

平成22年度事業報告

1. 概況

過去2年にわたりジュエリー小売市場規模が大きく落ち込むなどの大変厳しい事業環境の中、平成22年度は、規模縮小に歯止めをかけるため市場の活性化をテーマに活動した。例年継続実施していたプロモーション活動については見直しを行い、新たな視点で企画を立案し実行に移したり、日本としては非常に少ないジュエリーの輸出を拡大させる足がかりとして、香港ジュエリー&ジュムフェアで日本製品のPRに乗り出したりと、本年度は従来路線から進路を変更するなど大きく舵を切った1年であった。こうした活性化活動には特に注力して事業展開を図ったが、一方で消費者信頼を揺るがすダイヤモンド鑑定問題が起こるなど、一層の業界倫理の向上に注目された年度でもあった。

平成22年のジュエリー小売市場規模は9,102億円(矢野経済研究所調べ)と対前年1.9%減少した。市場の落ち込みも最小限に止まり、回復への兆しが見えていた矢先の平成23年3月11日に東北地方太平洋沖地震が発生した。未曾有の災害であり、復興への足取りも混沌を極めているなど、現在は、日本経済への打撃にも懸念を抱かざるを得ない状況である。JJAとしては、今後のジュエリー市場への影響を勘案し業界全体の活性化事業を継続していく使命を強く感じている。

さて、平成22年度は次の5項目を重点方針として事業を展開したので、概況について報告する。

(1) 輸出拡大に向けた海外展開の施策立案と実施

海外展開への足がかりとして、日本ジュエリー協会は平成22年9月16日～20日の香港ジュエリー&ジュムフェアに出展した。日本の展示企業の宣伝・販促ではなく、日本ジュエリー全体の価値を上げ、海外マーケットで対等なビジネスの創出に向かう事を目的とし、日本のジュエリーのアピールを行った。しかし、日本のジュエリーを訴求するにはややPR不足の感も否めず、反省すべき点もあった。海外展開のための事業は、今年の実績を踏まえ次年度以降も継続する。業界の活性化には輸出拡大も大きな課題と認識している。

(2) 国内向けジュエリープロモーション活動の見直し

国内向けジュエリープロモーション活動では、例年の活動を見直し新たな事業としてジュエリーデー・パーティー、ジュエリーデー・チャリティキャンペーンを企画し実行した。ジュエリーデー・パーティーは11月11日に開催し、総勢92名が参加した。また、11月11日から12月25日までの45日間、社会貢献活動としてジュエリーデー・チャリティキャンペーンを実施した。参加目標2,000店に対し、最終的には194社393店舗に止まる結果ではあったが、総額216万円を国際NGO「世界の医療団」に贈呈することができた。しかし、ジュエリーデーに因んだイベントの周知と参加促進活動が不足し盛り上がり欠ける面があったなど反省点もあるが、ジュエリーデーの認知、波及にある程度の効果もあったと評価する。

(3) 新法人（一般社団法人）への移行に伴う体制整備ならびに移行申請

昨年度に引き続き、新法に基づく一般社団法人への移行作業を進めた。平成23年1月臨時総会では、移行後適用する「定款の変更の案」を決議し、同年3月には、内閣府への申請書類一式をもって申請手続きを行う旨の理事会決議を行った。申請は平成23年3月23日付けで実施、内閣府の答申、認可を待つ状態となった。なお、移行後の法人運営を鑑み、役員総数を52名から30名に減少、協会のガバナンス確立、方針の徹底に対応できる体制整備も進めた。

(4) 消費者の信頼向上と情報公開の促進

信頼のマーク制度については根本的な思想を改めた。信頼店を認定する仕組みから、会員全てに倫理の向上に努めることを約束してもらう制度へと改定した。業界倫理の向上のためJJA会員は、倫理規程を遵守し、健全な経営を推進することになる。これによりJJA会員の意識向上が業界全体をリードすることになり、ジュエリー消費者の信頼向上に大きく寄与すると考えている。なお、信頼のマーク制度への参加はJJA団体会員の構成員も対象とし、参加者を拡大するよう活動を継続している。

一方、マーケットでは、平成22年5月にダイヤモンド鑑定かさ上げ問題が発生し、ダイヤモンドグレーディングに対する消費者の不信、不安の顕在化や業界内の混乱が起った。JJAは、関連団体や外部委員を招集し今後の再発防止について協議した結果、販売責任を明確化するため業界における商習慣の改善までを含む、いくつかの再発防止策を来年度より実行することとした。

(5) JC資格者の拡大

平成23年2月末現在のジュエリーコーディネーター資格者総数は7,712名である。前年同期7,727名で微減となった。一昨年同期(8,077名)から見ると4.4%減である。今年度、資格者の拡大を目標にJC制度の啓蒙活動を積極的に行い受験者の増加を狙ったが、受験者数は1,585名(前年度1,879名、一昨年度2,034名)と対前年度の約16%減であった。減少傾向を止められず目標の成果は出せなかった。やはり資格者の拡大は、市場状況に依存することが伺える。更なる対策が求められる結果であった。

2. 各事業

(1) 【相談・助言事業】

① 消費者相談事例の情報開示

消費者相談日を週3日から4日に増加しお客様相談室にて対応した。問合せは373件であった。寄せられた案件の中から重要な内容については、協会広報紙やホームページ等を通じて周知を行った。また、全国の消費生活センター向けに、ジュエリーの基礎知識、特性、相談事例から対応までを講演を4回実施した。

② 業界モラルの向上

信頼のマーク制度は、認定制度として発足したが、抜本的な見直しを行い、全会員

参加で自助努力を推進、社会的責任を果たす制度として平成22年4月に改正した。更に、より広く消費者に周知されるよう団体会員の構成員にも協力を依頼した。

(2) 【調査・規格事業】

① 宝石・真珠・貴金属に関する規格などの情報開示

ダイヤモンド関連では、合成ダイヤモンドの表記について確認およびダイヤモンド鑑定問題再発防止策を受け、販売におけるグレーディングレポートと4Cの説明について検討した。

色石関連では、色石の魅力の再認識、現場で役立つセールススキルなどの教育を通じ、色石販売の拡大を図り、日本色石プロモーション委員会（JCP）、タイ国政府商務省輸出振興局（DEP）、タイ宝石宝飾品協会（TGJTA）と協力し、「カーストーン販売セミナー」を開催した。なお、平成16年度版「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」の改定に関して検討したが改訂版作成は未実施。

真珠関連は、「真珠の定義および命名法に関する規定」の内、分類及び定義5件の追加・補完、命名法3件の補完を行った。

貴金属関連では、計画していたK18カラーゴールド色見本台帳作成が、製造最低数に至らず中止となった。その他、造幣局の検定制度の変更について、業界における諸問題について検討し、提言を造幣局に提出した。引き続き検討を行う。

ISO/JIS規格原案回答業務においては、ISO/TC174（ジュエリー）の国際規格（16規格）について、回答した。照会件数11件、回答件数11件。

ダイヤモンドマスターストーン原器運用管理では、3年に一度のマスターストーン更新の時期にあたり、確認作業の第1回目（検査未完のものは来年度早々第2回目を実施予定）を終了した。また、適性チェック申請、紛失・交換申請など4件があった。

② 統計（小売市場統計、貿易統計等）の充実

2010年小売市場規模統計（含む貿易統計）を平成23年3月に発行し会員に配布した。定期業況調査は年4回（第39号～第42号）予定通り実施した。

③ マーケティング力の強化の一環として将来ビジョン検討

今後のJJAはどうあるべきか、何をやらなければならないかなど、将来ビジョンについて検討を行った。日本のジュエリー市場の現状把握、国内市場、海外市場の課題を抽出した。検討の結果、JJAの使命、協会運営の方法、組織の再構築、役員の数などを明確化した。この内容を踏まえ一般社団法人への移行案を作成するに至った。

④ 国内外関係機関との協調

CIBJO年次総会が平成23年3月14日～16日にポルト（ポルトガル共和国）で開催され、日本より3名（JJA国際分科会委員長、AGL、日本真珠振興会）が出席した。主な内容としては、ダイヤモンド委員会は、ブルーブックのダイヤモンドの定義について討議した、また、キンバリープロセス証明書制度（KPCS）を支持する声明を承認した。貴金属委員会は、貴金属合金中の鉛やカドミウム等毒性が懸念される金属に関してEUとアメリカが新しい規則を導入したことを報告した。真珠委員会は、ブルーブックの定義の修正を行った、他、流通用にブルーブックから抜粋

した小冊子を作ることになった。色石委員会では、合成石の記述用語について投票が行われた。日本語では合成宝石は「合成〇〇」と表記することとなった。その他、トレードコードに関する検討が行なわれた。

⑤ J J A事業の効率的P Rの実施

ニュースリリースの配信（9件）、取材対応（8件）、広告掲載（5件）、J J Aレポート78号～81号発行（4回）、業界記者会見（10回）を実施した。その他、一般消費者のアクセス増加を狙い、J J Aホームページのトップページデザインを一新した。

(3) 【能力開発事業／資格付与事業】

① ジュエリーコーディネーター資格者の拡大および資格者のスキル維持管理

ジュエリーコーディネーター検定試験を、平成22年8月4日に東京、甲府、名古屋、大阪、福岡でJ C検定1級1次（第6回）、2級（第12回）、3級（第21回）の試験を実施した（受験者計1,101名）。また、平成22年3月6日には、東京、甲府、名古屋、大阪、福岡でJ C検定3級（第22回）試験を実施した（受験者計484名）。

ジュエリーコーディネーター誌については、J C誌第49号～第52号を発刊しJ J A会員及びJ C資格登録者に配布した。

更新講習会を、春は東京、大阪、名古屋、福岡で計6回（受講者282名）、秋には東京、大阪、名古屋、福岡で6回（受講者187名）実施した。

テキスト・過去問題の販売数は、2級テキスト413冊、3級テキスト1,663冊、2級試験問題と解答83冊、3級試験問題と解答318冊であった。

また、学校法人産業能率大学に委託して実施しているJ C3級通信講座は、今期167名が受講し、開講以来延べ4,472人になった。

資格者の拡大に対しては、P Rの充実をはかり、読売新聞朝刊全国紙、日本経済新聞全国紙で試験告知広告を掲載した。

(4) 【能力開発事業／講座・セミナー・育成事業】

① 国内市場活性化及び輸出拡大に関するセミナーの企画実施

セミナーは、技術関係2件、消費者向け1件、事業者向け9件の12件を開催した。

② 技能者育成支援実施

技能検定試験は、前期に1級2級（受検者計96名）、後期に今年度よりスタートの3級（受検者計152名）が実施された。

第48回技能五輪全国大会が神奈川県立東部職業技術校において10月22～23日に実施された。参加者は12名であった。

第26回技能グランプリが平成23年3月4日～3月7日に幕張メッセで開催された。参加者は22名であった。

(5) 【産業活性化事業／キャンペーン事業】

① 国内プロモーション活動の見直しおよび新規企画の立案実施

国内プロモーション活動新企画として、ジュエリーデー・パーティーを平成 22 年 11 月 11 日にウエスティン東京で開催した。パーティーはチャリティキャンペーンキックオフを兼ねて、ジュエリーの記念日であるジュエリーデーにちなんだイベントとして開催した。参加者は 92 名（会費客、来賓客、プレス）であった。また、当日徴収された参加費の一部は NGO「世界の医療団」へ寄付した。

もう一つの企画は、医療支援活動を支える社会貢献事業としてのジュエリーデー・チャリティキャンペーンの実施である。平成 22 年 11 月 11 日～12 月 25 日の期間行った。参加企業の売上金の一部として集められた寄付金や募金の総額 2,160,059 円を国際 NGO「世界の医療団」へ贈呈した。

② 展示会（J J F・I J T）事業の継続実施

ジャパン・ジュエリー・フェア 2010 は、9 月 1～3 日に東京ビッグサイトにて開催された。出展社数 362 社（前年 360 社）、来場者数 14,651 名（前年 14,898 名）いずれも対前年微減であった。

第 22 回国際宝飾展（I J T）は、平成 23 年 1 月 26～29 日に東京ビッグサイトにて開催された。来場者数は 35,902 名（前年 35,763 名）前年比 100.4%であった。

③ 海外展開を意識した香港ジュエリー&ジュムフェアの実施

平成 22 年 9 月 16～20 日香港コンベンションアンドエキシビジョンセンターで香港ジュエリー&ジュムフェアが開催された。J J A は、日本ジュエリー全体の価値を上げ、海外マーケットで対等なビジネスの創出に向けて展開する事を目的とし、統一性と多様性を同時に表現しながら技術・品質・デザイン別にカテゴリーを分け作品展示するブース展開を行った。出展社数 3,205 社、来場者数 44,274 名であった。

また、平成 23 年 3 月 4～8 日香港コンベンションアンドエキシビジョンセンターでは、ジェトロ「地場産業等海外見本市出展緊急支援事業」の支援を受け、香港インターナショナルジュエリーショーに J J A パビリオンとして会員から 8 社 12 小間が出展した。

(6) 【産業活性化事業／表彰・コンクール事業】

① デザインアワードの継続実施

毎年開催し本年 7 回目となるジュエリーデザインアワード 2010 を実施した。応募部門は、プロフェッショナルゾーンの第 1 部門フォーマルシーン、第 2 部門カジュアルシーン、第 3 部門テーマ部門パールジュエリーおよび新人部門の第 4 部門とした。応募は 140 作品が集まり、44 作品の入賞作品が選ばれた。入賞作品については、平成 22 年 9 月 1～3 日の J J F 2010 での展示ならびに平成 22 年 12 月 1 日から平成 23 年 1 月 10 日まで入賞全作品を箱根ラリック美術館で展示した。

以 上