

### 「ピアジェ」 「ライムライトガラ」 リミテッドエディション登場

「ピアジェ」のジュエリーウォッチコレクション「ライムライトガラ」は、創造性、ひらめき、自信、独立心あふれる類まれな女性たちを称えるウォッチ。センシユアルなラインとアシンメトリーに伸びたラグがアイコン的な同コレクションが初めて発表されたのは70年代のこと。それから半世紀近くを経た今も、「ライムライトガラ」はゴールド製のケースと滑らかな

プレズレット、美しいジュエストーンをあしらったデザインで注目を集めている。そしてこの度、1日の太陽の動きを3つの魅力的なカラーで表現したライムライト ガラ プレシャスリミテッドエディションが登場した。創業当時よりメゾンのクリエイションの源になっている太陽をシンボルとした、唯一無二のウォッチコレクションとなっている。「ライムライト ガラ プレシャス サライズ」(写真右上:左)は、透き通る朝の空を表すブルーをイメージしたウォッチ。ベゼルには32個のブリリアントカットブルーサファイア(約4.69ct)と10個のブリリアントカットダイヤモンド



(約0.90ct)がセットされ、文字盤には、合計289個のダイヤモンド(約1.76ct)がスノーセッティングされている。世界限定18本。1689万6000円(参考商品)。

「ライムライト ガラ プレシャスゼニス」(写真左:右)は、天頂の太陽を象徴するイエローをイメージしたウォッチ。中央の最も濃いイエローからラグに沿って放射状に広がるように、32個のラウンドブリリアントカットイエローサファイア(約4.70ct)と10個のラウンドブリリアントカットダイヤモンド(約0.90ct)が配されている。文字盤には合計289個のブリリアントカットダイヤモンド(約1.76ct)がスノーセッティングされ、プレズレットとバックルには276個のブリリアントカットダイヤモンド(約9.95ct)と124個のイエローサファイア(4.58ct)があしらわれている。世界限定8本。2926万円(参考商品)。

### 連載 コラム

### 『石部イズム〜御徒町編〜』

(株)G・T・B・T 代表取締役社長 石部高史

### 第4回「攻撃が最大の防御なり」

急激にコロナウイルス感染者数が増加する中、やはり甲府のジャパンジュエリーフェア 2021も延期が決まり、代替日程が決まらない中、今後このような展示会もほとんど開催できなくなるのではないかと感じています。出展業者の立場からしてみれば出展にかかわる経費は通常通りにかかり、予定にも穴が空いてしまった上に売上も作れない、といった二重三重の苦しみがあります。このご時世、展示会を開催している会社はもちろんありますが、毎日がギャンブルのようになかなか黒字になっていない現状があります。展示会を開催しどつぱりと展示会型になっている会社はほとんど弱体化していき、それに伴い商品も資金力がなければ新しい商品開発もできなくなってくるでしょう。小売店の仕入れもない中、トネルの先が見えないという状況が現状でしょう。

それは百貨店の1階のジュエリーブランドが苦戦している話をよく聞くことを考えれば、当然と言えば当然なのでしょう。今はコロナウイルスを理由に守りに入っている会社が大半でしょう。しかし私は、「攻撃は最大の防御なり」と経営方針を固めることにしました。先日開催されたオリンピックで野球やサッカーなどのスポーツをテレビで観戦していると、いくら守りを固めても味方が得点をしなければ勝つことはできません。すなわち攻める気持ちを強く持ち、戦う姿勢を見せなければ勝つことはできないということでしょう。これはこの業界も同様であると

考えます。「市場がどのような商品やサービスを求めているのか?」顧客のニーズを探るためのマーケティングをしっかり行い自社の価値を極めたいことが必要であり、まさに企業経営も攻撃が最大の防御といっても過言ではないのです。先日、男性雑誌LEONにて今まで商品開発してきたキャラクター(PAC・MAN、Ted、SNOOPY)で、20万~100万円くらいの商品と喜平の商品等を8Pのブックインブックに載せて広告をしました。そうすると、全国から富裕層のお客から電話が鳴りやまない状態になり、このコロナ禍であっても富裕層は不景気知らずだということがわかりました。百貨店の外商も今は動けない時代だからこそ弊社では新規顧客の獲得につながったと考えています。また、アパレルウォッチケースのメーカーであるゴールデンコンセプトの協力で今話題のYouTuberのラファエル氏をお店に呼んでいただき動画を撮影、その動画をYouTubeに配信していただく機会がありました。その動画は再生回数が63万回という大成功となり、その効果もあって1カ月に200本以上の売上を達成しました。

私は年内にあと2店舗、来年も3店舗出店をしていながら今のコロナウイルスに勝つ術を見つけていきます。今はただ、マンネリになってしまっている展示会を続けて衰退していくしかないのでしょうか。現在、御徒町はコロナウイルスの影響で人通りも閑散としています。コロナウイルスが猛威を振るう前にはクリスマスに向けての商品作りで忙しかついている様子が伺えたが、今年はその動きも見えてきていません。

これはこの業界も同様であると

思います。今はただ、マンネリになってしまっている展示会を続けて衰退していくしかないのでしょうか。現在、御徒町はコロナウイルスの影響で人通りも閑散としています。コロナウイルスが猛威を振るう前にはクリスマスに向けての商品作りで忙しかついている様子が伺えたが、今年はその動きも見えてきていません。

私は年内にあと2店舗、来年も3店舗出店をしていながら今のコロナウイルスに勝つ術を見つけていきます。

### 昨年対比で120%の売上を達成

「オープン・フューチャー」をテーマに「D&D コレクション2021」開催総力を結集して選び抜いた逸品の数々を提案



スイスの高級時計「コンコルド」のウォッチ&ジュエリー「D&D 144」、「D&D Elegante」他ブランドジュエリーの輸入発売元であるヨシディア(株)(本社:東京、田村宗人社長)は、毎年恒例の新作ジュエリーの発表会「D&D コレクション2021」を8月18日、東京・恵比寿のウエスティンホテル東京で行い、昨年対比で120%を売

上げた。総力を結集して選び抜いた逸品の数々を提案した同展は、コロナ禍での開催だけに感染に最大限留意し、入り口の体温計設置、各所での除菌やセンサーにより完全防備を徹底し、今回は、コロナの暗いイメージの現状を払拭するために「オープン・フューチャー」をテーマに、ワクワクドキドキの商品を見てもらう為の明るいイメージの会場づくりとした。展示会場とは別会場で行われたD&D仕入れ会では、取引先のデパートや卸商たちが、「お客様は、コロナ禍でジュエリーを買いたくうずうずしています。お客様の要望に合う商材があれば仕入れますよ」と積極的に仕入れていた。

### 「MELE MELE」関西初進出 インフルエンサーや先行販売など 阪急うめだ本店で期間限定



ハイファイブインターナショナル(株)(東京都豊島区、山入端貴孝社長)が展開するダイヤモンドジュエリーブランド「MELE MELE」の期間限定ショップが、9月1日~9月7日に、阪急うめだ本店に登場する。関西初進出となる今回は、通常オンラインでしか販売していないMELE MELEの全アイテムを揃えるほか、イヤークラフと2wayで楽しめるリングをはじめ、この秋販売開始予定の新作全6型の先行受注を行う。さらに、インフルエンサーMikuが「日常で身に付けたいと思うジュエリー」がテーマの人気コラボシリーズ

「Daily」には、新色のピンクゴールドが登場。期間中オンラインストアに先駆けて先行販売を行う。肌馴染みのよい柔らかなピンクは、シーンを問わず身に着ける人をさざりなく引き立てる。また、税込33,000円以上の購入者先着20名にはダイヤモンドを一石プレゼントする(MELE MELEのジュエリーに使用されているダイヤモンドと同クラスの0.08ctハートアンドキュービッドダイヤモンド)。

CT スキャン使用  
天女、花珠、鑑別書  
日本真珠学術協会  
〒110-0005 東京都台東区上野 5-22-1 井上ビル4F  
TEL:03-3836-2507 FAX:03-3836-2689

ヴァン クリーフ&アーペルは、4月22日から5月9日までの間、代官山T-SITE GARDEN GALLERYで行われた期間限定エキシビション「LIGHT OF FLOWERS ハナの光」の追体験を可能にする、バーチャルエキシビションを8月10日に公開した。ヴァン クリーフ&アーペルでは一年を通して、1906年の創業時からメゾンが大切に守ってきた花のテーマにオーギュスト・ファン・ドールが手がけた「花」の追体験を可能にする、バーチャルエキシビションを8月10日に公開した。ヴァン クリーフ&アーペルでは一年を通して、1906年の創業時からメゾンが大切に守ってきた花のテーマにオーギュスト・ファン・ドールが手がけた「花」の追体験を可能にする、バーチャルエキシビションを8月10日に公開した。

空間を創り出した。生を謳歌する「花」、生きた「花」の一瞬をとらえたジュエリーの共演はノーブルな光の空間を生み出し、大変好評を博して惜しまれつつ幕を閉じた。この一期一会の出会いを大切に守ってきた花のテーマにオーギュスト・ファン・ドールが手がけた「花」の追体験を可能にする、バーチャルエキシビションを8月10日に公開した。

「日常で身に付けたいと思うジュエリー」がテーマの人気コラボシリーズ

### 期間限定エキシビションを追体験可能な バーチャルエキシビション ヴァン クリーフ&アーペル



「追体験可能なバーチャルエキシビション」を8月10日に公開した。ヴァン クリーフ&アーペルでは一年を通して、1906年の創業時からメゾンが大切に守ってきた花のテーマにオーギュスト・ファン・ドールが手がけた「花」の追体験を可能にする、バーチャルエキシビションを8月10日に公開した。

「追体験可能なバーチャルエキシビション」を8月10日に公開した。ヴァン クリーフ&アーペルでは一年を通して、1906年の創業時からメゾンが大切に守ってきた花のテーマにオーギュスト・ファン・ドールが手がけた「花」の追体験を可能にする、バーチャルエキシビションを8月10日に公開した。

フェスタリアホールディングス(株)は、「プレシャスモーメント」をテーマにした、秋の新作ジュエリーを、8月18日より発売開始した。「オーロラ」はその瞬間ごとに色や

形を変化させるオーロラの輝きは、暗闇を一瞬にして表情豊かな美しさへと一変させる力を持つ。闇を照らし出す希望の光をジュエリーに込めて、センターストーンには美しい星のダイヤモンドが煌めいている。アイテムは、ネックレス(11万円)、リング(11万円)、ピアス(8万8000円)。「プレッシング」=雲の切れ間から振り注ぐ希望の光が積み重なり、自ら強

く光を放つ様子イメージして誕生したジュエリー。センターストーンには美しい星のダイヤモンドがきらめき、身に着ける人に自信と一歩前へ進む勇気を与える。アイテムは、ネックレス(5万5000円)、リング(6万3800円)、ピアス(5万5000円)。

金製品の販売や貴金属の買取り業務を行う(株)SGCが、9月1日~6日の6

### 現物資産の「金」の価値人気続く 高島屋大阪店で「大黄金展」

50周年記念「黄金の仮面ライダー」初上陸

日高、高島屋大阪店7階催会場にて、金製品を展示・販売する「大黄金展」を開催する。現在は、新型コロナウイルスの影響からくる先行きへの不安に加え、米インフレ高進による実質金利の圧迫やドル安を背景に、現物資産としての「金」



場では、50周年記念作品『黄金の仮面ライダー』をはじめ、定番の「おりん・仏具」に「茶器・食器」など華やかな「金」工芸品が取り揃えられる。同社は、「感染対策はしっかりと講じながら、豪華絢爛な輝きによって少しでも世の中に明るい光が射すようにと、今回の催しを展開してまいります」と意気込んでいる。

喜平を楽しむペンダントトップ  
2つのイニシャルを重ね合わせた、あなただけのペンダントトップ。  
JOINDRE THE SECRET CODE  
意匠 / 実用新案 登録済  
https://bijoupiko.com

ビジュピコ  
BijouPiko  
新規顧客を獲得!  
TEL 03-3835-1111