

## FAX番号の廃止 ~定期購読のお願い~

いつもWatch & Jewelry Today／オンラインをご愛読いただき有難うございます。  
来年度よりメール配信を検討しております。迫って購読料未払いの方の郵送は止めさせて  
頂きます。また、弊社ではFAXを廃止いたしました。ご迷惑をおかけいたしますが、お急ぎの方  
はメール(hayato@carol.ocn.ne.jp)もしくは携帯電話(080-4446-0460)までご連絡を  
お願いいたします。



保険のご相談は(株)東時へ

本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477



## ●発行所(株)時計美術宝飾新聞社

●編集発行人 藤井正義  
〒110-0015 東京都台東区東上野1-26-2  
ジュエラーズタウン・オーラム5F  
TEL(03) 3833-1886 FAX(03) 3833-1717  
<http://www.e-tkb.com>

毎月1日・15日発行  
年間購読料850円/1部450円  
振替口座00190-3-57579



## THE WATCH &amp; JEWELRY TODAY

ウォッチ&amp;ジュエリー トウディ



オーダーメイドの結婚指輪工房「ith(イズ)」(東京都渋谷区広尾、代表:宮崎晋之介)は、11月に、シンガポール・Tanjong Pagarでのアトリエオープンから3周年を迎えた。

この3年間で提供したオーダーメイドリングは数千点にのぼる。日本の職人が一点ずつ仕立てるリングと、「一人一人の物語を宿すオーダーメイド」という世界観は、多民族国家シンガポールで確かな支持を獲得している。

東南アジアのビジネスハブでもあり、比較的高水準の所得層を持つシンガポールのブライダルジュエリー市場には、日系ブランド、欧米系ブランド、中華系ブランド、そして地元のローカルブランドが参入し、多様な文化と価値観が交錯する高い競争市場となっている。

そのような市場環境のなかで日系のブランドもいくつか事業展開しているが、すでにあるデザインのなかから好みを選んでもらうのではなく、顧客一組一組との対話を通じてそれぞれの嗜好やニーズを掘り下げデザインを決め、それを日本の職人が一点一点、手作業で仕立てるithの指輪作りのアプローチは、他にない顧客体験を提供する独自のボジションを構築している。機械的な均一さではなく、「ゆらぎ」を美と捉える日本独自の美意識が、ミニマルデザインを好みシガポールのカップルにも響いて、そこに日本のクラフツマンシップが支持される理由が隠れているようだ。

8月に開催したブライダルイベントで



## 日本のクラフツマンシップを軸にローカライズ戦略で成長するオーダーメイド結婚指輪ブランド「ith」

は、日本の職人を招いたライブ実演を実施した。

静かな手の動きに宿る精緻さと誠実さに、来場者は足を止め、3日間で数百組が訪れる人気コンテンツとなった。2026年1月に実施予定の同フェアでも、さらなる体験型コンテンツを企画中だ。さらにTanjong Pagarアトリエでの体験型ワークショップも予定しており、「ジャパンクラフトのリアル」を体感できる場を広げていくとしている。

近年、シンガポールの人口は増加を続け、2024年時点で600万人を超えるなど過去最高を更新。一方で、少子高齢化の進行により国民の年齢中央値が上昇するなど、人口構造には大きな変化が見られる。婚姻件数も2022年をピークに再び減少傾向になり、結婚を取り巻く勢がより強まっている。

さらに、婚約から挙式までの準備期間が日本より長い傾向にあるシンガポールでは、カップルが複数のブランドをじっくり比較検討しながら、「自分たちらしさ」や「品質への確信」を重視して意思決定を行う文化が根付いている。

また、人口構造の変化や価値観の個別化が進むなかで、ithでは「デザイン性」や「カスタマイズ性」へのニーズが高まりつつあると捉えている。大量生産品ではなく、「自分たちだけの意味を持つ指輪を選びたい」という声も、現地の顧客との対話を通じて徐々に強く感じられるようになってきた。

東京とシンガポールの両国にアトリエを持ったithは、国境をまたぐカップルの相談も数多く受けている。日本とシンガポールという複数拠点にアトリエを構えていることで、遠距離恋愛の顧客の間を取り持つという手伝いや、旅先でのサプライズプロポーズのサポート也可能となった。

オープン当初から現在に至るまで課題も少なくなかった。

日本とシンガポールでは、結婚に対する価値観や文化、さらにはプロポーズや挙式のスタイルに至るまで大きな違いがある。

また、来店予約のタイミングや決定までのスピード感、オンラインでのやり取りの習慣など日本とは異なり、単に言語を置き換えるだけでは伝わらない難しさがあった。

そのためithでは、現地の文化や行動特性に合わせた接客スタイルの見直しや、言葉のニュアンスまで調整した接客フローのローカライズを進めた。

集客・広告においても、日本国内で効果的だった手法をそのまま持ち込むのではなく、「どの媒体で、どんなメッセージが響くのか」を一から見直す必要があった。

SNS上の反応を確認しながら投稿内容の方向性を調整し、その結果を広告運用にも反映。さらに、広告を通じて来店した顧客の実際の成約データを蓄積し、そのデータを再びSNSの企画や発信内容に活かすことで、オーガニック投稿・広告運用・顧客データの3つが循環

環境はかつてと比べて大きく様変わりしている。

前述のとおり世界中の様々なジュエリーブランドが集まる環境において、消費者はブランドごとの世界観や価値基準を丁寧に比較し、自分たちに合う選択肢を探す姿

ガボールという複数拠点にアトリエを構えていることで、遠距離恋愛の顧客の間を取り持つという手伝いや、旅先でのサプライズプロポーズのサポート也可能となった。

オープン当初から現在に至るまで課題も少なくなかった。

日本とシンガポールでは、結婚に対する価値観や文化、さらにはプロポーズや挙式のスタイルに至るまで大きな違いがある。

また、来店予約のタイミングや決定までのスピード感、オンラインでのやり取りの習慣など日本とは異なり、単に言語を置き換えるだけでは伝わらない難しさがあった。

そのためithでは、現地の文化や行動特性に合わせた接客スタイルの見直しや、言葉のニュアンスまで調整した接客フローのローカライズを進めた。

集客・広告においても、日本国内で効果的だった手法をそのまま持ち込むのではなく、「どの媒体で、どんなメッセージが響くのか」を一から見直す必要があった。

SNS上の反応を確認しながら投稿内容の方向性を調整し、その結果を広告運用にも反映。さらに、広告を通じて来店した顧客の実際の成約データを蓄積し、そのデータを再びSNSの企画や発信内容に活かすことで、オーガニック投稿・広告運用・顧客データの3つが循環

する改善プロセスを構築してきた。

こうした地道なサイクルを重ねることで、「現地の方々が本当に求めていること」が少しずつ見えてきて、今の「シンガポールらしいith」のあり方をようやく形

にすることができた。

この3年間は、まさに試行錯誤と学びの連続。「日本のクラフツマンシップを含むithのカルチャーを海外にどう伝えるか」という問いに向き合い続けた時

間であった。

ith Singaporeは立ち上げからここまで足取りを踏まえ、ブランドの核とも言える「体験価値×ジャパンクラフト×カスタマイズ」をさらに深く、広く届けていくフェーズへと入っていく。そのためには以下のような取り組みを進める。

サービスなども加えながら、日本のものづくり自体をさらに楽しみ、理解できるような取り組みを推進していく。

## ③ASEANマーケットへの視野拡張

さらに数年度を見据えた取り組みとして、多民族国家シンガポールで得たインサイトと運営ノウハウを、ASEAN各国へのブランド展開の基盤として活かしていく。

またアーツアンドクラフツでは、今回紹介した自社ブランド事業の他に他社向けのコンサルティング&ソリューションも手掛けており、同業他社や他業界の事業者からもシンガポールやASEAN地域への進出・事業展開の相談依頼を受けている。

## Dia Flore

ファンシーカラー ダイヤモンド

〒104-0045 東京都中央区築地7-5-3 紀文第1ビル6階  
Tel 03-5565-3001㈹ <http://www.aikai.com/>

株式会社 アイケイ

シンガポールアトリエは、顧客接点(Customer Hub)、ジャパンクラフトの発信(Craft Hub)、今後の国境をまたぐ事業拠点(Business Hub)として、日本とアジアをつなぐ重要拠点として事業推進を図っていく。

## 梶光夫の初の絵画展「煌めきの世界」を東京・南青山で開催中

12月12日～27日に、1993年の創業以来、第一線で活躍する作家を紹介する画廊「ギャラリー・アルトン」で、ジュエリーアーティストの梶光夫氏が描き溜めてきた絵画作品の一部を展示した。



12月12日～27日に、1993年の創業以来、第一線で活躍する作家を紹介する画廊「ギャラリー・アルトン」で、ジュエリーアーティストの梶光夫氏が描き溜めてきた絵画作品の一部を展示した。

展示した『梶光夫 煌めきの世界』が開始され、ジュエリーアーティストの梶光夫氏は、エマーユ(西洋七宝)を400点以上こ

れクションするコレクターとしても知られている。その傍ら、絵画制作にも携わり、風景、静物、猫、エマーユ風の人物画など、さまざまなモチーフを油彩で描いている。

今回の初個展では、絵画の中に宝石を配した、ジュエリーアーティストらしい遊び心あふれる作品など、珠玉の作品およそ25点を展示・販売している。

芸術と人生が一体となった円熟の絵画世界を、ギャラリー・アルトンの会場

で堪能したい。

写真の梶氏の背後にある作品は、アール・ヌーボー期のエマーユ作家ルロアによるエマーユ絵画を梶氏が油彩で描いた作品。描かれているのは、アール・ヌーボー期を代表する女優ラ・ベルナール

が「クレオパトラ

」を演じている姿。身に着けているジュエリーは、親交が

あったルネ・ラリックによる作品であると推測されている。イヤリングにはオーバルやパール、カラーストーンなどの豪華な宝石をセットし、ジュエリーデザイナー梶光夫の世界の感性が活かされた作品だ。

Q ネックレスが上手に付けられません… お答えします。

梶光夫の初の絵画展「煌めきの世界」を東京・南青山で開催中

</div