



インドの プラチナ宝飾品

プラチナ・ギルド・
インターナショナルの
Vaishali Banerjee氏、インドの
プラチナ宝飾品市場を語る

プラチナ・ギルド・インターナショナル (PGI) はプラチナ宝飾品に対する知識を高め、幅広い普及を目的に消費者と業界団体のために活動している国際的な広報機関。そのインドオフィスのマネジング・ディレクター、Vaishali Banerjee氏はインドでのプラチナ宝飾品の普及に20年以上関わってきた。彼女のもとで、PGI Indiaはプラチナ宝飾品市場を成長させるべく、消費者と業界のための戦略的なプロモーション活動を行なっている。

インドのプラチナ宝飾品市場はこの20年間でどのように変わったか?

インドにはゴールドを主に成熟した宝飾品市場があるが、PGIはプラチナ宝飾品の価値を高め持続可能な発展を可能にすることを目標に、2000年からインドで活動を開始し、消費者レベルでは需要を生み出し、業界レベルでは製造と小売の知識を積み上げることに努力をしてきた。おかげで裕福な若い世代が購入する貴金属宝飾品のうち、プラチナ宝飾品はこの20年間で国内上位20のローカル市場で15%を占めるまでに成長した。

我々はプラチナ宝飾品市場を築くため、3つのブランド戦略を打ち出してきたが、それらはどれも若い世代が好む進歩的な価値と、モダンでミニマリズムなメッセージ性のあるデザインの提案が基本にある。個性を表現できる、人とは違う宝飾品を好む若い消費者に焦点を当てた戦略は成功し、統計によると都会に住む若い裕福な女性の89%はプラチナ宝飾品を購入したいと考えている。

さらに男性向け宝飾品として2019年終わりに立ち上げた「Men of Platinum」ブランドは短期間のうちに大成功を収めた。



「Men of Platinum」では クリケット選手のKL Rahulを起用
写真提供: PGI

このプロモーションは、伝統的な価値を代表しているゴールド宝飾品に代わる新しいものを求めている現代の若い男性に、今までにないデザインのプラチナ宝飾品をアピール、貴金属を多く使う重量のある男性用宝飾品でプラチナ宝飾品のビジネスは大いに広がった。プラチナ宝飾品がインドで普及している証として、2002年は僅か16店だった取り扱い小売店が、今日は1800店以上に増え、うち大手16社は独自にデザインした商品を販売している。

今年のこれまでのパフォーマンスの総括は？

世界経済の先行き不安と国際情勢の緊張にも関わらず今年のインド経済は手堅く、IMFは 2023年3月までの年間GDP 成長率を 6.8%と予測。

2022年の間、インドの宝飾品産業は消費者のポジティブなセンチメント、路面店の盛況、そしてPGIの販売戦略を背景に、プラチナ宝飾品を含め大きく伸びている。

プラチナ宝飾品製造は2022年前半に急速に成長した。春祭りとも呼ばれる Akshaya Tritiyaや夏の結婚式シーズン、そしてPGIによる「Platinum Season of Love」と銘打ったキャンペーンに向けて小売店は在庫を増やし、この期間に製造量は前年比で70%以上増えた。もっとも2021年第2四半期はコロナ禍の第二波とロックダウンで販売が激減した時期ではあったが。

プラチナ宝飾品がインド市場で確実に増えているさらなる証は、2022年7月に開催された「Platinum Buyer Seller Meet」にて、製造業社への注文が2019年の125%増となったことにも現れている。これはコロナ禍後のプラチナ宝飾品販売の伸びに小売業者らが確信を持っていることを意味している。

消費者を動かしているのは？

インドの宝飾品文化には非常に長い歴史があり、大事な節目や祝賀には特別な宝飾品が欠かせない。年の前半は Akshaya Tritiya 祭と夏の結婚式シーズンが貴金属を購入する主要なイベントとなるが、コロナ禍後の消費者は、早く平常な生活を

取り戻すためにも祝い事の機会を求めており、プラチナは特に愛情の象徴、人生の重要な節目を記す意味合いを持つことから選ばれている。

PGIは様々なブランド構築を手掛けてきた。

2009年はプラチナ製の結婚指輪で現代の愛情の形を象徴する「Platinum Days of Love」。2015年に、花嫁へのギフトコレクションとして紹介された「Platinum Evara」は、今や女性が自分へのプレゼントとして購入するエレガントでスタイリッシュなデザインのコレクションに発展している。2019年には男性宝飾品の分野に進出。2021年に立ち上げた「Men of Platinum」にはクリケットの人気選手 KL Rahul を起用し、インドの国民的スポーツであるクリケットを通じて我々がターゲットとする消費者層を狙った。

こういったブランド戦略は消費者の間で非常に高い認知度を得ており、「Platinum Love Bands」は62%、「Platinum Evara」は76%、そして「Men of Platinum」は僅か2年で56%という認知度を誇っている。

PGIはまた、若い世代の心を掴むためにデジタルツールを多く使い、商品の検索や満足いく購入までを含めたプロセスに活用している。

新しい試みとしてデジタルツールを採用しているが、我々が2022年3月に行った18歳から40歳までの消費者を対象にした調査では、依然として65%が店舗での購入を好むとしている。特別な宝飾品の購入には、高額な商品を消費者が手に取り、実際に身につけてみるができる店舗の存在とそこでの経験が非常に重要なことがわかる。

プラチナ宝飾品のマーケットシェア拡大のための、PGI India と宝飾品業界の協力体制は？

我々は、ブランドマーケティング戦略に加えてパートナー各社と共に需要喚起に向けて活動をしている。販売高が低迷する季節には、1ヶ月間にわたる「Platinum Season of Love」というマーケティングを通じて販売促進に勤めた。

また、「Platinum Buyer Seller Meet」を通じて小売業者がホリデーシーズン前に十分な在庫が確保出来るようサポートしている。店舗の販売員の知識向上を販売に結びつけるために我々はオンラインを含めたトレーニングプログラムを作成し、今年だけでも1万5000人以上の販売員を教育してきた。

これらの活動に加え、店舗での販売を増やすには商品のデザイン開発も重要となっている。この点に関して、我々は店舗ではゴールド宝飾品のコーナーで販売できるゴールドとプラチナのコンビのデザインを提案している。コンビのデザイン商品はゴールド宝飾品の中で目立つため小売店にとっては非常に有効で、一つの店舗の中の複数の箇所ですらプラチナ宝飾品を販売できるなど、売上の拡大に役立っている。

今年残りのインド市場におけるプラチナ宝飾品の展望は？

好調なスタートを切った2022年だが、ヒンズー教の新年の祭典にあたる Diwali 祭を含む今年最後の数ヶ月間のホリデーシーズンに関する手応えは非常に手堅く、小売業の

全てのカテゴリで成長が期待できる。宝飾品製造に関しては、今年は6トンとなる予測を立てている。

昨今、ゴールドの輸入税に歩調を合わせるためにプラチナの輸入税が引き上げられたが、我々のパートナー各社はそのことによる影響はないとしており、逆に業界全体に透明性をもたらすことになるだろう。

インドのプラチナ宝飾品小売業界の61%をカバーする我々のパートナー各社の業績は伸びており、プラチナ以外の宝飾品市場がコロナ禍以前の2019年の水準にようやく回復するとされる中で、2022年のプラチナ宝飾品市場はその水準を越えることになるだろう。



PGI Indiaのマネジング・ディレクター、Vaishali Banerje,

Contacts:

Brendan Clifford, Institutional Distribution, bclifford@platinuminvestment.com

Edward Sterck, Research, esterck@platinuminvestment.com

Vicki Barker, Investor Communications, vbarker@platinuminvestment.com

WPIC Japan Japan@platinuminvestment.com

Sophia Zeng, Japan Market Development Manager, szeng@platinuminvestment.com



免責条項: © 2022 World Platinum Investment Council Limited. All rights reserved. ワールド・プラチナ・インベストメント・カウンシルの名称、ロゴ、及び略称WPICは、World Platinum Investment Council Limitedの登録商標となる。当出版物のいかなる部分も、出版者の許可なく、いかなる手段にて複製、送付されてはならない。ワールド・プラチナ・インベストメント・カウンシルはいかなる規制機関からも投資アドバイスを行うことを承認されていない。当出版物は、有価証券あるいは金融商品の売買を提案または勧誘するものではなく、またそのような提案または勧誘とみなされるべきではない。どのような投資も専門の投資アドバイザーに助言を求めた上でなされるべきである。掲載写真は例示を目的としてのみ使われている。さらに詳細な情報は WPIC のウェブサイト参照: <http://www.platinuminvestment.com>

当和訳は英語原文を翻訳したもので、あくまでも便宜的なものとして提供されている。英語原文と和訳に矛盾がある場合、英語原文が優先する。