

ジュエリーの世界を深く掘り下げる 日本語字幕付きレクチャーを公開中 「レコールジュエリーと宝飾芸術の学校」

フランスのハイジュエリーメゾン、「ヴァン クリーフ&アーペル」がサポートする『レコール ジュエリーと宝飾芸術の学校』では、今年4月から8月までの間、ジュエリーの世界を深く掘り下げるレクチャー「オンラインカンパセション」の日本語字幕付き動画を毎月公開している。



ヴァン クリーフ&アーペル グリフォン クリッパ(1971年) © Van Cleef & Arpels

エッセル氏とレオナルド・ブイ氏が、タリスマンジュエリーを語るのに欠かせない3つのテーマからその魅力を探る。古来から受け継がれてきた「タリスマン」の歴史やあらゆる伝説を通して、現代に至るその存在意義を語っている。第一章の「宝石と伝説」では、宝石とそれぞれの石が持つ伝説について語る。タリスマンや

それに使われている原料について掘り下げ、それらと密接に関わりを持つ逸話を展開する。「動物の図像集」と題した第二章は、宝石にとって欠くことのできない重要なエレメントである動物に着目し、タリスマンとその関連性を紐解く。第三章の「物語と驚異」では、伝説や神話など、古くから伝わるタリスマンやアミュレットにまつわる物語を紹介している。今回の「愛のジュエリー」をテーマにしたレクチャー(日本語字幕付き)は、7月25日に公開予定。

佐藤英昭弁護士による『特許の哲学』 其の61

特許法改正案成立

令和3年5月14日、特許法等の一部を改正する法律案が国会で成立した。

新型コロナウイルスの感染拡大により、「非接触」の生活様式が浸透してきており、電子商取引の急伸に伴う模倣品の流入や、情報通信分野における特許ライセンスの大規模化及び複雑化等、消費行動や企業活動も変化してきた。これらの生活様式及び経済活動の変化に対応した策を講じるとともに、知的財産制度を安定的に支える基盤を構築することが必要ことから、デジ

ル化、リモート・非接触など、以下の内容を柱とした改正となっている。

- (1) デジタル化等の手続の整備
 - ⇒ウェブ会議システムの利用、窓口でのクレジットカード支払等を導入等
- (2) デジタル化等の進展に伴う企業行動の変化に対応した権利保護の見直し
 - ⇒増大する個人使用目的の模倣品輸入に対応し、海外事業者が模倣品を郵送等により国内に持ち込む行為を商標権等の侵害として位置付ける等
- (3) 知的財産制度の基盤強化
 - ⇒特許権侵害訴訟において、裁判所が広く第三者から意見を募集できる制度を導入等
 - (特許業務法人共生国際特許事務所所長)

高級アップルウォッチケースブランドを ビジュピコ上野御徒町店から展開



昨年に日本初上陸したスウェーデン発のラグジュアリーブランド「GOLDEN CONCEPT」の高級アップルウォッチケースほか、アイフォンケースなど約90点を展開する「ゴールデンコンセプト東京」が、6月30日、ビジュピコ上野御徒町本店

3Fにオープン。人気男性雑誌「LEON」とのタイアップも決定している。

ゴールデンコンセプトは、スウェーデン出身のデザイナーで、起業家のPuis Shamsosadati(アイア・シャムソサダティ)氏が設立した、優雅さ、独占性、名声を兼ね備えパーソナライズされたテクノロジーを提供するラグジュアリーブランド。通常のアップルウォッチを、仕事、パーティー、ワークアウトなど、あらゆる場面で着用可能にするアップルウォッチケースのほか、アイフォンケースなど約90点を展開する「ゴールデンコンセプト東京」が、6月30日、ビジュピコ上野御徒町本店

日本各地3000名の作家などが集う クリームによる手づくりの祭典が 9月に名古屋で初開催

日本最大級のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」による、丁寧に手づくりされたものと、それをつくる人とつかり、それぞれが集う「Creema Craft Party 2021」が9月11日・12日の2日間、愛知県名古屋市の国際展示場「ポートメッセなごや」で開催される。6月15日より、各種チケット販売サイトにて、前売りチケットの販売が開始された。

これまで東京と大阪で大規模なクラフトイベントを開催する中、多くのクリエイターや来場者から中部エリアでの要望を受け、満を持して初の名古屋開催となった。数多くのクラフトや伝統工芸品で知られる地域に囲まれ、ものづくりに所縁があるこの土地で、心と心が繋がるようなあたたかなイベントを届

けたいとしている。会場内は、アクセサリーやバッグなどのファッションアイテムからインテリア、キッチン、アート、器、手工芸品など、日本各地で活動する約3000名の作家・デザイナーによる作品が展示・販売される「マーケットエリア」と、伝統工芸士や人気クリエイターによるものづくりが体験できる「ワークショップエリア」、素材にも作り方にもこだわった焼き菓子やパン、ジャムなどを販売する「フードエリア」で構成される。

お店とお客様の橋渡しができる!!
販売員さんご紹介します!

BICO・GHI株式会社
EMシーゾーマネキン紹介事業部
東京 TEL: 03-3409-6954
札幌 TEL: 011-219-0758
大阪 TEL: 06-6348-1020

ワークアウトで
着けやすい小型サイズ

G-SHOCKのスポーツライン
シリーズ初の角型ケースで登場

「G-SHOCK」のスポーツライン G-SQUADより、縦・横・厚みがスリム化され、ワークアウトや日常生活でより着けやすい『GBD-200』が、7月16日から発売される。ケースやベゼルもサイドから見てフラットなデザインで薄さ

(株)ジュエリーカミネ(神戸市中央区、上根学社長)は、初めてのディズニーデザインのジュエリー絵画®として、ミッキーマウスの魔法の帽子と手袋に10.0ctのダイヤモンドをあしらった「ファンタジア」



ビューとなった『蒸気船ウィリー』や、同じデザインなどの『ファンタジア』のジュエリー絵画®の通常販売品も用意し、同日から「shopDisney」にて、7月1日からジュエリーカミネの8店舗とジュエリーカミネのジュエリー絵画®

10ctのダイヤモンドあしらった「ファンタジア」 ジュエリーカミネのジュエリー絵画®

(コード: DMK3XL3、消費税込価格: 880万円)の世界限定生産1枚を、ディズニー公式通販サイト「shopDisney」のオープン1周年記念として、6月25日から予約販売を開始(同商品の予約販売は、「shopDisney」のみとなる)。さらに、ミッキーマウスのスクリーンデ

にて予約販売している。受注生産後、11月18日のミッキーマウスの誕生日に届けられる。このジュエリー絵画®は、輪郭の線画以外はすべて宝石を素材に作られており、熟練した職人が一つ一つ手作りで、丁寧に仕上げられている。ジュエリー絵画®は、輪郭の線画以外はすべて宝石を素材に作られており、熟練した職人が一つ一つ手作りで、丁寧に仕上げられている。

OWNDAYSが 男性の育休取得を推進

メガネ・サングラスの製造販売を手掛けるOWNDAYS(株)が、産後出産日の翌中修社社長)は、子どもの誕生直後に父親が最大4週間の「産休」を取れる制度

などを盛り込んだ改正育児・介護休業法が2021年6月3日の衆院本会議で成立したことを受けて、男性の育休取得を推進する。なお現在も、産後出産日の翌日から1歳までの期間において男性の育児休業の取得が可能となっている。

小売の十字路 180

業界の低迷を 考える (その2)

みんなが待ち望んでいる ジュエリーブームが やって来ない

ジュエリーブームがやって来ないことは業界の誰もが望んでいることだ。負

け組は言うまでもなく勝ち組と言われているチェーン店にしたところで、業界のバイ自体が拡大すれば競争競争の厳しい世界は緩和されるし経営的にも一息つける。大衆が動くというのは山が動くようなもので恩恵は大きい。でもただ待っているだけでどこからともなくブームがやって来ると夢見していたとしたら無知の極みである。どんなブームにも種まきの時期と頃合いをみた仕掛けがある。横目にらみで他の業界のブームを見ていたところで「棚からぼたもち」の僥倖に出会ったわけではない。は自明のことである。振り返ると「トルマリン」「ゲルマニウ

ム」「ブラックダイヤ」などが業界でもそこそこのブームは生まれたがそれなりの仕掛けがあつてのことである。前回触れたようにジュエリーには業界全体を活性化させる企業というものが存在しないのだから業界組合等の関係者が汗をかいて少しでもジュエリーの魅力を消費者に伝えなければ購買意欲そのものが沈む一方なのである。消費者にジュエリーを身につけると気分が明るくなる、自身がとても美しく見えるようになる、着ているものがぐっと引き立つ等々ジュエリーの効用とパワーを伝えて少しでもジュエリーに対する意識付けを高めておくことが、回

まっているように思えてならない。チマチマと宝石の定義にこだわって来たところでは、消費者の財布からお金は流れて来ない。業界の低迷の中で思考停止に陥っているのか。知恵は出しようと思うが。今どのあたりにジュエリーの魅力を消費者に伝える場があるかというところ。『CLASSY』『VERY』『Oggi』などの女性向けファッション雑誌である。必ずと言っていいほどジュエリーの特集を毎月掲載している。がそれだけと言ってもいいかもしれない。パワー不足は否めない。結論的に言えば「ジュエリーブームの到来」は限りなく期待薄だということだが、誰彼を非難する話ではない。肝心なことはコロナ禍が過ぎても、景気が回復してもジュエリーブームはやって来ないという現実である。「ひょっとしたら」という楽観はますます企業環境を悪化させるばかりである。ジュエリーは必ずしも買わなくてはならない商品でもなくブームもやって来そうもない。このことを前提に今回は別の角度から業界の低迷を書いてみたい。(続く)

Diamond & Pearl
オリジナルジュエリー

☆ 南洋・タヒチ 製品
☆ ダイヤモンド 製品
☆ デザイン・加工

株式会社 エステート
〒110-0005
東京都台東区上野5-18-9
TEL 03-3831-2530 FAX 03-3832-3354
estate@kha.biglobe.ne.jp

acredo
ネットでデザインできる
オーダーメイド「アクレド」

株式会社 ホック ウォッチ&ジュエリー事業部
〒104-0045 東京都中央区築地 5-6-4 TEL 03-5148-2173

OKUSA CORPORATION LTD.
Keller Trading 正取代理店

It is an honor based on the top quality of Europe.

ヨーロッパの
最高品質に
包まれる。

マクセルの安心のグローブ販売サイト
trade-art.shop-pro.jp
TEL 075-212-5840
株式会社 大日 TEL 075-212-5840
www.okusa-corp.com

SEIKO
Japanese beauty,
crafted into a mechanical timepiece.

機械式時計に
あたらしい予感。

PRESAGE
SINCE 1881

セイコー プレザージュ SARX077 110,000円(税込) メーカー希望小売価格 自動巻 0120-061-012(9:30~17:30、土日祝日を除く) www.seikowatches.com ※セイコーグローバルブランドコアシップのみのお取り扱いです

消費意識の高まりが、回
まわってジュエリーブーム発生の
種になるはずである。
が、私の知る限りそうなっていない。「ジュエリーデー」というツールも来ないという現実である。「ひょっとしたら」という楽観はますます企業環境を悪化させるばかりである。ジュエリーは必ずしも買わなくてはならない商品でもなくブームもやって来そうもない。このことを前提に今回は別の角度から業界の低迷を書いてみたい。(続く)

貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com