

平成 21 年度事業報告

i. 概況

日本経済は、平成 21 年春頃には景気に持ち直しの傾向が現れたが、依然として現在も経済活動水準が低い状態となっている。しかし、消費面では、雇用情勢の悪化にもかかわらず、経済対策の効果もあって個人消費に持ち直しの動きが出はじめ、一部では回復の兆しも見える。だが経済全体としてはまだ回復傾向と言える状況には至っていない。また、近年の景気後退による需給ギャップは大きく、継続的な物価下落が生じ、緩やかなデフレ状況にある。内閣府では、自律的回復への課題として、従来型の輸出関連の設備投資に依存することなく、対外直接投資を進め海外で得た所得を国内に還流させることで、新たな需要を創出し、いかに内需の拡大につなげるかを考えることが肝要と分析している。

ジュエリー業界においては、平成 21 年の小売市場規模が 9,283 億円（矢野経済研究所調べ）と発表された。前年比 11.9%と大きな落ち込である。商品別ではダイヤモンド、色石、真珠、貴金属の各ジュエリーはすべて前年を下回る実績だった。ただし、ダイヤモンド、色石ジュエリーなどは、販売数量の落ち込みが金額のそれよりは少ない。ここにも商品の価格下落の傾向が読み取れる。一方、平成 21 年のジュエリー関連の輸入額は、1,993 億円であり対前年比 31.3%減少した。見方を変えれば、在庫調整が進んだと考えても良いだろう。また、平成 21 年末のクリスマス商戦には回復の兆しが見られるなど、今日に至っては明るい材料もある。

さて、日本ジュエリー協会の昨年度の事業実施について報告する。基本方針として 6 項目を掲げ年間活動を行った。

(1) 従来事業の見直しと新規事業への取組みを検討

従来事業については、市場活性化に関するジュエリープロモーション活動の検討、品位マーク事業の検討など来年度に向けて議論をした。また、新規事業としては、海外への輸出を拡大し市場規模拡大を図るべく、計画を立案し事業の立ち上げを行った。なお、公益法人制度改革の対応としては、これらの事業見直しや新規事業の取組みを検討する中で、日本ジュエリー協会の社会的立場、使命を再認識し、一般社団法人への移行を決定した。

(2) 一元管理下での合理的かつ有効な広報活動とセミナー実施

平成 21 年度についても一元管理下で広報活動とセミナーを実施した。広報ではニュースリリースの配信、一般紙への掲載記事、番組制作の取材などに JJA 統一見解のもとで対応した。セミナーでは、ファッショントレンド、プラチナジュエリー販売の基礎知識、宝石に関する最近のトピックスと情報開示について、ジュエリーに関する消費者からのクレームと対応について、作り手から見たジュエリーのチェックポイント、貴金属素材・色調・状態図、日本の伝統技法、日本の装身具を学ぶなどを実施した。

(3) 会員増強による収入基盤の確保

昨今の経済動向も影響し、退会が 57 社あった。日本ジュエリー協会としては、会員

減少に歯止めをかけるため、理事各社に入会の勧誘を依頼し、新規入会 31 社を得た。

(4) 信頼のマーク制度の普及

信頼マーク制度普及については、本来の主旨に従い参加社の自助努力によるモラル向上を目的とすることを再確認し、JJA 全会員に参加してもらうよう制度改正することを決定した。

(5) C S R（企業の社会的責任）活動への取組み

C S R（Corporate Social Responsibility）を求める国内外の動きに同調し、宝飾業界企業が C S R を実践するためのガイドラインを作成した。最重要項目を「説明責任とトレーサビリティ」とした。

(6) 新・新会計の体制の確立と予算管理強化

事業分類の明確化と会計処理への適用ならびに支出の共通科目における配賦基準の作成と運用、J C 維持会費の特定資産への積み立てを実施した。また、予算管理においては、事業進捗状況報告書の導入、予算編成では関連委員会とのヒアリングを実施し来年度予算の立案にあたった。

ii. 各事業

(1) 広報事業

① 相談・助言事業

お客様相談室に 342 件の相談や問い合わせがあった。重要な内容については、J J A レポートやホームページ、J C 誌に事例報告を行った。なお、消費者相談事例集の作成、公開は、未実施、来年度に延期。

② 調査・資料収集事業

ア. 広報関係

JJA レポート（第 74 号～76 号、77 号 4 月予定）を年 4 回発行、ニュースリリースの配信、一般紙への掲載記事、番組制作の取材対応、広告掲載、日刊紙への連載企画、「協会案内」改訂版作成を実施した。業界紙に対しては定例記者会（10 回）を実施した。なお、マスメディア向けプレスセミナーの開催は未実施。

イ. 調査統計

定期業況調査（第 35 号～38 号）を年 4 回発行した。平成 19 年ジュエリー産業統計を「平成 19 年商業統計」「平成 19 年工業統計」をもとに編集し平成 21 年 10 月に発行した。平成 21 年ジュエリー小売市場動向調査を実施、調査は業界の混乱を防止するため、民間総合調査機関の榊矢野経済研究所の推計数字に一本化することにした。

ウ. 規格関連

ダイヤモンドグレーディングに関する実態調査を実施した。「宝石もしくは装飾用に供される物質の定義および命名法に関する規定」の改定 1 件、「真珠の定義および命名法に関する規定」の内容を検討した。しかし規定集の改訂版の製本は未実施。その他、K18 カラーゴールド色見本帳を企画し製品見本を試作したが、

受注生産は来期に延期。また、CIBJO 総会には、平成 21 年 5 月イスタンブール 2 名参加、平成 22 年 2 月ミュンヘン 3 名が参加した。なお出版物のジュエリー用語辞典を 312 冊販売した。

エ. その他

ISO 原案回答業務としては、(株)三菱総合研究所との請負契約に基づき、照会件数 1 件、回答件数 1 件の回答を行った。ダイヤモンド原器運用管理は特筆事項なし。

(2) 能力開発事業

① ジュエリーコーディネーター資格付与事業

ジュエリーコーディネーター資格付与については、検定 1 級 1 次 (第 5 回)、2 級 (第 11 回)、3 級 (第 19 回) を平成 21 年 8 月 5 日に東京、名古屋、大阪、福岡で実施、同じく 3 級 (第 20 回) を平成 22 年 3 月 7 日に札幌、東京、甲府、大阪、福岡で実施した。また、JC バッジのデザインを変更、平成 21 年 8 月検定試験合格登録者と認定期間が平成 22 年 1 月 1 日～平成 26 年 12 月 31 日の JC 資格更新登録者から新バッジを交付する。テキストの販売は、2 級テキスト 385 冊、3 級テキスト 2,182 冊であった。

② 講座・セミナー・育成事業

ア. ジュエリーコーディネーター資格者の能力維持管理

ジュエリーコーディネーター更新講習会を、3 月から 4 月に掛けて東京で 3 回、大阪で 2 回、名古屋 1 回、福岡 1 回行なった (受講者 377 名)、また 9 月から 10 月に掛けて東京で 3 回、大阪 2 回、名古屋 1 回、福岡 1 回行なった (受講者 218 名)。情報誌としてジュエリーコーディネーター誌を発刊し、資格登録者へ配布した (JC 誌第 45～48 号)。JC3 級通信講座を学校法人産業能率大学に委託した (今期 167 名受講、開講以来延べ 4,305 人)。

イ. セミナー関係

今年度は一元管理下でセミナーを企画し実施した。内容は、ファッショントレンド (7 月)、プラチナジュエリー販売の基礎知識 (9 月)、宝石に関する最近のトピックスと情報開示について (9 月)、ジュエリーに関する消費者からのクレームと対応について (9 月)、作り手から見たジュエリーのチェックポイント (9 月)、貴金属素材・色調・状態図 (11 月)、日本の伝統技法 (11～1 月)、日本の装身具を学ぶ (2～4 月) など。

ウ. 技能者育成支援

中央職業能力開発協会主催で 7 月から 8 月に全国で実施された技能検定 (1 級、2 級) 試験、10 月 24～25 日に茨城県日立市で実施された第 47 回技能五輪全国大会、9 月 2 日から 5 日 (競技日) にカナダ・カルガリーで行われた技能五輪国際大会を支援した。なお、平成 21 年度の技能検定問題解説集を作成した。

(3) ジュエリープロモーション事業

① キャンペーン事業

ア. ジャパン・ジュエリー・フェア 2009 共催

ジャパン・ジュエリー・フェア 2009 実施、会期:2009 年 9 月 2~4 日、会場:
東京ビッグサイト、出展社数 360 社、来場者数 14,898 名。

イ. 第 21 回国際宝飾展共催

第 21 回国際宝飾展実施、会期: 2010 年 1 月 27~30 日、会場: 東京ビッグサイ
ト、出展社数 1,257 社、来場者数 35,763 名。

ウ. イヤージュエリー・ジュエリーデーキャンペーン

イヤージュエリーはダイヤモンドとし、アンティークリング・ダイヤモンドカ
ットの変遷を J J F 会場で展示した。ジュエリーデーは例年通りプレゼントパ
ブリシティ企画を実施、70,217 通の応募があるなど、認知度向上に成果があっ
た。

エ. 海外展開事業

海外に活路を見出し、市場規模を広げるべく海外展開プロモーション活動につ
いて検討が始まった。平成 22 年 9 月に開催される香港ジュエリー&ジェムフェ
アに出展を予定するなど、来年度以降の海外展開事業に向けてスタートした。

② 表彰・コンクール事業

ジュエリーデザインアワードは、183 作品の応募作品が集まり、56 点の入賞作品
が選ばれた。応募部門は、第 1 部門パーティーシーン、第 2 部門カジュアルシー
ン、第 3 部門クラフト&ギフト、第 4 部門新人部門であった。9 月 2 日に J J F
会場にて入賞作品に対する表彰式を行い、会期中特別イベントゾーンへの作品展
示も実施した。

(4) その他

ア. 新公益法人制度対応

新公益法人制度への対応としては、公益性を保ちながら業界並びに会員のため
の活動を推進し、市場規模の拡大等ジュエリー事業者の活性化に資することが
重要と判断し、非営利型の「一般社団法人」への移行することを決めた。

イ. 信頼のマーク制度検討

信頼マーク制度普及については、本来の主旨に従い参加社の自助努力によるモ
ラル向上を目的とすることを再確認し、JJA 全会員に参加してもらうよう制度
改正することを決定した。

ウ. 品位マーク制度

品位マーク登録表示者は 40 社、マーク表示利用者は 11 社であり、45,855 点
が表示された。品位検査は 1 回実施、品位不足の商品があった。

エ. メイドインジャパンの刻印制度

卸、小売関係者も含めた委員からなる委員会を開催し、関係者の意見聴取、規
約・規則の作成、刻印の権利問題の整備、原産国表示との関連等を検討した。