

初版 2 刷 (2025年6月30日発行) → 初版 3 刷 (2026年3月30日発行) おもな変更点

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
II. 素材編				
49	右	18	その起こる角度を臨界角 (クリティカル・アングル) といいます。	その起こる最も小さな角度を臨界角 (クリティカル・アングル) という。
49	右	25	石の透過率	石の屈折率
80	左	9	ロシア	[重複のため削除]
83	右	26	-	[産地として知られています。の後に追加] 中国からジェイダイト (ひすい) は産出しません。
92	右	21	温水域で採取されます。	温水域の深海で採取されます。
94	左	23	インディゴライト indigolite	インディコライト indicolite
116	表1	3	硬さHv	硬さHV
116	表1	9	15.8	15.3
116	表1	-	-	[HVの注釈を追加] ※ビッカース硬さ (Vickers hardness : 単位HV) は、押し込みに対する硬さを表す値の一つ。測定物に真四角錐のダイヤモンドの頂点を押し込み、できたくぼみ (圧痕) を測定して硬さを定量化するもの。 引っ掻きに対する硬さを表すモース硬度とは異なる。
116	左	3	、イギリスではK15	[削除]
116	左	8	なお、18KのようにKが後ろに付く場合もあります。K18は24分の18 (750%) のゴールドを含み、残りの24分の6 (250%) は銀や銅などの他の金属が含まれているという意味です。	なお、海外では18KのようにKが後ろに付く場合もありますが、原則的にはKは数値の前に置きます。K18は24分の18 (750%) 以上のゴールドを含み、残りは銀や銅などの他の金属が含まれているという意味です。
116	右	5	経時変化のない	経時軟化の緩やかな
116	注釈 *7		経時軟化とも言います。	[削除]
119	左	5	5～23行目 また、銀製品に見られる具体的な刻印表示の例として、(中略) めっきよりコーティングが厚いものが金張りです。	また、銀製品に見られる具体的な刻印表示の例として、GP、GF、RGを挙げておきます。 「GP」とはゴールド・プレーテッド (gold plated) の頭文字をとったもので金めっきを表します。「GP 3μm」のようにGP表示の後にめっきの厚さを表すことがあります。「3μm」であれば「3マイクロメートル」の厚さのめっきという意味になります。尚、めっきの金性は表示しません。 「GF」、「RG」はそれぞれゴールド・フィルド (gold filled)、ロール・ゴールド (rolled gold) の頭文字をとったもので、金張りを表します。 「GF」は張り合わせた金合金の質量比が全体の1/20以上のもの、「RG」は張り合わせた金合金の質量比が全体の1/20未満のものをいいます。金張りは、「Ag950 1/10 K18GF」のように、本体素材 (Ag950)、金合金の重量比 (1/10)、金合金の金性 (K18) を表すことができます。
119	右	22	22～26行目 (troy ounce:ozと表示される場合も多い) (中略) 1 トロイ・オンス = 31.1035gです。	(ozと表示される) 日本では金貨の重量のみ「トロイ・オンス」という単位で表し、1 トロイ・オンス = 31.1035gです。海外では貴金属の計量単位にトロイ・オンスが用いられています。
120	左	12	900‰	900
120	左	14	750‰	750
120	左	16	925‰	925

ページ	段落	行	初版2刷	初版3刷
Ⅲ. 製造編				
126	左	3	ジュエリーには多様な価値観があります。	ジュエリーに対する価値観は多様である。
129	左 写真9 キャプション		色鉛	色鉛筆
147	左	1	●ハードワックス	●ワックス
150	右	1	キャストに勝る	キャスト製品に勝る
155	下コラムタイトル		mo n me	もんめ (mo mme)
155	下コラム右	5	実はこの〔mo n me〕、真珠・珊瑚の取引単位として国際的に使われている基準の単位なんです。	実はこの「匆」、真珠の質量の単位として商取引上国際的に使われているのです（単位記号はmom）。
Ⅳ. 商品編				
160	左	17	潜在的な	[削除]
160	右	6	ドリルや化粧品といったものが「ニーズ」で、それで達成できるもの、つまり穴を開けることや希望が「ウォンツ」に当たります。	ドリルや化粧品といったものが「ウォンツ」で、それで達成できるもの、つまり穴を開けることや希望が「ニーズ」に当たります。
162	左	2	玉の大きさ	珠の大きさ
162	左	2	チョーカー（ユニフォーム）かグラジュエーションか	ユニフォームかグラジュエーションか
162	左	27	形のないものが商品の一部を担っているのは前項の通りです。	形のないもの（無形性）が商品の一部を担っているのは前項で述べた通りです。
162	左	29	消費者は有形財の商品を買っていても、同時に保証やメーカーへの信頼といった無形財も買っているのです。	消費者は有形財の商品を買っていても、また無形財のサービスを受けていても、同時に保証やメーカーへの信頼といった無形性も買っているのです。
162	右	1	そのため、商品に付随する無形財の面での差別化を試みる企業が増えています。	そのため、商品に付随する無形性の面での差別化を試みる企業が多くあります。
163	左	12	2 商品と購買習慣	2 消費者の購買習慣
163	左	15	購買態度の差を基準に	購買態度を基準に
171	左 写真7		サイド・ストーン	[削除]
171	右	13	13～15行目 ◆サイド・ストーン（中略） 脇石と呼ばれることもあります。	[削除]
172	左 図1		サイド・ストーン	[削除]
172	右	12	12～最終行 ●スリー・ストーン（中略） 別の宝石を用いることもあります。	●サイド・ストーン 「脇石リング」ともいい、また、両サイドにメレ（小粒石）があるので「サイド・メレ」ということもあります。サイドのメレはラウンドだけでなく、バゲット、テーパーバゲット、マーキース、オーバル、ペア・シェイプときまざま使われます。
175	左	22	弓矢を引くときに親指を保護する「アーチャーズ・リング(archer's ring)をサム・リングと呼ぶこともありません。	弓を引くときに親指を保護するサム・リングをアーチャーズ・リング(archer's ring)といいます。

ページ	段落	行	初版2刷	初版3刷
177	左	1	1～15行目 ●エンゲージ・リングとともに－ ジュエリーコーディネーターの仕事 (中略) いずれにしても、期日が決まっていますから、間違いのないよう確認してご用意ができるようにしましょう。	●エンゲージリング接客におけるジュエリー・コーディネーターの役割 エンゲージリングのご相談は、お客様にとって特別な時間です。 ジュエリー・コーディネーターは、お二人の大切な節目にふさわしいリング 選びをサポートする役割を担います。 誠実な対応と丁寧な説明で、お客様が安心して選べるように努めま しょう。 接客の流れとしては、まずお相手の好みをうかがいながら、いくつかの商 品を試着していただきます。 そのうえで、デザインの方向性が決まったら、ダイヤモンドなど宝石の品 質や違いを分かりやすく説明し、お客様の納得につなげます。 商品が決定した後にサイズの確認を行い、仕上がりやお渡しまでのスケ ジュールを丁寧にご案内します。 納期はできるだけご希望に合わせられるようスケジュールを確認し、ご案内 します。
177	右	1	1～最終行 ●マリッジ・リングとともに－ ジュエリーコーディネーターの仕事 (中略) お使いになる期日に留意し、万全の 体制でご用意しましょう。	●マリッジ・リング接客におけるジュエリーコーディネーターの役割 結婚指輪のデザインは、かつては金やプラチナのシンプルな甲丸や平打 リングが主流でしたが、近年はホワイトゴールドやコンビネーション、メダ イヤをあしらったデザインなど、選択の幅が広がっています。 ジュエリーコーディネーターは、お二人がお選びになる過程を見守りなが ら、迷われた際にはライフスタイルやお好みをうかがい、長く愛用できるリ ング選びをお手伝いします。 マリッジ・リングは日常的に身につけるものです。耐久性や着け心地、 日々の扱いやすさなど、実際の使用をイメージしながらご案内します。 リングの内側には、「お二人のイニシャル」「記念日」「短いメッセージ」な どを刻印することが一般的です。刻印内容は後から修正が難しいた め、文字や日付などを確認しながらすすめます。
178	右	3	刻印された	彫られた
178	右	4	刻印して	彫刻して
178	右	5	リングの石座部分の	リング上部の
178	下 コラム	7	リングゲージ	サイズリング (リングゲージ)
178	下 コラム	9	9～最終行 サイズを測りたい指に (中略) その指のサイズです。	測りたい指に順番にリングを通して確認します。無理なく装着できて、 抜けにくいリングが適正なサイズです。
179	左	11	11～最終行 文字遊びのリングは (中略) 19世紀のイギリスで大流行しまし た。	文字遊びはナポレオンが2番目の皇后、マリー・ルイーゼに贈ったプレス レットがよく知られています。文字遊びのジュエリーは19世紀のイギリス で流行しました。
179	左 写真24		アドーア・リング。宝石名の頭文字を 取るとAdore(敬愛する)になる。	リガード・リング。宝石名の頭文字を取るとRegard(尊敬)になる。
179	右	13	13～15行目 実用というより (中略) 誕生石リングも人気です。	[削除]
181	右	4	box cahin	box chain
182	右	2	マシン・チェーンに比べて手作業の 工程が多いため「ハンドメイド・チェ ーン」と呼ばれることもあります。	マシン・チェーンの機械編みと比べて手作業の工程が多いため「ハンド メイド・チェーン」と呼ばれることがあります。
183	右	1	◆コンバーチブル (写真36-a・b) 同じ太さで統一感のある (中略) 「プレスレットのセット」	◆コンバーチブル (写真36-a・b) コンバーチブルとは形態を変えることができるジュエリーのことをいいます。 例えば、同じ太さで統一感のあるデザインの「ネックレス」と「プレスレ ットのセット」

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
185	下 コラム	5	これはシリコンを内蔵したボール状のパーツが	これは摩擦抵抗のあるパーツが
185	下	7	シリコンがストッパーになっているため、チェーンが簡単には抜け落ちません。	[削除]
190	右	1	1～11行目 こうした長い歴史があり、 (中略) 勉強に値するものだと思います。	ブローチは、古くから世界中で親しまれてきたジュエリーのひとつです。日本でも戦前は上流階級の女性たちの装いに欠かせないアイテムでした。 現在では、フォーマルなジャケットスタイルやセレモニーシーンで使われることが多く、立場にふさわしい装いを意識する方々に選ばれています。 一方で、カジュアルファッションの広がりもあり、日常での使用は限られています。それでも、ブローチは装いに個性と品格を添えるジュエリーです。 胸元だけでなく、スカーフや帽子などにアレンジして楽しむ方もいらっしゃいます。他のアイテムに比べて所有率が低いため、使い方の提案によって新たな魅力を伝えられれば、購入につながるアイテムといえるでしょう。
192	右	3	現代では伸縮性のあるシリコンゴムでビーズを繋いだ、パワーストーンなどのアクセサリ・プレスレットも人気です。	現代では伸縮性のあるシリコンゴムでビーズ状のカラーストーンを繋いだプレスレットもあります。
192	右	10	特に男性の間で根強い人気があります。	特に男性に多く着用されます。
193	左	10	10～14行目 非常にしなやかに曲がる(中略) ダイヤモンドを爪留めしています。	全周にわたりダイヤモンドが留められた石座が連なっていて、しなやかに曲がるライン・プレスレット。
193	右	6	個体差がありますので、試着時に確認しましょう。	[削除]
194	左	10	店頭では開け閉めを実演してお客様にご説明しましょう。	[削除]
194	左	14	14～16行目 こうした苦手意識を(中略) 操作していただきましょう。	店頭では、装着の仕方を説明し、お客様に試していただきます。
194	右	8	イギリスのエリザベス I 世女王(在位 1558～1603年)は、ジュエリーを女性のものへと引き寄せたエポック的な人物です。	イギリスのエリザベス I 世(在位 1558～1603年)は、ジュエリーを女性たちのものへと引き寄せた象徴的な存在です。
195	左	11	柔らかいネクタイを固定するものでしたが、ネクタイが今の結ぶ様式になってから、女性がブローチにしたものです。	柔らかいネクタイを固定するものでした。
196	左	3	シャツまで貫通させて	[削除]
196	左	8	シャツの襟元を締めます。	着用します。
197	右	4	4～最終行 リングやネックレスなどの(中略) 間違いありません。	メンズ・ジュエリーは今後は若い世代を中心にますますニーズが増えていくでしょう。
198	左	11	が、普通は宝石店が扱うようなジュエリーではないため、名前とその構造だけを知っておけば十分なものです	[削除]

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
199	左	17	左17行目～右最終行 19世紀半ばから、衣服の西洋化が進む中でも (中略) 最近の着物ブームもありますので、覚えておいた方がいいでしょう。	19世紀の半ばから、日本でも洋服が広まってきました。しかし着物はなくなり、今も特別な場面で大切に着られています。着物に合わせるために生まれた唯一のジュエリーが「帯留め（おびどめ）」です。着物を着るときは、まず帯をして、さらに帯締めという紐で帯を固定します。帯留めは、この帯締めに通して、帯の正面に飾りが見えるようにつけるジュエリーです。帯締めには二分五厘や三分といった昔ながらの寸法（幅のサイズ）があるので、帯留めもそのサイズに合ったものを選ぶ必要があります。帯留めの始まりは江戸時代の後期。最初はシンプルな金具付きの実用的な紐でした。明治時代の後半になると、刀の装飾を作っていた職人たちが、武士のいなくなった時代に新しい活躍の場として帯留めを作るようになり、精巧な彫金の作品が登場します。さらに大正時代には、金やプラチナ、宝石を使った華やかな帯留めも作られるようになりました。洋服が主流になった今でも、着物はフォーマルな場で最も格式ある装いとされます。そして帯留めは、着物姿をより美しく、華やかに見せるための大切なジュエリーとして愛され続けています。
V. 販売編				
203	右	11	11～15行目 また美的センスも高く、(中略) ご提案する役割なのです。	また、美的感覚が優れているお客様は、ジュエリーのように感覚的な価値が重視される商品に対して、普通のデザインでは新鮮さを感じにくいものです。ジュエリーコーディネーターは、そうした感度の高いお客様にふさわしいジュエリーをご案内する役割を持っています。
205	右	26	26～32行目 例えば、宝石の特殊性 (中略) 評価が高まります。	例えば、お客様にデザインや使い方などで新たな発見を与える商品を揃えることで、センスの良い店という評判が高まります。
206	右	15	「美」を共有したというシンパシー	「美」を共有することで感じる一体感
210	右	31	30行目～p211左最終行 (2)お店のクレンネス お客様にとって心地よい (中略) ①～④を日々徹底し、習慣化させます。	(2)お店のクレンリネス お店をきれいに保つことをクレンリネスと言います。クレンリネスの行き届いたお店づくりは何よりも大切で、整理・整頓・清掃を励行して実践します。 ①整理 整理とは、乱れた商品、備品などをきちんと整え、秩序正しく揃え、不要なものを売場から下げる行為です。 ②整頓 整頓とは、商品や商品付帯物、備品、資料などを規則や基準に基づき、きちんとかたづけることです。 ③清掃 清掃とは、拾う、掃く、拭くなどの作業を繰り返し行うことで清潔さを作り出すことです。 クレンリネスは、売場や店舗内外の清掃場所を分けし、開店前後に関わらず時間を決めて実行します。汚れやゴミを見つけたら速やかに清掃し、清掃中にお客様が近づいてきたら、一時手をとめて挨拶します。店内のディスプレイ什器はもちろん、お客様が立ち入らないバックヤードも清掃が必要です。
212	右	20	-	【【アプローチのタイミングの例】のキョロキョロしている の後に追加】 ※上記のような行動は、お客様が商品に関心を持ち始めているサインです。目的や欲求を持っている可能性が高いため、タイミングを逃さず自然にお声がけしましょう。
212	右	23	紋切り型のフレーズで	決まり文句のようなフレーズで

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
212	右	24	24～最終行 ステレオタイプの店員と（中略） フレーズをセレクトしましょう。	型通りの対応しかできないスタッフだと受け止められかねません。スタッフとの対話を通じて検討したい方もいれば、まずはご自身のペースで静かにご覧になりたい方もいらっしゃいます。お客様の雰囲気や事前の行動などを観察した上で、その場にふさわしい言葉を選びましょう。
213	右	1	1～3行目 手を添えながらさりげなく（中略） 推測する方法もあります。	[削除]
213	右	10	10～18行目 トレイに載せる点数は3点 （中略） 目が行き届いて無難です。	トレイに載せるジュエリーの点数は、3点程度にとどめるのが効果的です。 たとえバリエーションが豊富な商品であっても、一度にたくさんお見せするよりも、選び抜いた数点を丁寧に紹介することで、商品の特別感や魅力がより引き立ちます。 あまりに多く並べすぎると、ひとつひとつの印象がぼやけてしまい、選びづらくなることがあります。トレイの上が雑然とした印象になり、見た目にも整理されていないように映ってしまいます。 また、防犯上の観点からも、3点以内にとどめておくことでスタッフの目が行き届きやすく、安心して接客ができます。 さらに別の商品をご覧になりたいとご希望された場合は、すでにご覧いただいた商品を一旦トレイから下げて、新たに商品を整理してお見せしましょう。提示する商品を整理してお見せすることが、お客様にとっても見やすく、比較しやすい環境につながります。
214	左	2	2～7行目 ジュエリーの重量感 （中略） 愛着が湧くというメリットもあります。	ジュエリーの着け心地は、お客様によって感じ方が異なります。特にネックレスやイヤリングは、手に取って重さや質感を確認していただくことが大切です。また、直接商品に触れることは、お客様がその商品に愛着を感じるきっかけにもなります。
214	左	23	23～26行目 着けているときに友人などに（中略） お伝えしましょう。	着用時に友人との会話のきっかけとなるようなエピソードや、SNS等で着用写真とともに紹介したくなるような印象的で魅力ある情報をお伝えすることが大切です。
214	右	4	詳しい試着方法は235頁参照	詳しい試着方法はV-2参照
214	右	6	6～12行目 留め金具の扱いが複雑な商品は、 （中略） 適当と思われる言葉を準備しておきましょう。	留め金具の扱いが複雑な商品については、お客様の目の前で、正しい外し方・留め方をわかりやすくお見せしましょう。試着の際は、丁寧な所作で着用をサポートします。 試着の瞬間は、「自分に似合っているだろうか」と不安を感じるお客様も少なくありません。 そのため、まず安心していただけるような声掛けが大切です。 たとえば「お肌のトーンにとってもよく合っていますね」「このデザインはお顔立ちを引き立てます」など、具体的に似合っている理由を伝えることで、自然と笑顔が生まれます。 日頃から、商品の特長とおお客様の印象を結びつけて伝えられるよう、ふさわしい表現をストックしておきましょう。
214	右	19	19～27行目 「何と合わせたらいいかしら」 （中略） 商品への関心が高まります。	コーディネートに迷っているお客様には、使用シーンやファッション、他のジュエリーとの相性などを想定し、提案を行います。 特にブローチは着ける位置に悩む方が多いため、「ジャケットの襟のライン」「ワンピースの胸元」など、服のデザインに合わせた位置を具体的に提案します。一般的には、バストトップと肩の中間あたりがバランスよく見える例もありますが、服のデザインによって最適な位置は異なるため、全体の印象を見ながら調整します。

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
214	右	29	p214右29行目～p215左最終行 クロージングとは「締めくり」を意味します。 (中略) 一番似合うケースがじつは多いものです。	クロージングとは、お客様の気持ちが購入に向かっているときに、決断を後押しする大切なステップです。購入後のシーンを想像してもらえるような声かけが有効です。 「お出かけの際、コートの襟元に着けるとより華やかになりますよ」など、使用シーンを具体的に伝えることで、お客様の中で商品が“自分のもの”として結びついていきます。 そして決断のタイミングでは、「こちらが一番お似合いです。ぜひ今日から楽しんでください。」といった明確な言葉で後押しします。 「こちらでよろしいですね」といった確認だけでは、お客様は決めきれないことも多いため、自信を持っておすすめすることが大切です。
216	右	3	お客様が急に現実に引き戻されて興冷めすることのないように	お客様が満足してお買い物を締めくくれるように
216	右	22	22～最終行 お見送りの際は、(中略) 繋がりの始まりです。	ご購入に対する心からの感謝をお伝えするとともに、「またお会いできるのを楽しみにしています」など、次のご来店への期待を自然な形でお伝えしましょう。 お見送りの際の一言が、お客様との新たな関係の始まりになることもあります。
217	左	12	12～15行目 ご購入品がプレゼントの (中略) 念入りに確認しましょう。	ご購入品がプレゼントの場合は、心を込めてラッピングを整え、先方にお届けします。 お届け先のご住所や配達希望日、のし・ラッピングの仕様、メッセージカードなどのご希望を確認し、間違いのないように対応します。
217	左	27	基本としてこうした修理や加工は、購入したお店へ持ち込みされるのが原則です。	基本的に、こうした修理や加工は、購入されたお店へお持ち込みいただけます。
219	左	11	-	<p>[(4)下取り・買取り の項の後に追加]</p> <p>(5)苦情対応</p> <p>商品や接客、サービス、店舗施設などに関わるお客様からの苦情には、初期の段階で迅速に対応することが大切です。苦情発生に伴って悪評が流れるなどのリスクが生じる一方、お客様の心理をよく理解し適切に対応することによって、信頼関係を強化するきっかけともなります。</p> <p>①苦情対応の心構え</p> <p>お客様が苦情をあえて手間をかけて伝えてくるのは、お店を頼りにしていることの裏返しともいえます。聞く方としては、面倒がったり嫌な顔をしたりせず、お客様の気持ちに寄り添って素直に聞こうとする姿勢が大切です。</p> <p>②苦情対応と業務改善</p> <p>言葉使いや態度に注意が必要です。苦情に対して単にお詫びを述べるに留まらず、原因を究明して再発を防止することがお客様の納得感にも繋がります。標準的な苦情対応の手順は次のとおりです。尚、すぐに解決できないようなときには、場所を変える（個室や事務所へ誘導）、人を変える（上長に変わる）、時間を変える（調査して後日お話を伺う）のように、状況を変えると効果的です。</p> <p>・お詫びする</p> <p>まずは不快な思いをさせたことに対して心からのお詫びを伝え、お客様の最初の怒りを静めます。</p> <p>・よく聞く</p> <p>早く終わらせた気持ちは相手に伝わります。最初にお客様の気が済むまでよく傾聴し、ご意見に対して感謝の言葉を述べます。相手の意見を否定するような言葉は使わないようにします。ここではお客様がキーポイントとしているような言葉を正確にメモすることが大切です。</p>

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
219	左	11	続き -	<p>・状況を把握する お詫びと傾聴で、お客様に冷静になってもらったうえで状況を把握します。すぐに対応できない場合には時間をいただいて日を改めます。自分の氏名など責任の所在を明らかにしたうえで、お客様の連絡先を訪ねます。</p> <p>・原因究明と対応方法の提示 苦情の元となった原因を究明し、お客様に説明するための情報を揃えます。そしてお客様に納得いただける最善の解決方法を提示します。対応期間が必要な場合は、具体的な日付を伝えます。対処後には再度お詫びを伝え、苦情を伝えていただいたこと、お時間をいただいたことに対して感謝の言葉を述べます。</p> <p>・関係者へのフィードバックと業務運営改善 二度と同じ苦情が発生しないよう、原因と対策について関係者全員で共有します。改善策は上長含めて十分検討し、速やかに組織立って実行します。</p> <p>③苦情処理体制 苦情対応を組織として均質化し安定させるためには、対応マニュアル作成と周知の研修が重要です。対応マニュアルには苦情の定義や判断基準に続き、心構えや対応手順、記録や報告書の作成などを記載します。苦情は店頭に限らず、メールや電話、SNS、手紙など様々なチャネルで受ける場合があります。これらを網羅して苦情処理体制を組み、解決責任者や受付担当者を設置することはたいへん有効です。「組織における苦情対応の指針」がJIS化（JIS Q10002 2019）されており、判断基準や対応方法、対応体制を検討するうえで役立ちます。 また、昨今では悪質なクレームやカスタマーハラスメントが発生することも考えられますので、あわせて対策を練ることが大切です。</p>
221	右	6	-	<p>〔(3)製造物責任法（PL法）の項の後に追加〕 (4)景品表示法(不当景品類及び不当表示防止法) 誇大な広告宣伝や過大な景品提供で消費者を獲得しようとする、消費者は正しい商品選択が歪められ不利益を被りかねません。景品表示法はこのような商品・サービスの品質や内容、価格や取引条件等に関する不当な表示と過大な景品類の提供を規制し、不当な顧客誘引を禁止することによって、消費者の利益を保護する役割をはたしています。消費者に誤った認識を与える次のような不適切な表示(不当表示)は禁止されています。</p> <p>優良誤認表示 商品の内容について、実際の商品内容よりも著しく優良であるように消費者に誤解を与える表示 例：人造キュービックジルコニアを『CZダイヤモンド』と記載することで、天然のダイヤモンドであるかのように示す表示 有利誤認表示：商品の購入条件について、実際の購入条件よりも著しく有利であるかのように消費者に誤解を与える表示 例 実際の市価が60万円程度の商品を「100万円の品を50万円で提供」、「市価の半額」と表示 商品の取引に関する事項について消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示 例 消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示（ステルスマーケティング）</p>

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
224	左	9	9～右7行目 ジュエリー・コーディネートとは何でしょう？ (中略) 結果的に長く愛用していただけることが多いものです。	ジュエリー・コーディネートとは何でしょうか？ お客様がジュエリーを身につけたときに、ジュエリーと装い、雰囲気、場面などのさまざまな要素が調和し、それぞれの魅力が引き立ち合うことで、お客様の品格や個性、魅力をよりいっそう際立たせることがジュエリー・コーディネートです。 例えば、お祝いの席にふさわしいジュエリー・コーディネートは、お客様に品格を与え、ご自身の自信にもつながります。また、場のホストへの感謝と敬意を表すものでもあります。 お悔やみの席にふさわしいジュエリー・コーディネートは、場にふさわしい礼儀を示し、故人を悼む気持ちをさりげなく伝える役割を果たします。ジュエリーは、体型に自信のない部分をカバーしたり、自信のある部分を引き立てたりするためのツールにもなります。 例えば、首のシワが気になる方には、大ぶりのネックレスで顔まわりを明るく見せるコーディネートが効果的です。 また、ボリュームのある体型が気になる方は、手首に揺れるブレスレットをつけることで、比較的細い部分を強調することができます。 さらに、宝石の色をアクセントカラーとして取り入れ、腕時計のベルトや靴などと色を合わせることで、ファッション全体の印象が引き締まり、洗練された印象を演出することができます。 このように、さまざまな見地からお客様へジュエリー・コーディネートを提案する専門家が、ジュエリー・コーディネーターです。 もちろん、お客様の好みや個性を尊重することは大前提ですが、選択に迷われている場合には、ややベーシックなデザインの商品をおすすめするのも一つの方法です。 そのほうが、結果として長くご愛用いただけるケースが多く見られます。
225	左	2	ジュエリー・コーディネートには様々な知識やセンスが必要ですが、コーディネートの基本的なポイントは次の2つです。	ジュエリー・コーディネートには様々な知識やセンスが必要です。コーディネートの基本的なポイントを次に挙げます。
225	左	8	標準体型の日本女性であれば	[削除]
225	左	10	10～15行目 アイテムは (中略) などの組み合わせが一例です。	[削除]
225	右	26	p225右26行目～p226左3行目 ここからは、バランスの良いジュエリー・コーディネートの (中略) どんなものがあるのかを解説します。	ここからは、バランスの良いジュエリーコーディネートについて学びます。 バランスとは、全体の釣り合いや安定感のことを指します。 人の体格や手の大きさ、指の太さ、首の長さ、顔の形などの特徴はさまざまですが、そうした身体的な違いを大まかにタイプ分けし、それぞれに調和するジュエリーデザインの選び方を解説していきます。
226	左	14	14～17行目 指が太い、細すぎる、(中略) 多いものです。	指が太い、細い、節が目立つなど、自分の手にコンプレックスを感じている方の中には、リングは似合わないと思い、着けるのをためらうことも少なくありません。
228	左	6	6～11行目 指が細くても、(中略) 少なくありません。	指が細くても、節が目立つことを気にする方は少なくありません。 節が太い場合、節を通るサイズでリングを選ぶ必要があり、指の付け根では緩くなって回ってしまうことがあります。そのため、着け心地に違和感を覚え、リングを敬遠するようになる方もいます。
231	左	2	2～6行目 比較的、ふくよかで (中略) 選びましょう。	首が太くて短く感じる方は、ご自身の体型にコンプレックスを抱き、ネックレスが似合わないと思い込んでしまうことがあります。 しかし、首まわりに適度なゆとりを持たせ、首元がすっきり見える長さを選べば、印象を大きく変えることができます。

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
231	右	1	1～6行目 【長くて細い首】 (中略) 気をつけましょう。	【細くて長い首】 首が長く細い方は、比較的どの長さのネックレスでもバランスをとりやすい傾向があります。 ただし、首の筋が目立つ場合は、短めで首にぴったりとしたデザインを選ぶと、すっきりと見せることができます。
232	左	10	10～13行目 首が太め、(中略) バランスが取りやすいです。	首まわりにややボリュームのある方でも、すっきりとした印象に見せることができます。 また、タートルネックのような襟元の高いトップスともバランスがとりやすく、幅広いスタイルに合わせやすい長さです。
233	左	2	2～4行目 残念ながら、(中略) センスアップします。	日本ではブローチが上手に活用されていないように見受けられますが、効果的に使うことで装いの印象を大きく引き立てることができます。アクセントとして活用すれば、センスアップにもつながります。
233	右	4	4～最終行 適切な位置に留めるには？ (中略) 生地が薄い衣服には向きません。	ブローチの着け方 ブローチは、衣服を着た状態で鏡を見ながら位置を決めると、全体のバランスを確認しやすくなります。位置が決まったら、いったん衣服を脱いでブローチを留めます。もしくは、衣服を着る前にハンガーなどに掛けて正面から眺め、バランスが良いと思った箇所に留めると良いでしょう。 ピンは上から下へ通すと安心です。これは、万が一ピンの留め具が外れても、すぐにブローチが落ちにくいからです。デザインによってはピンを横向きや、下から上へと通すものもありますが、その際はピン先を生地の表裏へ交互に数回通してから留めると安定します。また、シリコンストッパーなどを使用するとより安全です。また、薄手の衣服に留める際や、ブローチの重みで生地が垂れ下がってしまう場合は、裏側にあて布を添えてピンを通すと、生地への負担を抑え、美しいシルエットを保つことができます。
233	下左図		テーラード (背広型)	テーラード
233	下左図説明		位置はスーツの上襟と下襟の境目の縫い目をまたぐように留めるとバランスよく見える	ブローチの位置は、ジャケットの上襟と下襟の境目の縫い目にかかるように留めると、バランスよく見える
233	下右図		ノーカラー (ボレロ型)	ノーカラー
234	図 丸顔 右:補正		揺れるタイプのドロップタイプ	ドロップタイプ
234	図 逆三角形 右:補正		円形や楕円形のスタッドタイプ	スタッドタイプ
234	図 ベース型 右:補正		小さめのフープタイプ	フープタイプ
234	図 楕円形 右:補正		スタッドタイプ	丸みのあるスタッドタイプ
235	左	31	自分の外見をトータルでチェックできます。	全身のバランスが確認できます。
236	左	23	◆O オケーション(Occasion) = 機会	◆O オケーション(Occasion) = 場面
236	右	17	17～22行目 ①正礼装 (中略) 一般的です。	【正礼装】 格式の高い式典や、ホテルなどで行われる伝統的で厳かな結婚式・披露宴、改まったパーティーなどでの装いです。 昼はアフタヌーンドレスやスーツのアンサンブル、夜はロング丈のイブニングドレスが一般的です。

ページ	段落	行	初版 2 刷	初版 3 刷
236	右	23	23～最終行 ②準礼装・略礼装 (中略) 問題ありません。	【準礼装・略礼装】 入学式や卒業式、ややカジュアルな結婚式や披露宴、レストランウェディング、結婚式の二次会など、やや改まった席での装いです。 一般的な結婚式の多くはこの範囲に含まれます。 ●準礼装：昼は袖丈が長めのワンピースやセミフォーマルなスーツなどが一般的です。 ●略礼装：招待状などで「平服」と指定される場合の装いです。夜の二次会などでは、袖丈の短い華やかなワンピースやパンツスーツなども適しています。
237	左	6	すべてにふさわしいジュエリーです。	すべてにふさわしい宝石です。
237	左	15	デザインには注意が必要です。一般的にふさわしいものは以下となります。	デザインには注意が必要です。日本の弔事において一般的なジュエリーのコーディネートについて解説します。一般的にふさわしいものは以下となります。
237	右	11	オニキスやジェットも	ブラックカルセドニーやジェットも
238	左	3	3～11行目 真珠のネックレスは、(中略) 他の真珠でも同様です。	真珠のネックレスは、冠婚葬祭の場面はもちろん、現代ではビジネスシーンや日常でも親しまれているジュエリーです。日本人にとって最も身近な宝石の一つであることから、本テキストでは特にこの項目を設けました。 ここでは主にアコヤ真珠のネックレスについて解説しますが、他の種類の真珠にも応用できます。
238	右	23	23～26行目 真珠の大きさは(中略) お勧めするようにします。	真珠の大きさは使う方の年齢、体型、予算にもよるので、それらを考慮してお勧めするようにします。
238	右	29	29～最終行 顔周りに近いイヤリングは(中略) 大きめのものが似合います。	イヤリングの珠のサイズはネックレスと同等か少し大きめにします。
239	左	7	7～15行目 とかく真珠のネックレスは(中略) 一般的なネックレスと言えます。	真珠のネックレスはフォーマルな場面で使う印象が強いかもしれませんが、特にチョーカータイプはシンプルなデザインなので、工夫次第で幅広い装いに取り入れられます。 ペンダントトップを合わせたり、ドロップ型のイヤリングと組み合わせることで、カジュアルなシーンでも楽しむことができます。 また、チョーカーは慶事だけでなく、弔事の場面でも使われることのある一般的なスタイルです。
240	左	12	複数付けることで	複数付けることで
240	右	18	18～20行目 真珠のネックレスは、糸が伸びたり、 (中略) 年に一度は糸替えをお勧めしましょう。	真珠のネックレスは、経年や使用により糸が伸びたり弱くなったりするため、突然切れてしまうことがあります。 プロによるメンテナンスを定期的に行うことで、真珠の寿命は長くなります。1～2年に一度、糸替え・洗浄・磨き直しなど、販売店や専門店での定期的なメンテナンスすることで、真珠の美しさを長く楽しんでいただくことができます。
付表				
243	右単位	1	もんめ 匁 (1匁=3.75 g) momme	もんめ 匁もんめ (1mom=3.75g) mom
243	左表記記号	1	coin silver:コイン・シルバー、銅 100%を含む銀合金	[削除]
243	左表記記号	6	Hv : vickers hardness	HV : Vickers hardness
243	左表記記号	10	日本工業規格	日本産業規格
243	右表記記号	7	スターリング・シルバー、銅75%を含む銀合金	スターリング・シルバー、品位925の銀合金