

注目企業&商品大公開 バラや多肉植物、伝統に

ブライダル業界で知名度高い企業、そしてこれからブライダル産業への本格的な参入を狙っている企業が意気盛んに活動している。そこで今回は「注目の企業&商品大公開」と題して、一押しの商品や情報を集めてみた。次世代型テーブルや、ジュエリーとアクセサリーの中間的なジュエリーの開発など、業界はまだ無限大の可能性を秘めている。

今春5月29日、国内33店舗目「梅田店」オープン

「銀座ダイヤモンドシライシ」ブランドで約2億円の売上見込む

シーマ

▼JR大阪駅前、「ハービスPLAZA ENT」内に開店(店舗外観イメージ)



▲新作セッティング「ジュノー」



代表取締役社長 白石幸栄氏

シーマ(東京都中央区、白石幸栄社長)は2010年5月29日、同社の運営するジュエリーブランド「銀座ダイヤモンドシライシ」の国内33店舗目となる「梅田店」をオープンする。

同店の出店は関西で4店舗目となり、大阪におけるブランドのさらなる浸透を図る。同店の年間売上目標額は約2億円と見込んでいる。

出店は高級ブランドのフラッグシップショップや個性的な専門店が集積する複合商業施設「ハービスPLAZA ENT」内の3階に位置する。同フロアは

写真スタジオや挙式場など、ブライダル関係のショップがあり、全体が統一感ある色調となっている。

店内は白を基調とした内壁と木目地に地中海ブルーを彩ったショーケースのコントラストで、ギリシャ・エーゲ海の雰囲気を演出している。

5月29日～6月20日、店舗PRを兼ねオープンニングフェアを開催し、期間中エンゲージリング、マリッジリングを特別価格で提供する。

同社の2010年3月期報告によると、売上114億5100万円、営業利益2億4900万円、経常利益2億2400万円、当期純利益4800万円となった。現在店舗数は56店舗(シライシ33店舗、エクセルコ20店舗、ホワイトベル3店舗)で、同社のメインブランドである「銀座ダイヤモンドシライシ」では通算成約組数が年間27万組に達した。

「シーマの年間組数は現状、来店6万組以上、成約4万組以上です。今期は成約5万組以上を目指します」と白石幸栄社長は語った。

バラジュエリー 花卉の色付けから造形まで、すべて手作りで

ミローゼ・クレア



代表取締役 竹下なぎさ氏

大輪の薔薇のように輝きたい

御社は薔薇にこだわったオリジナルアクセサリーを創作、販売されていると聞きました。

竹下 2007年より私が大好きな薔薇をモチーフにしたアクセサリーやブライダル商品をお届けしたいという思いで小さな個人ショップオーナーとしてスタートしました。おかげさまで好評だったことから、もっと充実した商品を提案したいと思い、2009年法人化しました。

なぜ、薔薇にこだわっているのですか。

竹下 薔薇は一人ひとりを特別に輝かせる力があるからです。小さな頃から、「いつも大輪の薔薇のように、私も薔薇のように輝きたい」「人生一度きり、思いっきり幸せで思いっきり輝きたい」と思っていました。薔薇は心底そんな気持ちにさせてくれます。だから、その薔薇を創作し、1人でも多くの方に人生を楽しく輝いて欲しいと願い、薔薇にこだわったオリジナルアクセサリーを創り続けているのです。

ティアラやネックレス等の3点セット販売

結婚式の記念樹として「幸せが根付く、幸せの分散」をメッセージとし、ゲストに手軽に持って帰って欲しいという思いで、購入に至っている。

「商品のラインナップを増やし、企業のノベルティーやブライダルの内祝いギフトへ展開するなかで、ホテル・式場との提携も進めていきたい」と発案者でもある芝田取締役は語る。



▶ラッピングまですべてアレンジ(4500円)

薔薇に特化したアクセサリー・ジュエリー創作



Marie Rose

ブライダル関係の商品もありますね。

竹下 はい。私の母がドレスデザイナーとして自宅で創作していましたので、小さなころからブライダルは身近な存在でした。私自身、ブライダル関係の社会人スクールに通い、ウエディングの仕事にも携わっていましたので、ウエディングに関する商品も多数手掛けています。

なかでも、人気の商品は何ですか。

竹下 薔薇をふんだんに使ったネックレス、ピアスまたはイヤリング、ティアラの3点セットです。ティアラを除いた2点セットなどもあります。いずれの商品も花卉の着色から造形まで1枚1枚手作業で作られています。月に20セットは制作可能です。

平均的な販売価格はいくらですか。

竹下 ネット上では1万円以下、そして2万円近い価格がありますので、平均値としては1万5000円前後となります。ローズジュエリーや小物も販売していますが、現時点では小物が6～7割、アクセサリーが3割～4割の販売構成となっています。

ネット以外ではどちらかで販売されているのですか。

竹下 薔薇のオリジナルアクセサリーとして、百貨店さんの催事などで販売させていただいております。購入される7割の方が70代の女性です。真っ赤ではなく落ち着いた雰囲気の色系の薔薇アクセサリーをお求めになっています。また5月末～8月末には、長崎県のハウステンボスで行われる「ドゥーテ展」で販売します。最近では、男性の間でも薔薇のアクセサリーがブームとなっています。

今後の展開はどのように考えていますか。

竹下 手作りですから大量な発注には現時点では対応

▲豪華さを感じさせる3点セット

できないところもあります。指輪やアクセサリーを娘から母親に渡したり、ネックレスなどを母親の首元につけたりなど、結婚式の演出として提案できるのではと思っています。薔薇の花言葉とともに、母親への感謝と、これからさらに輝いて欲しいというメッセージとともに渡すことができれば、感動的です。またジュエリーとアクセサリーの中間的な商品の開発も地元の方々とともに、開発を進めています。

新発想の薔薇のジュエリー開発中

具体的にどのようなものですか

竹下 日常でも指につけられるジュエリーです。多くの方は結婚指輪をしますが、エンゲージリングはなかなかできません。またアクセサリー販売とジュエリー販売は業界としても相互関わりがありません。

確かにジュエリーは高価なもの、アクセサリーは廉価なものという境界線があります。

竹下 その境界線を外し、新たなジュエリーを薔薇デザインで創作したいのです。指輪の土台と薔薇のジュエリーを付けることは、地元企業の技術力で実現できることがわかりました。あとは薔薇のモチーフが日常生活の動きの中で、壊れないように強固にすることが必要です。この部分を日々、手作りで挑戦しています。

大切な人から贈られたものを、毎日身につけられることは、安心感や勇気を与えます。ぜひとも、新しい薔薇のジュエリーを完成させてほしいです。

竹下 そうですね。大輪の薔薇が醸し出す心の中の輝きとあわせ、1度切りの人生を大いに楽しみ、イキイキとした毎日を送れる勇気を与えられたら創作者の勇気、輝きにもなります。

これからも、こだわりの薔薇を大切に、薔薇に特化したジュエリー、アクセサリーの創作に取り組んで下さい。

JQ 多肉植物のプチギフト、月間500～600個受注・販売



販売方法は、自社が運営するホームページを中心とし、月間25万PVの実績をあげている。主に「多肉植物」や「プチギフト」というキーワードで検索されること多いようだ。売れ筋は多肉植物キットより、鉢等に埋まっているほうが人気だ。

多肉植物の主な仕入先は江戸時代から多肉植物の栽培を行っている千葉県農家で、3000種類ある多肉植物の中から組み合わせ商品を開発している。

ブライダルプチギフトとして購入する新郎新婦は、自分達の

記念樹として「幸せが根付く」幸せの分散を列席者へのメッセージに

▲お菓子感覚に(350円) 開発、1週間に6～7件、1件当たり50～100個の注文を受注している。