



貴金属の老舗 GINZA TANAKA

**ジュエリー・貴金属工芸品の消費実態 一般意識調査結果を発表**

- ・ジュエリー購入の重視ポイントに男女差 女性は「デザイン」、男性は「ブランド」を重視
- ・貴金属工芸品購入経験者は、若年層であるほど資産性を重視

GINZA TANAKA

田中貴金属ジュエリー株式会社

1892年に創業した貴金属の老舗 GINZA TANAKA(田中貴金属ジュエリー株式会社 本社:中央区銀座、代表取締役社長執行役員:田中 <sup>まさかず</sup>和和、以下 GINZA TANAKA)は、一般消費者の「ジュエリー・貴金属商品についての価値観・嗜好」について調査を実施しました。調査概要は以下の通りです。

<調査概要>

- ◎ 調査対象: 全国 20才以上 69才以下の男女
- ◎ 回答人数: 3,000名
- ◎ 調査期間: 2018年6月1日(金)~6月4日(月)
- ◎ 調査方法: インターネット調査
- ※ 貴金属工芸品とは貴金属(K18以上の金、銀、プラチナ)で作られた工芸品(置物、仏像/仏具、兜/雛人形、食器/酒器、大判/小判など)の総称です。

—結果概要—

■ジュエリーについての価値観・嗜好は、「デザインを優先して選ぶ」が最も高く、全体の約半数(53%)に。貴金属工芸品では、同じく「デザインを優先して選ぶ」(57%)が1位

ジュエリーについては、全体で「デザインを優先して選ぶ」(53%)が1位に。男女別の傾向では、女性は全体の傾向と大きな乖離は見られなかったが、特に20代男性では、「品質を優先して選ぶ」、「老舗ブランドの商品を買いたいと思う」、「購入するために貯金する」などの項目が女性と比較して高い傾向となった。(Q1データ)

貴金属工芸品購入経験者では、「デザインを優先して選ぶ」(57%)がジュエリーと同様に最も多いが、次いで「品質を優先して選ぶ」(54%)、「1つはしっかりしたものを手元に置いておきたい」(50%)、「貴金属の純度が高いものを選ぶ」(49%)の割合が高く、デザイン性だけでなく、品質も重要視していることがわかった。(Q2データ)

■貴金属工芸品購入経験者は年収700万未満の層が約半数を占め、ブライダルジュエリーの購入者は年収500万円未満の層が約半数に

過去5年以内にジュエリー・貴金属工芸品を購入した人\*の世帯年収を調査したところ、貴金属工芸品の購入経験者は全体の約半数(49%)が世帯年収700万円未満で、世帯年収700万円以上の高所得者層に限らず、貴金属工芸品を購入していることが分かった。ブライダルジュエリーの購入者は世帯年収500万円未満の層が約半数を占める結果となった。(Q3データ)

■ジュエリー・貴金属工芸品購入のきっかけは「自分へのご褒美」が1位

過去5年以内にジュエリー・貴金属工芸品を購入した人の購入のきっかけは、女性用ジュエリー、男性用ジュエリー、貴金属工芸品購入経験者ともに「自分へのご褒美を買いたかったから」が1位となり、なかでも特に、男性用ジュエリー購入者、貴金属工芸品購入者における割合が大きい結果となった。また、カテゴリ別では、女性用ジュエリー購入者は「家族/友人/知人への贈り物・プレゼントを贈りたかったから」が特に高い割合となった。(Q4データ)

■ジュエリー・貴金属工芸品購入の際に重視する項目は、女性用ジュエリーでは「デザイン」「全体のサイズ感」が突出、男性用ジュエリーでは「ブランド」が高い傾向に

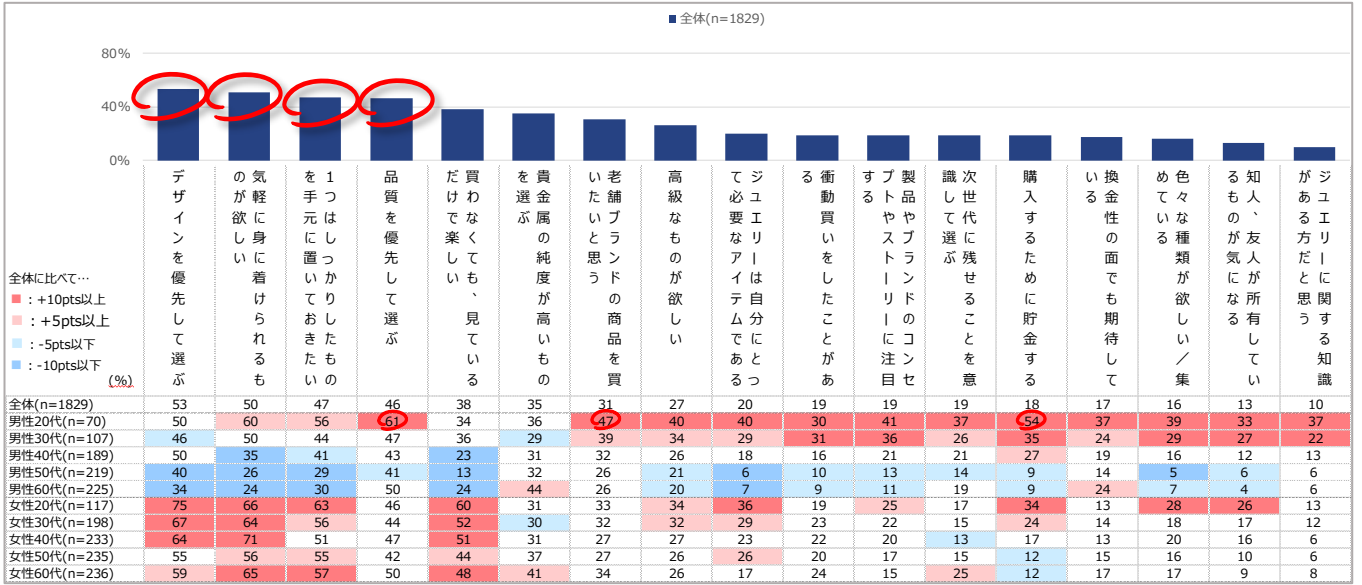
購入した商品の重視点は、「好きなデザイン」「長く使えるデザイン」「全体のサイズ感」「価格」が高い結果に。女性用ジュエリーでは「好きなデザイン」「全体のサイズ感」が突出したが、男性用ジュエリーでは「ブランド」(65%)が他のカテゴリに比べて突出した。また、貴金属工芸品購入者は貴金属の「品質」「純度」「資産価値」を重視する傾向が目立った。(Q5データ)

\*5年以内に複数カテゴリを購入している場合は直近購入したカテゴリについて聞いたもの

— アンケート調査結果詳細 —

Q1. 次の「ジュエリーについての考え方」について、あてはまるものはどれですか(複数選択)

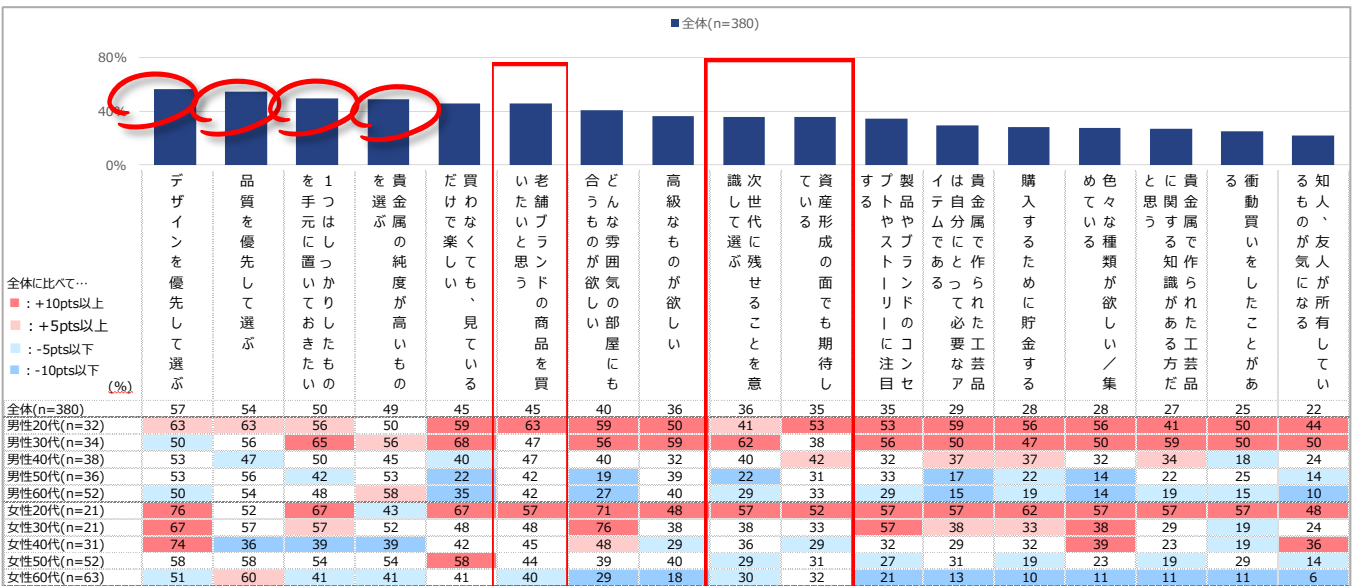
(対象者=ジュエリー購入経験者 1,829 人)



ジュエリー購入経験者 1,829 人にジュエリーについて聞いたところ、全体で「デザインを優先して選ぶ」(53%)が 1 位となりました。女性は全体の傾向と大きな乖離が見られませんが、特に 20 代の男性で「品質を優先して選ぶ」、「老舗ブランドの商品を買いたいと思う」、「購入するために貯金する」などの項目が高くなり、「デザイン」や、「日常的に身につけられる」ことを重視する女性に比べ、ブランドも重視する傾向にあることがわかりました。

Q2. 次の「貴金属で作られた工芸品についての考え方」について、あてはまるものはどれですか(複数選択)

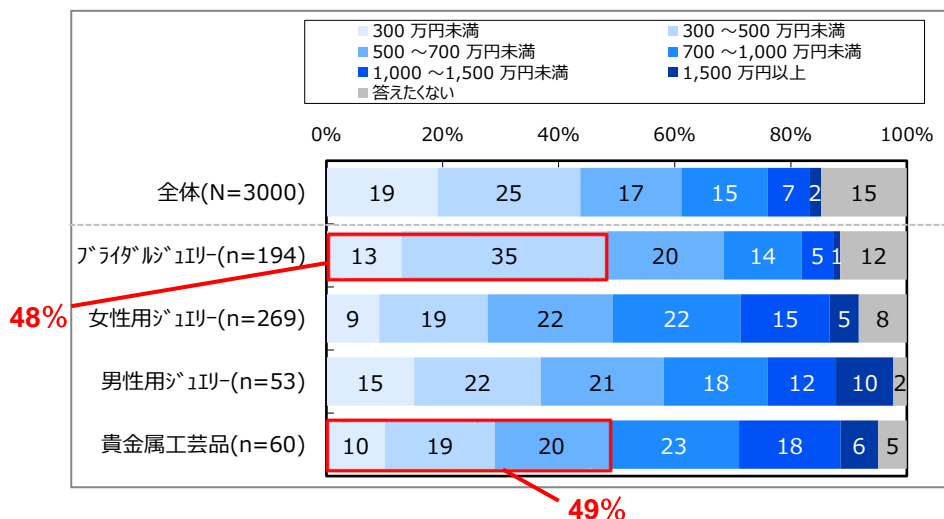
(対象者=貴金属工芸品購入経験者 380 人)



貴金属工芸品購入経験者に貴金属工芸品について聞いたところ、「デザインを優先して選ぶ」(57%)が最も多く、以降「品質を優先して選ぶ」(54%)、「1 つはしっかりしたものを手元に置いておきたい」(50%)、「貴金属の純度が高いものを選ぶ」(49%)が続く結果となりました。

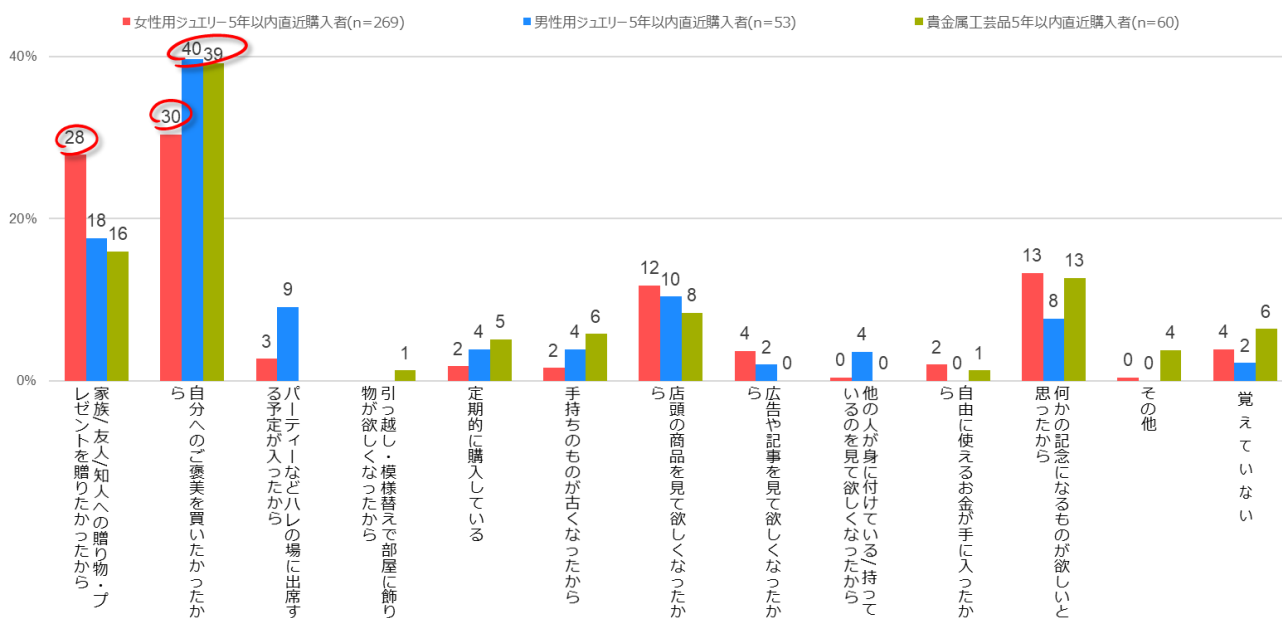
また、サンプル数が限られるため参考値ではありますが、性別年代別で傾向を見ると、他世代と比較して特に男女 20 代では「老舗ブランドの商品を買いたいと思う」「資産形成の面でも期待している」が突出して高い数字となり、若年層であるほど老舗ブランドの信頼性や、資産形成に活用できるか否かを重視する傾向にあることがわかりました。また、男性 30 代と女性 20 代では「次世代に残せるものを意識して選ぶ」が他の世代に比べ突出して高い数字となり、貴金属工芸品を購入する若年層が、購入した貴金属工芸品を資産として子供などに引き継ぐことができるかどうかを重要視する傾向にあることがうかがえます。

### Q3. 5年以内にジュエリー・貴金属工芸品を購入した人の対象者属性(世帯年収)



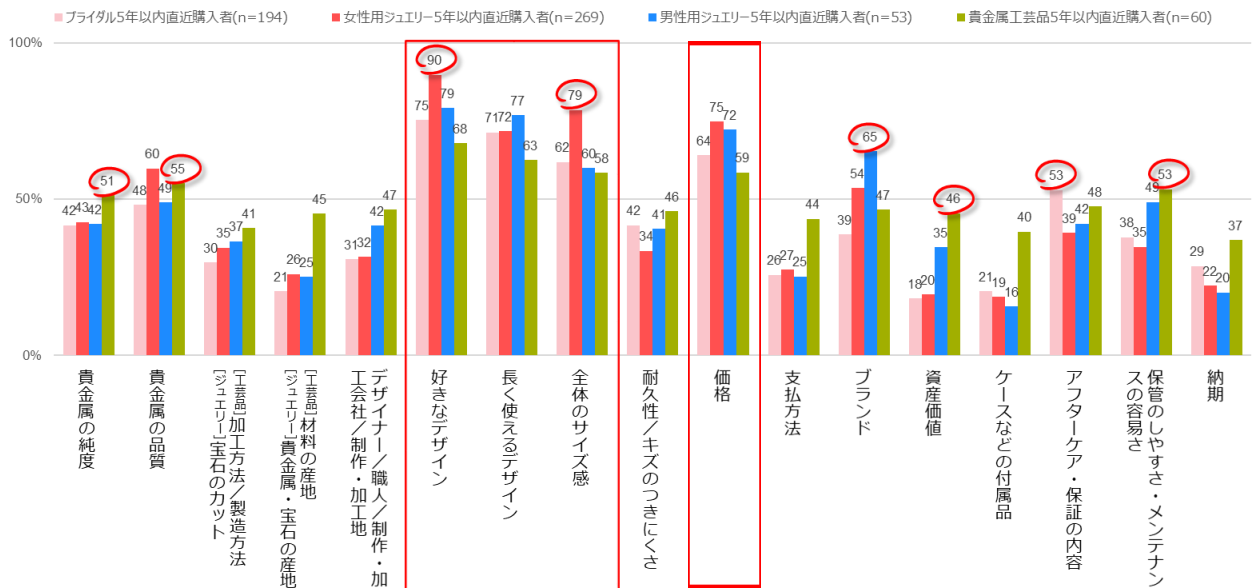
5年以内にジュエリー・貴金属工芸品を購入した人の世帯年収を調査したところ、貴金属工芸品の購入経験者は全体の約半数(49%)が世帯年収700万円未満で、世帯年収700万円以上の高所得者層に限らず、貴金属工芸品を購入している傾向が顕著に表れました。一方、ブライダルジュエリーの購入者は全体の約半数(48%)が世帯年収500万円未満で、結婚を意識しはじめる若年層など、比較的年収の低い層がブライダルジュエリーを購入していることがうかがえます。

### Q4. 5年以内にブライダルジュエリーを除くジュエリー・貴金属工芸品を購入した際の購入のきっかけは何か(複数回答可)



5年以内にブライダルジュエリーを除くジュエリー・貴金属工芸品を購入した人に購入のきっかけを聞いたところ、いずれの購入者でも「自分へのご褒美」が最も高い結果となりました。なかでも、男性用ジュエリー購入者、貴金属工芸品購入者の割合が大きくなっています。次いで「家族/友人/知人への贈り物・プレゼントを買いたかった」が多く、特に女性用ジュエリー購入者(28%)が突出しました。

## Q5. 5年以内にブライダルジュエリー、女性用ジュエリー、男性用ジュエリー、貴金属工芸品のいずれかを購入した際に重視した点は何ですか(複数回答可)



5年以内にジュエリー・貴金属工芸品を購入した人に購入の際に重視したことを聞いたところ、いずれのカテゴリも共通して「好きなデザイン」、「長く使えるデザイン」、「全体のサイズ感」、「価格」が高くなる結果となりました。

各カテゴリの比較では、女性用ジュエリーで「好きなデザイン」(90%)、「全体のサイズ感」(79%)が突出、男性用ジュエリーでは「ブランド」(65%)が特に高くなりました。また、貴金属工芸品購入者は「貴金属の品質」(55%)、「貴金属の純度」(51%)、「保管のしやすさ・メンテナンスの容易さ」(53%)、「資産価値」(46%)を重視する傾向が目立ちました。各種ジュエリー購入者と比較して、貴金属工芸品購入者が資産価値としての観点をより重要視している傾向がうかがえます。

### 【GINZA TANAKA について】

1892年に創業したGINZA TANAKA(田中貴金属ジュエリー株式会社)は、クオリティーの高いジュエリーや工芸品などの提供を通して、一人一人のライフスタイルに更なる輝きを持たせる、歴史と伝統を有する老舗の貴金属店です。純金やプラチナなどの上質な貴金属に匠の工芸技術を駆使して、デザイン性に富み、かつ資産性の高いジュエリーや工芸品などを製作・販売しています。

### 〔直営店舗〕

銀座本店、新宿店、ホテル椿山荘東京店、伊勢丹立川店、伊勢丹浦和店、横浜元町店、仙台店、新潟三越店、名古屋店、名古屋三越 栄店、心齋橋店、高松三越店、福岡 西鉄グランドホテル店

### 【田中貴金属グループとは】

田中貴金属グループは1885年(明治18年)の創業以来、貴金属を中心とした事業領域で幅広い活動を展開してきました。国内ではトップクラスの貴金属取扱量を誇り、長年に渡って、産業用貴金属製品の製造・販売ならびに、宝飾品や資産としての貴金属商品を提供。貴金属に携わる専門家集団として、国内外のグループ各社が製造、販売そして技術が一体となって連携・協力し、製品とサービスを提供しております。田中貴金属ジュエリー株式会社は、田中貴金属グループの一員として、宝飾品販売事業等を担っています。また、さらにグローバル化を推進するため、2016年にMetalor Technologies International SAをグループ企業として迎え入れました。今後も貴金属のプロとして事業を通じ、ゆとりある豊かな暮らしに貢献し続けます。

### <本件に関するお問合せ先>

- GINZA TANAKA(田中貴金属ジュエリー株式会社) 広報担当 共同PR:田中、伊原、大沢、斉藤  
TEL:03-3575-9823 FAX:03-3574-0316 E-mail:thdpr@kyodo-pr.co.jp
- TANAKA ホールディングス株式会社:石橋、加藤、小柴 TEL:03-6311-5590
- 一般からのお問合せ/GINZA TANAKA TEL:0120-556-826 <http://www.ginzatanaka.co.jp>