

営業ツール 会社案内

ジュエリービジネスで培ったノウハウで、 貴店の魅力アップをトータルサポート。

いまだ出口の見えない不況。もはや今までのマーケティング手法では、目まぐるしく変化する顧客ニーズを推し量ることすら難しい時代となりました。そんな中、着実に業績をのばし消費者の支持を得るには、まず「資金をかけず」に、顧客に対して「目新しい魅力」をいかにアピールできるかということ。ビセイでは、長年にわたり築き上げてきたジュエリービジネスのノウハウを駆使して、宝飾業界のみならず、ファッション、レジャー、ブライダル、呉服 e t c...あらゆる小売店の皆さまの活性化を、“川下から川上まで”トータルサポートします。

こんなお悩みやご希望はありませんか？



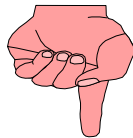
実施したくても...

資金が不足している

ノウハウがない

単一店舗では難しい

ビセイなら...

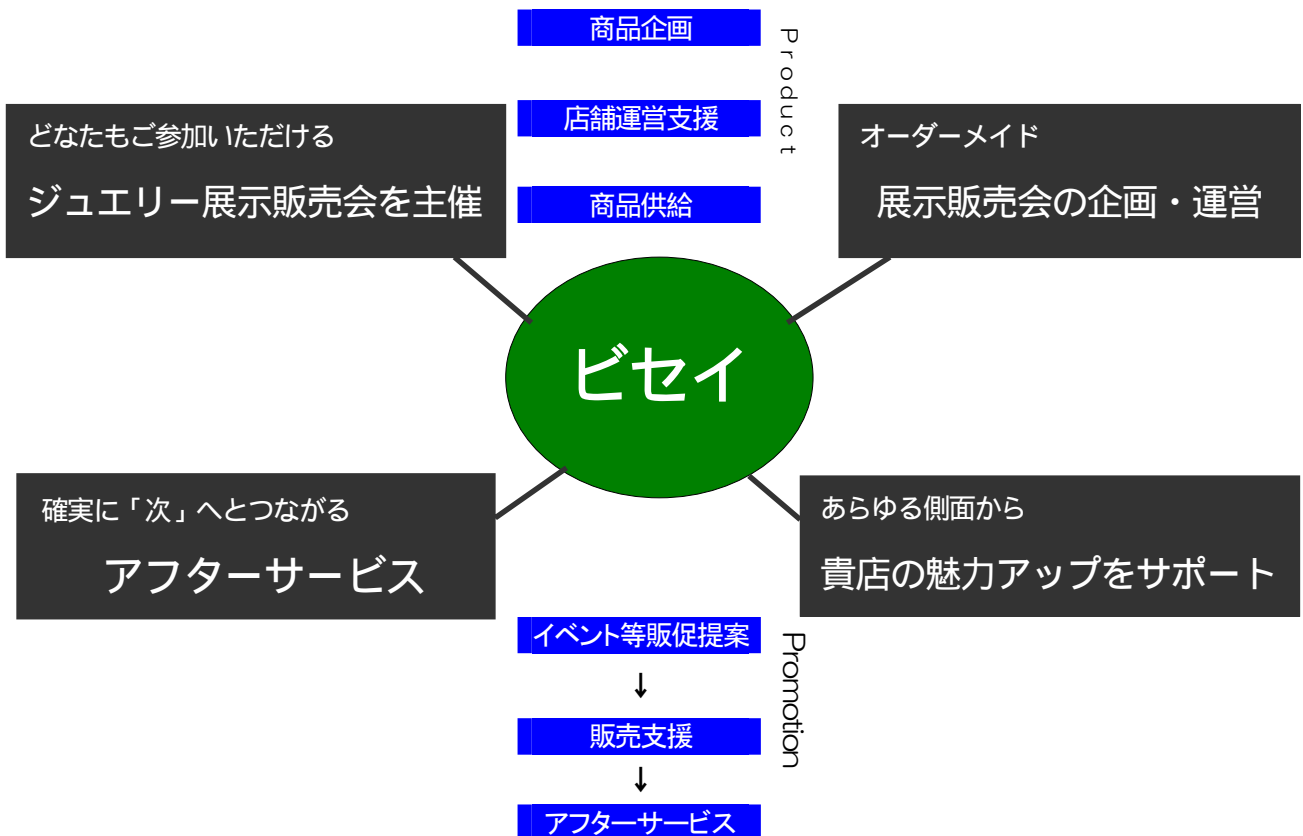


ジュエリーをキーワードに
お客様に喜ばれ、「売り」に直結する
お店づくりを実現します。

「総合力」と「地域密着型営業」で、 販売店の皆さまの細かなニーズに応えます。

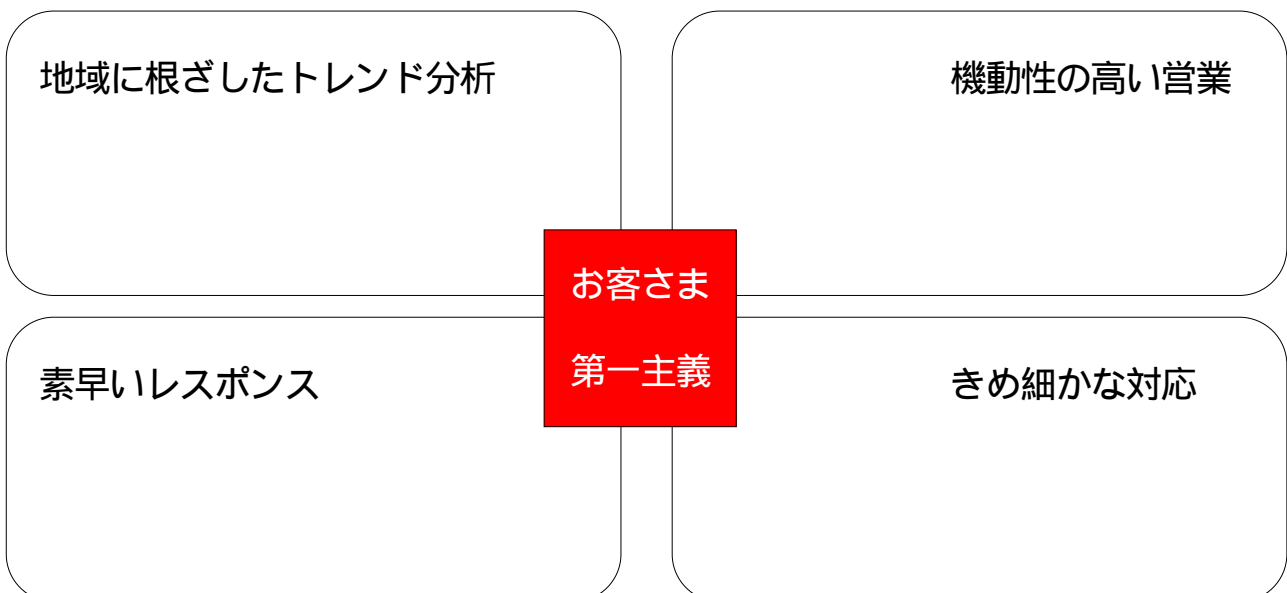
ビセイは 総合力

TOTAL MARKETING



ビセイは 地域密着

FLEXIBILITY & SPEED



ビセイは“ジュエリー”をキーワードに、 貴店の活性化をお手伝いします。

ファッションを中心としたあらゆる小売店の皆さまに、
「ジュエリー」というプラスアルファでお店の魅力・ステイタスアップを図ります。

1

ビセイ主催
ジュエリー展示
販売会への参加

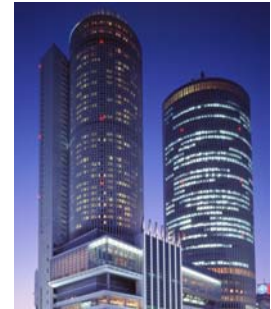
ビセイでは年間10回以上の大規模な総合ジュエリーイベントを開催しています。毎回、小売店様はもとより、エンドユーザーの皆様にも商品のお買上げだけでなく雰囲気も好評をいただき良好な関係作りにも寄与しています。



2

小売店様主催
展示販売
イベントの開催

ビセイでは各業種に応じた販売イベントの企画・開催・運営をお手伝いしています。とくにジュエリーとのジョイントイベントは小売店様のステイタスがアップし、売上げにも大きく反映するためたいへん好評を得ています。ビセイが長年培ってきた展示会ノウハウで、確実に「売り」へとつなげます。



3

ジュエリーを用いた
「提案型」売場づくり

ジュエリーは女性のファッションにとってぜったい切り離せないアイテム。にもかかわらず、「ジュエリーとトータルコーディネート」ができるお店は意外と少ないもの。ビセイでは「何度でも足を運びたくなる」ショップづくりを基本に、新店舗・リニューアル・部分改築を問わずトータルプロデュースします。

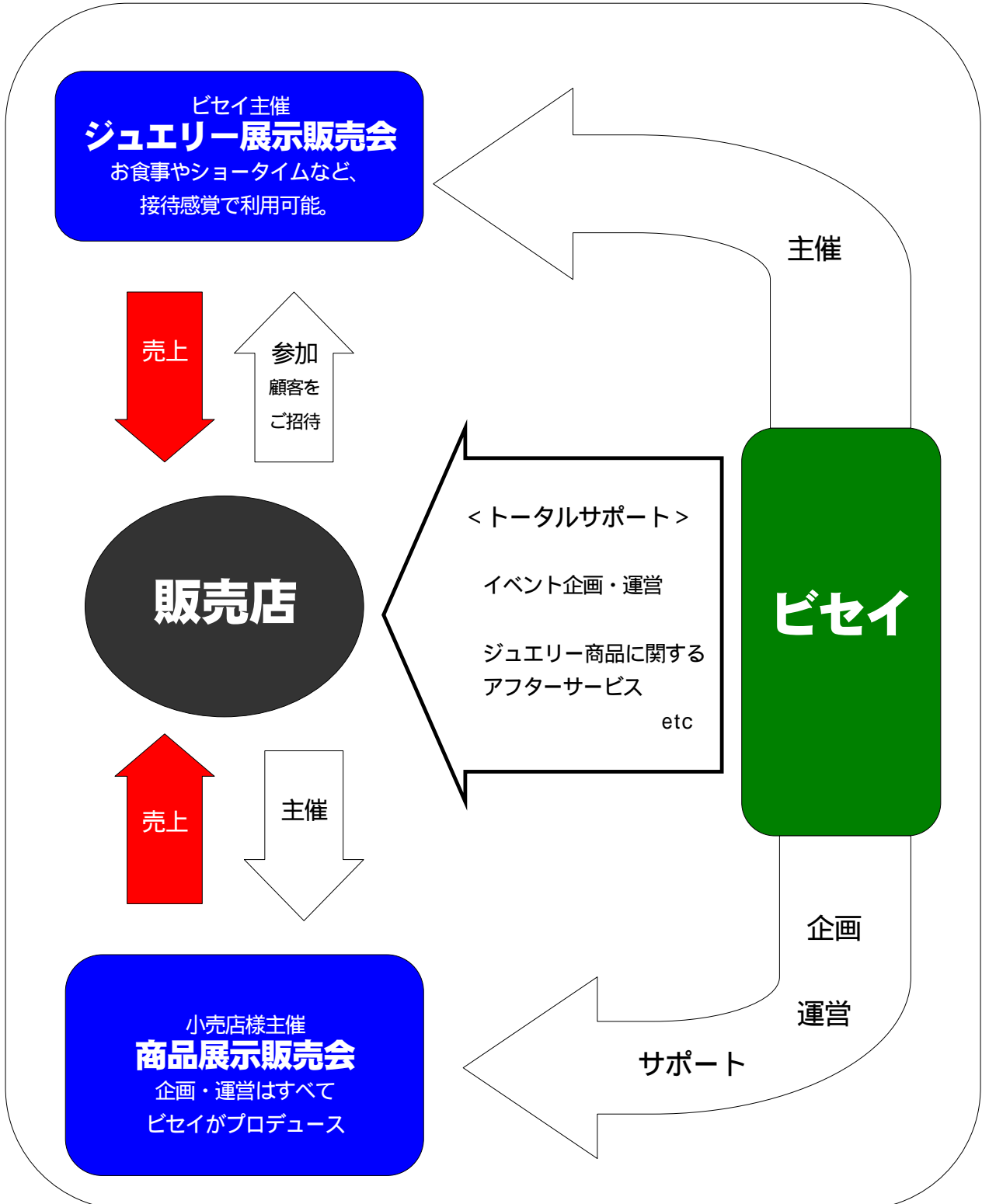


以上の3つのプランをベースに、
貴店に応じた販促策をオーダーメイドでご提案。

ビセイでは「1回限りのおつき合い」ということはありません。商品企画、店舗づくり、展示販売会企画・運営・アフターサービスにいたるまで、まさに“川下から川上まで”トータルかつきめ細かくお手伝いできるのがビセイの魅力なのです。もちろん、貴店のお客さまにお買い上げいただいたジュエリー等は、ビセイが責任を持ってアフターフォローいたします。

貴店の市場でのポジションを多角的に分析。
もっとも最良なマーケティングプランを提案します。

コンセプトフローチャート



まずはビセイ主催の展示会会場で、華やかな雰囲気をご体感ください。

ビセイ主催展示販売イベントへの参加は、 もっとも気軽に実現できる販促プランです。

ビセイ主催のおもな宝飾イベント

タイトル	場所
世界の大宝石祭	名古屋東急ホテル
世界の大宝石祭	三河安城シティホテル
宝飾逸品展	名古屋リッツアリアホテル
世界の大宝石祭	ホテル豊田キャッスル
新作ジュエリー発表会	ホテルキャッスルプラザ
秋の豪華宝石ショウ	ホテルナゴヤキャッスル
宝石グランドフェア	ホテルナゴヤキャッスル
宝石グランドフェア	京都ホテルオークラ
宝石グランドフェア	岐阜ルネッサンスホテル
宝石グランドフェア	浜松名鉄ホテル
宝石グランドフェア	金沢全日空ホテル
ジュエリーフェアイブラス	ホテルキャッスルプラザ



在庫を持つ必要がなく、わずかな費用(招待状、昼食代等)で参加OK。
華やかでビッグなステージは、売上げのみならず貴店のステイタスもアップします。

単なる展示会でない、
高いイベント性が魅力。

招待状など、
勧誘ツールをご用意。

貴店はお客様を、
会場にお連れただけ。

貴店のステイタスが、
飛躍的にアップ。

お客さまとの、
コミュニケーション醸成。

お客さまの購買力に合わせて、
参加イベントをセレクト可能。

ブランドジュエリー

- サザンクロス
- 桐山勇三コレクション
- オペラチックブリーズ
- イズミモード
- 菅沼知行コレクション
- 浅岡邦子コレクション
- 木村春美コレクション
- 長谷川敦代コレクション
- 高級クロコダイル・オーストリッチバッグ「ダルバーニ」



サザンクロス



桐山勇三



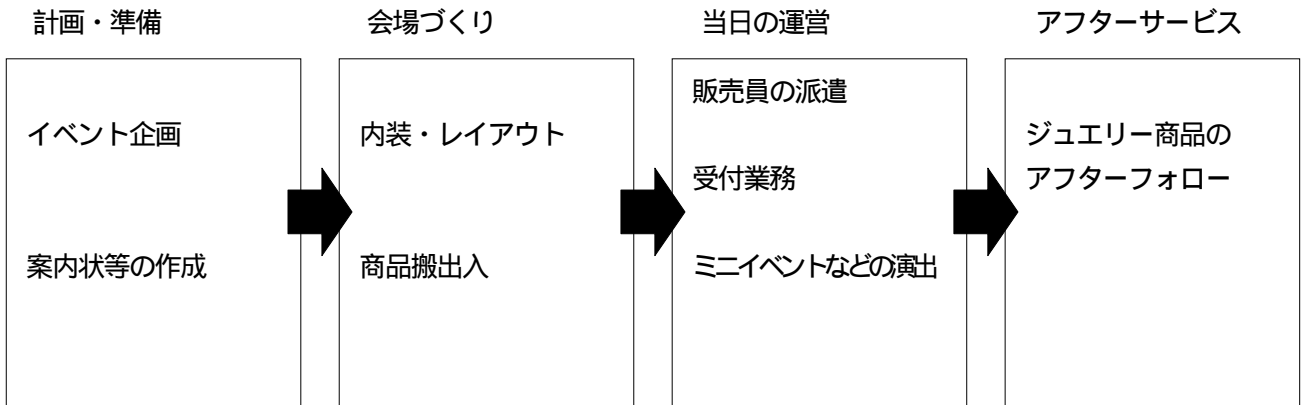
浅岡邦子



ダルバーニ

各業種に応じた展示販売会を企画・運営。 「売り」に直結するノウハウでフルサポート。

企画から運営、販売員の派遣まで、すべてお任せください。



会場は集客予想人数やご予算によって、様々なケースが考えられます。

ホテルなど会場をレンタル



店舗内での開催（ミニ展示会）



他店と合同で開催（同業 or 異業種複合）



企業内でインナー向けに開催



アイデア次第で貴店の魅力は必ずアップ。 ビセイにすべてお任せください。

CASE 1

婦人服店がトータルコーディネートの一貫として、
ジュエリーとのジョイントイベントを開催。



婦人服店オーナー/
A. K様

ジュエリーとのコーディネート講座が
大好評！
お客様からたいへん喜ばれまし
た。

CASE 2

高級インテリア店が、お客さまを接待感覚で
ビセイ主催のジュエリー展示会にご招待。



インテリア店オーナー/
M. I様

お客さまから「まるでパーティみた
い」と喜ばれました。
「今度はいつあるの？」と楽しみにさ
れている方も。

CASE 3

呉服店が店頭ジュエリーコーナーを新設。
和装がよく合う宝飾品を揃えてトータル販売。



呉服店オーナー/
T. U様

成人式用に振り袖とパールセットを
販売したところ、
思いがけない大ヒット！

CASE 4

商店街の有志10店がホールを借りて、
ファッション&ジュエリーイベントを主催。



商店会会長/
O. F様

イベントにいらしたお客さまが、
お友達を連れて店にも足を運んでく
れました。

地域とともに歩み、 時代が求める美を創造してまいります。

市場を取り巻く環境が刻一刻と変化するなか、ジュエリーに対する潜在的な購買意欲を顕在化するための市場戦略に向けて、資本力と豊富な人材活用・情報戦略を展開する時代です。競争社会に打ち勝つための販売促進施策等、私どもビセイは、もっと皆さまの売りの現場に関わっていきたく願っております。これを具体的に進めるために、人材育成をはじめ内部の強化に努め、より充実した企業づくりに取り組んでおります。着実に一步ずつ、つねに襟をただし真摯に対応してまいります。信頼される諸施策を積極果敢に推進し、皆さまとともに歩み続けてまいります。

会社沿革

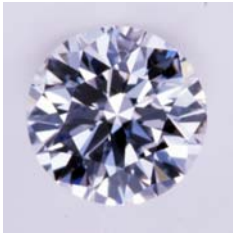
- 会社名 株式会社 ビセイ
- 所在地 〒460-0013 名古屋市中区上前津二丁目14番22号
- TEL (052) 321-2231(代)
- 役員 代表取締役社長 勝田 泰穂
代表取締役副社長 古橋 幹雄
- 創業年月日 昭和41年7月20日
- 設立年月日 昭和43年3月14日
- 事業内容 宝石、貴金属、ハンドバックの輸入・製造・販売およびリフォーム
販売促進に関する企画の提案実施
- 資本金 3億2,920万円
- 取引銀行 北陸銀行 中小企業金融公庫
みずほ銀行 愛知銀行
三菱東京UFJ銀行 りそな銀行
商工中金 三井住友銀行
- 決算期 3月末日
- 主な仕入先 国内／東京、甲府、他
輸入／香港、他
- 主な販売先 中部地区をはじめ関東、関西、北陸、中国・四国、九州の有名宝石取扱小売店

会社沿革

- 昭和41年7月 名古屋市中区にて創業
- 昭和43年3月 株式会社松屋 資本金200万円で設立
- 昭和46年9月 名古屋市中区西川端町より中区千代田二丁目へ本社移転
- 昭和49年7月 資本金3,000万円に増資
- 昭和52年2月 資本金9,000万円に増資
- 昭和59年8月 金沢営業所開設
- 平成元年11月 東京営業所開設
- 平成2年10月 (株)松屋工芸・(株)デージーエス・(有)ダルと合併 資本金1億640万円に増資
- 平成3年3月 資本金2億5,640万円に増資
- 平成3年10月 商号を株式会社ビセイに変更
- 平成7年2月 資本金3億2,920万円に増資
- 平成20年5月 名古屋市中区千代田二丁目より本社移転

主なデザイナーズ&ブランドのご紹介

◇ アイデアルカットダイヤモンド



理想のラウンドブリリアントカットの名を冠したネーミングどおりのエクセレントカットの最上級品。カット評価は、正確無比のコンピューターによる全自動プロポーシヨンスコープが保証。ブライダルのリングはプラチナ純度1000を使用し、硬度が甘くなりがちな細身の枠はハードプラチナ処理により、その欠点を補っています。質感の良いファッションリングやプラチナネックレスも充実し、大変好評を得ています。勿論、枠デザインはすべてオリジナルで深津えりや、最近の矢野顕子等によるデビアスのコマーシャル商品はこのブランドです。（20万円位～）

◇ サザンクロス



社名と同名の単一ブランドは、我国の「ハイエンドブランド」とよんでも過言ではなく、宮内庁の宝飾品を手がけていたティアラ職人を抱える日本の本格的な宝飾ブランドの草分け的存在。

石の品質やデザインは勿論、熟練職人の頑固なまでの加工技術へのこだわりは、品質低下を避けるため、近年のブランドにありがちな量産体制を嫌い、一個石のリングのそのほとんどが単品の手作りという姿勢はさすがというほかはなく、永年にわたっての愛着と刻印されたその十字のブランドマークにプライドの持てる商品。（30万円位～）

◇ シーニック



西ドイツでカットされた白蝶貝、ターコイズ、ピンクサンゴ、オニックス等のいずれかの中石に、Fカラー、VSアップのメレーダイアによるパヴェセッティングは、カルティエや、ヴァンクリーフ&アペル等に代表されるヨーロッパアンジュエリーと見まがうほど美しい仕上がりで、シーニックブランドの最も得意とするスタイル。ハイジュエリーも数多く、著名なカッターのムーンシュタイナーのアクアマリン等、このブランドのこだわりが随所にみられます。

（30万円位～）

◇ ラ・メルヴェーユ



フランス19世紀頃にその頂点を誇ったミニ・アチュール・ド・エマーユ（細密画の七宝）。日本では、過去に於いて一部のマニアのコレクションでしたが、最近のアンティークブームによって一躍脚光をあびている最注目株。模倣することのできない幾重にも焼上げる窯あげ技術、フランス独自の細密画家の描いたヨーロッパの名家の女性伝説を彷彿させるエマーユのその絵柄、ミル打ちされたエドワーディアンスタイルのレーシーな枠は、アンティークそのままの夢ロマンの数少ない逸品。（50万円位～）

◇ ダルバーニ・コレクション(バッグ)



クロコダイルやオーストリッチ等、最高級の皮革素材を使用し、デザイン縫製共に日本製のオリジナル商品。

少量生産による高級イメージを保ち、お買上げ後の糸のほつれは勿論、金具の再メッキ処理や、クロコダイルのエナメル再塗布等、アフターサービスにも万全を期しております。

最近では、カラーバリエーションも増え、再度のお買上げをされる、いわゆるリピーターといわれるファンも増えています。(10万円位～)

◇ イズミ・モード



ジュエリーデザイナーの竹本出海氏のプロデュースによる、ターゲット別のくくりは明確で、ビギナーを意識した<NEWS>、ブルーオパールによるピクチャーストーンの<タブロー>、アールヌーボのネオジャパニスクにも通じる感性の<辻が花>、最近ではアンティークレースを使った<ミダス>等、多彩な商品構成で顧客を飽きさせない。

竹本氏は、デザイナーとしてメジャーなタイトルだけでもかなりの受賞数であり、「日本で最も受賞数の多いデザイナー」との名誉な異名を持つ実力派。(20万円位～)

◇ 桐山勇三・コレクション



どちらかといえば、ヘヴィユーザー向き。大胆な色使いと大振りで存在感のあるデザインは、一度魅了されるとなかなか抜けきれないデザイナーの最骨頂。ファン層も多地域に広がり熱狂的な顧客が多く、ホテル催事にはなくてはならない存在。(30万円位～)

◇ 山本まさみコレクション



一人一人のお客様のためだけにデザインするオートクチュールジュエリーを基本に、女性本来の美しさを引き立たせます。また、写真の商品「ムーンライト」は月をイメージし、女性と月の関係を美しいスタイルで演出しています。大胆なデザインでありながらユーザーの個性を取り入れ、お客様にぴったりとマッチする商品に仕上がっています。(20万円位～)

◇ 菅沼知行 コレクション



金の表面へのマット処理は独特のものがあり、しわのある金箔をイメージさせるアイデアや、金の表面を岩肌のように荒々しく仕上げ、メレーダイヤをセットしたデザインは、わびさびという日本的な情感と、カラーストーン等のヨーロッパ的な情感がうまく融合され、光沢をおさえた品のいいお洒落を好む方におすすめです。(30万円位～)