

200年以上の歴史を持つ宝飾店芝翫香が「ジュエリーに関する調査」を女性1050人に実施

コロナ禍でジュエリー購入意向が20%減少！4人に1人が

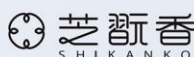
使いたくても使えない“休眠ジュエリー”を保有していると判明

**一方、リメイクやメンテナンスなどジュエリーを長く愛用するためのサービス需要が増加
芝翫香の“ジュエリーライフコンシェルジュ”が、リメイクなどあらゆるジュエリーのお悩みをサポート！**

老舗宝飾店「芝翫香」(読み：しかんこう、運営：株式会社 芝翫香、代表取締役社長：木下 勝)は、コロナ禍で一変したライフスタイルによって消費志向も変化する中、ジュエリーに関する購入意向や入手経路などの動向について、16歳以上の女性1050人を対象に「ジュエリーに関する調査」を実施しました。

16歳以上の女性1050人に聞いた ジュエリーに関する調査

※コロナ禍1年前に1万円以上のジュエリーを購入した方対象



調査サマリー

1

コロナ禍でジュエリー購入意向は20%減少！4人に1人が「デザインが好みではない、サイズが合わない」などの理由で家に保管してるだけの、使いたくても使えない“休眠ジュエリー”を保有していると判明！

2

ジュエリーを購入する際、約80%が「自分へのご褒美買い」と回答！

「大切な人との記念」で購入する人も多く、ジュエリーにはそれぞれの思い出が詰まっていることが判明。物事に対する価値観では「できるだけ長く使用したい」が1位にランクイン。

3

「流行に左右されないもの」「家族との絆を大切にしたい」「代々継承するものを大切にしたい」なども上位の結果となり“次世代に継承し、受け入れられるもの”が求められていると分かった。

4

魅力的かつ、今後利用したいジュエリーサービス1位は「イヤリング／ピアス 片方リメイク」

「ジュエリーリノベーション」も約14%と、新たに生まれ変わる“リメイク”の需要が増加。

5

高額なジュエリーを購入する際、約8割が「アフターケアサービスの充実度」を重視している一方で満足度は約7割と、実はアフターケアサービスに満足していない人が多数いることが判明。

調査概要

調査内容：「ジュエリーに関する調査」

調査対象：コロナ禍前の1年間に、ジュエリー、アクセサリを1万円以上購入していた16歳以上の女性

調査方法：インターネット定量調査

調査期間：2021年11月1日～11月8日

調査結果

コロナ禍でジュエリー購入意向は20%減少！

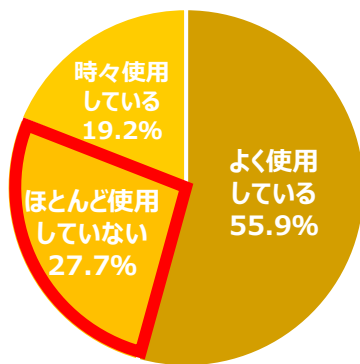
4人に1人が「デザインが好みではない、サイズが合わない」などの理由で、家に保管してるだけの、使いたくても使えない“休眠ジュエリー”を保有していると判明！

コロナ禍前に年間1万円以上ジュエリーを購入した人のうち、コロナ禍後は「買いたいと思わない」と回答した人が20.7%増加。また、27.7%と全体の4人に1人以上が、ジュエリーを活用しきれていないことも今回の調査から分かり、最も多い理由として「使う機会がない」が55%。次いで「なんとなく使いづらい」31%、「デザインが好みでない、服に合わない」が27%、「サイズが合わない」が20%と、外出自粛などのコロナ禍での利用シーンの減少以外で、ジュエリー購入当時とのギャップを抱えている人が多いことが判明しました。

■ コロナ禍前とコロナ禍後の購入実態に関して(n=1050) ※コロナ禍以前に購入したジュエリー購入額別

	全体	該当数	1万円未満	1～3万円未満	3～5万円未満	5～10万円未満	10～20万円未満	20～30万円未満	30～50万円未満	50万円以上	購入者/購入意向者計
%	コロナ禍前 購入実態	1050	0.0	28.6	18.6	16.2	12.2	9.0	6.3	9.1	100.0
	コロナ禍後 購入意向	1050	6.1	15.7	16.8	15.2	10.1	5.6	4.1	5.7	79.3
	コロナ禍後-コロナ禍前 差分	-	6.1	-12.9	-1.8	-1.0	-2.1	-3.4	-2.2	-3.4	-20.7

■ ジュエリー活用状況(n=1050)

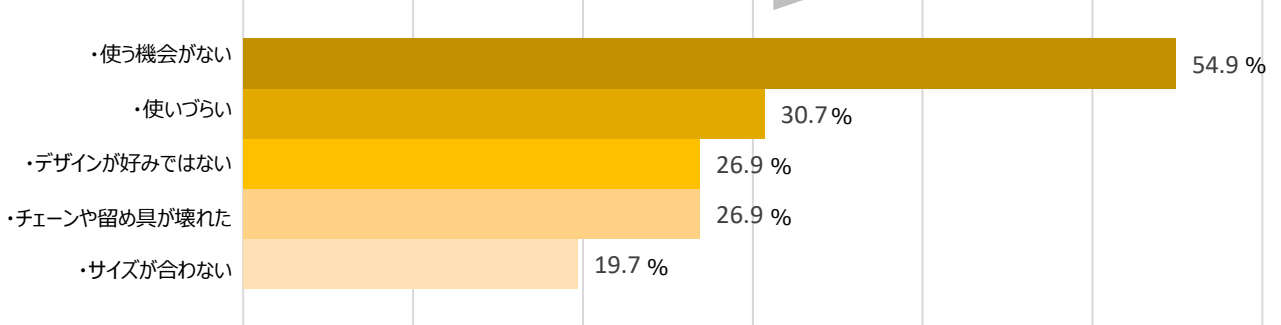


外出自粛などの影響により、ジュエリー購入意欲は
コロナ禍で20%減少

家に保管してるだけの、使いたくても使えない
“休眠ジュエリー”をもっている方は
約4人に1人以上

購入時からのトレンド変化や、
貰い物でデザインやサイズが合わないなど、
ジュエリーにギャップを感じる人が多数

■ ジュエリーを活用しない理由(n=1050) ※総回答数に対する割合

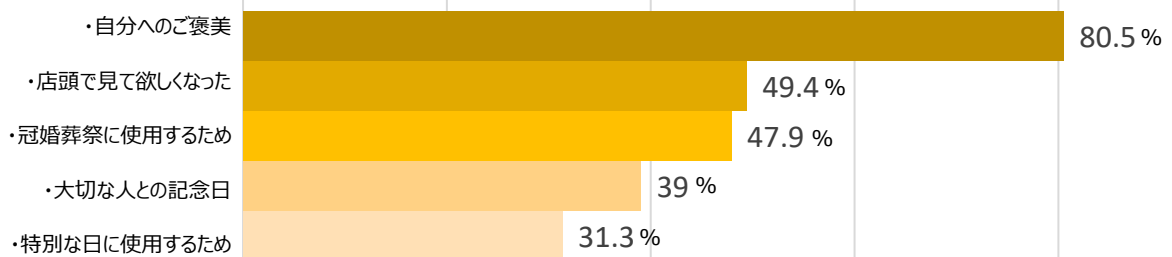


ジュエリーを購入する際、約5人中4人が「自分へのご褒美買い」であることが判明！

「大切な人との記念日」で購入する方も多く、 ジュエリーにはそれぞれの思い出が詰まっていることが判明。

ジュエリーを購入する際の背景を明らかにするため「どのような時に、どういった目的でジュエリーを購入、または買ってもらいますか(複数回答)」という質問に対し、「自分へのご褒美として」が80.5%と約5人中4人が回答し、群を抜いて1位にランクイン。また、「冠婚葬祭に使用するため」が47%、「大切な人との記念日」と回答した人は約40%いることから、それぞれジュエリーを購入する際には、高価なものが多いため“特別な思い出”が詰まっていることが判明しました。

■ ジュエリーを購入する際、どんな理由で購入しますか(n=1050) ※総回答数に対する割合

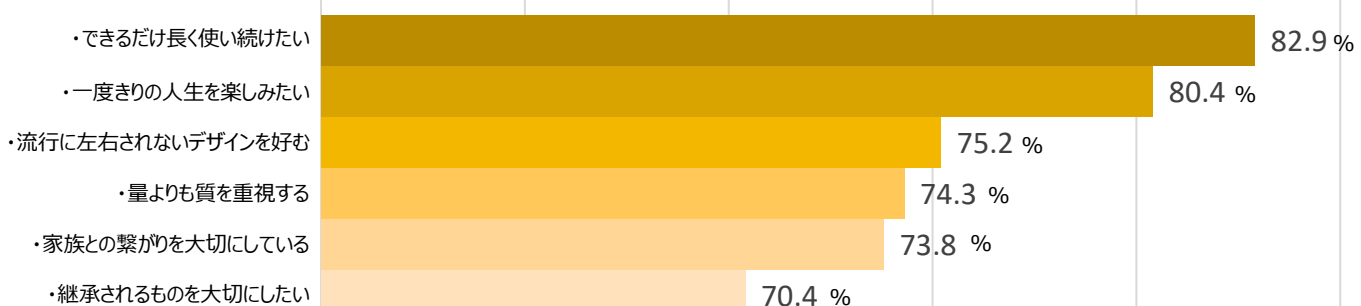


物事に対する価値観では「できるだけ長く使用したい」が1位にランクイン。

「流行に左右されない」「家族との絆を大切にしたい」「代々継承するものを大切にしたい」も上位の結果となり“次世代に継承し、受け入れられるもの”が求められていると判明

また、今回の調査の中で、それぞれの物事に対する価値観や考えについて質問したところ、「モノはできるだけ長く使い続けたい」と考える人が83%で1位にランクイン。次いで、「一度きりの人生を楽しみたい」が80%、「流行に左右されないデザインを楽しみたい」「家族との絆を大切にしたい」「代々継承するものを大切にしたい」なども上位の結果となった。本結果から、流行に左右されず長く使うことができる“次世代に継承し、受け入れられるもの”が、本質的に求められていることが分かりました。

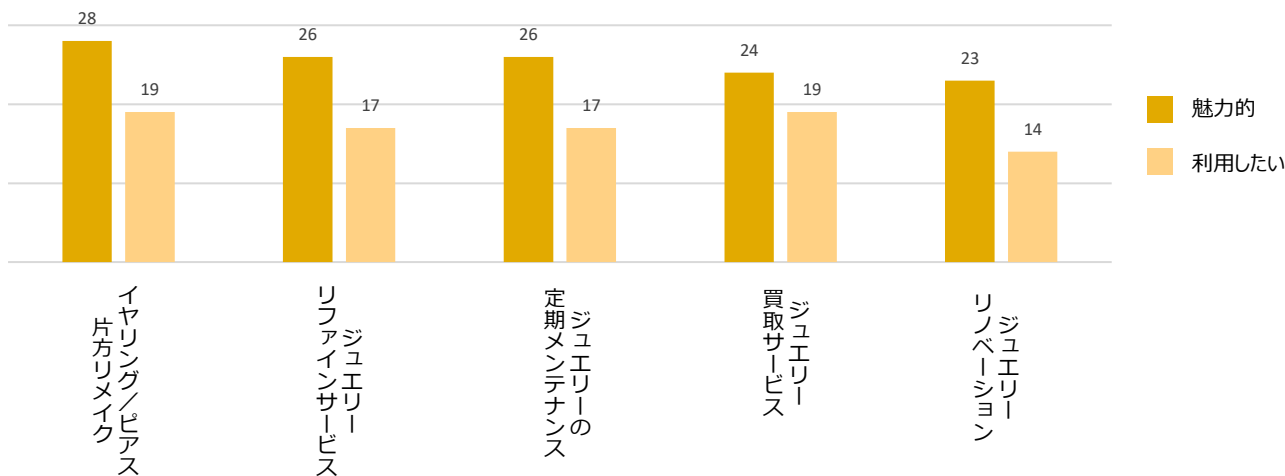
■ ご自身の価値観に関して(n=1050) ※総回答数に対する割合



魅力的かつ、今後利用したいジュエリーサービス1位は「イヤリング／ピアス 片方リメイク」

「ジュエリーリノベーション」も約14%と、新たに生まれ変わる“リメイク”の需要が増加。

ジュエリーの購入意欲は減少する一方で、気になっているジュエリーサービスに関して質問すると、「イヤリング／ピアス 片方リメイク」を魅力的と答えた方は全体で一番多い約28%、実際に利用してみたいと考える人も約19%と「買取サービス」と同率1位の結果に。また、ジュエリーのリノベーションも上位にランクインしていることや、これまでの調査結果から、「長く使用したい、次世代に継承したい」という想いは増加し、一方で「サイズやデザインに懸念を抱えている」という結果から、新たに生まれ変わる“リメイク”の需要が増加していると考えられます。

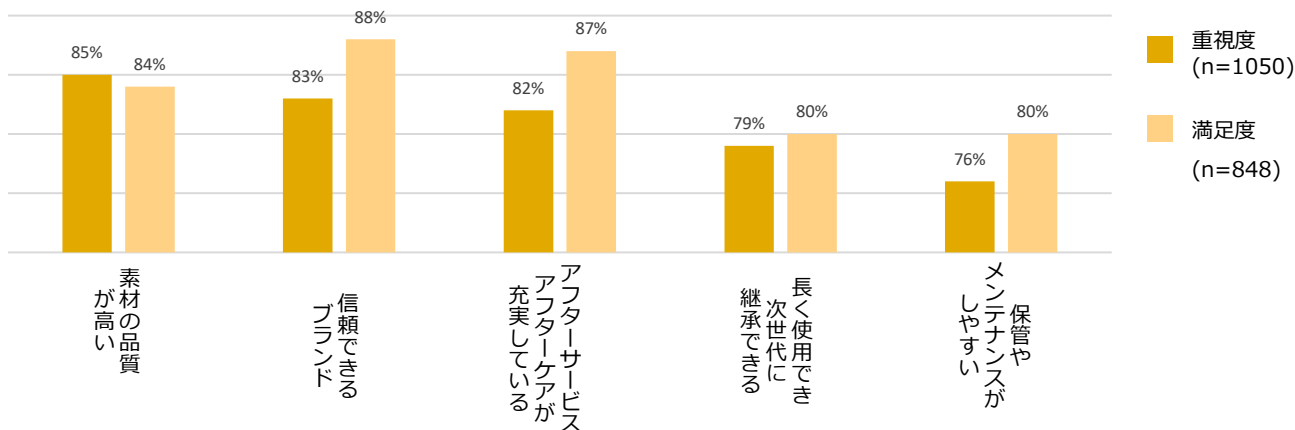


高額なジュエリーを購入する際、

約8割が「アフターケアサービスの充実度」を重視している一方で満足度は約7割と、

実はアフターケアサービスに満足していない人が多数いることが判明

現在のジュエリーに対する満足度と、実際の充実度に関して調査をしたところ、「10万円以上の高級ジュエリー」のブランドや商品を選択するとき、約8割の方が「アフターケアサービスの充実度」を重視している一方で、満足度に関しては約7割と、全体の意見の中で一番ポイントに乖離が見られる結果となった。このことから、質はもちろん、アフターケアサービスの充実度がジュエリー購入において重要な要素であることが判明しました。芝翫香では、ジュエリーライフコンシェルジュによるセレクトやオーダーメイド、リメイクだけでなく、お気に入りのジュエリーを長く愛用していただきたいという想いから、自ブランドのジュエリーはもちろんのこと、他ブランド様の高級ジュエリーに必要なコンディショニングのご提案と対応をしております。



今後も、お客様がジュエリーに求めていること全てに対して、芝翫香の「ジュエリーライフコンシェルジュ」が一人一人の大切な“メモリアルジュエリー”を長く愛用していただけるよう、皆様に寄り添ったご提案を日々させていただきます。

芝翫香は、「ジュエリーにまつわる“あらゆるお困りごと”にお応えしたい。」という信念を200年以上の歴史で変わらずに持ち続けています。お気に入りの一点に出会っていただくための品揃えとお取り寄せ、ジュエリーの美しさをいつまでも保ち続けるためのコンディショニング、さらには次世代へ引き継げるようなリメイク、世界に一つしかないオーダーメイドまで。芝翫香が提供しているのは、そんな様々な想いが詰まった、あなただけの“メモラブルジュエリー”。お客さまの宝石のある暮らしに常に寄り添いながら、人生が実り多いものになるようサポートするのが、ジュエリーライフコンシェルジュ 芝翫香の仕事です。会員入会特典もご用意しておりますので、芝翫香会員だけの特別なジュエリーライフを始めてみるのはいかがでしょうか。

芝翫香会員に関して：<https://shikanko.co.jp/membership/>

■ 特別な世界を体感できる、芝翫香会員のための“ジュエリーライフコンシェルジュ”



● ジュエリーリメイク

お手持ちのジュエリーを、世代を超えてお譲りできる、今一番愛せる姿へとリメイクするお手伝いをしています。世代を超えてカタチを変え、物語を紡ぐあなただけの“メモラブルジュエリー”をご提案します。

● カウンセリングファースト

ジュエリーにまつわる些細なお悩みから、日常のお話まで、お客様との会話を一番に重視し、お客様が本当に求めている“ジュエリーのカタチ”を見つけ出します。

● プライベートセレクション

直接買い付けた貴石をあしらったオリジナルジュエリーから、国内外のセレクトジュエリーまで、お客様の好みに合わせたジュエリーをご提案させていただきます。

● オーダーメイド

年間数千個という原石の中から厳選したルースを取り揃え、お客様に合うデザインで、世界に一つのジュエリーをお届けします。

● コンディショニング

芝翫香で購入したジュエリーだけでなく、他ブランド様のジュエリーでも、今必要なお手入れをご提案いたします。

■ 世代を超えて愛され・継承される、ジュエリーライフコンシェルジュが提案する“メモラブルジュエリー”



宝石の買取を希望してお客様が来店されることが多いですが、芝翫香では買取サービスは提供しておりません。お客様からお話をお伺いする中で、「本当は子や孫に贈りたいが、デザインやサイズが合わないのが不安」というお言葉をいただきます。そこで、ジュエリーライフコンシェルジュがリメイクのご提案をさせていただくと、お客様からも感謝のお声をいただき、多くの方のリメイクを任せていただくケースが非常に増加しております。芝翫香では、お持ちの宝石が蘇り、世界で一つだけのオリジナルジュエリーをもつ喜びをもっと多くの方に感じていただきたいと考え、芝翫香会員の皆様に「コンディショニング・リメイク・オーダーメイドでご利用いただけるアフターケアポイント」をご提供しております。人生と共に長くジュエリーを楽しんでもらいたいという思いから誕生したアフターケアに特化したポイントサービスは、業界初の取り組みです。ぜひ、当社のジュエリーライフコンシェルジュにご相談頂き、次世代に継承できるようなあなただけのメモラブルジュエリーと出会って頂きたいと思えます。

【ジュエリーライフコンシェルジュの声】



亡きご主人様から贈られたジュエリーをお嬢様へ譲りたいとご相談。使うシーンが難しいとお話いただいた黒真珠のリングを、ペンダントのデザインで複数ご提案したところ、お嬢様にも想像以上の仕上がりに喜んでくださりました。



30年前に購入したパールのネックレスの糸交換をご要望いただいた際、ネックレスを拝見したところ留金の劣化や真珠の汚れも見受けられたので、全てのコンディショニングをしました。再来されたお客様はまるで新品のようなネックレスをご覧になり、「いつかはお嬢様にお譲りするつもりだった」とお話しいただき、感激のお声をいただくことができました。

宝石を育てている。

芝翫香の歴史は、1813(文化10)年、歌舞伎役者・三世中村歌右衛門が、びんつけ油(商品名「芝翫香」)を取り扱うお店を創業したことに始まります。その後、さまざまなお客様のご要望を叶えていくうちに、眉はきや白粉、簪や櫛、笄。やがて明治に入ると、鬘甲、珊瑚、金唐革……そして今では、宝飾品や貴金属を中心にバッグなどを取り扱っております。

200年以上の歴史の中、変わらない私たちの信念は、“お客様の願望と共にあること”。特にジュエリーにまつわるお困りごとにお応えできる自負があります。ジュエリーライフは未永く、豊かでなくてはなりません。

新しいジュエリーとの出会いを創出し、さらにそのジュエリーの輝きを永遠にサポートいたします。私たちが何より大事にすることは、お客様との日常の些細な会話。ジュエリーライフを100年後も200年後も、次の新しい世代へ引き継いでいくジュエリーの本質をお届けいたします。

会社名 : 株式会社芝翫香
代表者 : 木下 勝
所在地 : 大阪府大阪市中央区西心斎橋1-8-3
設立 : 1813 (文化10) 年創業
事業内容 : ジュエリーの買い付け／販売から、購入後のアフターケアサービス、メンテナンス、リメイクなど、お客様のジュエリーライフをサポートします。
URL : <https://shikanko.co.jp/>

