

未来に向けたブランドビジョン グッチがインパクトレポートを発表 廃棄物と汚染を無くし、循環させ、自然を再生



グッチはエレン・マッカーサー財団の戦略的パートナーとなり、未来に向けたブランドビジョンのひとつであるサーキュラーエコノミーへの取り組みを加速させると7月7日に発表した。

この新しい戦略的パートナーシップは、ピープル(人々)とプラネット(地球)にポジティブな変化をもたらすことを目指すグッチの継続的なコミットメントに基づいて締結。詳細は、Equilibrium.Gucci.comで公開された2021年 Gucci Equilibrium インパクトレポートに記載されている。

グッチは、常に進化し行動することで社会および環境の変革をサポートするというブランド理念に基づき、またサーキュラーエコノミーの原則として、廃棄物と汚染をなくし、製品や原料を循環させ、自然を再生するという3つの目標を打ち立て、その実現に向けてさまざまな取り組みを推進してきた。

同パートナーシップは、これをさらに強化し発展させるもの。長い年月をかけてグッチはこの取り組みを自社のパ

リューチェーション全体に拡大してきた。リサイクル素材の使用や、オーガニックおよび再生可能な生産システムからの原料調達をはじめ、「Gucci Off The Grid」コレクションおよび画期的な非動物由来の素材「デモトラ」の開発といったデザインや製品のイノベーション、Gucci-Upプログラムおよび Gucci Scraplessプログラムによるスクラップの削減や端材をアップサイクルする製造ソリューションを実施している。さらに、購入後のプロダクトケアサービス、Gucci Vaultでのヴァンテナーアイテムのカスタマイズやリセールといった新しい試みを通じて、グッチ製品を長く愛用していただくための仕組みづくりを推進している。

グッチ社長兼CEOのマルコ・ビッツァーリ氏は「目標と進歩はグッチの最も重要な価値観です。私たちは常に実験と進化を繰り返し、グッチ コミュニティのみならず、より広い世界にポジティブなインパクトを与えられるよう努力しています。2回目となる2021年 Gucci Equilibrium インパクトレポートは、責任あるサステナブルなビジネスを構築し続けたいという私たちの決意の証しです。そして、このたびのエレン・マッカーサー財団との新しいパートナーシップを通じて、グッチがこれまで実施してきた数々の取り組みを発展させながら、サーキュラーエコノミーと再生型農業への歩みをさらに加速させることができるでしょう」と述べている。

■注目高まるアート市場

松坂屋名古屋店では、特色のある20のギャラリーと組み、新しいスタイルのアートフェア「D-art, ART 2022」が9月1日～5日に開催される。ライフスタイルの変化などもあり、人々のアートへの関心は高く、デジタルの領

域でも NFT アートが非常に注目を集めるなど、鑑賞する楽しさから所有する喜びへとアートのマーケットも拡大。日本のアート市場は2700億円超、世界市場規模は7兆円といわれ、日本においてもアートの魅力を発信することでさらなる成長が期待されている。

盛岡セイコー工業と岩手県立大学が共同で「バイオトープ」を開発した。セイコーホールディングス(株)のグループ会社であるセイコーウオッチ(株)の時計計製造を担う盛岡セイコー工業(株)は、公立大学法人岩手県立大学の協力を得て、自社敷地内に、水資源循環機構を備えたバイオトープ「わくわくトープ」を8月10日より開設した。

ジェンダーレスラインから 研ぎ澄まされたシャープな新作 印象変わる魅力的なアシメトリー



「4°C」がブランド創立50周年に先立ち、「ジュエリー＝女性」のものである、という固定観念のある時代を超え、自分らしいアイテムを思いのままに身に付けてほしいとの思いから、ミニマルなデザインにささやかな遊び心を添えた

バイオトープとは「ピオ(生物・生き物)」と「トープ(空間・場所)」を合わせた言葉で、生物の生息環境を自然に近い状態で人工的に復元した空間のことと、今回開設した「わくわくトープ」は、地域の植生に加えて、水辺を含む新たな生態系の創出を目指す生物多様性保全活動の一環として創設されたもので、水源には敷地内の雨水を自然環境の力で質調整しながら活用する水資源循環機構が備えられている。

ジェンダーレスライン「4°C HOMME+」がローンチされ、今回コイル状に連ねた地金が印象的な「Coil Collection」が登場。

水平線のように均整の取れた地金をコイル状に重ね、シャープな印象に仕上げたコレクションは、洗練されたジオメトリックなフォルムに、ひとひねりのアクセントが光る。一本のラインにゴールドコーティングを施したバイカラーデザインは、着け方によって印象が変わる魅力的なアシメトリージュエリー。ネックレスやヘアセット、トップスに合わせて着ける耳を変えて、自分らしい表情に、シンプルなデザインでシーン問わず楽しめるので、ジュアルなファッションジュエリーとしても、大切な人とのつながりを深めるシェアジュエリーとしてもおすすめです。

山梨県・甲府の(株)中込宝飾が春にデビューさせたジュエリーブランド「nocon」から秋の新作が登場。自然にコーディネートに馴染むジュエリーが提案された。



ジュエリー産地「甲府」らしく、クラフトマンの手作業のぬくもりを感じられるテクスチャーに、天然石の個性的なカティングも魅力になっている。毎日の定番ジュエリーとしてシンプルに装え、自分らしいコーディネートを

楽しみたくなるジュエリーだ。コレクションは、ロンドンプレートパズルの深いブルーに魅了されるシリーズ「Blue Message」。ナチュラルな色彩の天然石シリーズ「Emotional Gems」。

様々なタイプのリングシリーズ「Ring Perfume」など、秋らしいコーディネートに似合うデザインが揃っている。なお、オンラインショップとInstagramを展開している。

中古品にさらなる追い風

なってきており、各買取店の買取強化も始まっているとのこと。これだけ中古品の買取が増え、かつての悪いイメージは払拭され、「エシカル消費」で循環する社会を目指す現代においては、リサイクル及びアップサイクルを視野に入れた製造もしくは、アフターサービスを取り入れた循環型の製造・販売を取り入れても良いだろう。宝石全般における買取金額が全体的に認知され始めるのも時間の問題で、ものづくりとしての価値を段階別に示せるようにしておくことが大切になりそうだ。

くった。パタパタと風にゆれるあの四角い「氷」と染め抜かれた旗が日本の夏を象徴していたはずなのに。寂しい限りだ。一年に一度しか行かない店、はて今年もやっているだろうか。冷えた中華麺に熱い肉みそのタレ、モロキュウの添え物、ジャージャー麺となるかき氷よりもさらにマイナーで冷やし中華ソバの類に夏の主役を譲っている。ネットで店を検索してわざわざ行くというの気が進まない。歩いていてぶつかったところにジャージャー君が主役の顔をして座っている、そういう店がないだろうかと思う。今年令和四年の夏、世の中は何かと騒がしい。騒がしいけれどもそんな世事にかわりなく季節はもうすぐ秋となりそして冬春へと移ろって行く。若い時は分らなかつたが無常ともいべき時の流転に身をさらしている。その時々を旬を食する楽しみはささやかだが格別のものがある。力みや負い目が薄らぐと平穏と平凡は実に貴重なものに見えてくる。来年も鰻とかき氷とジャージャー麺と付き合おうと思っている。



夏雑感 鰻とかき氷とジャージャー麺

毎年のことながら梅雨が明けると気持ちに一線を引く。冷たい飲み物は控える。普段でも控えているが夏場は特に気を付けて飲まないようにしている。

暑い日本茶、ホット珈琲、お湯割りの麦茶でひと夏を越える。長丁場の暑い日々を健康に過ごすには生活のリズムを崩さないことが基本になる。こまめに水分補給をすることがキャンペーンのように

喧伝されているが、そうすると胃腸が休まる時がない。とりわけ冷たい飲料は胃弱から食欲減退、夏バテのプロセスにハマる心配が先に立つ。確かに真夏の東京を歩き回ると、喉は乾き、私のようにあまり汗をかかない人間でも、顔からも背中からも汗が流れる。太陽が容赦なく襲い掛かって体全体を暑さで包むような感じはある。けれども胃腸がしっかりして健全な食欲が湧いていけば、その直線的な日光の力を体の芯で受け止めて跳ね返すことができる。体力的にはきついが精神的には粘りがあって気持ちよくさえる。気温は危険レベルなどと言われるが、内臓が同じように上がるとは思えない。睡眠を十分とりいつもと同じように決まった

お店とお客様の橋渡しができる!!
販売員さんご紹介しします!
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

時間にしっかりと食事をするからこそ最大の夏バテ対策だと考えている。これも毎夏のことながら、風物詩のように鰻、かき氷、ジャージャー麺一度は食べようと思っていて、鰻は食べた。吉野家の一枚うな重1078円(込)。去年はうな丼で900円くらいに記憶している。鰻がお粗末でやれやれと残念であったが、吉野家も創意工夫進化しているのであろう。鰻はどこでも食べられるがかき氷となると店を探すようである。かき氷なら何でもいいのかではない。ガラスの器に山のように盛った氷と器の底に寝るようにな置かれた暗赤色のアズキ。あの正統派というべき昔ながらの水アズキを真夏の頂点ともいべき暑い日に食べたいのだ。でも甘味処も少なくなつてとりわけあの「氷」という旗を店先に見かけな

くなくなった。パタパタと風にゆれるあの四角い「氷」と染め抜かれた旗が日本の夏を象徴していたはずなのに。寂しい限りだ。一年に一度しか行かない店、はて今年もやっているだろうか。冷えた中華麺に熱い肉みそのタレ、モロキュウの添え物、ジャージャー麺となるかき氷よりもさらにマイナーで冷やし中華ソバの類に夏の主役を譲っている。ネットで店を検索してわざわざ行くというの気が進まない。歩いていてぶつかったところにジャージャー君が主役の顔をして座っている、そういう店がないだろうかと思う。今年令和四年の夏、世の中は何かと騒がしい。騒がしいけれどもそんな世事にかわりなく季節はもうすぐ秋となりそして冬春へと移ろって行く。若い時は分らなかつたが無常ともいべき時の流転に身をさらしている。その時々を旬を食する楽しみはささやかだが格別のものがある。力みや負い目が薄らぐと平穏と平凡は実に貴重なものに見えてくる。来年も鰻とかき氷とジャージャー麺と付き合おうと思っている。

ダイヤモンドグレーディング
宝石鑑別
宝石セミナー
開催中
ダイヤモンドカラーセミナー
4日間セミナー
AGT ジェムラボラトリー
TEL:03(5830)6732 FAX:03(5830)6733 URL:www.agt.jp

ネックレス、地金製品のことなら【オーロラ】
JJP2022に出展 [ブースNo.E-06]
定番チェーンから新作
特価商品をご用意!
・ネットからもご購入いただけます。
・キヘイコインも取り扱い中
【前売り&後売りも実施します】
期間: 8月26日~9月7日
B2B専用のネット通販サイトもご利用ください
https://www.aurora.jp
株式会社オーロラ
〒110-0005 東京都台東区上野3-23-11 松田ビル 3F
Tel.03-3836-5678 Fax.03-3836-5680 E-mail.ask@aurora.co.jp

Japan Jewellery Fair 2022

8.31 (Wed) — 9.2 (Fri)
東京ビッグサイト 東5・6ホール

informamarkets 一般社団法人日本ジュエリー協会

展示会に関する情報はこちら

本物と出会う、プロのためのジュエリー展

TRADE
-完全 BtoB の買い付けの場-

CHECK
-新作 & トレンド商品が勢揃い-

CONNECT
-業界トップらが集結-

LEARN
-最新情報 & 業界セミナーをチェック-