

# K.UNO NEWS LETTER

ケイウノは全国に38店舗展開するジュエリーのオーダーメイドブランドです。 この広報通信では、毎月1回、ケイウノのジュエリーやオーダーメイドに関する さまざまなヒト・コト・モノの情報をお届けします。



販売部 販売1課長

後藤優子

横浜生まれ。2008年ケイウノ入社。店舗のジュエリーコンシェルジュ、横浜エリア担当マネージャーを経て、 2016年より北海道、東北、関東エリア課長。今月よりさらに担当エリアが拡大、前出エリアに北陸、東海を 加えた広範囲のマネージングにあたる。

> 具体的でわかりやすい事例をたくさ どのようなデザインにされたのか、

だけではなく、これまでのお客様が 入れられますよ、と単にご案内する

んお伝えするようにしています。

## SNSを駆使して 事前の情報をしっかり収集。

解きほぐすことを大切にしてい せていただくため、ゆっくりと心を いでになるので、お客様の想いを聞か 対面式に緊張感を持たれる方もお

ネットショッピングが主流の現在、

例えば、リングに好きなモチーフを

す。お店の前を何度も行き来して またぐだけでも勇気がいると思いま ね。ましてジュエリーとなると余計 合う機会は少なくなっていますよ に緊張してしまいそうです。 確かに対面でお店の方と向き その通りです。お店の敷居を

# 自 お二人らしいブライダルジュエリーを 由度の高いアレンジオーダーで

の傾向はいかがでしょうか。

たっておいでですが、最近のお客様

入社以来10年、店頭で接客にあ

高まっている模様。 あり世間的にもブライダルへの関心も れています。眞子様のご婚約会見等も けては人気式場でフェアも多く開催さ る秋のブライダル。今月から来月にか 年間を通して一番盛り上がるとされ

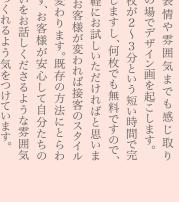
> お客様&ブライダルジュエリー事情に た販売部・後藤優子さんに今どきの 線である店頭で接客を担当されてき そこで入社以来10年間、販売の最前

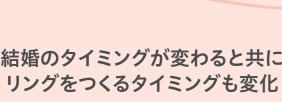
ついて伺いました。

見てくださっていることが多いです と検索とすると表示される情報も HPだけでなく、SNSで#ケイウノ 集されていること。ブランドの公式 から30代が中心です。大きな特徴と 層には大きな変化はなく、20代後半 しては、来店される前に必ず情報収 藤 ご来店されるお客様の年

いただけるよう、心がけています。 などの話題を通してリラックスして 趣味やライフスタイル、ご結婚準備 なくありません。ですから、お客様の ようやく入店されたというかたも少

れず、お客様が安心して自分たちの 成しますし、何枚でも無料ですので、 その場でデザイン画を起こします。 共にデザイナーが同席して、お客様 をつくれるよう気をつけています。 想いをお話しくださるような雰囲気 も変わります。既存の方法にとらわ す。お客様が変われば接客のスタイル 気軽にお試しいただければと思いま 1枚が2~3分という短い時間で完 の表情や雰囲気までも感じ取り シェルジュと呼ばれる販売スタッフと ケイウノではお話を伺う際、コン





質問されるのはなぜでしょう?

周りから大きくはずれるこ

リーワンがほしいという傾向があり ているなんて…」と、自分だけのオン の人が同じデザインのリングを着け じものは絶対に嫌」「電車で隣の席 因みに10年前のお客様は「他人と同 と購入される方もいらっしゃいます。 ると、共感いただき「じゃあ、それを」 見せして、人気のポイントを説明す が安心というか…。実際に商品をお 平均を取って真ん中あたりを狙うの ないけれど、周りと違うのも不安。 平均が好き、ということなのかもし とを好まないのではないでしょうか。 れません。特に目立ちたいとは思わ

はいかがでしょう? デザインなど で目立つ傾向は? ブライダルジュエリーについて

同じ傾向です。 率は8~9割ぇで、ケイウノでもほぼ ほぼ横ばい゛マリッジリングの取得 ると、エンゲージリングの取得率は 民間機関の調査データによ

必ずと言っていいほど尋ねられます 情報を載せていないこともあって、 HPには、どれが一番人気かという れですか」というもの。当社の公式 ず質問されるのが「人気の指輪はど デザインに関しては、男女を問わ

> の景気ともリンクしま かがでしょう。世の中 価格に対してはい

のであれば外食を減ら が、予算を越えた場合 る金額は下降の傾向が すると、リングにかけ 後藤 越えても気に入ったも です。10年前は、予算が あります。興味深いの したり、他のところで 10年前と比

節約したりして購入される方が多 変える。とても現実的で、勢いで購 ンスはあくまで変えずに、選択肢を きらめるなど、自分たちの生活スタ 択する、あるいは買うこと自体をあ う方は少ないですね。別のものを選 くいらっしゃいましたが、今はそうい 入されることは減りました。

> 記念に合わせてつくられるなど、マ ら1年、3年、5年10年などの周年 なのでリングはつくらず、結婚してか した。また、結婚式当初はもの入り グのご相談に来られる方が増えま 確かにお子様と一緒にマリッジリン がおめでた婚と言われていますが、

どんどん多様になっているように思 リッジリングをつくるタイミングが

今どきのお客様像が見えますね。他 を好み、自分たちの生活を最優先。 に感じられることはありますか? なるほど。人気のあるデザイン

伴い、お客様の嗜好も ました。時代の変遷に とを感じます。 大きく変化しているこ



後藤 今や20代の方は4組に1組



### 時代に合わせた言葉選びや接客スタイルで、 わかりづらさや不安感をとりのぞく

デザインによって見積もりが変わる

の受注会を開いたり。その場合は一 想いをカタチに、するお手伝いをし オーダーメイドジュエリーで培われ 定の価格のなかでオーダーするの という言葉自体は、以前に比べて耳 んで楽しむことができる。 で、お客様にリスクはなく、純粋に選 ンドがお客様の好きな革でオーダー にする機会が増えていて、靴のブラ てまいりました。゛オーダーメイド゛ てきた技術やサービスで、、お客様の ですが、ジュエリーは使う金属や

ケイウノは創業当時から、

れたものが一番いいと思うのですが、 オーダーメイドでもお二人が納得さ

チーフを入れるなど…。 変える、金属を変える ていることから、エンゲージリングと また、予算を気にされる方が増え 裏

を教えてください。

に関してのケイウノ最新の取り組み

最後に、ブライダルジュエリー

かりやすく伝える工夫もしていま 格を提示して、お得であることをわ マリッジリングでいくら、とセット価 度だけの特別のもの。既成品でも ブライダルジュエリーは基本的に

側にモ 思っています リーづくりをお手伝いできればと う最善の接客を尽くし、お客様に喜 応える力を蓄えています。私たち店 こと。お客様のどんなオーダーにも ドという手法があることを知ってい んでいただけるブライダルジュエ とをお客様にわかっていただけるよ みはデザイナーや職人が社内にいる ただきたいと思います。ケイウノの強 頭にいる最前線のスタッフは、そのこ しさを叶えるために、オーダーメイ



を推しています。オーダーメイドは

では、アレンジオーダー、という言葉

それを払拭するために、ケイウィ

まうところです

わかりにくく、少し不安になってし

しく…。そこがお客様にとっては

と詳細な金額をお出しすることが

にめ、最終のデザインが決まらない

ハードルが高い。でもちょっとだけ





具体的に提示しています。宝石を る試みです。そしてアレンジの内容を ダーメイドに対するハードルを下げ アプローチ。アレンジという耳慣れた というボリュームゾーンに対しての 自分たちらしさがあったらいいな、

言葉を強調することによって、オー



## 11月の誕生石 「シトリン&トパーズ」

今月の誕生石はシトリンとトパーズ。シトリンは、透明感のある黄色が特長です。 一方トパーズはシェリーカラーと呼ばれる黄色から、ピンクやブルー、ブラウンなど さまざまな色があります。写真の指輪はお客様の名前に因み、「海」をイメージした リング。ブルートパーズをメインに、サンゴやウミウシなど海の生物をデザインに 取り入れ、ちりばめたメレダイヤで海のきらめきを表現しています。

