

ご愛読者の皆さまへ ~定期購読申し込みのお願い~

いつもThe Watch & Jewelry Todayをご愛読いただき、有難うございます。
これまで無料でご愛読いただいていた皆様の郵送をお止めさせていただきます。



保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

Quality logo and publisher information.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and title.

時代に見合う価値の創造

これからの日本のマーケットを動かすメインターゲットは若年層へ移り変わってきており、ビジネスの世界でも大きな影響力を持つと言われているのがZ世代。

い企画も無いまま、市場規模が1兆円を超えた超えないと目の前のことだけに集中しているようだが、厳しい市況の中でも明らかにマーケットは変わってきており、既存顧客だけではなく新しい世代に向けた新しい企画や文化などの市場開拓が求められている。

新たなマーチャダイジングの提案



特にハイジュエリーを取り扱う店舗は、死や供養などのテーマはタブーかもしれないが、前述した通りマーケットは変わってきており、感情への配慮は必要かもしれないが地域住民の幸せを願うのなら打開すべき理由も存在しており、「絆」「愛」「永遠の想い」を強調した提案が見つかることだろう。

杉浦氏は「地元密着のマーケティングを考えると、視点を変えればまだまだ新規顧客の開拓ができる余地はあります。地元葬儀社とのタイアップや地元ペット霊園、ペット火葬・埋葬寺院などとのコラボレーションも可能であり、市場が伸びるだけ可能性も高まると思います。昔やったことがあるという話は当てになりません。時代も人も大きく変わってきています。今必要なのはチャレンジすることです。新たな取り組みによって主力のジュエリーの販売に繋がることは必然です。店舗へ違和感なくディスプレイすることも大事な要因になることと思いますが、いまは新規顧客の開拓をしていくことが大事なことです」と説いている。

地域に根差した小売店への提案
チャレンジすべき「ペットのメモリアルジュエリー」

ブでオンライン交流に抵抗がなく、人種や性別、価値観などの多様性(ダイバーシティ)を尊重でき、SDGsやサステナブルなどの社会課題に対する関心が高い人たちのことである。

人口の割合からしても、総人口の推計1億2380万人中、15歳以下は11%と最も低く、15歳~64歳が59%を占め、65歳以上は29%となっており、人口に占める子供の割合は49年連続で減少中である。

は15歳前後と言われ、長寿傾向にあるようだが、人間と同じ高齢化を迎えている。さらに、「ペットはかけがいのない家族」ということから、埋葬する場所がないという問題が人間と同じ課題になっており、ペット葬も手元供養の需要が伸びているという。

現状では人間の葬儀ビジネス市場規模の1兆7000億円には遠く及ばないものの、ペット葬儀関連の市場規模は350億円前後と言われ、お寺などがペット葬儀埋葬の方向へ舵を切り始めている傾向から、今後の市場は伸びると予測されている。

昭和世代から上の時代に生まれた人たちは、2015年から始まった「持続可能な開発のための2030アジェンダ」をどのように捉えてきたのだろうか。これからの生きる大切な子供たちだけに大きな課題を背負わせていないだろうか。

まさにブライダルビジネスはブライダル文化の強化が必要ではあるが、単純に数量が減っていくことは明白であり、対策が必要である。

ペットは家族と同じだという価値観が定着し、ペットロスに悩む人たちが増加しているといわれる。人間と同じく「心の拠り所」として形に残るものが欲しいという飼い主は多く、ペットを家族ととらえる人たちが、思い出に残せるジュエリーは魅力の一つになり得るのであり、そんな思いに応えられるペットのメモリアルジュエリーを提案できるだけの親和性が宝石店には眠っているの

である。興味があれば資料等は杉浦氏に送ってくださるの、問い合わせを。
▼スーパーハードシャイン=杉浦正芳。sugiura@sh-shine.jp、TEL.03-5807-0050。https://sh-shine.jp/。

昭和世代から上の時代に生まれた人たちは、2015年から始まった「持続可能な開発のための2030アジェンダ」をどのように捉えてきたのだろうか。これからの生きる大切な子供たちだけに大きな課題を背負わせていないだろうか。Z世代とα世代だけに限らず、デジタル社会を生きてきた令和・平成世代においても、理不尽な社会や持続不可能なビジネス、不透明な情報、不適合な価格や価値などには敏感になってきており、誰が作り、適切な賃金が払われているのか、環境問題、情報開示など産業として考えるべきことが山積みであるのは間違いない。

新しい分野やカテゴリーを取り入れることも必要だろう。マーケットでは様々なモノや素材、技術や店舗などのコラボレーションが盛んに行われている。購入動機を高めるためだったり、新しい価値の創出でもあったりする。そんな中でも伸びることが予想されている産業もある。それがペットとメモリアル市場である。

ペット市場は現在1兆8265億円規模(ペットフード、用品、トリミング、保険、葬儀等)と言われている。ペット数は推定1800万頭にも及び15歳未満の数の(1401万人)を上回っており、日本の総世帯数に

対しペット飼育者は9.1%に当たる。ペットの平均寿命は犬と猫の総世帯数に

国内の市場開拓

宝飾市場を見れば、長い間特に新し

の総世帯数に対しペット飼育者は9.1%に当たる。ペットの平均寿命は犬と猫の総世帯数に

の総世帯数に対しペット飼育者は9.1%に当たる。ペットの平均寿命は犬と猫の総世帯数に

FD.P Lab Fixture Display & Packaging Laboratory advertisement with image of jewelry display.

The Jewelry Concierge advertisement with image of jewelry and contact info.

Kuwayama advertisement for ring products with image of a ring.

KOHSAI ONLINE SHOP GRAND OPEN advertisement with QR code and shop info.

for you forever UCHIARA advertisement with image of a flower and jewelry.

SEA FORCE advertisement for jewelry processing services.