですが、今回お持ちいただいた
お品物のサイズは〇〇なので〇〇円になります。」

裏面にデザインが彫り込まれていた場合

「裏面にデザインはすごく素敵なのですが、彫り込まれていない品物と比べた際にどうしても市場で金額の差が
出てしまいまして、彫り込まれていなければ〇〇円になりますが、彫り込まれているので〇〇円になります。」

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	441	配信日	2024/9/3	ジャンル	集客
テーマ	営業に活かせる心理学について⑥				

さて今回は、前回に引き続き、営業に活かせる心理学についてご紹介します。

バンドワゴン効果

バンドワゴン効果とは、**すでに多くの人が支持しているものほど、さらに多くの支持が集まりやすい現象を指します！**

バンドワゴンとは、パレードなどの先頭に居る楽隊車のことです
=時流に乗ること自体が消費の動機になってしまう現象のことを指します！

身近な例に置き換えると、「みんなが並んでいるから、きっと美味しいお店だ」など、人気があるものは自分も支持したくなるという心理です。

→「**たくさんの人が買っているのだからいいものに違いない**」という心理を起こさせるということです！

「1 年先まで予約の取れないレストラン」

「毎回 100 名会場が満員御礼になる人気のイベント」

このように、営業で自社サービスの紹介をする時には、「多くのお客様に実感していただいています」と言うよりも「100 社を超える企業で、売り上げが平均 20%以上伸びています」と具体的な数字を使って伝えましょう。インパクトをイメージしやすくなります！

口コミとの関係性

「バンドワゴン効果」は、**口コミが集客に一役買っていることを裏付ける行動心理学です。**

例えば、食事をしようと思った時、Google マップを調べる方も多いと思います。

そうすると、口コミは自然と目に入ってきます。

みなさんは、口コミが 100 件の店と 1 件の店、どちらに行きますか？

口コミの件数が多いほど、**「みんな行っているから安心できる**」という心理が働きやすくなります。

せっかくチラシ等で認知を高めても、口コミ評価が少ないと、多い店に流れてしまいます！

だからこそ、直営店では口コミに力を入れており、成約されたお客様の 30%以上から、口コミを取得することを目標としています！

口コミは少しずつ効果が現れるので、1 件取ったら来店がすぐに増えるというものではありません。

日々 1 件でも多くの口コミを取得し、積み重ねていきましょう。

「バンドワゴン効果」を理解し、「みんな行っているから安心できる店」を作っていきましょう！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	442	配信日	2024/9/5	ジャンル	商品知識
テーマ	お酒の買取において				

「切手やお酒などの買取がきっかけで、高額なお品物の持ち込みにつながった！」という話をよく耳にします。お品物について詳しく説明することで、お客様の信頼を得て、高額な取引へとつながることが多いようです。前回の「切手」に続き、今回は「お酒」についての

「①基本知識」「②高額になるもの（興味を引くポイント）」「③活用できるトーク事例」をご紹介します。

* 酒類販売免許の取得が必要です

◆基本知識

・目減りしたお酒：

未開栓の状態でも、蒸発や液漏れによって液面が低下しているものは、減額や買取対象外になることもある。

・開栓済みのお酒は中古市場で再販は不可：

新品のお酒のキャップ部分に付いているフィルムが取られているだけでも、開栓済みとして扱われる可能性があるので注意が必要です。



◆高値になるもの（興味付け）

・ブランドーやワインなどの空き瓶や空き箱も数万円の買取

ブランドーのヘネシー・リシャルの空き瓶はバカラのクリスタルに入っている商品があり、食器としての価値がある。箔付のため飾って観賞用としてほしいお客様もいらっしゃいます。

買取 150,000 円のお酒が、空き瓶のみで 40,000 円前後の値が付くこともある。



・チラシ掲載のマッカラン

チラシに掲載のものは「ザ・マッカラン 25 年アニバーサリーモルト」で、マッカラン蒸留所のアニバーサリーなどの特別な機会に合わせてリリースされる。限られた数量しかリリースされず、非常に希少価値が高い。



◆活用できるトーク事例

『一時期、焼酎ブームで魔王や森伊蔵など人気となりましたね。その頃はプレミア価格で買取価格も定価を超えていたんです。今は「山崎」や「響」などのジャパニーズウィスキーブームで高価買取中なので、ブームが過ぎ去る前にぜひお持ち込みくださいませ！』

今回は以上になります。是非、接客時のトークに役立ててください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	443	配信日	2024/9/8	ジャンル	商品知識
テーマ	パネライについて				

さて今回は、イタリアの高級時計ブランドパネライこと「オフィチーネ・パネライ」について紹介させていただきます。

内容は「①パネライ創業の歴史」、「②ブームの火付け役」、「③パネライが有名になったきっかけ」の順番でご紹介いたします。

① パネライ創業の歴史

1860年に「ジョバンニ・パネライ」がフィレンツェにスイス時計販売店を設立し、この販売店は工房やフィレンツェ初の時計製造学校としても顔もありました。
1930年代には当時ロレックスの代理店だったこともあり、防水ケースの知識やムーブメントを提供してくれるようお願いをし、イタリア海軍向けのダイバーズウォッチを提供するようになり、ここから自社腕時計を製造するようになります。
1972年ブランド名が現在のオフィチーネ パネライとなります。

② 90年代のデカ厚時計ブームの火付け役

パネライはもともと海軍の耐久性の高い腕時計を製造していたので、大きくて分厚いデザインとなっています。それまで大きいデザインの時計は敬遠されがちでしたがこの男らしいデザインが1990年代のデカ厚時計ブームの火付け役になったと言われています。

ケースは標準で47mm、最も小さいサイズでも40mmです。

現在でも一目でパネライの腕時計だとわかるデカ厚デザインは、イタリア海軍が海の中で使用するための視認性や耐久性を持たせるための当時からの特徴といえます。

③ パネライが有名になったきっかけ

1997年に現在のリシュモングループの傘下となり、その後上記でご紹介したデカ厚ブームの火付け役となります。更にパネライは知名度を高める為、映像作品に積極的に登場させ、2002年にトランスポーターという映画で主人公を演じたジェイソン・ステイサムが愛用する時計として使われました。以後続編でも使用され、一挙にパネライの知名度を高めました。

PANERAI



ルミノール マリーナ



映画でも使われた
ルミノール クロノグラフ

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	444	配信日	2024/9/10	ジャンル	商品知識
テーマ	ロレックス高騰の理由と、暴落の理由について				

今、ロレックスが暴落しているのをご存じでしょうか？

ロレックスの中古相場が「高騰した理由」と、「今暴落している理由」がございますが、今回は、2021年～2022年にロレックスが「高騰した理由」についてお話させていただきます！

① コロナ禍による品薄の影響

ロレックスの価格高騰の大きな理由の1つはコロナ禍による影響です。

感染症対策により、旅行等がストップしたことでお金の使い道が限られ、ロレックスをはじめとする高級時計を買う人が急増しました。また、工場が稼働を停止したことによって、需要と供給のバランスが崩れました。

例 サブマリーナー 114060 2019年買取相場 90万円→2022年買取相場 140万円

② 為替の影響

日本市場では、ロレックス高騰の原因として円安傾向であることがあげられます。

円安は円の価値が低くなっている状態のため、海外製品であるロレックスの価格を円に換算しただけでも、国内で販売される際の価格は円安前よりも高くなるのです！

さらに輸入コストもかさむため、価格高騰につながります。

例 2018年8月は1ドル110円（円高）→ 1万ドルの時計を輸入購入した場合→110万円

2022年10月は1ドル144円（円安）→ 1万ドルの時計を輸入購入した場合→144万円

③ 中国バブルで需要が拡大したため

ロレックスは世界中で高い人気を誇り、価値が安定しているため、投資目的で購入する方も少なくありません。

特に中国での好景気により、中国の富裕層が資産としてロレックスを購入するようになり、ロレックス需要が増加しました。

高騰理由を使ったトークは、主に興味付けに使えます。

30年前に買ったロレックスが家にあるお客様の場合

例 今ロレックスは下落傾向ではありますが、まだまだ高騰しています。コロナによる工場の停止や、円安の影響もあり、今がベストタイミングですよ。

30年前に購入したモデルなら、買った金額の2倍～3倍になっていることもありますので、是非一度お持込みください！

※例えば、30年前の サブマリーナー14060 では、定価約400,000円です！

まだまだ、ロレックスが上がっていることを知らないお客様もいらっしゃいますので、どんどん興味付けしましょう。

次回は暴落理由とトークについてご紹介します！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	445	配信日	2024/9/12	ジャンル	商品知識
テーマ	テレカの買取において				

「切手やお酒などの買取がきっかけで、高額なお品物の持ち込みにつながった！」という話をよく耳にします。お品物について詳しく説明することで、お客様の信頼を得て、高額な取引へとつながることが多いようです。前回の「お酒」に続き、今回は「テレカ」についての

「①基本情報」「②高額になるもの（興味を引くポイント）」「③活用できるトーク事例」をご紹介します。

◆基本情報

1990 年代以降に携帯電話の普及が進み、公衆電話を使用する場所も限られるようになりテレカの需要は低迷。

2000 年の約 73 万台から 25 年経つ 2025 年には 10 万台を下回る見通しです。

- ・現在、公衆電話では 50 度と 105 度のみしか使用できない。
- ・個人を特定出来るテレカは買取していない店舗もある。
- ・NTT の電話料金請求書のうち通話料金に充当可能。1 枚につき 55 円の手数料がかかる。



◆高値になるもの（興味付け）

・「ポケットモンスタートロピカルメガバトル」の参加特典

参考取引価格：500,000 円

2000 年に開催されたポケモンカードバトルの参加特典で全 3 種類が配布。近年は、古いポケモンカードが高額で取引されるケースもあり、こちらは元のカードよりも入手が難しい 1 枚。

・「森高千里 CD で一た」抽選で配布

参考取引価格：500,000 円 KADOKAWA が発行していた音楽総合情報雑誌の「CD で一た」で応募者に抽選で配布された。

森高千里のテレカ自体は複数ありますが、こちらは当選者が 3 名しか存在しません。



◆活用できるトーク事例

『最後に公衆電話を使った日を覚えていませんか？病院などでは見かけますが、街中では見かけなくなりましたね。年々公衆電話の数が減っており、買取価格にも影響が出る可能性がございますので、金額がお付けできる今のうちにぜひお持ちください』

「先日、お持ち込みいただいたテレホンカードで 20 万円お付けできたものがありました。今コレクターに人気のアイドル系で森高千里さんや SMAP などがあれば、一度まとめてお持ちください」
今回は以上になります。是非、接客時のトークに役立ててください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	446	配信日	2024/9/15	ジャンル	商品知識
テーマ	フランク・ミュラーについて				

さて今回は、スイスの高級時計ブランド「フランク・ミュラー」について紹介させていただきます。
内容は「①フランク・ミュラー創業の歴史」、「②代表モデル」、「③接客時に使えるトーク」の順番で
ご紹介いたします。

① フランク・ミュラー創業の歴史

フランク・ミュラーは1986年に自身の工房をかまえて複雑機構を搭載した
オーダーメイド時計を作り始め、ブランドとしては1992年にブランド名で
ある「フランク・ミュラー」と宝飾商の「ヴァルタン・シルマケス」により
設立された比較的新しいブランドとなります。

1992年3月、フランク・ミュラーはスイスのブランドでありながら東京の青山に
初となるブティックをオープンしました。

ブランドの特徴としては、トノウ型（樽型のケース）のモデルが多く見られます。

② 代表モデル トノウ カーベックス

今回ご紹介する「トノウ カーベックス」は、フランク・ミュラーの顔とも言える
モデルとなります。

モデル名は、トノウ(樽)とカーベックス(湾曲)が由来となります。

欧米では、「サントレ カーベックス」という名で販売されています。

1986年ブランド立ち上げ以前にオーダーメイド時計の注文を受けていたイタリア
人の婦人から独自のデザインを作してほしいと依頼されこのトノウ型のデザインが
誕生日したのです。

③ 接客時に使えるトーク

接客時に使えるトークとして

フランク・ミュラーは日本国内でも非常に知名度の高いブランドです。

時計に詳しくなくても、その名前を高級時計として認識している方が多くいらっしゃい
ます。

このように良い価格をご案内出来ているのはその知名度と人気からなのです。

FRANCK MULLER
GENEVE



※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	447	配信日	2024/9/17	ジャンル	商品知識
テーマ	ロレックス高騰の理由と、暴落の理由について②				

さて今回は、ロレックスが「**暴落した理由**」についてお話させていただきます！

① コロナ明けと供給の再開

コロナが明け、停止していた**工場が稼働**したことで、需要と供給のバランスが戻ってきました。
また、感染症対策でストップしていた旅行などのレジャーが再開し、お金の使い道が増えたことにより、高級時計の需要が減ったことも影響しています。

② 為替の影響

直近の為替では、円高に振れたことが、暴落の要因として挙げられます。
2024年現在、7/11に1ドル161円だった為替が、9/12時点で1ドル141円まで急激に円高になっております。
円高は円の価値が高くなっている状態のため、海外製品であるロレックスの価格を円に換算した場合、国内で販売される際の価格は円高前よりも安くなります！

例 デイトナ 116500 2024年7月買取り相場 460万円 → 9月買取り相場 410万

③ 認定中古プログラムの影響

近年ロレックスは高騰していたこともあり、入荷数が少ないことから転売目的のバイヤーや「ロレックスマラソン」と称して正規店に通い詰めるファンがいるため、本当にロレックスが欲しい方に希望のモデルが行き届かない状況が続いていました。そうした状況を打破するため、ロレックスは2022年12月より**公認中古販売**を開始しました。
そのため、今後ロレックスが公認中古品の販売店舗を増やしていくと、中古のロレックスの相場がさらに値下がりする可能性があります。なお認定中古品が販売されているのはヨーロッパの一部の国（**スイス、オーストリア、ドイツ、フランス、デンマーク、イギリス**）のみで、**日本での取り扱いはまだありません。**

暴落理由を使ったトークは、主に今日売る動機付けに使えます。

① コロナ明けと供給の再開を使ったトーク

コロナで停止していた供給が再開し、中古需要が下がってきている為、これからも下がっていく可能性が高いですよ。

③ 認定中古プログラムの影響を使ったトーク

日本ではまだ取り扱いはないですが、ヨーロッパの一部では、ロレックスの認定中古販売が始まっています。まだ影響は少ないですが、日本で始まった場合大きく相場が動くことが予想されますよ。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	448	配信日	2024/9/19	ジャンル	商品知識
テーマ	カメラの買取において				

「切手やお酒などの買取がきっかけで、高額なお品物の持ち込みにつながった！」という話をよく耳にします。お品物について詳しく説明することで、お客様の信頼を得て、高額な取引へとつながることが多いようです。前回の「テレカ」に続き、今回は「カメラ」についての

「①基本情報」「②高額になるもの（興味を引くポイント）」「③活用できるトーク事例」をご紹介します。

◆基本情報

デジタルカメラ出荷台数の推移は 2011 年から 2022 年にかけて大幅に減少。出荷台数は 2010 年に 1 億 2,000 万台を突破したのをピークに、2021 年には 15 分の 1 ほどまで減少しています。

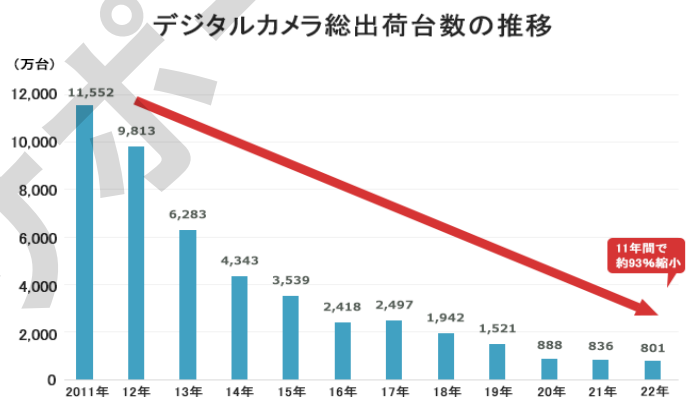
・日本の三大カメラメーカー：キャノン、ニコン、ソニー

・付属品の確認：説明書、カメラケース、バッテリー、充

電器

・動作確認：スイッチが入らない、シャッターが切れない

カメラはマイナス査定



◆高値になるもの（興味付け）

・チラシ掲載のライカ

チラシ掲載のものは「ライカ MP アンスラサイト」で 2003 年に登場した 20 年以上のロングセラーのモデルです。600 台のみの少数限定販売という希少価値の高いモデル。ライカが高額な理由として、通常のカメ​​ラは機械により大量生産されますが、ライカは手作業の製造工程が多く、生産数が限られるため現行モデルで 50～90 万円で販売されています。



◆活用できるトーク事例

『先日、お持ち込みいただいた 20 年前以上に購入したカメラが 20 万円お付けできました。スマホの普及でカメラの需要は下がりつつあるのですが、まだまだコレクターもいて人気があるので、まとめてお持ちください』

『今 10～20 代の若い世代の中でレトロブームが来ている話を聞いたことありませんか？デジカメ・フィルムカメラが人気で“画質の粗さ”がレトロで逆に良いらしいのです！需要が高まっているいまのうちにぜひお持ちください』

今回は以上になります。是非、接客時のトークに役立ててください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	449	配信日	2024/9/22	ジャンル	商品知識
テーマ	タグ・ホイヤーについて				

さて今回は、スイスの高級時計ブランド「タグ・ホイヤー」について紹介させていただきます。
内容は「①タグ・ホイヤー創業の歴史」、「②代表モデル」、「③接客時に使えるトーク」の順番で
ご紹介いたします。

① タグ・ホイヤーの歴史

タグ・ホイヤーは、1860年に「エドゥアルト・ホイヤー」によって創設されました。
創設当初は、「エドゥアルト・ホイヤー・ウォッチ」という社名でした。後に何度か
社名を変更し1985年に現在のタグ・ホイヤーという社名になります。

1887年にクロノグラフの歴史に名を残すこととなる「振動ピニオン」の特許を取得しました。
振動ピニオンとは、ボタンを押してクロノグラフをスタートとストップさせるための部品です。
振動ピニオンは、今でも機械式クロノグラフ製造の主要メーカーで採用されているほどクロノ
グラフ界に名を残す発明です。

1916年には、世界初の100分の1秒まで計測可能なストップウォッチ「マイクログラフ」を
発明し、オリンピックの公式タイマーとしても採用され世界に名を残しました。



② 代表モデル カレラ

今回ご紹介するカレラは、1964年に登場しました。

モデル名は、カーレースのカレラ・パナメリカーナ・メヒコが元となっており、
カレラとはスペイン語でレースを意味する言葉です。

高級車メーカーであるポルシェ 911 カレラと言う車も同じ由来からなる同じ名前を
持つ車です。

人気の理由としては、まず視認性の良さです。レース中も時間をはっきりと認識
できるようになっている事や、シンプルで高級感がありブランド感を主張し過ぎ
ない品の良さなどが人気の理由です。



カレラ

③ 接客時に使えるトーク

タグ・ホイヤーのカレラを持っていると言っているお客様に対しての引き出し。

カレラと言ってもたくさん種類があり、買取金額にも大きく差が出ます。

先日もカレラを2本持ってきたお客様がいて、片方は状態も悪く数万円でしたがもう
片方は状態も良く希少価値もあり数十万円つきました。是非1度お見せください。



カレラ タキメーター
クロノグラフ