

## マーケティングセミナー

### ～ 底を打った？宝飾市場 今後の見通し ～

2013年4月24日（水）14：00～16：00

講師：(株)矢野経済研究所 編集長 深澤 裕氏

講座概要：ようやく底を打った宝飾業界の現状を、昨年の宝飾品輸入の前年比アップ状況と過去から将来への回復推移予測にてグラフを使って解説。小売業態別の今後予測、ブランド消費者意識の現状、ブライダル市場の推移等、今後の市場変化に対応していくためのSNS戦略の重要性と中国を中心としたアジア市場の解説。最後に今後10年のキーワードについて解説。

#### 1. 2012年の宝飾品輸入状況

色石ジュエリーと真珠以外のダイヤモンド、貴石、半貴石、真珠製品、金製品及びプラチナ製品の輸入が数量、金額共に前年を上回っている。

#### 2. 宝飾市場の今後の見通し

##### 1) 2011年を底に回復基調

2) 2012年小売市場規模 9,110億円（前年比1.8%増）

3) 株価上昇に連動して2013年は期待が持てる

#### 3. 小売業態別の今後予測

##### 1) 小売チャネルの専門店減少と宝飾チェーンの拡大

	1995年	2012年
専門店	32.4%	19.9%
宝飾チェーン	33.5%	41.3%

##### 2) 業態別長期予測

アップ予測業態 百貨店、アクセサリ系ジュエリーショップ、TVショッピング、インターネット

横ばい予測業態 宝飾チェーン店、インポートブランドショップ、アパレル

##### 3) インポートジュエリー市場

宝飾小売市場シェア 30%（2012年 2627億円）近くあり、ブライダル売上げで4～5割占めている。

#### 4. ブランド意識の現状（消費者1万人アンケート結果）

##### 1) 消費者認知度ランキング ベスト5（前年ランキング）

1. ティファニー（4）
2. カルティエ（1）
3. ブルガリ（2）
4. ミキモト（3）
5. スワロフスキー（6）

- 2) 業界人の総合評価 ベスト5 (前年ランキング)
  1. ティファニー (1)
  2. カルティエ (3)
  3. ヴァンクリ (1)
  3. アーカー (12)
  5. ハリー・ウインストン (5)
- 3) 消費者購買度ランキング ベスト5 (前年ランキング)
  1. ティファニー (1)
  2. ミキモト (2)
  3. スワロフスキー (4)
  4. 4°C (3)
  5. カルティエ (6)
- 4) 消費者購買欲求度 ベスト5 (前年ランキング)
  1. カルティエ (2)
  2. ブルガリ (1)
  3. ティファニー (5)
  4. 4°C (7)
  5. タサキ (3)

#### 5. ブライダル市場の推移

- 1) ブライダルジュエリー市場は 2009 年より減少してきており、今後もさらに減少。但し、離婚増加による積み増し分が多少カバーの予測。
- 2) 2011 年を境にマリッジとエンゲージの市場規模が逆転。マリッジ市場が大きくなった。

マリッジ1本単価 73,200 円

エンゲージ1本単価 225,000 円

エンゲージ取得率 約 55% (下げ止まり傾向)

#### 6. パラジウムジュエリーに注目度アップ

- 1) 銀座和光にて好評、売り場拡大。
- 2) 現在 350 店舗にて取扱い、価格の安さと軽くて使いやすいとの評価

#### 7. SNS時代の戦略

- 1) SNSは「小」が「大」に勝てる戦略であり、グローバルの垣根を超える。
- 2) SNSによるブランディング
  - ・ブランディングを意識した投稿に絞り込む
  - ・綺麗な画像でクリエイティビティを伝える
  - ・公式ページとして情報の統一性を図る
  - ・画像のインパクトが強いスマートフォンを意識 等
  - ・キャンペーン・イベントに活用実績あり
    - キャンペーンで写真を募集する
    - フォトコンテストや作品コンテストを実施
    - イベントの報告や実況 等

#### 8. 中国の宝飾市場

- 1) 2008 年に日本の市場規模を上回るようになり、2011 年には日本市場の 3 倍強の市場規模となる。
- 2) プラチナの宝飾需要世界シェア、中国がダントツ

プラチナ総需要

中国	71%
日本	11%
北米	6%

プラチナ純需要（リサイクルプラチナ含まず）

中国	74%
北米	9%
日本	1%

3) 中国ブライダル関連市場の巨大化（日本の3倍）

中国	8.5兆円
日本	2.8兆円

9. 今後10年のキーワード

- ・マスマスクの時代は終わり
- ・オリジナル、高単価商品
- ・消費者との直接的な繋がり
- ・インターネット/多チャンネル
- ・アジア・海外マーケット

会場：JJA 会館 3F 大会議室

参加者：50名（申込 63名）

<アンケート集計>

1. セミナーについて

①セミナーは全体的にどうでしたか?	「良い」	<u>18</u>
	「やや良い」	8
	「やや悪い」	1
	「悪い」	0
②セミナーの時間は	「長い」	5
	<u>「適当」</u>	<u>22</u>
	「短い」	0
③セミナーの内容は	<u>「良い」</u>	<u>17</u>
	「やや良い」	8
	「やや悪い」	1

	「悪い」	0
④講師について	<u>「良い」</u>	<u>21</u>
	「やや良い」	5
	「やや悪い」	1
	「悪い」	0

## 2. 自由意見

- ・難しいと思っていた内容でしたが、とても解りやすく説明していただき良かったです。とても参考になりました。
- ・前半のデータの話はやや退屈。フェースブックの話は興味深く、情報として有効だった。
- ・あまり参考にならなかった。
- ・資料が少し見づらかったことと、資料の数字（単位など）がもう少し詳しいとよかったなと思いました。

現在の課題が明確になったと思います。貴重なお時間を頂戴しました。ありがとうございます。

- ・レジュメとプロジェクターの表示を同じにしてほしい。（すべてレジュメに入れてほしい）
- ・総体的すぎる。何回かに分けて、テーマを絞ってほしい。
- ・すべての言葉に数字がついてまわるので、スペックに真実性がある。
- ・浅く広くという感じがする。具体的な業界（ダイヤ、真珠）のアイテム毎に、もう少し詳しい話を聞きたい。
- ・映し出したプレゼン資料を全ページ頂けるともっとありがたい。
- ・統計数字だけでなく、個々の現場の方へのインタビューに基づく「生の声」も教えて頂き、数字の裏にある深澤先生の見解も分かり良かったです。

## 3. 今後希望するセミナー

- ・業種を問わず、いろいろなお声が聞ける場があるといいと思いました。
- ・販売促進策を特集したセミナーを希望。
- ・製造加工の部分で、もっと掘り下げたセミナーを希望。  
海外メーカー等の情報をもっと欲しい。
- ・改善策（利益低迷や企業立て直しなど）もっと具体的に。
- ・販売員を育てる方法
- ・定期的な市場の状況を分析していただく。

海外市場の具体的な状況を教えていただく。

以上