

自然界を巡るカラフルな旅がテーマの 新たなブルーブックコレクション

ティアファニー



ティアファニーが発表した2021年のブルーブックコレクション「カラズ オブ ネイチャー」は、自然界の鮮やかな色彩が次々に登場する万華鏡さながらの旅物語。同コレクションは、ジャン・シュランパージェの秀逸なクリエイションと、ティアファニー ハイジュエリーのデザインで構成され、自然の中で生まれ、自然を包み込み、自然を超越して広がる様々な色彩を讃える。核となっているのは、ティアファニーのダイヤモンドオーソリティと、ジュエリストの世界における影響力。この二つの輝かしいレガシーと、卓越したクラフトマンシップとイノベーションのヘリテージが一体となったブルーブックコレクションは、ハイジュエリーの新たな可能性を切り拓く。

みずみずしい植物を形作る鮮やかなグリーントルマリンや稀少なコロムビア産エメラルドといった鮮烈なジュエリストは、豊かな自然が生み出した風景を表現している。紺碧の海と刺激的な色彩をまとった海中生物の世界を描くのは、アクアマリン、ツァボライト、サファイヤ。大空から着想を得る者を惹きつける見事なピースは、スピネルや、イエローやオレンジサファイヤといった稀少なジュエリストによって、天空を染める驚くべき美しい色彩を再現している。このコレクションの鮮やかなスピリットを体現しているのが、圧巻の美しさを誇る二つのネックレス。厳選されたジュエリストの豊かなパリエーションが、見事な色彩を生み出している。その中には、20世紀にティアファニーがジュエリー界に初めて紹介した

ことで知られ、レガシージュエリストとしてブランドが誇る、タンザナイトとクワンツァイトも含まれている。

一世紀以上にわたってハイジュエリーブランドとしてのティアファニーの名声を支えてきたのが、イノベーションと伝統技術を融合したクラフトマンシップ。その卓越した技術は、「カラズ オブ ネイチャー」においても余すことなく発揮。内部に欠陥のない21カラット超の

マーキスシェイプのダイヤモンドは、アメリカのレソトで責任を持って調達され、ティアファニーの職人が息を呑むほどの美しさを引き出した。これは、世界一卓越したクラフトマンシップを長年にわたって追求してきたティアファニーのヘリテージへのオマージュに他ならない。

ティアファニーの至高のクラフトマンシップが表現された最も芸術的なクリエイションには、ジャン・シュランパージェの豊かな空想力が生み出した数々のピースがある。今回、職人の腕がシュランパージェの最も有名なクリエイションに新たな命を吹き込んだ。合計85カラット超のダイヤモンドがきらめくプラチナネックレスは緻密な手作業で制作され、シュランパージェのデザインを特徴づけるアンメトリ、ダイナミックな動き、フェミニンな繊細さを見事に表現している。シュランパージェの傑作の数々を完璧に補完するのが、革新的なセッティングで知られるティアファニー ハイジュエリーピース。特別なカスタムカットを施したハンドセットされたダイヤモンドは、さながら煌めくモザイクのよう。あるネックレスでは半透明のロッククリスタルの平面上にダイヤモンドがセットされ、まるでダイヤモンドが空中に浮遊しているような印象を与える。

ドオープンした。ブリジャールは、モアサナイトの可能性に着目した日本初のモアサナイト専門ジュエラーとして2017年に東京で誕生。昨年度の売上はコロナ禍においても前年度比約20%増を達成し、設立以来好調な成長を続けている。また、7月7日から、チャリティジュエリーライン「OHASHI」を先行展示販売。認定NPO法人フローレンスとのコラボレーションで、売上の30%が「こども食事業」の支援金となる。



日本初のモアサナイトジュエラーが大阪心齋橋に2店舗目の直営店

“新世代のエシカルな宝石”モアサナイトを使用した、「Brillar(ブリジャール)」の国内2店舗目となる直営店・大阪心齋橋ショールームが、6月にグランド

**ジュエリータウンおかしまちの
色石・ダイヤルース専門店**

売れ筋、レアストーンなど在庫豊富！
メレサイズ 0.9mm～ 石合わせはセラナで！

〒110-0005 東京都台東区上野 5-22-1 東錦ビル 1F
TEL 03-3834-5307 FAX 03-3834-5306 E-mail gem@serena.co.jp

serena
Excellent Gem Stones
serena



次世代型アイウェア「TouchFocus®」 第2世代が早くも登場

三井化学株式会社(東京都港区、橋本修社長)は、ワンタッチで遠近を瞬時に切り替えられる、次世代アイウェア「TouchFocus®」の第2世代モデル「TouchFocus® S」に電子液晶レンズの電気加入度数バリエーションを追加し、7月1日より販売開始した。

今回、「TouchFocus® S」の電子液晶レンズの電気加入度数バリエーションとして、電気加入度数+1.0Dを追加。電気加入度数+1.0Dモデルでは、昨年12月発売時の電気加入度数+0.75Dと比べ、遠方距離と近方距離にフォーカスを当てた設計になっており、ゴルフや釣りなどアウトドアシーンに適した処方も可能になった。

また、今回の発売を記念して、日差しを遮るTouchFocus®専用

の偏光クリップオンサンングラスを対象期間内(7月1日～9月26日)の購入者全員に贈呈する。

「TouchFocus® S」は、電子液晶レンズを従来の「TouchFocus®」と比べて領域を拡大させたことで、実際の近方視界の実用エリアがさらに広がった。より自然な姿勢で見ることを追求したレンズ設計により、手元の小さな文字もこれまで以上に快適に見ることができ。使用方法は、テンプレートにあるタッチセンサーに触れるとメガネレンズ内の液晶が稼働し、遠近が切り替わる。 templesを折りたたむ部分にはチタン製のスプリングヒンジが採用され、掛けている時の頭部の圧迫感が軽減され、これまで以上のフィット感が得られる。従来の考えとは異なり、メガネに自分を合わせるのではなく、遠近の切り替えを自分でコントロールすることで、より自信をもって人生を楽しむツールにしたいという思いが詰まったファッションブルな次世代型アイウェアになっている。



ブランド初店舗を自由が丘に モアサナイトのエシカル「GYPPHY」

モアサナイトと環境にやさしいゴールド・シルバーを使用した、エシカルジュエリーブランド「GYPPHY(ジプフィー)」のブランド初となる実店舗が7月22日、自由が丘でオープンする。また同日に、セレクトショップ「Dearium(ディアリウム)」での取り扱いもスタートする。

ブランド初となる実店舗は、東急東

横線自由が丘駅の正面口から徒歩5分ほどの場所に位置する路面店。ブランドカラーのイエローが目立つ外観が目印だ。店内もイエローを基調とし、モノトーンカラーがミックスされたポップでモダンな雰囲気空間が広がる。全商品が並べられたディスプレイほか、プライダブルジュエリーなどのオーダーができる商談スペースも完備。ジュエリーコーディネーターの資格を持つスタッフがカウンセリングを通して、ジュエリー選びを手伝う。

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
エムシージー・マネキン・縮小事業部

東京 TEL: 03-3409-6954
札幌 TEL: 011-219-0758
大阪 TEL: 06-6348-1020

路傍の カナリア79

貧しき競争社会 我がニッポン

平成の日本経済を象徴するテーマに「構造改革、規制緩和」というのがあ。今もこの流れは継続しているが、その当初の目的である社会経済の活性化、新たな経済成長というのは実現するどころかむしろ停滞している。閉塞感のほうがかかるに強いのである。

「構造改革」推進論者から言わせれば、規制緩和がいまだ道半ばにして中途半端のために緩和効果が出ていないのだから更なる規制緩和を進めれば現状の停滞を打ち破れるという論法

になるのだが果たしてそうだろうか、現在までの規制緩和の成果として我々の社会は競争社会特有の活力のある経済がいささかなりとも実現しているはずだが、そのような兆候すら感じられない。働き手相互の格差ばかりが広がり、それが職場や家庭の鋭く悲惨な事件を引き起こしている。競争社会の負の面が目立つのである。

けれども規制緩和の元になっている新古典派経済学の理念から言えば、市場に誰もが参加できる環境整備を基本に公正な競争と価格調整力にゆだねれば豊かさの果実はおのずから得られるはずである。現にアメリカ経済はお手本のように経済成長を続けている。(コロナ禍による攪乱を除けば)

何が違うのか、日本では勝ち組の企業もそこそこ勝ち組の企業もその利益を労働者に分配することなく内部留保金として貯めこんでしまうことが大きな要因である。財務省による「法人企業統計

メガネの田中グループのシンガポール子会社、FLO Optics Pte.Ltd. (FLO=渡辺紗理菜社長)は、7月1日、メガネの田中ブランドで海外初出店となる「メガネの田中 ウィーロックプレイス店」をオープンした。シンガポール最大級のショッピングエリア「オーチャードロード」の一角を占めるショッピングモール内という好立地で、オープン初日から、シンガポール人の客はもちろん、日

海外1号店をオープン
シンガポールに
メガネの田中

な客が来店した。日本の製品・サービスは、そのクオリティの高さでシンガポールの人々から高い信頼と評価を得ている。またシンガポールのメガネ店では、世界有数の多民族国家でありながら、一人ひとりの顧客に似合うメガネという観点からメガネ選びを提供する習慣がない。今回の新店オープンを通じて、メガネの田中ならではの楽しい買い物体験とパーソナライズした接客をシンガポールで広げていく。

診断チャートでぴったりリングや 自分らしいプロポーズプラン

「I-PRIMO」が、プロポーズ事例やプロポーズプランを提案するサイト「プロポーズ準備室」にパートナーのスタイルに似合う指輪を診断できる「婚約指輪マッピング診断」と、自分らしいプロポーズを手伝う「プロポーズシミュレーション診断」の両コンテンツを追加し、プロポーズで感じる「プロポーズ方法を知りたい」「タイミングがわからない」「好きな指輪がわからない」などの多くの悩みをサポートできるよう整えた。

EC/通販事業セミナー 初心者・中小向け 大阪、イーコマースで

コロナ禍の影響で、EC/通販事業を新たにスタートした人や、これから進出を考えている人が多い中、EC初心者と中小企業を対象にした、席数限定

の「EC/通販戦略セミナー」が、7月21日、「イーコマース大阪」(OMM展示ホール:20・21日)で開催される。主催はインフォーママーケティングジャパン。講師は、中小企業基盤整備機構。受講すると補足資料としてポイント解説資料がプレゼントされる。

「見えてないデザイン展」 産学共同で新しい価値創出活動

大日本印刷(株)と武蔵野美術大学が、共催企画展「見えてないデザイン展」を9月2日まで、東京・市ヶ谷のDNPプラザで開催している。

両者は、2019年から産学共同研究契約を締結し、武蔵野美術大学のアートやデザインの知見とDNPの印刷に関する技術やノウハウを掛け合わせ、共同研究やイベント、ワークショップなど、新しい価値を創出するさまざまな活動を展開している。

武蔵野美術大学は2012年から、2020年まで、「新たなデザイン教育のあり方」や「デザインの社会実験の場」を目的として「デザイン・ラウンジ」を六本木ミッドタウンで展開してきた。昨年11月

には、美術やデザインを通して「見えてない」ものに気づき、考えるきっかけとなるように、高校生や一般からワークショップを通して、制作・収集した「問いのカード」378枚を、教育・地域・産業・文化・生活・多様性の6つのテーマで分類し、DNPプラザに展示している。

「問いのカード」は、デザインを実践する上で欠かせない「フォト・オブザベーション(観察)」というリサーチの手法を用いて制作。私たちが日常で何気なく見逃している光景から、美しさや違和感、人の行動に目を向け、その本質を見出し、課題解決の糸口にしている。

両者は、この展示をきっかけとして、社会の中で「見えてない」ものに意識を向け、「問い続けて」いくことで、新しい価値を創出する活動をさらに進めていくとしている。

鷹爪
能ある鷹は爪を隠す

極小の爪で、極上の輝きを

タイムスプラチナを使用した極小の爪が、隠されていたダイヤモンドの輝きをより一層引き立てます。

ビジュピコ
BYOUPIKO
新規顧客を獲得!

https://bijoupiko.com

即ご相談窓口 販売元:株式会社 G-T-B-T 担当:阿部 TEL 03-3835-1111