

宝飾品（ジュエリー）市場に関する調査を実施（2017年）

—2016年末には一時的に需要が回復したが、通年ではマイナス成長—

【調査要綱】

矢野経済研究所では、国内宝飾品（ジュエリー）市場について調査を実施し、2016年の市場規模（実績値）、および2020年まで予測値を公表する。

- 1.調査期間:2016年1月～12月
- 2.調査対象:宝石専門店チェーン、百貨店や時計宝石店および呉服などの異業種宝飾参入企業、インポートジュエリーブランド企業等
- 3.調査方法:当社専門研究員による電話及び直接面接によるヒアリング、および郵送アンケートを併用

<本調査における宝飾品（ジュエリー）とは>

本調査における宝飾品（ジュエリー）とは、主に金やプラチナを素材に、ダイヤモンド、貴石、真珠などを使用した宝飾品を対象とし、宝飾時計、ならびに一部シルバー素材や半貴石の商品を含む。

【調査結果サマリー】

◆ 2016年の国内宝飾品小売市場規模は9,413億円、前年比97.1%と減少

2016年の国内宝飾品（ジュエリー）小売市場規模は、前年比97.1%の9,413億円と前年に続き、マイナス成長となった。年初は前年からの景気回復感が続き、年間を通じた購買需要が期待されたが、夏以降消費者の買い控えも進んだ。年末には、再び株高による景気回復への期待から、クリスマス商戦においては一時的に需要が膨らんだものの、通年では一昨年よりもマイナス幅が広がる結果となった。

◆ インバウンド需要が沈静化し、百貨店を中心に前年割れ

2016年は、前年に国内宝飾品市場をけん引したインバウンド（訪日外国人客）需要が沈静化した。チャネル別では、特に百貨店において訪日外国人客によるジュエリー需要の減退がみられた。円高の影響でジュエリーに割高感が出たことや、中国での関税の取り締まり強化の影響による中国人訪日客の購買行動の変化など、概して宝飾品におけるインバウンド（訪日外国人客）需要が減少した。

◆2020年の国内宝飾品小売市場規模は1兆195億円を予測、

東京オリンピック・パラリンピックに向け、拡大基調を見込む

2020年の国内宝飾品（ジュエリー）小売市場規模は、1兆195億円を予測する。2018年以降、消費税率の引上げが施行される場合、駆け込み需要がある程度見込まれるほか、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて国内消費、及びインバウンド（訪日外国人客）需要が期待されることから、堅調に推移すると予測する。一方で、ジュエリー需要をどこまで取り込めるかが課題となる。

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況と予測

2016年の国内宝飾品(ジュエリー)小売市場規模は、前年比97.1%の9,413億円と前年に続き、マイナス成長となった。年初は前年からの景気回復感が続き、年間を通じた購買需要が期待されたが、夏以降は中国をはじめとする新興国経済の減速や円高の影響により企業心理が冷え込み、消費者の買い控えも進んだ。しかし、年末には株高による景気回復への期待から、クリスマス商戦においては一時的に需要が膨らんだものの、通年では一昨年よりもマイナス幅が広がる結果となった。

2017年の国内宝飾品(ジュエリー)小売市場規模は、前年比100.7%の9,475億円、2020年には、1兆195億円と拡大基調を予測する。

2018年以降、消費税率の引上げが施行される場合、駆け込み需要がある程度見込まれるほか、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて国内消費、及びインバウンド(訪日外国人客)需要が期待されることから、堅調に推移すると予測する。一方で、ジュエリー需要をどこまで取り込めるかが課題となる。

2. 注目すべき動向

2-1. インバウンド需要

2016年は、前年に国内宝飾品市場をけん引したインバウンド(訪日外国人客)需要が沈静化した。チャネル別では、特に百貨店において訪日外国人客によるジュエリー需要の減退がみられた。

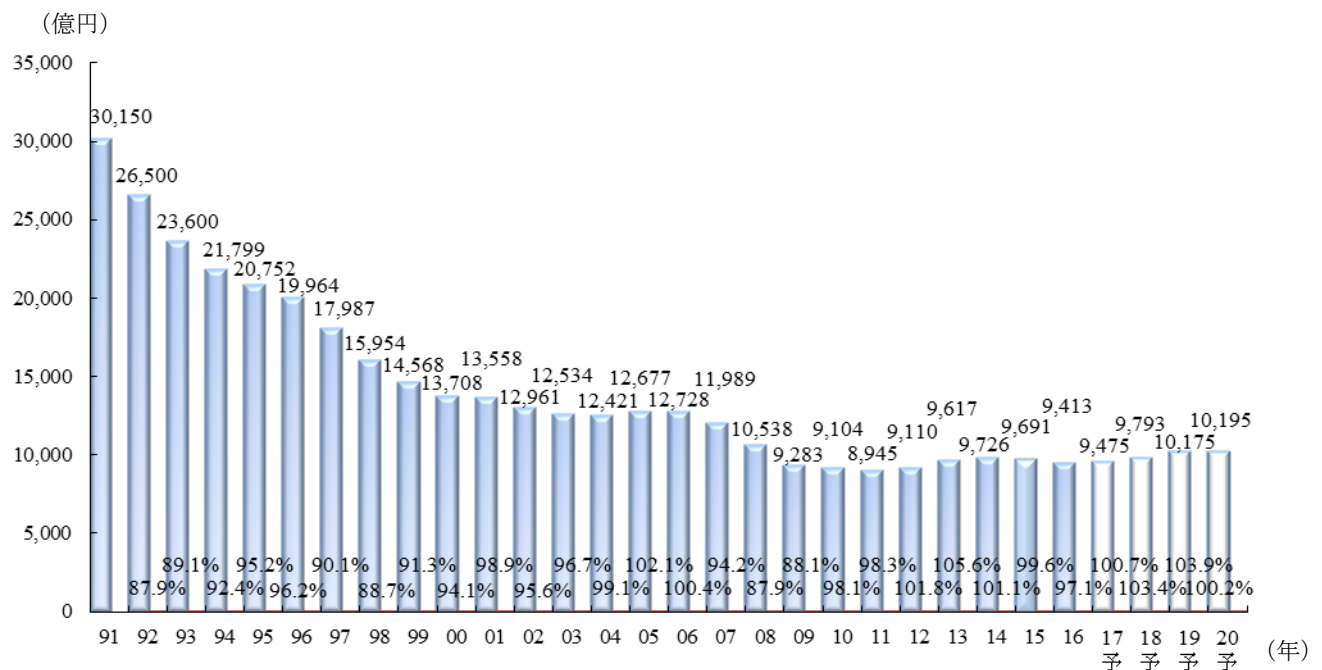
日本政府観光局(JNTO)によると、2016年の訪日外国人客数(総数)は、2,403万9千人を記録した。しかし、円高の影響でジュエリーに割高感が出たことや、中国での関税強化の影響による中国人訪日客の購買行動の変化など、概して宝飾品におけるインバウンド(訪日外国人客)需要が減少した。

2-2. ブライダルジュエリー

宝飾品市場においては、ブライダルジュエリー(婚約指輪と結婚指輪)における企業間競争が激化している。宝飾品のなかでもブライダルジュエリーは景気に左右されにくく、ある程度の需要が見込めることから、ブライダルジュエリーへの参入企業が後を絶たない状況が続いている。

一方で、厚生労働省の人口動態統計(年間推計値)によると、2016年の婚姻組数は62万1,000組と前年に比べて1.4万組も減少した。こうしたなか、縮小する需要を多くの企業が奪い合う状況となり、ますますその争いが激化している。今後も婚姻組数の更なる減少が予測されることから、この傾向はさらに継続するものと考えられる。

図1. 国内宝飾品(ジュエリー)市場規模推移と予測



注1. 小売金額ベース

注2. 2017年以降は予測値

矢野経済研究所推計