

TIFFANY

ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク PR
東京都千代田区丸の内2-1-1
明治安田生命ビル15F
03-4567-4518
JapanPR.Tiffany&Co@Tiffany.com

ティファニー、ビヨンセとジェイ・Zを起用した新たなブランド キャンペーン「ABOUT LOVE」を発表

“愛とはダイヤモンド。それはジュエリーやアートをさらに輝かせる。” —ザ・カーターズ



ティファニーは、米音楽界のパワーカップルとして知られるビヨンセ (BEYONCÉ) とジェイ・Z (JAY-Z) を起用した、現代の愛を称える新ブランドキャンペーンを発表しました。1837年の創業以来、真実の愛のシンボルとして、世界中で素晴らしいラブストーリーを彩ってきたティファニー。「ABOUT LOVE (アバウトラブ)」は、ブランドの新たなクリエイティブディレクションのもと制作されたキャンペーンです。今回のキャンペーンは、カーターズとティファニーがビジョンを共有することにより実現した特別なコラボレーションです。

& Co.

FOR FURTHER INQUIRIES, PLEASE VISIT PRESS.TIFFANY.COM

TIFFANY, T&CO., TIFFANY & CO., THE COLOR AND WORD MARK TIFFANY BLUE, AND THE DESIGN AND WORD MARK TIFFANY BLUE BOX ARE TRADEMARKS OF TIFFANY AND COMPANY AND ITS AFFILIATES. © 2021 TIFFANY AND COMPANY.

TIFFANY

「ビヨンセとジェイ・Zは、現代のラブストーリーの主演。まさに理想のカップルです。ティファニーは、愛、強さ、自己表現を象徴するブランドとして愛されてきました。こうした価値観を体現するカップルは、二人以外に考えられませんでした。カーターズをティファニーファミリーの一員として迎えることができ、非常に光栄に思っています。」
-アレクサンドル・アルノー/エグゼクティブバイスプレジデント プロダクト&コミュニケーションズ

ビヨンセとジェイ・Zが二人そろってキャンペーンに起用されたのは今回が初めてですが、「ABOUT LOVE」は、人の繋がりと儂さを追求しています。ジャン=ミシェル・バスキア の作品「Equals Pi (1982年)*」を背景に、アイコン的な「ティファニーダイヤモンド」に照らされて、カーターズのラブストーリーが展開されます。今回のキャンペーンは、ティファニーが所有するアート作品をはじめ公の場で発表するもので、ニューヨークのクリエイターたちとのコラボレーションという長年続けてきたティファニーの伝統を引き継いでいます。新たなブランドアイデンティティを掲げ、時を超えた愛の美しさとその多様な側面を表現すると同時に、現代の愛のあり方について新たなビジョンを提示します。



& Co.

FOR FURTHER INQUIRIES, PLEASE VISIT PRESS.TIFFANY.COM

TIFFANY, T&CO., TIFFANY & CO., THE COLOR AND WORD MARK TIFFANY BLUE, AND THE DESIGN AND WORD MARK TIFFANY BLUE BOX ARE TRADEMARKS OF TIFFANY AND COMPANY AND ITS AFFILIATES. © 2021 TIFFANY AND COMPANY.

TIFFANY



ティファニー史上初めてブランドキャンペーンで着用される「ティファニーダイヤモンド」は、総重量128.54カラット、ファセット数は82面を誇ります。「ABOUT LOVE」の中でビヨンセが着用しているこのイエローダイヤモンドは、19世紀に発見されたジェムストーンの中で最も希少性の高い宝石のひとつとされています。1877年に南アフリカのキンバリーダイヤモンド鉱山で発見されたこのダイヤモンドの原石を、その翌年に創業者チャールズ・ルイス・ティファニーが購入したことで、ダイヤモンドの権威としてのブランドの名声が確固たるものとなりました。また「ABOUT LOVE」には、ジャン・シュランバージェやティファニーTコレクションなど、ブランドのアイコンジュエリーが随所に散りばめられています。たとえば、ジェイ・Zが着用しているカフリンクスは、ジャン・シュランバージェによる名作「バードオンアロック」ブローチを再構築しデザインされた唯一無二のクリエイションです。ジャン・シュランバージェは、1960～70年代にかけて上流階級に人気を博したジュエリーデザイナーとして知られていました。だからこそ、ジャン・シュランバージェのユニークなデザインが、偉大なるこの二人に受け継がれているのは自然なことなのです。

また、著名な映画監督であるエマニュエル・アジェイ (Emmanuel Adjei) により、往年の名曲「ムーン・リバー」をテーマソングとする映像作品も制作されました。1961年に公開された映画「ティファニーで朝食を」の主題歌として広く知られるこの名曲をビヨンセがアレンジを加えて歌い、その様子をジェイ・Zがスーパー8カメラで撮影しています。

& Co.

FOR FURTHER INQUIRIES, PLEASE VISIT [PRESS.TIFFANY.COM](https://press.tiffany.com)

TIFFANY, T&CO., TIFFANY & CO., THE COLOR AND WORD MARK TIFFANY BLUE, AND THE DESIGN AND WORD MARK TIFFANY BLUE BOX ARE TRADEMARKS OF TIFFANY AND COMPANY AND ITS AFFILIATES. © 2021 TIFFANY AND COMPANY.

TIFFANY

二人が撮影の舞台として選んだのは、ロサンゼルスのおルム・ハウスと呼ばれる邸宅。この作品には、ノスタルジックな映像と映画のような夢のある画像が織り交ぜられています。バスキアによる「Equals Pi」も、ストーリーの中でティファニーブルーを彷彿とさせる作品として再び登場します。本キャンペーンのプリント版は、メイソン・プール (Mason Poole) が撮影、ジューン・アンブローズ (June Ambrose) とマーニ・セノフォンテ (Marni Senofonte) がスタイリングを担当しました。

本キャンペーンは、ティファニーが続ける社会的マイノリティへの支援の一環でもありません。カーターズとパートナーシップを組み、ティファニーは Historically Black Colleges and Universities (HBCU) の奨学金およびインターンシッププログラムに 200 万米ドルの支援を約束します。本件の詳細に関しては、今後発表を予定しています。

このキャンペーンは、9月にティファニー公式サイトでの公開を予定しています。さらに 2021 年末には、著名な映像作家である Dikayl Rimmasch と Derek Milton が制作した作品も公開されます。

Tiffany & Co.について

ティファニーは、1837年にチャールズ・ルイス・ティファニーがニューヨークで創業し、洗練された革新的なデザイン、精巧なクラフトマンシップ、そして卓越した創造性の代名詞としてその名を馳せるグローバルラグジュアリージュエラーです。

ティファニー社とその子会社は、全世界で 300 店以上の店舗と 13,000 名を超える従業員を擁し、ジュエリー、ウォッチ、ラグジュアリーアクセサリーのデザインから製造、販売までを行っております。また 5,000 名を超える卓越した職人たちは、自社工場ダイヤモンドのカットやジュエリー制作に携わりながら、ティファニーが約束する最高品質へのコミットメントの実現に貢献しています。

ティファニーは、責任ある事業活動を行い、自然環境を維持し、多様性と包摂性を優先し、事業を行う地域社会に良い影響を与えることを長年にわたり約束しています。ティファニー社、およびティファニーのサステナビリティに対する取り組みの詳細については、tiffany.co.jp をご覧ください。

お客様のお問い合わせ先

ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク
TEL 0120-488-712 URL www.tiffany.co.jp

@TiffanyAndCo

*世界的なライセンス機関であり、著名なアーティスト、写真家、デザイナー、クリエイターを代表するクリエイティブコンサルティング会社である Artestar との協力によりパートナーシップを締結。

& Co.

FOR FURTHER INQUIRIES, PLEASE VISIT PRESS.TIFFANY.COM

TIFFANY, T&CO., TIFFANY & CO., THE COLOR AND WORD MARK TIFFANY BLUE, AND THE DESIGN AND WORD MARK TIFFANY BLUE BOX ARE TRADEMARKS OF TIFFANY AND COMPANY AND ITS AFFILIATES. © 2021 TIFFANY AND COMPANY.