一般社団法人　日本ジュエリー協会

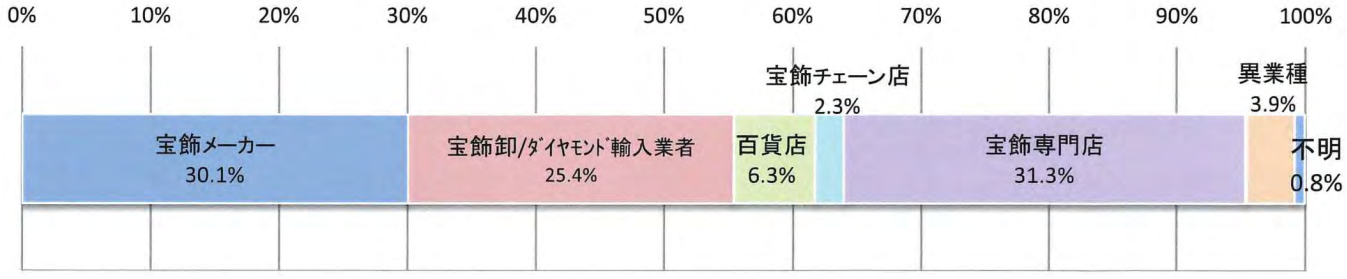
合成ダイヤモンドの宝飾業界への影響に関する調査

【調査概要】

調査対象	ジュエリー関連企業 1,000 社 宝飾メーカー、宝飾卸/ダイヤモンド輸入業者、宝飾小売＜百貨店/宝飾チェーン店/アクセサリーチェーン店/宝飾専門店/異業種(通販、訪販、呉服、アパレル)＞
回答企業数	256 社(回答率 25.6%)
調査方法	郵送、電話、面接調査を併用
調査期間	2019 年 10 月

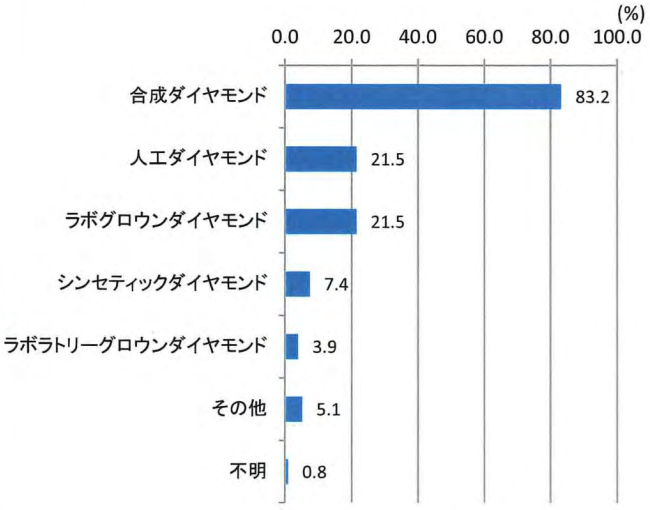
【調査結果(抜粋)】 ※設問にある SA(シングルアンサー)とは○はひとつ、MA(マルチアンサー)とは○はいくつでもの略

Q1. 調査対象の業態(SA)



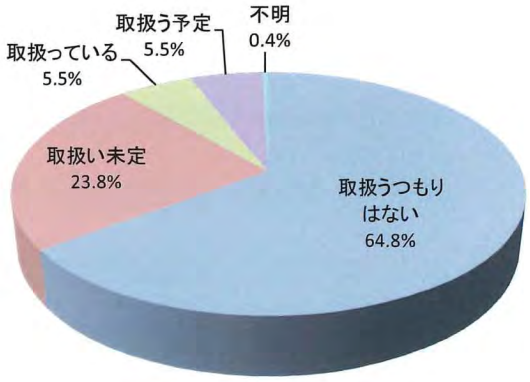
回答数は 256 社。業種内訳は JJA 会員約 800 社、他約 200 社。

Q2. 合成ダイヤモンドの呼称の状況(MA)



呼称は「合成ダイヤモンド」が全体の 8 割を占める。

Q3. 現在の合成ダイヤモンド製品の取扱い状況(SA)

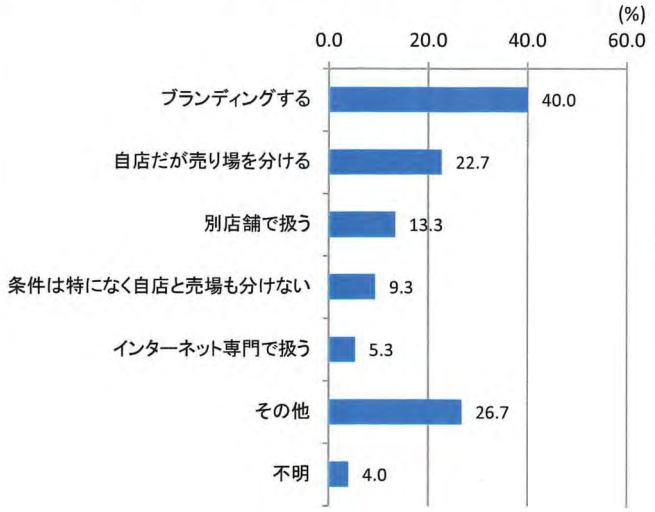


未取扱い企業のなかでも「取扱うつもりはない」とするところが 6 割超。

無断転載禁止

【未取扱い企業】

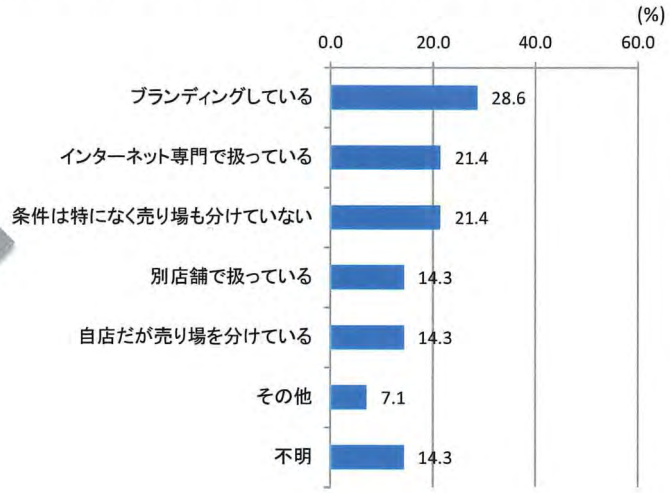
Q5. 合成ダイヤモンド製品を取扱う場合の条件(MA)



取り扱いには、ブランディングを条件としているところが多い。

【既取扱い企業】

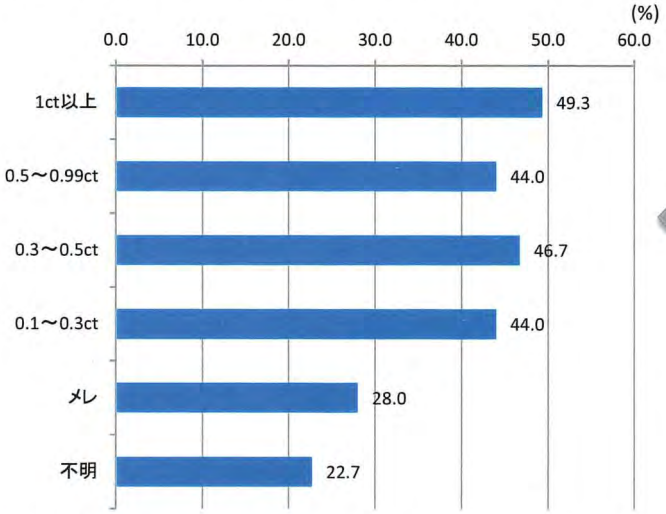
Q21. 現在の合成ダイヤモンド製品の取扱い状況(MA)



ブランディング、インターネット販売のシェアが高い。

【未取扱い企業】

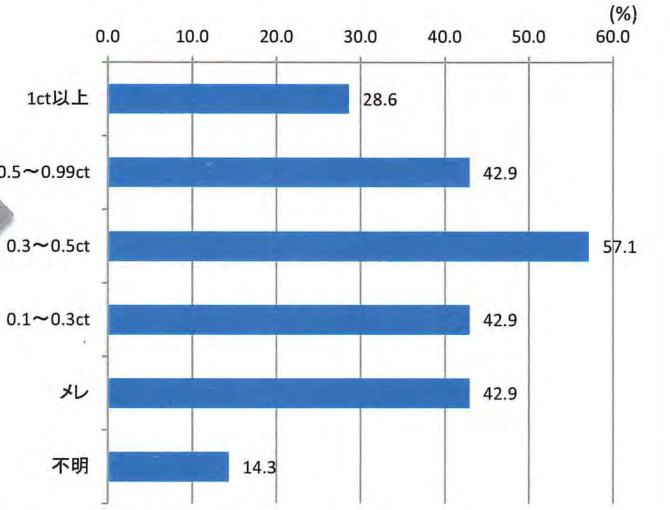
Q6. 取扱う場合の合成ダイヤモンドのサイズ(MA)



取扱う場合のサイズの意向はさまざまである。

【既取扱い企業】

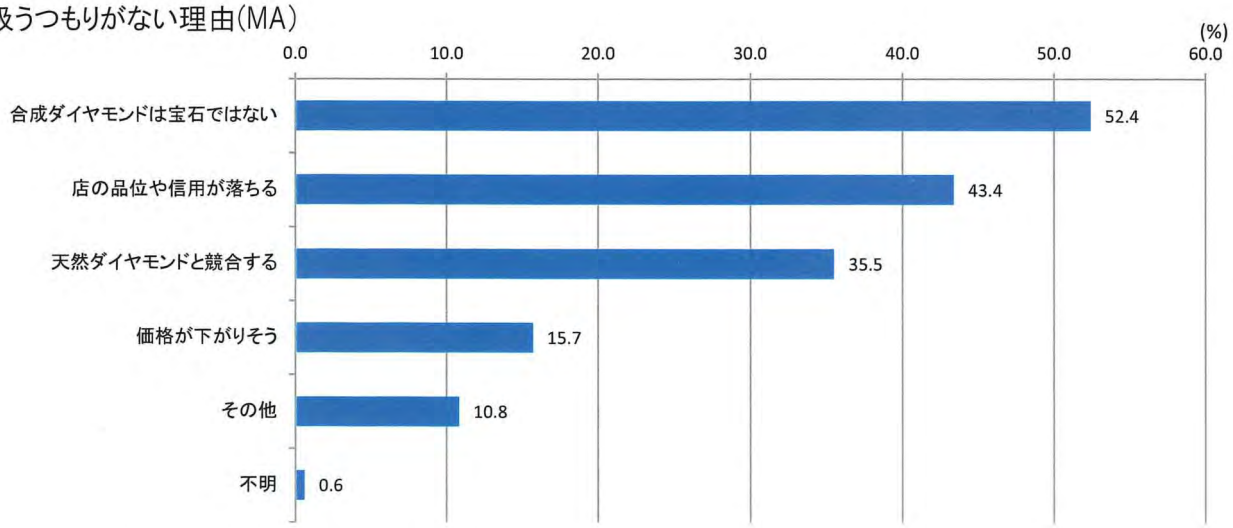
Q22. 現在の合成ダイヤモンドの取扱いサイズ(MA)



実際に取扱っているサイズは 0.3～0.5ct が最も多い。

【未取扱い企業】

Q7. 取扱うつもりがない理由(MA)

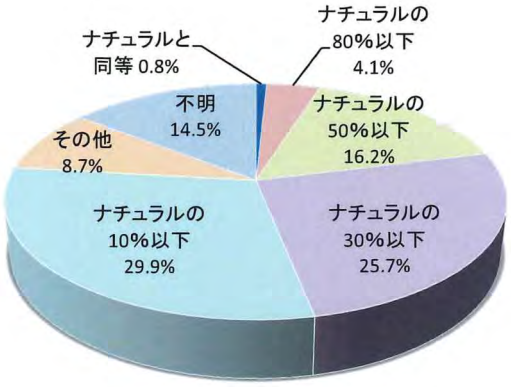


取扱わない理由としては、「宝石ではない」という回答が最も多い。

無断転載禁止

【未取扱い企業】

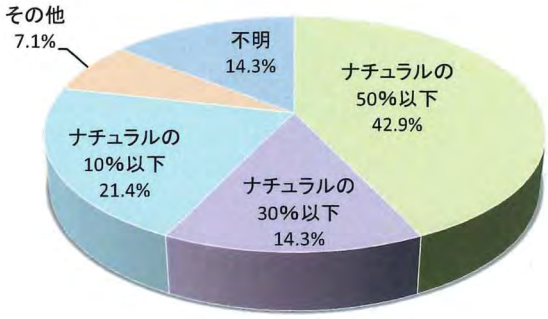
Q9. 合成ダイヤモンド製品の売れると思う価格帯(SA)



売れると思う価格帯は、天然の３割以下、中でも１割以下が多い。

【既取扱い企業】

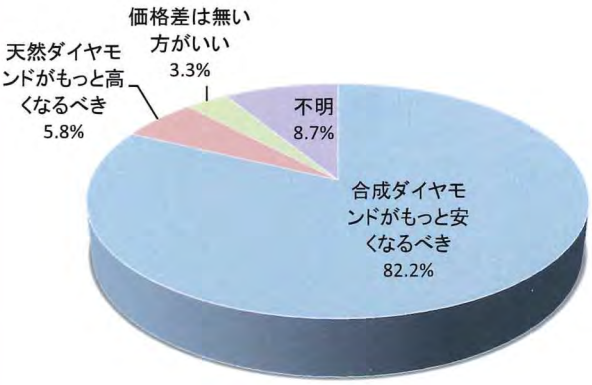
Q24. 実際の設定価格帯(SA)



実際は、天然の半額以下での販売が多い。

【未取扱い企業】

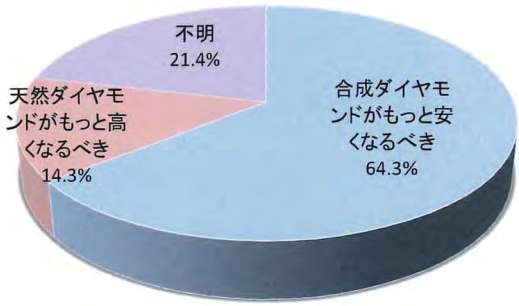
Q10. 合成と天然の価格差についての考え(SA)



もっと安くなるべきという回答が８割を超える。

【既取扱い企業】

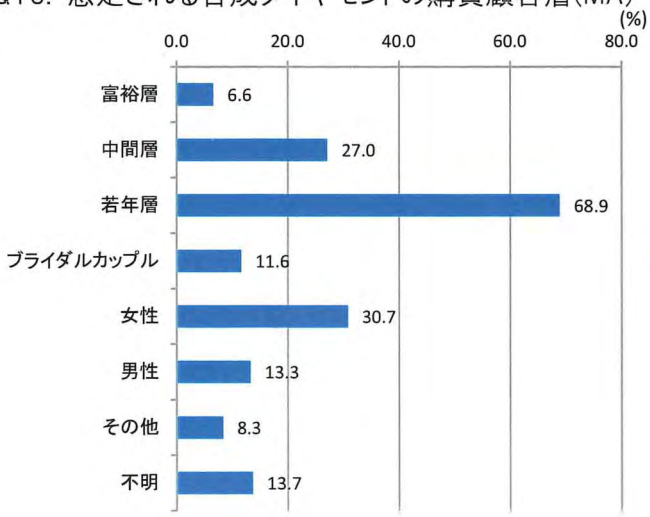
Q25. 合成と天然の価格差についての考え(SA)



取扱っている企業も、今後は、もっと安くなるべきとの回答が多い。

【未取扱い企業】

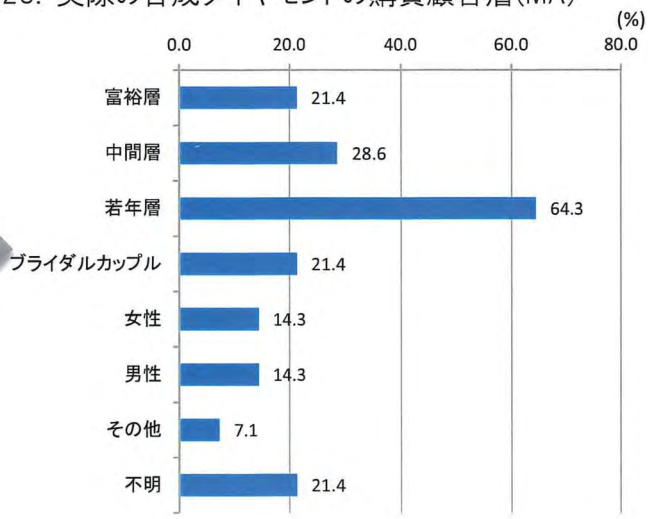
Q13. 想定される合成ダイヤモンドの購買顧客層(MA)



想定される購買顧客は若年層が多い。

【既取扱い企業】

Q28. 実際の合成ダイヤモンドの購買顧客層(MA)

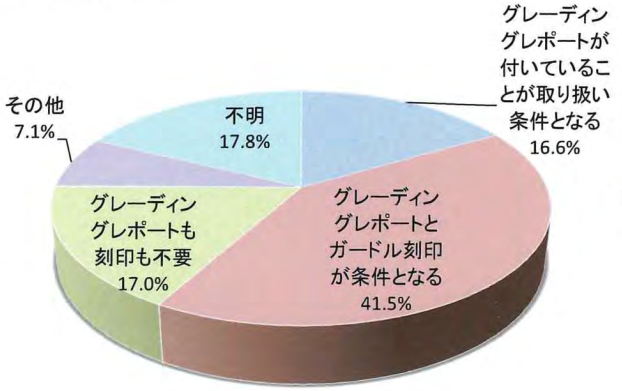


実際の購買顧客も若年層が多い。

無断転載禁止

【未取扱い企業】

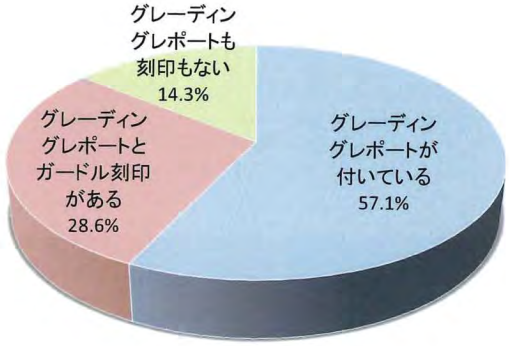
Q15. 合成ダイヤモンドのグレーディングレポートと刻印についての考え(SA)



取扱うにはグレーディングレポートとガードル刻印が必須という回答が多い。

【既取扱い企業】

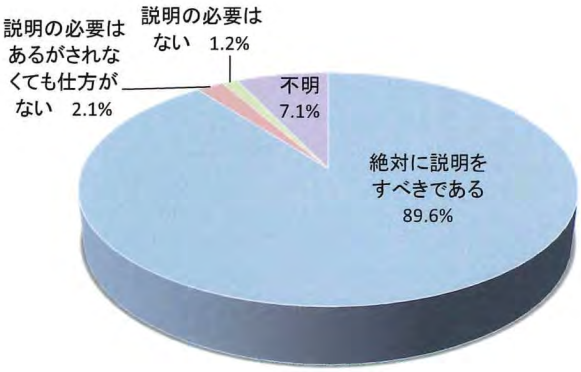
Q30. 現在販売している合成ダイヤモンドのグレーディングレポートと刻印の有無(SA)



グレーディングレポートも刻印もある企業が多いものの、どちらもない企業が 14.3%ある。

【未取扱い企業】

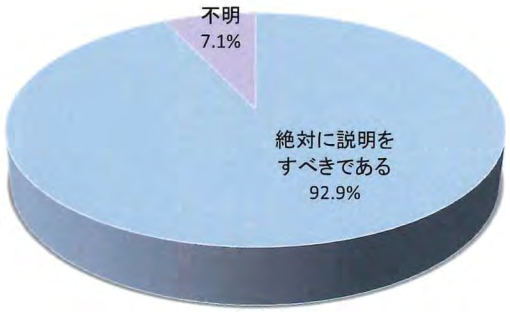
Q16. 合成ダイヤモンド販売時の説明責任についての考え(SA)



消費者信頼のためには、消費者へ「合成ダイヤモンド」であることの説明が必須とする回答が約 9 割を占める。

【既取扱い企業】

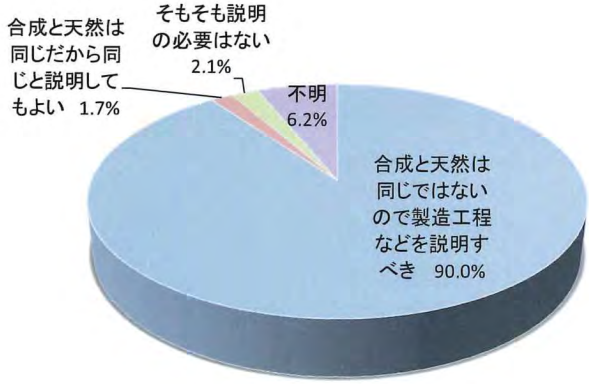
Q31. 合成ダイヤモンド販売時の説明責任についての考え(SA)



消費者へ「合成ダイヤモンド」であることの説明が必須とする回答が 9 割超を占める。

【未取扱い企業】

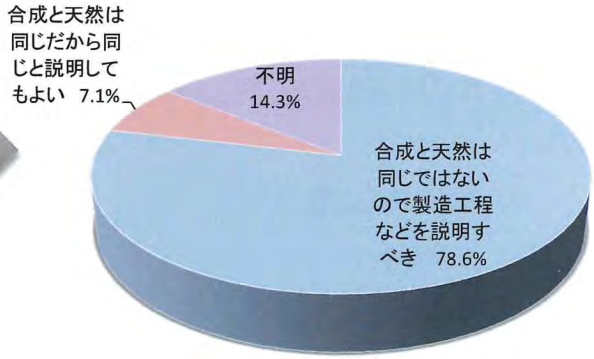
Q17. 景品表示法における「優良誤認表示」についての考え(SA)



合成と天然は同じではないという認識が 9 割となっている。

【既取扱い企業】

Q32. 景品表示法における「優良誤認表示」についての考え(SA)



取扱っている企業に、合成と天然は同じという回答が 7.1%あった。

無断転載禁止