

# 何よりも「里海的な真珠養殖業」アピールを ＝日米欧の市場深耕へ向けて＝

日本真珠振興会理事／覚田真珠株式会社 覚田 譲治

日本の農林水産物の品目別輸出金額において、アコヤ真珠は上位に位置しており、昨年度はついに1位となった。真珠の世界において、日本から輸出されるアコヤ真珠には、どのようなライバルがいて、どのような市場があり、今後何が求められるのかを纏めてみた。

## 世界の海産真珠の生産状況

日本産アコヤ真珠の過去5年間の生産量は、急激な増産がなく安定している（図1）。生産量や品質の安定が流通市場では好感され、在庫しても価値が下がる恐れがないとの安心感を生み、人気に繋がっている。市場の高い評価は、漁家の収入増加→技術革新→品質向上という良いサイクルを回すこととなった。

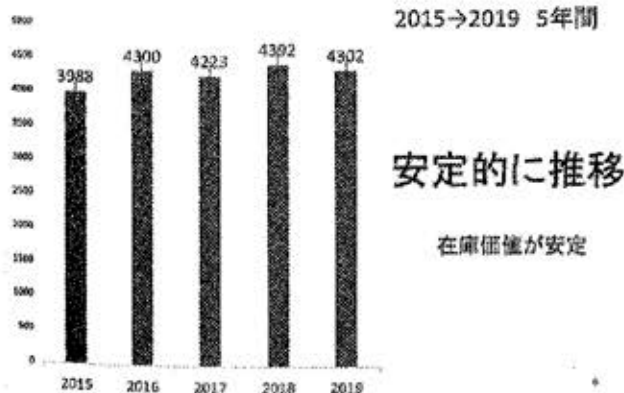
次にインドネシア、オーストラリア、フィリピン、ミャンマーで行われている白蝶真珠を見ていくと、ミャンマーでの増産と、それ以外の国々での減産が顕著であった。それに

よって、オーストラリアを中心に産出する白色の真珠の値段は上昇基調にあり、ミャンマー、フィリピン、インドネシアを中心に産出する黄色系の真珠の

値段が軟調になってきている。品質によってはピーク時の半分程度の単価となっている。

そして、そのほとんどが、フレンチポリネシアで養殖されている黒蝶真珠を見てみる。2017年に輸出のための品質検査が撤廃された結果、一時的に輸出量が激増し、今年からは大幅な減産が予想されている（次頁図2）。生産者は低品質なものでも輸出できるようになったことから、過度の効率化で量を追うことになる。その結果、品質は低下し、単価はさらに下落する。これは日本のアコヤ真珠が赤変病から後に経験してきた道筋で、何かのきっかけで過度の効率化から抜け出して、品質の向上が起これば、単価の緩やかな上昇が起こらない限り続くと思われる。

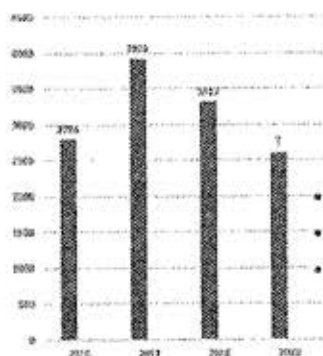
以上からも、世界の海産真珠の中では、日本産アコヤ真珠の生産は順調に推移してきたと言える。図3（次頁）は現在の海産真珠の生産シェアだが、2009年には日本産アコヤ真珠のシェアは17パーセントしかなかったことを思うと、その存在感はこの10年で大きく増したと言える。



＜図1＞5年間の共販実績（費）

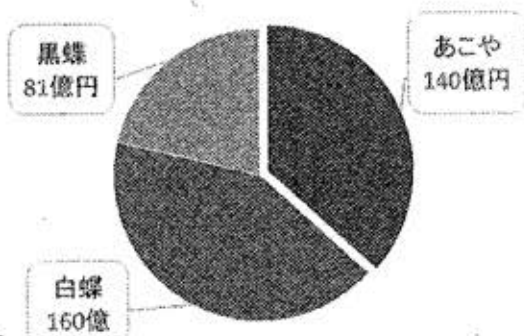
## 世界の真珠市場の状況

長く日本、北米、ヨーロッパが主要な



- 2017→輸出規制撤廃で激増
- 2018→15%減
- 2019→大幅減?

<図2>黒蝶輸出量推移(貨) 2016~19 -日本真珠輸出組合調べ-



<図3>母貝種別シェア(金額) -日本真珠輸出組合調べ-

市場であったが、これらの市場での真珠販売はここ最近低迷している。ヨーロッパ最大の真珠インポーターであったショフェル社は2019年4月に廃業した。北米においても、ニューヨークに拠点を持つ伝統的なインポーターは鳴りを潜めている。日本においても路面店、百貨店や通信販売のこれまでの販売ルートは苦戦を強いられている。真珠の消費をけん引しているのはインバウンドツーリストではないかと考えられており、国内需要自体は低迷している。日米欧の三つの地域に共通していると考えられるのは、消費者がある一定の期間消費行動を経験したことで、消費行動が変化したことではないだろうか。つまり、人よりも自分を豪華に見せてくれる奢侈品(しゃしひん)よりも、知識や旅行、コミュニケーション、ダイエット、アンチエイジングなど、精神的な心地よさがより求められていると感じる。

一方、中国における真珠の消費は旺盛で、世界の海産真珠の70%は最終的には中国で消費されていると推測される。世界中で生産される養殖真珠の多くは日系の事業者に入力されるが、日本で加工された後、最終的には中国系の事業者に販売される。その中でも日本産アコヤ真珠の人気はこの5年ほどで大きく伸びている。その理由は諸説あるが、目方で単価の幅が決まる真珠において、比較的サイズの小さいアコヤ真珠はワンアイテム当たりの単価が他の海産真珠のジュエリーよりも安価になるということと、東洋人の体格と肌の色にマッチした美観を備えていることが人気の理由と考えられる。しかしながら、中国自体が豊かになり多くの中国人が奢侈品に馴染む消費行動を経験した。ITの進んだ今日では中国の人々がごく短期間で、日米欧のような消費行動の変化を起こすかもしれない。

### 中国の次の市場

米中貿易摩擦と中国経済の減速は中国の日本のアコヤ真珠人気にも影を落とすことが予想される。これらは中国人バイヤー達の購買行動をこれまでになく慎重なものにするだろう。これまでのように幅広くアコヤ真珠の商品を用意出来れば、中国の顧客に購入してもらえると状況は続かない可能性がある。そこで中国の次の市場はどこなのかが話題になる。かつては、一人当たりGDPがある一定を超えると真珠の販売が動き出すと言われ



真珠はサステナブルな宝飾品



ていたが、目ぼしい国を見つけることは出来なかった。それでは中国を除くBRICSの国々はどうか。これらの国々はいずれも関税率が高く、真珠に対する需要を作りだしていくためには時間と費用が伴うと察せられる。また、真珠の養殖が行われている国は真珠製品と親和性が高いが、中国を除き市場規模は大きくない。ある程度見まわしてみると、次に来る市場を探すよりも、人口規模も所得もすでにある日米欧を再耕深耕した方が、可能性は高いように思われる。では、それらの奢侈品需要が低くなった市場で、どうしたら買ってもらえるのだろうか。それには真珠に新たな価値を付加する必要がある。

#### 新たな価値とは

新たな価値を付加する取り組みはすでにはかの奢侈品では行われている。ティファニー等宝飾グローバル企業では人権侵害や環境破壊に加担しない産地のものであることを情報公開する取り組みが行われている。金の採掘においても、フェアマインド認証ゴールドなど同様の取り組みがある。宝飾業界では、RJC (responsible jewellery council) という非営利団体を組織して、ダイヤモンド、金、プラチナの採掘から小売りまでの全工程における、社会・環境責任の規範と規格の遵守をアピールしている。これにはデビアスやリオティントなどの採掘に携わる会社から、カルティエやブルガリなどのブランドも参加し、その数は世界で1,100以上の企業会員を数える。これらエシカルやサステナビリティの認証は世界の宝飾品市場では浸透しつつある。

これは我が国の真珠産業も早く気づき、取り組むべき方向である。日本におけるアコヤ真珠養殖ではすでに、自然の復元力(レジリエンス)の範囲内での養殖がおこなわれているし、養殖過程で出る有機物のゴミや、真珠採取後の身をコンポスト化する試みも行われている。養殖筏に垂下される養殖籠は水中で

魚礁のような働きをし、生物多様化にも貢献している。

何よりアピールすべきは、里海的な真珠養殖業の営みである。豊かな自然があるから綺麗な真珠が出来るだけではなく、豊かな自然があり、それに人が手をかけ、自然はより豊かになり、その恩恵として真珠がひとに与えられる。その結果生計は成り立ち、人はまた自然に手をかけ、自然はより豊かになる。真珠を介して連綿と続くこのループが、真珠養殖の示すサステナビリティのモデルで、他の宝飾品にはないアドバンテージである。

サステナビリティの担保は今日の社会の要請でもある。真円真珠養殖発祥の地である志摩市は、持続可能な世界を実現するための取り組みを先導的に進めていく自治体である「SDGs未来都市」に選定された。SDGsはエシカルとサステナブルを人の生活まで広げて、より分かりやすく噛み砕いたものだ。17色が円形に配されたSDGsのラベルピンを着けている人を目にする機会は日に日に増えている(図4)。

以上のように、真珠養殖が本来持っている、人と自然の持続可能な関係を実践して積極的にアピールしていくことが、所得も人口規模もある日米欧の市場に対して有効であると考えられる。そしてこれらの市場の深耕が、真珠産業の経済的なサステナビリティを高める近道である。



<図4>SDGsラベル