

2020年8月

プラチナ・ギルド・インターナショナル株式会社

<コロナ時代、そしてポストコロナを見据えた ジュエリーに関するグローバルな消費者意識調査>

新型コロナウイルスは、私たちの生活に不安をもたらしたと同時に、
自分を見つめ直しパートナーへの感謝を示す機会となった

プラチナ・ギルド・インターナショナルは、主要4か国（日本、中国、インド、アメリカ）において、ジュエリー顧客層への新型コロナウイルスの影響に関する調査を実施しました。今回の調査では、新型コロナウイルスがジュエリーの消費者にも大きな影響を及ぼしているものの、さまざまな価値観や人間関係が見直されている中で、ジュエリーの存在意義もあらためて感じられていることが浮かび上がりました。また、プラチナ・ジュエリーにとっての直近・中長期的なビジネスチャンスも読み取ることができます。

<調査結果サマリー（日本市場）>

- **新型コロナウイルスが日本の女性の生活に及ぼす影響トップ3**
 1. 自分の人生や優先順位を見直す良いきっかけになった（82%）
 2. 支出を抑えている（80%）
 3. 経済情勢や自分の家計を考えると、何にどうお金を使うか注意深くしないといけない（74%）
- コロナ禍においても、62%の女性がジュエリーの購入にお金を使う意思がある。うち41%はこれまでと同程度かそれ以上の金額を使う意思があると回答。
- コロナが収束したらジュエリーを購入したい女性は81%に上り、うち61%はこれまでと同程度かそれ以上の金額を使う意思があると回答。
- コロナ収束後に、今まで以上にジュエリーにお金をかけたいと回答した女性にとって、自分にとって個人的な意味のあるものを購入したいという欲求が主要な動機だった。
- 19の選択肢の中で、女性が通常以上にお金をかけたいと答えたトップがジュエリーで59%だった。2位が旅行(55%)、3位が腕時計(51%)。
- 日本の男性の70%が、コロナ収束後にこれまでと同程度かそれ以上のお金をかけてジュエリーを大切な人に贈りたいと回答。またコロナ収束前であっても、ジュエリーを贈りたいと回答した男性は53%に上った。
- **新型コロナウイルスの夫婦関係への影響**
 - 「配偶者（パートナー）にあらためて感謝している」：男性85%・女性82%
 - 「配偶者（パートナー）がいてくれることにこんなに感謝したことはない」：男性67%・女性56%

[調査概要（日本版）]

- ・調査対象：単価10万円以上のジュエリーを過去24か月間に入手したか、今後24か月以内に入手意向がある男女、20-69歳、男性429名・女性571名、全国主要10都市
- ・調査期間：2020年4月23日～5月10日
- ・調査方法：インターネット調査

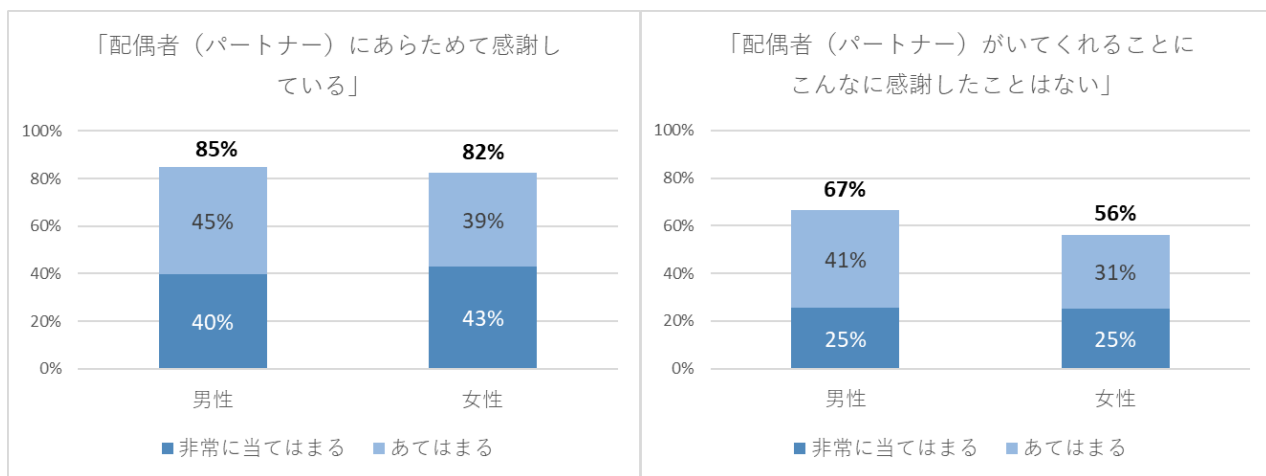
新型コロナウイルスが夫婦関係に及ぼす影響

直近のビジネスチャンス：パートナーとの絆とギフト

コロナ禍は、配偶者やパートナーとの絆を再確認する機会となりました。とくに男性の方がより強く妻やパートナーがいてくれることのありがたみを実感しています。また、男性対象者の多くが感謝の形としてジュエリーを贈りたいと答えていることは、コロナ収束を待たずともジュエリーにビジネスチャンスがあることを示唆しています。プラチナ・ジュエリーは、夫婦間ギフトとしてのジュエリーに「純粋な絆、かけがえない感謝、永遠の結びつき」といった意味性を付加しうると考えられます。

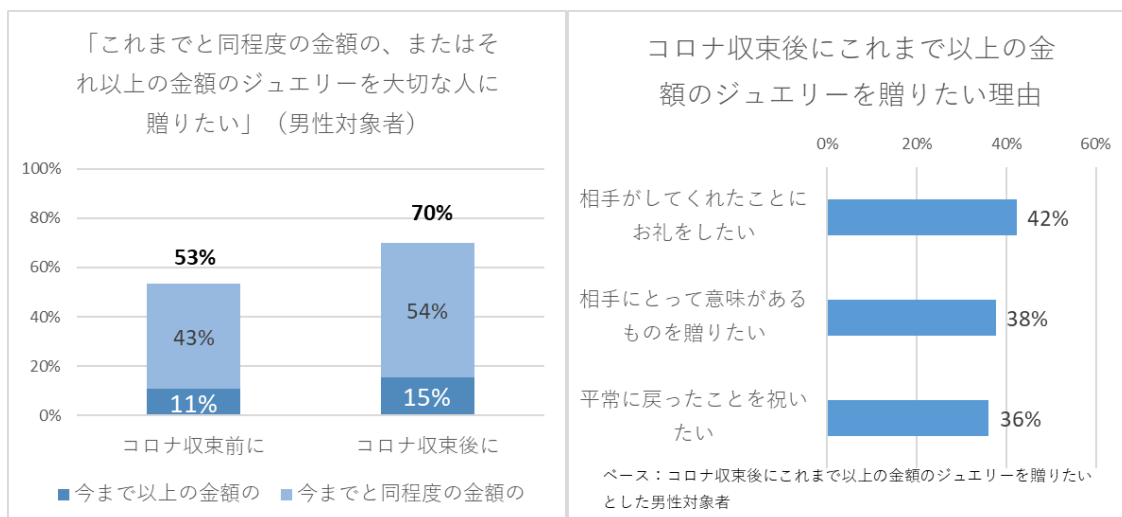
●男性の85%が妻やパートナーに感謝の気持ちを示している

コロナ禍が配偶者やパートナーとの関係にどのような影響を及ぼしたか聞いたところ、男性の85%が「配偶者（パートナー）にあらためて感謝している」、67%が「配偶者（パートナー）がいてくれることにこんなに感謝したことはない」と回答。いずれも女性対象者の回答を上回りました。



●感謝の気持ちを込めて、これまで以上の金額のジュエリーを贈りたい男性が多い

男性対象者に、コロナ収束前またはコロナ収束後にこれまでと同程度またはそれ以上の金額のジュエリーを贈りたいかを聞いたところ、収束前では53%。コロナ収束後では70%の男性が贈りたいと回答しました。その大きな理由としては、「相手がしてくれたことにお礼をしたい」が挙げられます。



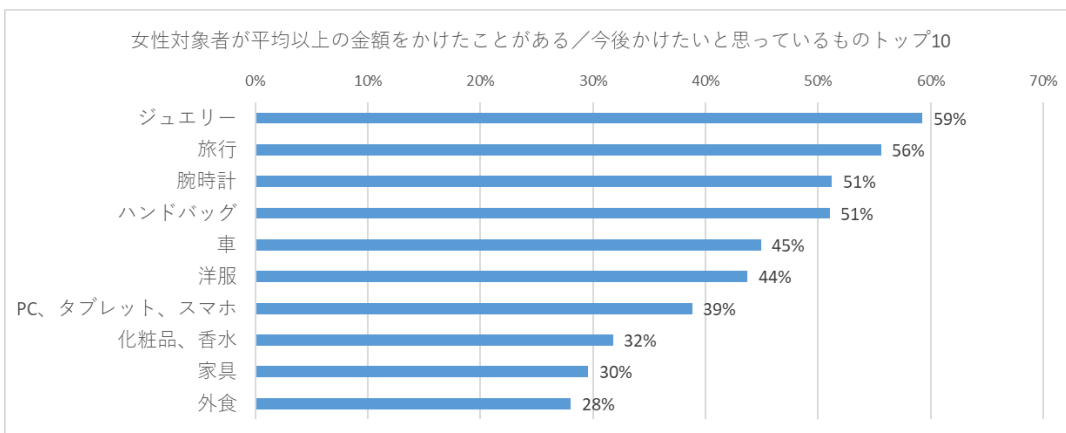
自分にとって意味のあるジュエリー

中・長期的なビジネスチャンス：パーソナルミーニング（自分にとっての意義性）のあるジュエリー

女性対象者にとって、平均以上の金額をかけたもののトップはジュエリーです。多くの女性がジュエリーに自分にとっての意義性を感じているからこそ、これまで以上の金額をコロナ収束後にかけていると思います。自粛生活の中でブランド名よりも本質的な価値に目を向けるようになった日本の女性たち。ジュエリーのパーソナルミーニング（自分にとっての意義性）を提案することが、コロナ禍を乗り越えたジュエリー市場の復興につながるのではないのでしょうか？ プラチナ・ジュエリーはその本物感と純粋・希少・永遠という価値を身につける人にとってのストーリーに転換しうると考えられます。

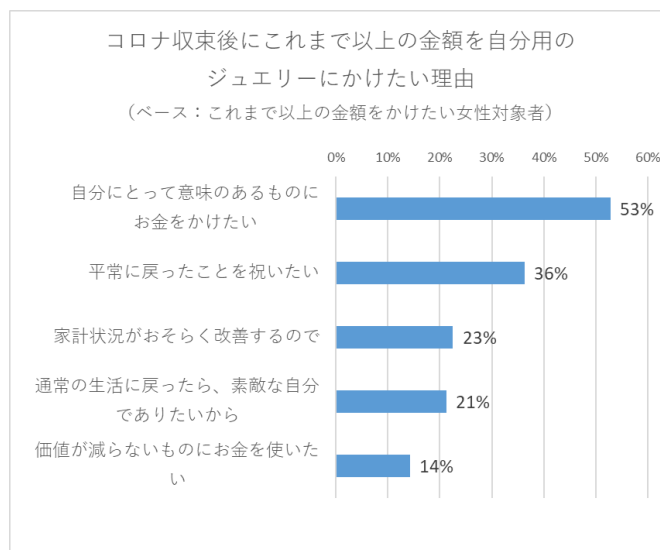
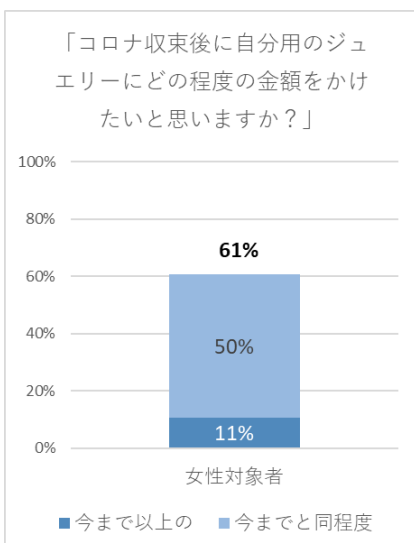
●女性が、平均かそれ以上の金額をかけて入手したいもののトップはジュエリー

59%の女性が平均以上の金額をかけたことがある／今後かけたいと思っているものはジュエリーで、全てのリストの中でトップでした。



●コロナ収束後にジュエリーを購入したい理由は、自分にとって意味のあるものにお金をかけたから

61%の女性が、コロナ収束後にこれまでと同程度かそれ以上の金額をジュエリーにかけていると回答していて、その理由は、「自分にとって意味のあるものにお金をかけたから」が53%でトップでした。



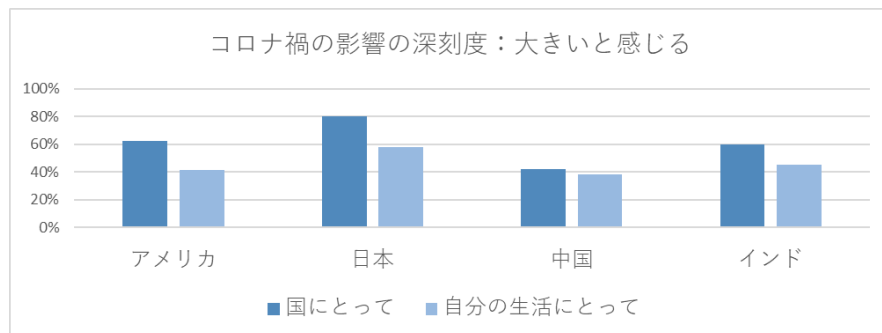
新型コロナウイルスが国や生活に及ぼす影響

各国の調査結果比較

PGI が活動の拠点を置く主要 4 か国で同様の調査を行った結果、傾向としては各国で似ているものの、日本の消費者はやや悲観的というお国柄も出てきました。

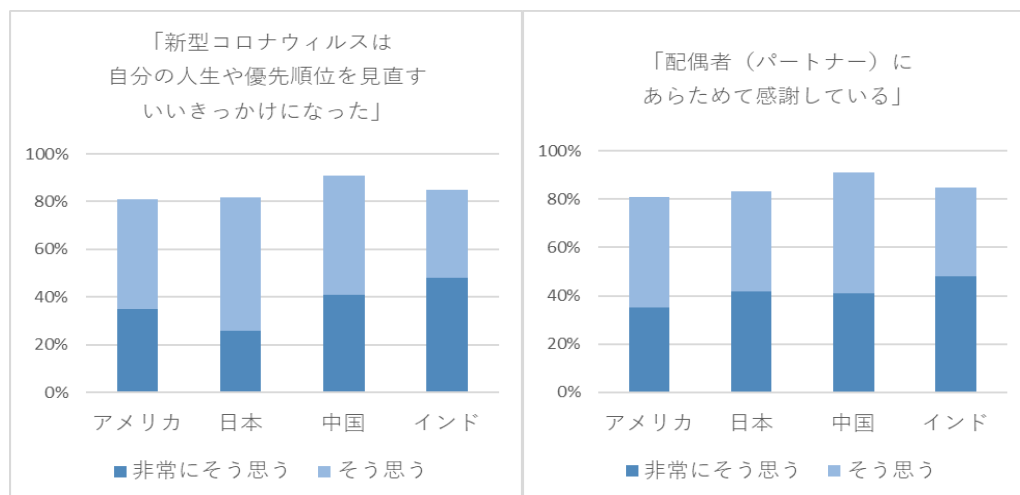
●影響が最も深刻だと感じているのは日本

日本の消費者の 80% が、国にとって深刻であると回答。中国はその約半数の 42% であり、他の 3 か国を大きく上回りました。また生活に対する深刻度も他国より大きい結果となりました。



●自分自身の生活や配偶者（パートナー）との関係性が見直されている

コロナ禍が人生や優先順位を見直すきっかけになったと肯定的にとらえている人は各国で 8 割程度。また配偶者（パートナー）にあらためて感謝の気持ちを抱いた人も各国で約 8 割と、中国以外ではほぼ同数の結果となりました。



《この件に関するお問合せ先》

プラチナ・ギルド・インターナショナル株式会社

〒100-8575 東京都千代田区内幸町 1-1-1 帝国ホテル本館 5 階 506

TEL 03-3597-0251

URL <http://www.preciousplatinum.jp> (消費者サイト)

<http://pgitrade.com> (宝飾業界サイト)

※データ等ご希望の方は下記までご連絡ください。

武者智子 musha@pgiglobal.com