

TIFFANY & Co.

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、ビヨンセを起用した新たなブランドキャンペーン 『LOSE YOURSELF IN LOVE』を発表



©Beyoncé for the Tiffany & Co. fall 2022 LOSE YOURSELF IN LOVE campaign, shot by Mason Poole.

ティファニーは、個性、愛、そして普遍的なつながりを讃える新たなブランドキャンペーンに、伝説的で、究極の現代女性を象徴する存在であるビヨンセを起用することを発表しました。ビヨンセとティファニーの深い関係性と共通のビジョンから生まれた『LOSE YOURSELF IN LOVE』キャンペーンは、ありのままの自分であることの喜びへの激しくもエレガントなおマージュとして、自らの可能性の力を受け入れることを呼びかけるものとなっています。

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.

© 2022 Tiffany and Company. All rights reserved.

TIFFANY & Co.

「大胆不敵な創造性の探求。『LOSE YOURSELF IN LOVE』には、自己愛、そして力強いエレガンスの美しさが表現されています。ビヨンセはこれらの資質を体現する存在として、多くの人々にインスピレーションを与えています。私たちは、2年連続でパートナーシップを継続し、エキサイティングな愛の新時代を切り開くことができることを、大変光栄に思います。」ティファニーのプロダクト&コミュニケーション部門のエグゼクティブヴァイスプレジデントであるアレクサンドル・アルノーは語ります。

「私は、ティファニー社とのパートナーシップを継続し、個人として持つ愛の関係性と重要性を祝福する表現を通して、私たちの繋がりがどれほど美しいかをより深く探求できることを光栄に思います。」とビヨンセは語ります。

キャンペーンイメージでは、グラミー賞受賞アーティストであるビヨンセが、「ティファニーT」、「ティファニーハードウェア」、「ティファニーノット」、新作の「ティファニーロック」など、ティファニーのアイコンコレクションの最高峰ともいえるジュエリーの数々を身に纏い、自信に満ち溢れた輝きを放っています。またビヨンセと同じく、大胆不敵な自己表現あふれるデザインでブランドを支えたデザイナー、ジャン・シュランバージェとエルサ・ペレッティの作品も、キャンペーンを通して数多くフィーチャーしています。中でも注目すべきは、今回のキャンペーンのために特別に制作されたカスタムメイドの「ティファニーハードウェア」ネックレスです。ニューヨークにあるティファニーのジュエリーデザイン&イノベーションワークショップ (JDIW) で、40時間以上かけて手作業で組み立てられ、磨き上げられたこのジュエリーには、従来の「ティファニーハードウェア」のグラジュエイテッドリンクネックレスの3倍のスケールを誇る18Kゴールドリンクが使用されています。

メイソン・プール (Mason Poole) によって撮影された本キャンペーンの舞台となったのは、ロサンゼルスハンガースタジオです。ビデオはディカイル・リマッシュ (Dikayl Rimmasch) が、スタイリングはマーニ・セノフォンテ (Marni Senofonte) とパティ・ウィルソン (Patti Wilson) が担当しました。トマス・ペセリック (Thomas Petherick) によるセットデザインは、家のように巨大なスピーカーをフィーチャーした壮大な横長のランドスケープショットに、小さく親密なセットに配置されたタイトなジュエリーポートレートを対比させるという、見事なコントラストを表現しています。

ビヨンセの最新ヒット曲「SUMMER RENAISSANCE (サマー・ルネッサンス)」を使用したキャンペーンフィルムは、同アルバム全体にあふれる自由で陽気な精神を体現しており、今秋に公開が

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.

© 2022 Tiffany and Company. All rights reserved.

TIFFANY & Co.

予定されています。探検と自立の旅を謳ったアルバム「RENAISSANCE (ルネッサンス)」は、発売以来すでに世界中の評論家やファンから高い評価を得ています。本作の制作を主導したのは、グラミー賞のミュージックビデオ賞を3度受賞しているディレクターのマーク・ロマネク (Mark Romanek)。ニューヨークの伝説的なナイトクラブ「スタジオ54 (STUDIO54)」が全盛期だった時代がインスピレーションソースとなったフィルムには、エミー賞受賞アーティスト、ファティマ・ロビンソン (Fatima Robinson) が振付を担当したダンスを通して命が吹き込まれています。また、今回のキャンペーンでは、フィルムを飛び出して全世界の人々が一緒になって祝おうという大切な呼びかけにちなんで、「インクルーシビティ (包括性)」が共通のテーマとなっています。

『LOSE YOURSELF IN LOVE』キャンペーンには、ティファニーによるマイノリティコミュニティへの継続的な支援が反映されています。ティファニーが新たに発足したソーシャルインパクトプラットフォーム「ティファニーアトリウム」には、「ベイグッド (BeyGOOD)」と「ショーン・カーター奨学基金 (Shawn Carter Foundation)」とのパートナーシップによる「ティファニーアバウト・ラブ奨学金 (Tiffany & Co. About Love Scholarship) プログラム」を通じた、「ザ・カーターズ (The Carters)」との継続的なコラボレーションも含まれています。2021年、ティファニーは、歴史的黒人大学 (HBCU) で芸術活動や創作活動を行う学生を対象に、2024年までに200万米ドルの奨学金を提供することを約束しました。現在、ペンシルバニア州のリンカーン大学、バージニア州のノーフォーク州立大学、ノースカロライナ州のベネット・カレッジ、アーカンソー大学パインブラフ校、オハイオ州のセントラル州立大学の5校に通う60名以上の学生にこの奨学金が授与されています。

『LOSE YOURSELF IN LOVE』キャンペーンは、9月2日より全世界でリリースされました。また、キャンペーンフィルムは、2022年10月よりティファニー公式サイトにて公開される予定です。

#LOSEYOURSELFINLOVE #TiffanyAndCo

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.

© 2022 Tiffany and Company. All rights reserved.

TIFFANY & Co.



©Beyoncé for the Tiffany & Co. fall 2022 LOSE YOURSELF IN LOVE campaign, shot by Mason Poole.

ティファニーについて

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](https://www.tiffany.co.jp)をご覧ください。

ティファニーのダイヤモンドトレーサビリティ

ティファニーは、25年以上にわたり責任あるダイヤモンドの調達に尽力し、常に業界をリードしてきました。そして世界的なラグジュアリージュエラーとして初めて、自社の個別登録ダイヤモンド（0.18カラット以上）のクラフトマンシップジャーニー（調達・加工・制作の全履歴）の情報を開示提供しています。ティファニーは、こうした責任あるダイヤモンドの調達が、途上国での従業員の人權の尊重、公平で安全な労働環境、自然環境の保全に繋がることを信じております。

ダイヤモンドクラフトマンシップジャーニー及びティファニーのサステナビリティの取り組みの詳細については、<https://www.tiffany.co.jp/sustainability/>をご覧ください。

@tiffanyandco

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.

© 2022 Tiffany and Company. All rights reserved.