

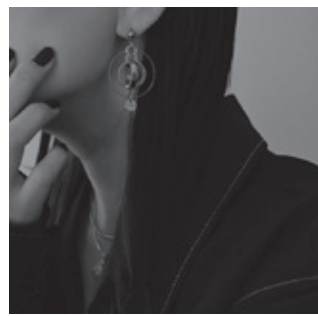
### Z世代をターゲットに 販売うめだ本店で クリスマスイベント

Z世代をターゲットにした、販売うめだ本店3階イベントスペース『Something Good Studio』では、12月6日～26日まで、クリスマスイベント「Let's treat myself」を開催。大好きな友達や



サージカルステンレス316Lを使用した、金属アレルギー対応のアクセサリー

ショップ「ebine」は、シンプルでミニマルなデザインながらも、どこか目を引くアイテムがSNSで話題に。ネックレス(写真:3,300円)、リング、ピアスの定番アイテムはもちろん、オンラインでは未発売のアイテムも登場する。



「モノクロで日常を彩る」をコンセプトに、モトローンなカラーリングで個性的なデザインを中心に制作、販売するODELEは、人気定番アイテムに加え、販売うめだ本店限定のアイテムや、新作の先行販売も登場予定。写真:ネックレスaroma chain5,800円、ピアス13,800円。

パートナー、家族、自分へのプレゼントにおすすめのSNSで話題のブランドのギフトアイテムや、クリスマスに楽しみたいファッションスタイルを、Something Good StudioのZ世代バイヤーが厳選し紹介する。

今年バイヤーによるギフト選びのアドバイス会も新たに実施し、クリスマスシーズンを楽しむ手伝いを行う。

また、12月9日・10日には、販売サン広場にて「UMEDA MEETS HEART—Christmas Heart—」にも出店。クリスマスの気分が盛り上がるアイテムがバリエーション豊富に登場する。

「クレサンペール」の名で知られる京セラのラボログロウン宝石は、自社の再結晶技術を用いて最高の天然宝石が生まれる過程を京都伏見事業所内で再現し、危険な採掘が不要な原鉱石を使って製造している。

1975年のエメラルドの製造から始まったラボログロウン宝石は、天然の宝石を否定するのではなく、採掘による原石の枯渇を危惧し、今後100年、その先も人びとの生活を輝かせることができる宝石を、同社の創業者である稲盛和夫氏が手がけた事業だ。

同社のラボログロウン宝石は純度が高く、天然のものと科学的・物理的・光学的性質にほとんど違いはなく、エメラルドの製造の成功から約半世紀経った現在では、エシカルという新しい価値としてサファイアやルビーなど、14種のラボログロウン宝石やジュエリーを「クレサンペール」ブランドとして展開している。

同社は「古来、宝石やジュエリーは、身を守るお守りや装身具として人々の生活を彩ってきました。自然が作り出した宝石の希少性や美しさはいつしか富や権力の象徴となり、その美しい原石を求めて危険な採掘作業が世界中の鉱山で行われています。しかし近年、美しい宝石に隠された環境問題、人権問題の製造の成功から約半世紀経った現在では、エシカルという新しい価値としてサファイアやルビーなど、14種のラボログロウン宝石やジュエリーを「クレサンペール」ブランドとして展開している。

同社は「古来、宝石やジュエリーは、身を守るお守りや装身具として人々の生活を彩ってきました。自然が作り出した宝石の希少性や美しさはいつしか富や権力の象徴となり、その美しい原石を求めて危険な採掘作業が世界中の鉱山で行われています。しかし近年、美しい宝石に隠された環境問題、人権問題の製造の成功から約半世紀経った現在では、エシカルという新しい価値としてサファイアやルビーなど、14種のラボログロウン宝石やジュエリーを「クレサンペール」ブランドとして展開している。

### 北欧デンマーク発 サステナブルジュエリーブランド FLORA DANICA



70年以上の歴史を誇る北欧デンマークのジュエリーブランド「フローラダニカ」は、生花や生葉を使った鋳型からジュエリーを創り、今でも1950～60年代にかけてデンマークの大自然の中で実際に摘まれた草花がジュエリー制作の元になっている。

2023年からすべてのジュエリーは、リサイクルシルバーとリサイクルゴールドを使用し、製造工程で使用されるすべての材料についてRJC (Responsible Jewellery Council: 責任あるジュエリー協議会)の厳格なガイドラインに沿ったものだけを入手。サステナビリティ大国のデンマークらしい取り組みを行なっていることでも知られている。

また、フローラダニカのジュエリーは、四葉のクローバーや勿忘草など、「幸運」「愛」や「勇気」のシンボルとして知られるモチーフを使っており、「お守りジュエリー」としてデンマークでは長い間親しまれている。

お店とお客様の橋渡しができる!!  
販売員さんご紹介! BICO・GHI株式会社  
エムシージ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

さらに、デンマーク王室とも関係が深く、女王陛下マ格丽テ2世は、デンマークの自然と農業の伝統を象徴したデザインのプローチを自らデザインし、フローラダニカが制作。自身の結婚25周年記念式典に本プローチを献上する機会を得た。そしてそのプローチは、出席した全てのゲストに贈られた。マリー女王殿下にはフローラダニカのオリジナルティアラを献上したことで知られている。

ルイ・ヴィトン、メゾン初となる2024プレフォール メンズ・ファッションショーを、11月30日、香港特別行政区にある有名な「アベニュー・オブ・スターズ」にて開催した。

このイベントは、香港特別行政区の「アベニュー・オブ・スターズ」にて開催した。ウォーターフロント 尖沙咀(チムサーチャイ)に隣接する、神話的なロケーションの「アベニュー・オブ・スターズ」、アイランドシティのアイコンと伝説の不朽の場所として、地元の人々や観光客の間で特に高い人気を誇る。100基以上もの著名人の手形が彫られた記念プレートが設置されているこの場所は、訪れる人々を、東アジアの映画史を遡るポップカルチャーの世界へと誘う。

このイベントは、香港特別行政区の「アベニュー・オブ・スターズ」にて開催した。ウォーターフロント 尖沙咀(チムサーチャイ)に隣接する、神話的なロケーションの「アベニュー・オブ・スターズ」、アイランドシティのアイコンと伝説の不朽の場所として、地元の人々や観光客の間で特に高い人気を誇る。100基以上もの著名人の手形が彫られた記念プレートが設置されているこの場所は、訪れる人々を、東アジアの映画史を遡るポップカルチャーの世界へと誘う。

今回の同ショーは、文化スポーツ観光局(CSTB)、レジャー・文化サービス部門(LCS)、香港政府観光局(HKTB)、そして香港特別行政区政府の各部門からの継続的な支援により実現した。

### 腕時計で3,570%を達成した実績で メテオライトのネックレスでクラファンに挑戦

京都市で創業13年、腕時計専門の通販(二ス)から、100万年前の隕石「メテオライト」を使用したネックレスを11月21日よりクラウドファンディング「Makuake」にて先行予約販売を開始した。

同社は、国内外のブランド腕時計のネット販売と、自社ブランドの企画・販売、OEMなどを手掛け、2021年に日本製ウォッチブランド「KNIS」を立ち上げ、宇宙から地球へ飛来した隕石「メテオライト」を文字盤に採用した腕時計のクラウドファンディングを実施。目標(50万円)の3,570%、17,850,690円を達成した。

今回は自社ブランド「KNIS」から初となるメテオライトジュエリーを企画。メテオライトは、宇宙から地球へ飛来した隕石の総称で、約100万年以上の時を経て形成された網目模様は、すべてが1点もの。今後の展開としては、国内だけではなく世界的なブランドにしていきたいとしている。詳細はwatch-jewelry-onlineで確認できる。

### 佐藤英昭弁理士による『特許の哲学』 其の89

知的財産侵害物品の認定手続簡素化

偽物のブランドバッグや海賊版DVD等の知的財産権を侵害する物品については、我が国の関税法で輸入してはならない貨物とされており、税関による取り締まりの対象となっている。

税関長は、知的財産侵害疑義物品を発見した場合、権利者及び輸入者に対し、証拠・意見の提出を求め、提出された証拠等に基づいて侵害の該否を認定する。

(特許業務法人共生国際特許事務所所属)

関税法施行令改正(令和5年政令第158条)が2023年10月1日に施行され、税関における侵害物品認定の簡素化手続の対象が拡大された。新たに特許権、実用新案権、意匠権、保護対象営業秘密が対象となり、全ての知的財産に関する輸入差止申立に係る貨物が簡素化手続の対象となった。

輸入者が期限までに侵害の該否を争う旨の申出書を提出しない場合、権利者及び輸入者からの証拠・意見の提出を不要として、税関長が侵害の該否を認定する。これにより、該否認定の迅速化が図られる。

### Shops × KOMEHYO

日本最大級のリユースデパートを運営する(株)コメ兵(愛知県名古屋市、石原卓児社長)が、11月14日より「メルカリShops」に出店し、全国を商圏として幅広い消費者へのKOMEHYOの認知拡大を目指すとともに、KOMEHYOがこれまで取り込めていない10代～20代の若い世代の顧客層への認知拡大と利用促進を目指した。

### 若い層への認知拡大と利用促進を目指す コメ兵が「メルカリ」に出店し

ジュアリーブランドを中心にバッグやジュエリー、ファッション、時計、楽器などを売買取、CtoBtoCもしくはCtoBtoBのビジネスモデルを展開している。独自の商品管理システムを持ち、厳しい規格審査基準をクリアした商品に対して徹底した品質管理や必要に応じたクリーニング&リペアなどを行い、KOMEHYO品質と呼ぶ上質な商品を販売している。幅広い利用者に支持されているが、ボリュームゾーンとしては40～50代が比較的多いという特徴がある。

顧客層への認知拡大と利用促進を目指した。フリマアプリ「メルカリ」は、月間2,300万人の顧客が利用し、これまでに累計30億品が出品されている。また、利用者の年代層としては、10代～20代、30代の構成比率が高いのも特徴だ。

コメ兵は、実店舗23店および自社ECサイト「KOMEHYO ONLINE」や、法人向けオークション等を通して、ラグ

顧客層への認知拡大と利用促進を目指した。フリマアプリ「メルカリ」は、月間2,300万人の顧客が利用し、これまでに累計30億品が出品されている。また、利用者の年代層としては、10代～20代、30代の構成比率が高いのも特徴だ。

コメ兵は、実店舗23店および自社ECサイト「KOMEHYO ONLINE」や、法人向けオークション等を通して、ラグ

### 再生宝石(アップサイクルジュエリー)事業を掲げる(株)貴貴

東区、辻瞬代表)が、ジュエリーブランド「POCKET BY KISHUN」で宝石が

いて考えてもらうきっかけづくりとして実施している。

宝玉石産出地では、劣悪な環境下で自身の健康被害も訴えることができないまま低賃金で強制労働させられている労働者が沢山存在し、他にも、宝

### 子供が参加する「宝石×SDGs」を企画し、クラウドファンディング

今回のプロジェクトで集まった支援金の使途は、上記イベントの開催費用:20万円、目標金額以上の支援を得た場合は、来年以降に子供から大人まで楽しめるイベント企画に充てることを想定している。

イベントでは、「次世代につなぐ」というコンセプトに、SDGsについて考えるきっかけとなるように、子供達が楽しみながら、宝石と宝石業界が抱える社会問題について学ぶことができる上、家族で楽しめるようなイベントを目指すとしている。

### お取扱小売店舗大募集!!お気軽に問合せ下さい

株式会社エクスミ

TEL.03-3835-6081 Mail: info@ecmis.jp URL:https://www.ecmis.jp/

### SEIKO SINCE 1881

Japanese beauty, crafted into a mechanical timepiece.

## PRESAGE