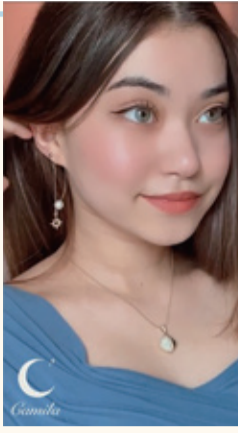


クリエイターの想いを形にする、製造運営サポート
指先ひとつでアクセサリブランド



海外での売
上率が年々上
昇するとともに、
良質なモノは海外に流れる。給
与も下がる一
方なので、職人
や働く若い力を
逃し、業界外か
らの企業にジワジワと市場を奪われて
いる宝飾市場のこの先を考えている人
たちの声が全く聞こえてこない。
どの業種業態も売上が厳しく、近い将来を見据え、直販が模索されている。百貨店等においては、新たなイベントスペースとして既存のルールを変えた出店方法で、商品幅を広げて出展社とともに新しい層の誘致活動にも力を入れる。
コロナ禍においても全国で売上を伸ばしている小売店は多々存在するが、リアル店舗での生き残りは、オリジナル商品か体験できるもの、そこでしか買えないものでの勝負となるか。また、テレビショッピングやECサイトなどでこれまで以上の高値の商品が売れ始めた場合は、専門性の高いリアル店舗のメリットの強化が更に必要で、既存のサービス

見えない市場競争は激しく始まっている

だけでは差別化が難しくなってくる。
若年層を中心にインフルエンサーによる影響が日に日に大きくなってきている市場では、新たなビジネスが毎日のように生まれ、激化している。楽しさのない中小企業が日本には多いというのも原因の一つだろうが、インフルエンサーに憧れる世の中になってきているのは誰も否定できない。
ソーシャルバイヤーも一気に広がり、ソーシャルバイヤーを束ねる企業が乱立したのと同じく、インフルエンサーをまとめる企業も出てきている。
また、「自分のアクセサリブランドを持ちたい」というインフルエンサー向けに、アクセサリジュエリーをデジタル上でデザイン制作するツールと運営支援体制を提供する企業なども出てきた。
(株)FUN UPは、95万人のフォロワーを誇る大人気クリエイターCamila(TikTok公認MCM.PPP STUDIO所属)がプロデュースするD2Cアクセサリブランド「Camila」の製造運営をサポートする企業だ。
同社は、D2Cブランド支援の事業向けに独自開発した受注生産管理システムにより、アプリ上で簡単にデザインしサンプ



ル発注をすることで余剰在庫を持たず、製品のデザイン企画、製作、製造、運営、梱包発送、カスタマーサポートなどの全てのフローを一括で、デジタル上で運営管理代行することを実現するサービスを提供している。企業から個人までオールリモートでもノンリスクでD2Cブランドの立ち上げから、製造、販売運用を可能としている。
スマートフォン上でアクセサリのパーツを組み合わせ、ユーザー自身がブランドを立ち上げ、デザイン・投稿、販売できるアプリサービスがモノづくりプラットフォームの「monomy」。オリジナルのデザインを簡単に指先ひとつで作成でき、組み合わせたデザインを実際にクラウド上で販売可能。ブランドオーナーは販売価格の10~20%を収益として受け取ることができる。
ジュエリービジネスに向いているのか否かは別として、今後は、このようなビジネスとの市場競争が始まろうとしていることは間違いない。

FUN UP=https://fun-up.jp/, monomy=https://www.monomy.co/

3D プリンターからレーザー機器、CAD ソフト、作業工具までの最新機器と世界の工具で「モノ作り」をサポートする「シーフォース」が、創業20周年を機に、工具や機器の販売だけでなく、ジュエリー工具から機器販売、そして製品加工までトータルで顧客を支えるジュエリーの総合ショップに生まれ変わったのが、2020年の1月。

出鼻をくじかれるようにコロナ禍が襲ったが、シーフォースの勢いは止まることなく、これまでに新社員を10名程入社させたほか、新事業も複数立ち上げ、さらにパワーアップして新社屋での2年目を迎えている。

新社屋には、1Fに工具、2Fに大型機械、3Fが加工部など、顧客をトータルでサポートする道具が揃っているが、それだけでなく茶室、縁側、テラスなど様々なコミュニケーションを広げる演出が盛り込まれているのが最大の特長だ。

また、この8月には、新社屋5・6階にあるイベントスペースを、さらにジュエリー業界にとっても有効な活用法として、作り手(ジュエリー作家)と使い手(ユーザー)を繋ぐカフェギャラリー「CREATEA(クリエイティ)」をオープンすることを決めた。

「CREATEA」は、若手作家の作品を中心に、多数の作品を常時展示するギャラリーとなる。さらに、作品を眺めながら、ゆったりとハンドドリップコーヒーやスイーツなどを楽しめる空間が広がる。

佐々木一富社長は「シーフォースには色々な業種の人が道具や加工を求めにいらしゃいます。この数年の傾向としては、ハンドメイドによるジュエリーをつくる若手クリエイターが増えていますが、その多くがリアル店舗で発表する場所や販売の機会が少ないことを課題に上げています。オンライン販売やSNSなどのツールが増え、自ら発



若いクリエイターにチャンスをつく
ジュエリー作家とユーザーを繋ぐ、
カフェギャラリー「CREATEA」

SEAFORCEの最上階に
オープン

信できるようにはなりましたが、サイトだけでの販売の難しさに加え、3万円以上のジュエリーは実際に手に取り、着心地や色味などを試したいというユーザーが多いこともあります。一部メディアではジュエリーが取り上げられることもありますが、まだまだアパレルのようにジュエリーを日常的に身につけること

がファッションであるという認識は広がっていません。これだけ多くの若いアーティストがジュエリー業界に飛び込んできているのに、手を差し伸べることなく何もしないで見過ごしているのかということを考えた結果、シーフォースらしくみんなで「楽しい」と思うことをやっていると、CREATEAを立ち上げました。CREATEAを通して、ジュエリーとコーヒーで人と人を繋いでいきたいと思えます」と、新たな視点を加えた斬新な取り組みについて笑顔で説明した。

「CREATEA」は、場の提供に留まらず、オンラインによるジュエリー作家紹介サイトから販売ノウハウまでのトータルサービスを提供していく。もちろん作りにおいても加工サービスが提供できるので強い味方になることは間違いない。また、SNSの進化にDXが加われば、若い作家が集まるZ世代がトレンドを生み出していく。これからの市場を席巻していくZ世代へのアプローチにもなり、「CREATEA」は、持続可能な新たなビジネスへの第一歩とも見て取れる。

最後に佐々木社長は「いまを生きる若いクリエイターさんの作品を世に出していきたいと考えています。最初は20名程度から始めようと思いますが、多くの若いクリエイターにチャンスを提供していきたいと思えます。そして皆さんを笑顔にしたいです」との強い想いを語った。