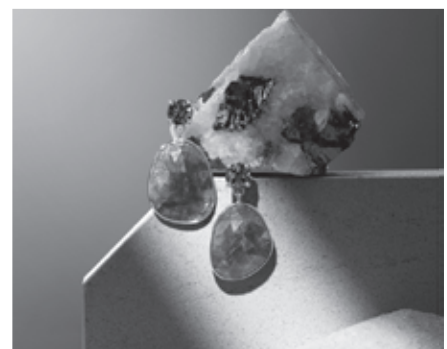


前号第2476号に掲載した(株)ドリムフィールズが東京・銀座の商業施設GINZA SIX内にオープンした、ジュエリーブランド「BIZOUX」の旗艦店の詳細を紹介する。

「ビズー GINZA SIX店」は、世界20カ国以上、100種以上の宝石を使用し、色とりどりのジュエリーアイテム600種類以上(税抜3万円台~1400万円台)を展開。リングやピアス、ネックレスなど多彩な品揃えで、国内最多級の天然カラーストーンを扱うブランドの強みを最大限に生かしたフラッグシップストアとなっている。

新店では、店舗限定コレクション「Designed by BIZOUX Atelier 2023」もデビュー。厳選した各石の個性を最大限に生かした、「一点物のジュエリー」を展開するほか、新店限定では、インバウンド需要も見据えた、ブランド初のグローバルライン「BIZOUX VACANCES」も登場。また、「サステナブル」の観点で注目を集める人工の宝石を使ったシリーズもラインアップした。

インバウンド(訪日外国人)需要も見据えた、「ビズー」初のグローバルライン「BIZOUX VACANCES」は、不揃いのシルエット、個性的なインクルージョン、ありのまま、天然石ならではの自然美を、ジュエリーへと昇華させた新ライン。「端正に研磨され、美しく輝く宝石」と、「敢えてラフに研磨することで、本来の色味を楽しめる大粒の宝石」の大胆な組み合わせが特徴。カットの異なる2種のタンザナイトや、アイオライトとソーダ



ライトを組み合わせたピアス、カラフルなバイカラーのトルマリンで仕立てたブ

## 自由な選択、二人らしいカラー 婚約指輪にも色鮮やかなカラーストーン

### 一点モノから、インバウンド、人工宝石まで BIZOUXの旗艦店のおもしろさ

レスレットなどを展開。いずれもボリューム感のあるデザインが魅力となる。

同じく「ビズー GINZA SIX店」の限定アイテムとして、プレミアムコレクション「Designed by BIZOUX Atelier 2023」がデビュー。世界中から取り寄せた宝石の中から、デザイナーが、色や輝きなどが際立つものを厳選。各石の個性にインスピレーションを受けデザインする、「一点物のジュエリー」。



第一弾は3商品。波打つ形状とマーブル模様のようなブルーとグリーンに「海」を連想させるボルダーオパール(オーストラリア産)を使ったピアスとネックレスの2商品、また2色のコントラストが個性的なバイカラートルマリン(ブラジル産)を使用したピアスの、計3アイテムを展開する。

さらに今、「エシカル消費」で注目されている「ラボグロウンの宝石(人工宝石)」を使ったリングやネックレスなどのシリーズも展開。サファイアやルビーなどの人工宝石を使い、純度の高い高品質の色味とクリアな透明感を兼ね備えた輝きは、天然石と変わらぬ美しさ。限りある資源を有効活用するため、環境負荷が少なく、サステナビリティの観点で、いま支持されている。

一番人気は、「宝石の王様」と称さ

れる「アレキサンドライト」。「昼はエメラルド、夜はルビー」とも言われる鮮やかなカラーチェンジが魅力。幅5ミリの大粒ルースを使った、エレガントなネックレスとリングを揃える。

新店ではプライダグシリーズも展開。同社は今、婚約指輪に色鮮やかに、艶めくカラーストーンという、新たな価値や自由な選択を提案している。「思い出の色や好きな色が選べる」と、「二人らしいカラー」を選びたいというカップルから支持されており、徐々に人気を集めているシリーズとなる。宝石は、エメラルドやサファイア、ルビー、インペリアルトパーズ、サンタマリアアクアマリンなどからセレクトできる。石の個性を生かしながらも、プライダグリングとして長く身に着けることのできる、シンプルで上質なつくりでこだわっている。



新店の目玉は、入口中央に設置されたメリーゴーラウンドのような円形のショーケースで、世界中から買い付けた多彩なルース約250個(約150種類)を展示していること。「Gem Go Round」をテーマに、ケースの周りから、中の「神秘的な宝石の世界」を覗き込むことができ、一見の価値がある。

また、当てる光の種類によって色が変化する「カラーチェンジ」や、コントラストが鮮やかな「バイカラー」といった、石が持つ不思議な魅力を、ルーペやペンライトを使いながら観察できる。こうした多彩なカラーストーンをガイドするのは、豊富な知識を持った同社スタッフ。顧客のパーソナルカラー診断しながら、手持ちのジュエリーや洋服などを丁寧にヒアリングし、最適な色、デザインの商品を提案する。

新しい可能性が評価され  
審査員特別賞

### 「金魚真珠」

産産景を伝えるジュエリーとして展開。数は全体の約1割にも満たない希少で唯一無二の「金魚真珠」といえる。伝統は守りつつ、時代の流れに応じて新たな市場を開拓する『個性がもつ、愛おしい真珠』は、ブランドを代表する最も人気のあるコレクション。

審査員は「従来の真珠のイメージを大きく変え、不揃いな真珠に希少性を付与するだけでなく、洗練されたデザインにより若者でも手に取りやすい商品となっている。自然が生み出す美しさを最大限に引き出す、先を見たブランドデザインである。格式高い伝統の真珠業界から、新たなスタイルを提唱し発信する意義は大きく、未来に大きな影響を与えていくだろう。新しい可能性を生み出すプロダクトとして、最大限の

SEVEN THREE.では、「規格外」と



(株)サンブノナナ(三重県伊勢市、尾崎ななみ社長)が展開

する、伊勢志摩産あこや真珠ブランドSEVEN THREEの『金魚真珠』が、一般社団法人ソーシャルプロダクツ普及推進協会が主催する「ソーシャルプロダクツ・アワード 2023」にて、審査員特別賞を受賞した。

金魚真珠は、従来流通に乗らなかった、丸い形に「尾びれ」の突起がついた形の真珠を『金魚真珠』とネーミングし商品化、商標登録(登録番号:第6239927号)したものの。

あこや真珠は真白・真円を中心に流通されてきたが、本来、色も形も一粒ずつ異なる自然の宝石。

扱われたあこや真珠の視点を改めて新たな価値を生み出し、生産

産産景を伝えるジュエリーとして展開。数は全体の約1割にも満たない希少で唯一無二の「金魚真珠」といえる。伝統は守りつつ、時代の流れに応じて新たな市場を開拓する『個性がもつ、愛おしい真珠』は、ブランドを代表する最も人気のあるコレクション。

審査員は「従来の真珠のイメージを大きく変え、不揃いな真珠に希少性を付与するだけでなく、洗練されたデザインにより若者でも手に取りやすい商品となっている。自然が生み出す美しさを最大限に引き出す、先を見たブランドデザインである。格式高い伝統の真珠業界から、新たなスタイルを提唱し発信する意義は大きく、未来に大きな影響を与えていくだろう。新しい可能性を生み出すプロダクトとして、最大限の



## イトーヨーカドーの不振と 二人の鈴木さん

かなり前の話になるのだが、鈴木敏文氏がイトーヨーカドー(以下IY)の社長か会長の時に経営方針として「トップダウン」を内外に表明したことがあった。その後方針の撤回とか修正のような話題はなかったから、氏が社を去る

までそのままIYの意思決定手法として根付いていたのだろう。世の中の変化が速いのでボトムアップのような社内合意積み上げ方式では、とても対応できないというのが氏の理由であった。確かにその通りではある

が多少の違和感があった自分の中でいつまでもその違和感を消化できなかった。というのもそもそも組織というのは上意下達で基本で経営中枢の方針を組織末端まで浸透させるのは当たり前のことである。にもかかわらず氏があえて「トップダウン」を表明したのはなぜだろうか、そこに別の意味があったということだろう。たぶん現場を知るSC店長はじめ中堅幹部の意見を聞きながらではなく、鈴木氏を中心にほんの一握りの幹部が即断即決で方針を決め下におろしていくことだ。背景には、現場に出ることなく経営数字の分析でコンビニを躍進させた鈴木氏の言わば天才的な手腕があったことは間違いない。現場はトップが分析した方針通りにやればよいということになる。当

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

時の鈴木氏の社会的名声も後押ししていただろう。経営者は成功するとえて自己絶対化、万能感に浸るものだ。が、過度なトップダウンは副作用を伴う。打ち出した施策に効果が見られないときにそれは現場の理解不足、徹底不足に因を求めがちになる。と同時に現場特有の課題解決や臨機応変の柔軟な対応に時間を割く姿勢は影を潜め、結局言われたことだけをこなす自己保身型の勤務姿勢が社内に広まっていくことは必然である。それは少しづつ現場の力を削ぎが細胞のように広がって業績不振を加速させ、それがまた中枢からの現場叱責という悪循環を生み出したのだろう。コンビニ的成手法とIYの不振は表裏の関係になった。

けれどももう一人の鈴木さん、鈴木敏文さんがいた。2002年ウォルマートが日本に進出するという報道がなされたとき、スーパー業界は大騒ぎでこ

れは大変な脅威だという声がいオンを含め大半であった。が鈴木氏は「小売りというのは極めてドメスティックなものだから、大資本だからと言ってうまくいくとは限らない」と平然と語っていたのが印象的であった。実際には氏の言うとおり今もウォルマートの出資先である西友は苦戦している。「小売りはドメスティック(国内的)とは平たく言えば

「小売業はそれぞれの国特有の事情があるから、そのことをよく踏まえてきめ細かく対応するしかないですよ。ただ資本にモノ言わせてうまくいくはずがありませんよ」と言っているわけだ。しかしこの考えを引き延ばしていくと各地に散らばるIYの店舗もそれぞれの地域事情をくみ取りながら運営することが

ベストということになり、「トップダウン」と矛盾する。もしも後者の鈴木さんが表に出ていたなら、現場の声が尊重されIYの不振ももう少し少なかったように思えるがそうはならなかった。IYは今後食品部門中心に切り替えていくことだが、その道はダイエーの末路と酷似していると日経の記事が指摘していた。安直な思考がIYを救うだろうか。「現場力の弱体化」の克服こそが最大の課題だと思えるのだが。

貧骨  
cosmoloop.22k@nifty.com

yes! rigasa  
信賴と輝きを永遠に  
Rigasa  
宝石・貴金属・輸入加工卸  
八重洲株式会社  
東京都中央区八重洲2-5-9  
TEL.03-3274-3021  
FAX.03-3274-3026

OKUSA CORPORATION LTD.  
Keller Trading 正規代理店  
It is on your hand about the top quality of Europe.  
ヨーロッパの最高品質に包まれる。  
マイクログラス・グローブ販売サイト  
trade-art.shop-pro.jp  
株式会社大日 TEL.075-212-6840  
www.okusa-corp.com

Woody Bell  
修理・リフォーム  
時計修理など  
特殊な修理を得意とする  
~WOODY BELL~  
Woody Bell (ウッディーベル)  
東京都台東区東上野2-10-2第5政木ビル3階  
TEL 03-5688-2390  
http://woodybell-j.com/  
e-mail/woodybell12@gmail.com

# 西日本最大※！ 前回は100社増 430社が出展

## 70万点のジュエリー・アクセサリーが一堂に展示・販売

### 第27回 神戸国際宝飾展

通称: IJK

#### 26th INTERNATIONAL JEWELLERY KOBE IJK

2023年 5月18日[木]~20日[土] 10:00~18:00 (最終日のみ17時終了) 神戸国際展示場

### 招待券のご請求はWEBへ(無料)

www.ijtk.jp/inv\_k/

- ※展示会招待券は入場の際、各人で必要となります。
- ※18才未満の入場はお断り
- ※招待券をお持ちでない場合、入場料5,000円/人

### IJK 来場のメリット

- 製品を「実際に見て」比較・検討
- ハイジュエリーからライトジュエリーまで幅広く出展
- 出展社イチオシの IJK 限定製品も多数
- 催事に最適な企業が見つかる
- 作品製作に最適な場
- 素材・パーツが43万点 出展(ダイヤモンド、パール、天然石...など)
- トレンド/最新のデザインを学べる
- 業界参入に絶好の機会
- SNS販売が可能なインフルエンサーの需要が急増
- 出展製品の仕入れは1点から可能
- 会場内でライブ販売もできる

### 最新の出展社・製品情報はWebへ

出展社・製品検索ページはこちら > www.ijtk.jp/directory\_k/

出展製品を写真付きで掲載  
カテゴリ別に検索可能!  
(製品・素材・価格帯 など)

出展社・製品検索ページはこちら > www.ijtk.jp/directory\_k/

前回は(IJK2022)会場風景

掲載の出展社数および製品数は、2023年2月20日時点での最終見込み数字であり、開催時には増減する可能性があります。また、出展社数は出展契約企業に加え、共同出展するグループ企業/パートナー企業数も含まれます。 ※同様の展示会との出展社数・製品展示面積の比較(2023年現在)