

1. 宝飾品市場の市場規模推移と予測

■ 震災後の宝飾市場規模予測

矢野経済研究所では、毎年宝飾市場規模の推計及び予測数字を発表しているが、震災前に予測した 2011 年の宝飾市場規模は 9,217 億円（101.2%）であり、景気回復を受けて微増の推計を行っていた。今回、この推計を修正したが、震災直後の推計では 2011 年の市場予測は 7,953 億円（87.4%）と大幅な落ち込みとした。しかし、その後のヒアリングにより各社の回復が予想以上に早かったことにより 2011 年の予測を 8,520 億円と予測する。この予想は冒頭の市場規模予測を参照して欲しい。

宝飾品市場が 9,000 億円を切るのは初めてであり、ピーク時の 1991 年の 3 兆 150 億円と比較すると、わずか 28%になってしまうことになる。

但し、2012 年の推計では、今年の買い控えの反動と復興特需等から 8,801 億円（103.3%）となり、その後回復するとした。

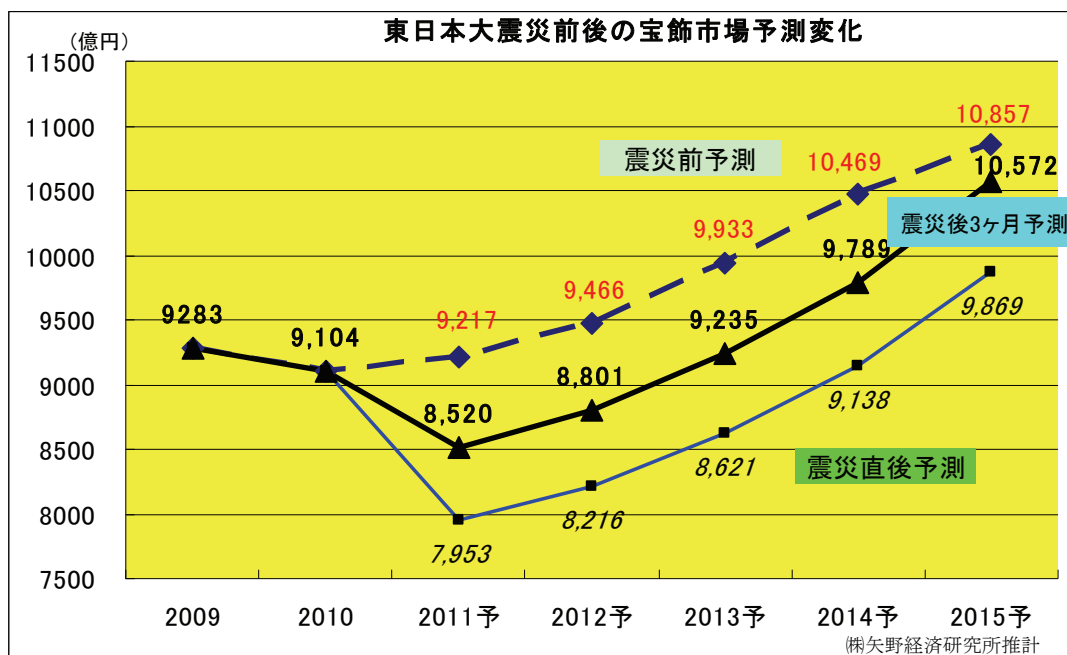
推定の方法としては、前回の阪神・淡路大震災前後の兵庫・近畿圏、全国の宝飾市場規模の変化を基に、今回の震災の影響の大きさを係数にして東北、関東、全国の市場規模の変化を予測（下図）。さらに、売り上げが一定か、むしろ売り上げが伸びたと言われるブライダルの他に、高額品、海外ブランド、ライトジュエリーなどの商品別の売り上げの伸びなども推計に加味した。

また、短期、中期の予測においては、下記の変化要因を考慮した。

■ 震災が宝飾市場への影響（短期・中期）

ポジティブ要因		ネガティブ要因	
短期（2011年）	中期（今後3年）	短期（2011年）	中期（今後3年）
・ 流入人口増加、海外ブランドなどの販売強化による西日本売り上げ増加 ・ 震災特需層の高額品購買	・ 愛、絆の見直しでブライダルジュエリーの増加。 ・ 自粛・買い控えの反動による消費増 ・ 自国愛による国産ジュエリー増	・ 直接被害者、間接被害者の支出減。 ・ 贅沢品に対する消費マインド低下 ・ 自粛ムードによる催事、イベント中止 ・ 外国人観光客需要減	・ 日本経済低迷での余剰消費の減少 ・ 海外ブランドの日本への予算縮小

※震災からの復興と宝飾市場再生のための押上要因をポジティブ要因、マイナス要因をネガティブ要因と記載。



この宝飾市場規模 8,500 億円を、弊社の過去の市場規模統計に照らし合わせると、1976 年頃と同等の市場規模となる。この頃の宝飾業界がどうであったのかをみると、プラチナプロモーションサービス(後の PGD)が設立され、「歪んだピラミッド」が出版され(このうち、GIA 方式が普及することになる)、ちょうど婚約指輪の取得率も 50%を超えた頃である。いわゆる宝飾市場の創生期、立ち上がりの時期だといえる。

今回の震災が、自然を蔑ろにしてきたことへの自然界からの戒めだと発言する人もいるが、もしかすると、宝飾業界が不自然に膨張し、形成されてきてしまったことへの警告となぞらえることも出来るかもしれない。

我々宝飾業界は、今一度 1976 年頃の原点に立ち返って、健全な市場創生を一から始める良いきっかけなのではないだろうか。

詳細は宝石貴金属市場年鑑 2011 年版を参照