

2016年5月



PLATINUM

小売販売に焦点を当てたプラチナ・ジュエリー市場調査

「PGI 宝飾小売業動向調査 2016」結果発表

プラチナ・ギルド・インターナショナル(PGI)香港本部は、2016年4月、第3回「PGI宝飾小売業動向調査(PGI Retail Trade Barometer)」を発表しました。プラチナ市場の専門家および業界アナリストによって実施された本調査では、2015年のプラチナ・ジュエリー市場データおよび2016年の予測を導き出しています。

本調査は、自動車触媒に次いで第2の市場を持つプラチナの宝飾用需要を、消費者へ販売された、いわゆるセルアウトに焦点を当て、店頭販売の視点から測る業界で唯一の調査です。

プラチナ・ジュエリー市場を牽引する日本、中国、インド、アメリカの主要4か国において、ジュエリー販売に携わる企業400社以上(合計店舗数:約23,000件)を対象に、2016年1月～2月に実施しました。

「PGI宝飾小売業動向調査2016」調査結果の概要

【日本市場】

- 日本経済は、2020年のオリンピックへ向けGDP成長率0.6%という控えめな回復傾向を維持している。
- 2015年の宝飾品販売は全般的に好調なスタートを切り、第三四半期に落ち込みが見られたものの、11～12月には販売が回復。金額ベースでは前年を多少下回る結果となった。
- 記録的なインバウンド消費により、都心部の販売店やサービス業、なかでも百貨店やノンブライダルのファッションジュエリー販売は好調であった。
- プラチナは、地金価格の優位性からホワイトゴールドのシェアをさらに獲得し、重量ベースで2.7%増加した。ネックレス、ペンダント販売の伸びやマリッジリングのペア取得率の増加、高品位傾向も後押ししたと見られる。
- 2016年予測は、店頭では経済動向に対して慎重な見解だが、プラチナ・ジュエリーの販売量は1～2%の成長を見込んでいる。

【グローバル市場】

- プラチナの地金価格は過去数十年で最底値にあり、ゴールドとの価格差は、消費者の購入意欲を高めると同時に販売店の利益増にも寄与している。
- 中国では、全般的な経済の減速が宝飾業界にも影響を及ぼしている。小売店は二極化し、香港のチェーン店やPGIの戦略パートナーは大きく数字を上げているものの、ほとんどの地方専門店が苦戦している。全体として、中国での2015年プラチナ・ジュエリー需要は重量ベースで4%減少した。
- インドでは、好調を続ける宝飾市場が引き続きプラチナ販売を牽引している。市場でも有望とされているプラチナは、様々なプログラムを通じて、業界に影響を与え成長を促進させた。全体として、インドのプラチナ・ジュエリー小売需要は重量ベースで24%増加した。
- 米国では、プラチナの低価格化がメーカーや小売店の製造・販売意欲を高めたことで、重量ベースで10%増となった。

プラチナ・ギルド・インターナショナルCEO ヒュー・ダニエルによるコメント:

ラグジュアリー市場全般が苦戦を強いられ、ジュエリーにとっても困難な年であったにもかかわらず、プラチナを扱う宝飾小売店は、いち早く危機を脱した感があります。地金価格が歴史的な底値状態にあることが、かえって最も憧れのジュエリーを手に入れる好機と捉えられ、消費者にも小売店にも恩恵をもたらしたと言えるでしょう。

プラチナ・ジュエリー最大の市場・中国でも、経済成長が鈍化する中、プラチナは他のジュエリー素材と比べて縮小幅が抑えられました。PGIでは、中国もインドも引き続き重要なプラチナ・ジュエリー発展国と考え、今後もさまざまな施策を投下して、市場平均を上回る成長を目指していく所存です。

チーフ・ストラテジー・オフィサー ティム・シュリックによるコメント:

宝飾業界の今後の成長は、マーケットシェアの拡大、または新たな消費者の開拓にかかっています。PGIがパートナー社と協力してイニシアティブを取り、その両側面から働きかけることこそが、ますます高品質や差別化が求められる中、プラチナの競争力維持につながると私たちは確信しています。

PGI 宝飾小売業動向調査(PGI Retail Trade Barometer):

プラチナ・ジュエリー市場の主要4カ国である日本、中国、インド、アメリカを対象に、小売販売の分析および予測を目的としてPGIが第三社機関を通して実施した市場調査。2016年1~2月に各国プラチナ・ジュエリー販売店を対象に実施。今後も毎年実施の予定。