

ご愛読者の皆さまへ ~定期購読申し込みのお願い~

いつもThe Watch & Jewelry Todayをご愛読いただき、有難うございます。
これまで無料でご愛読いただいていた皆様を6月15日より順番にお止めさせていただきます。



保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

Quality logo and publisher information.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J branding.

最先端の体験型イノベーションを導入し
従来のラグジュアリーウォッチストアとは
違ったアプローチを



スイス発、マルチブランドのラグジュアリーウォッチ&ジュエリーのデスティネーションストア「TimeVallee(タイムヴァレー)」が、正規販売とヴィンテージ販売を有する国内最大級の時計専門店であるBEST ISHIDAとのパートナーシップにより、日本に本格上陸。4月26日に麻布台ヒルズにオープンする。

国、中近東などを中心に世界で40店舗以上のブティックを展開し、世界のラグジュアリーメゾンより、厳選されたウォッチとジュエリーのコレクションを揃えている。また、カスタマーサービスラウンジを備えるなど、総合的なカスタマーサービスで時計やジュエリーを提供している。

TimeVallee

顧客にも満足してもらえるようなサービスを提供していく。TimeValleeのビジョンは、数百年にわたる時計製造の伝統を守りながら、最先端の体験型イノベーションを導入することで、従来のラグジュアリーウォッチストアとは違ったアプローチを提案していくこと。

に、人間を中心に発想し、誰もが豊かに暮らせる環境を目指した「ヒルズの未来形」。新しい都市の豊かさを、世界に先駆けて東京から発信していくとして揃えられたラグジュアリーブランドは、エルメス、カルティエ、セリーヌ、デオール、ブルガリ、ベルルッティ、ポッテガ・ヴェネタ、そしてタイムヴァレー。

Advertisement for (株)萩原 jewelry store.

GW期間中には、麻布台ヒルズのコンセプトをもとにGreen&Wellnessを体現するイベントが開催され、様々なコンテンツを展開。麻布台ヒルズの魅力を生かした多様なプログラムを通して、自然と調和しながら、心身ともに健康で豊かに過ごすライフスタイルを提案する。

カットも研磨もされていない自然のままのダイヤモンドの魅力を発信する「第15回アンカットダイヤモンドジュエリーコンテスト」の募集要項が発表された。

テーマはアンカットダイヤモンド。自然が生み出したままのダイヤモンドの魅力を引き出し、永く受け継がれてゆくジュエリーを募集している。主催する諏訪貿易株式会社は「形が整っていても、研磨済みダイヤモンドとは異なり、アンカットダイヤモンドは、いっさい手を加えていないため、たとえ正八面体であったとしても一つとして同じものはありません。個々に異なるアンカットダイヤモンドへの対応は、アイデア以上にデザイナーを苦しめるでしょう。しかしそれを乗り越え、自然のままのダイヤモンドの力強さを引き出す工夫を思いついた瞬間、デザイナーの構想が大きく広がっていくに違いない」とコメントしている。

「アンカットダイヤモンドジュエリーコンテスト」募集開始。締切は6月14日。278作品、レベルの高い作品が集まる。審査基準は、独自性=アンカットダイヤモンド(人の手を加えていない、自然のまま美しいダイヤモンド)の魅力をより一層引き立てているか。他の宝石ではない、アンカットダイヤモンドで製作する意味はあるか。提案力=デザイナーの意図がデザイン画や説明文に反映され、きちんと伝えることができているか。実現化=アイデアを実現可能なレベルまで具体的に落とし込んでいるか、着用品や耐久性を備えており、ジュエリーとして成立するか。プレス奨励賞については、話題性と革新性が注目される。



宝石の研磨・彫刻から貴金属加工まで、ジュエリーを完成させる全ての工程が揃う世界的にも珍しい、日本有数のジュエリー産地「山梨・甲府」で開催されるプロのためのBtoBトレードショー「山梨ジュエリーフェア2024」

来場者数横ばいの5,534名
山梨ジュエリーフェア



(YJF.主催=インフォーマーマーケットジャパン(株)と協同組合山梨県ジュエリー協会)が、4月10日~12日の3日間、アイメッセ山梨で開催され賑わった。

前回は出展社143社、来場者数5,590名だったのに対し、今年は145社の出展社と5,534名(初日2,127名、2日目1,802名、3日目1,605名)の来場者となり、数字の上では期待に応えることができなかった。会場内に、山梨県らしい山梨県プロモーションエリアを設置し、職人による加工実演やトークイベントを実施したほか、現代の名工、ジュエリーマスターの作品も展示した。

だろう。2日目の工場見学ツアーと合わせ、2日目に集中させたようだが、2日目の来場者数は1,802名に留まり、無料で学べるプログラムが活きなかったと言えるだろう。3日目は日本貿易振興機構(ジェトロ)山梨貿易情報センター主催によるアリババECサイト(タオバオ)ショップオーナー-KOLとの商談会が開催され、コロナ後に対面のビジネスが回復した今も、ECの存在感は決して無視できないものとなり、次のマーケットとしてジュエリー業界にも熱い視線が注がれている。特に5~10万円で購入できるライトジュエリーをはじめ、日本の高品質なジュエリーは人気を博していることなど、貴重な話が聞けたにも拘らず、聴講者が少なかったのが気がかりだ。その他詳細は次号に掲載する予定。

FD.P Lab Fixture Display & Packaging Laboratory advertisement with QR code.

Murata Jewelry advertisement for The Jewelry Concierge service.

Kuwayama jewelry advertisement featuring a ring and promotional text.

KOHSAI SMART SMART HOOK advertisement for jewelry hooks.

LANVIN COLLECTION advertisement for jewelry.

10th Anniversary advertisement for a jewelry store.