



K.UNO NEWS LETTER

Vol. 23

ケイウノは全国に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。



久野雅彦

株式会社ケイ・ウノ代表取締役社長。22歳で創業。
社名のケイ・ウノは姓である久野に由来する。ウノはイタリア語で“1”を表すことから
「オーダーメイドで、世界で1つの宝物をつくる」というコンセプトも併せ持つ。

平成最後となる年の瀬に、本年最後の「オーダーメイド広報通信」をお届けします。今回は、株式会社ケイ・ウノ代表取締役社長の久野雅彦が

2018年の振り返りと2019年の抱負として、近年話題のSDGs（エスディージーズ）への取り組みを語ります。

2019年は「チャレンジ」の年。
新たな成功モデルを生み出すため、
いろいろなことにチャレンジします

2018年のトピックは 株式会社ユートレジャー設立、カスタムウォッチ、ブライダル

— 2018年が終わろうとしています。今年一年、ケイ・ウノにとってどんな年だったのでしょうか。

久野：いろいろなことがありましたが、「株式会社ユートレジャー」の設立もその一つです。「ユートレジャー」は、ケイ・ウノのサブブランドとして2014年からスタート。大人のための本格的キャラクタージュエリー・グッズなどを扱っています。昨年11月、新宿西口にリアル店舗「ユートレジャー 新宿店」をオープンしたところ、国内のお客様はもちろんのこと海外からも多くのインバウンドのお客様が来店され、予想以上の反響をいただくことができました。

また、好調なのが時計部門とブライダル。時計の方は、機械式時計をリーズナブルに楽しんでいただきたという想いから生まれたカスタムオーダーができる「Custom Wa（カスタムウェア）」が好評です。ブライダルは、通常のサービスに加えて2015年から始めた婚約指輪・結婚指輪のDIYサービスも人気です。当初の3店舗から現在は東京・名古屋・大阪・沖縄など全国14店舗で展開しています。

SDGsに合致した これまでの取り組み

— 全体的に好調だったということですね。では、来年についてはどのような展望をお持ちでしょうか。

久野：具体的な話に入る前に、少しお話ししたいと思います。2015年9月の国連サミットで採択された、持続可能な世界実現のための開発目標であるSDGs。昨年あたりからメディアに取り上げられることも多く、ご存じの方も多いと思います。

私たち、ケイ・ウノは「お客さまに特別な感動と喜びを贈り続ける」というコンセプトで、様々なことに取り組んでいます。その活動がSDGsに当てはまることがわかりました。

— 以前から取り組んでいたことがSDGsと合致したと。

久野：そうですね。SDGsのゴールを見た時は驚きました。私たちが日頃から感じてきた自然への感謝や、ものづくりに対する志をSDGsが裏付けてくれたと言いますか。「ああ、私たちが取り組んできたことは、世界が目指すゴールと同じだったんだ」と自信にもつながりました。

永久無料のアフターサービスや、「コンフリクト・フリー」(紛争鉱物ではない)ダイヤモンドの仕入、オーダーメイド勤務体系など女性が働きやすい職場づくりを以前から行っており、今後も私たちに何ができるか模

索していきます。

— 今春発表されたネパールに電力を届けるためのクラウドファンディングはまさにSDGsといえますね。

久野：そのプロジェクトでは、物理学博士 菊池伯夫氏の取り組みに賛同し、ネパールの大自然と水の循環をイメージした「エネジュエリー」と名付けたペンダントを製作しました。スマートフォンなどの光源の上に乗せるとランプシェードになるネットワークです。おかげさまで多くの方にご賛同いただいて、目標金額の約2倍強の支援を集めることができました。2019年にネパールに小型水力発電機を導入予定と聞いています。



クラウドファンディングのリターン品「エネジュエリー」



ジュエリー製作で発生する端材(左)を、練習用のワックス(右)に再生

— ジュエリー製作で発生するワックスの端材をリサイクルして、専門学校生に無償提供するという試みもありましたね。

久野：ワックス端材は、もとはゴミとして廃棄していたんですが、ある時、社員の一人から提案があったんです。「もったいない。これを再生してこれからのづくりを学ぶ人たちに提供できないだろうか」と。確かにその通りだと思って、取り組みは試行錯誤しましたが、おかげさ



ケイウノ職人から、シューズデザイン科の学生に皮革素材を寄贈

で学生の方々に喜んでいただくことができました。ワックスだけでなく、12月には皮革素材の寄付も行いました。多少の傷があったとしても練習用としては十分使える。これは学生の方々に役立つだけでなく、動物たちに対しても、できる限りいろいろな形で役立てさせてもらうという感謝の気持ちも込めています。

※写真内のアイコンは、取り組みに該当する「SDGs17の目標」を表しています。

新たな成功モデルのために 新しい芽を育てる2019年

— では改めて、2019年の展望をお聞かせください。

久野：来年は10月に消費税増税があります。前回の増税時には、駆け込み特需とその後の低迷がありました。今回も同様な動きが予想されることから、再来年2020年期は相当厳しくなると予想を立てています。それを踏まえると、来年は新たな成功モデルを生み出すために新しい芽を育てていく年になると思います。

— 新しい芽について、具体的にはどのようにお考えでしょう。

久野：キーワードは、「ペット」「ベビー」「OSP(オーダーメイドスタイルプロデューサー)」。

ペットが家族の一員であるという考え方はもはや一般的。飼いはじめた時の記念や、残念ながら亡くなったしまった際の思い出として、ジュエリーをつくりたいというリクエストが増えており、今後もさらに需要が増していくと考えられます。

ベビーに関しては、少子化により数が少なくなった分、一人の子どもに注がれる愛情が増えたという傾向もあります。お子様が生まれた際にあつらえるベビーリングは、将来プレゼントする日を楽しみに、お子様が大きくなるまでお母様が



愛猫の姿をモチーフにしたペットジュエリー

ネックレスとして身につけたりして楽しむこともできるジュエリー。大切な想いを親御さんからお子様へ受け継いでいくアイテムとして、提案していきたいですね。

OSPは、PCやiPad上でオーダーメイドが楽しめる仕組みで、システム開発を進めています。これからさらに充実させていくところですよ。

— それ以外にはどうでしょうか。

久野：昨年発表した「カスタリスト」にも、さらに力を入れていきたいと思っています。カスタリストとは、さまざまなことをカスタマイズして人生を素敵にする人のこと。発表したピアスは、11種類のパーツを自由に組み合わせる楽しさを感じてもらったのですが、さらにデザインを増やしています。

シンプルなデザインをベースに、後からパーツを足していくことを計算して、最初からデザインしていません。その場限りではない、継続して楽しんでいただく「卒業生らしいジュエリー」を提案していきたいと思っています。

— ジュエリーリフォームについてはいかがでしょうか。今秋、テレビでも取り上げられました。

久野：リフォームは、ケイ・ウノとして継続して大きく伸ばしていきたい分野です。以前に比べると認知度は上がっているようですが、まだまだ難しいものがあります。

譲られたジュエリーを、デザインが古いとかサイズが合わないなどの理由から、ネットや買い取り業者に売って換金するという流れが止まりません。しかし、先にお話したようにSDGsが注目されている現在だからこそ、リフォームすることで祖母や両親の思い出やつながりを、自分らしいカタチで持続させることができると考えています。毎日身につけられるものって、ジュエリーくらいありませんから。



自由な組み合わせが楽しめるピアスとカスタムチャーム



12 つくる責任
つくり責任
∞

ダイヤモンドを活かして、指輪やネックレスに仕立てたりリフォーム例

— なるほど。ジュエリーにはそういうとらえ方もありますね。

久野：そう。ジュエリーの特長の一つに、毎日肌身につけられることです。常にも身につけていることで、勇気をもったり、安心感を得られたりする。譲ってくださいった方に守られている感じがしませんか。そうしたことをもっと広く知っていたら、来年はリフォームの啓蒙活動に力を入れていきたいと思っています。

オーダーメイド文化を地球規模で伝えていきたい

— 2019年は新しい元号が始まる年でもあります。

久野：新たな元号と共に、私たちはこれまでになく新たな時代を迎えようとしています。IoTやビッグデータ、AIにロボティクス、ものづくりに携わる私たちとしても、大きく変革する時代への対応とグローバル展開を視野に入れていかねばなりません。

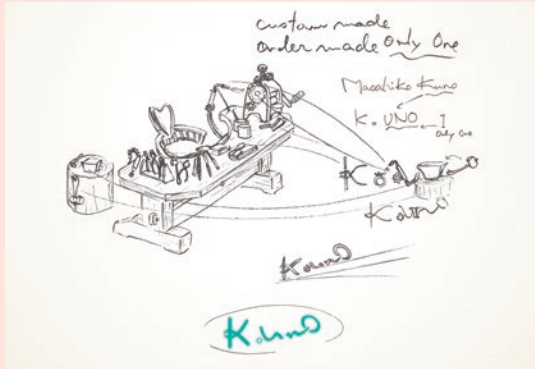
前者については、ケイ・ウノの根幹であるオーダーメイドにおける手仕事の技術に磨きをかけていきながら、作業によつてはロボティクスやAIの導入を研究していこうと思っています。それがまた将来的な事業の柱のひとつになるかもしれません。

一方後者については、将来を見据えて、海外での製造や販売を積極的に検討したいと考えています。自分たちの会社や国のことだけを考えるのではなく、より地球規模で考えて世界に進出していきたくですね。

「お客様の好みに100%応えたい」ということから生まれたのが、ケイ・ウノのオーダーメイドです。今後はオーダーメイドの文化がない地域に、日本人が得意とする気配りや

思いやりを具現化した、オーダーメイドのすばらしさを伝えていきたいと思っています。ご期待ください。

— いろいろな取り組みがとても楽しみです。ありがとうございます。



ケイウノのものづくりを表すイラスト。ロゴはここから誕生した

12月の誕生石「タンザナイト」

12月の凛とした空気に映える、青紫のタンザナイトと鮮やかなルビーのネックレスとピアスは、オーダーメイド。吉祥や幸運を表す蛇をモチーフにしたペンダントトップには、きらめきを放つ細かなメレダイヤをちりばめて、より個性的な印象を演出。

