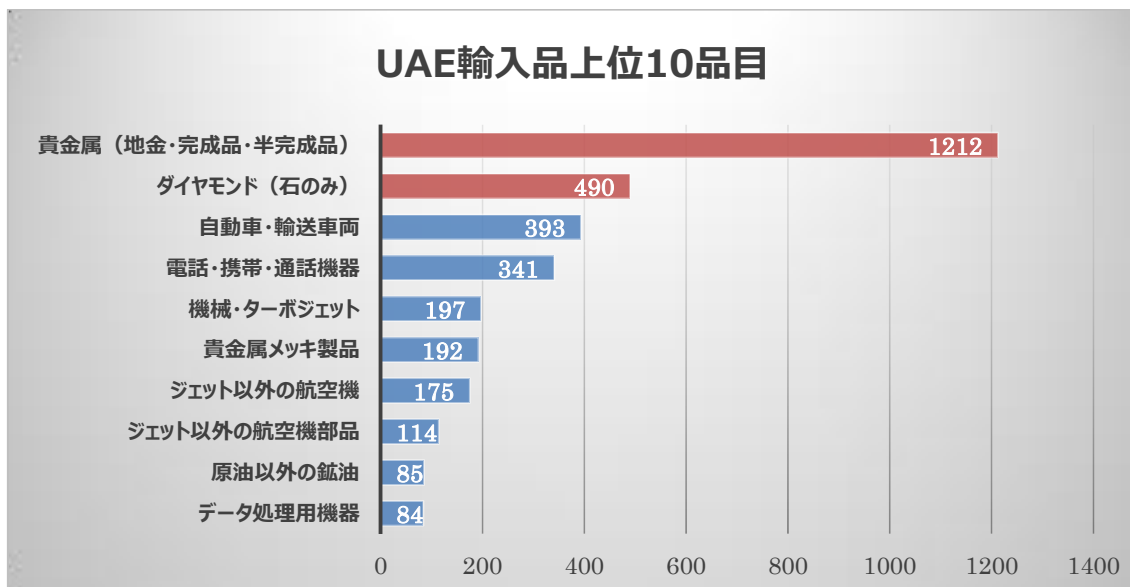


UAE のジュエリー・宝飾品市場の概況

1. はじめに—UAE/ドバイの市場概要

アラブ首長国連邦（UAE）は7首長国からなる連邦国家で、北海道とほぼ同じ面積に、約1000万の人口と大阪府を少し上回る程度のGDP・経済規模を持つ。居住者の9割が外国籍で、世界一の国際線旅客数を誇る空港と中東随一の港湾機能を有するグローバル・ハブであることが大きな特徴だ。

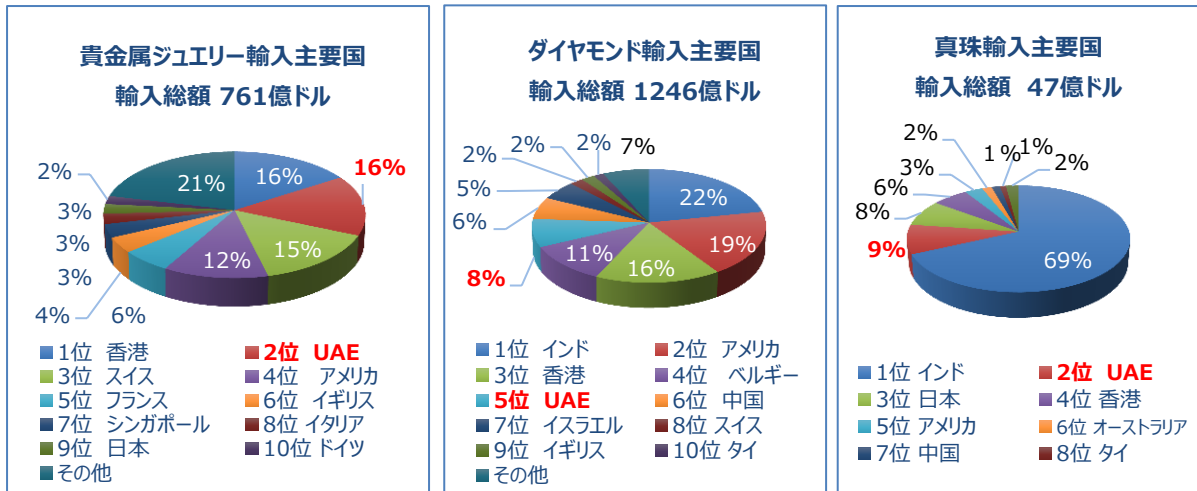
UAEと聞いて連想されることのひとつとして、「ゴールド・スーク」で所狭しに並べられている貴金属、きらびやかなアラブの宮殿といった豪華なイメージがあるだろう。実際に輸入統計を紐解くと、2017年のUAEの総輸入額（経済特区の輸入を除く）の6,640億AED（約20兆円）のうち、上位の品目は**1位が金（地金・完成品・半完成品）**で1,212億AED（3.6兆円）、ついで**2位がダイヤモンド**で490億AED（1.5兆円）の順となっている。自動車は3位で390億AED（1.2兆円）、そして4位が電話・携帯の通話機器で479億AED（1兆円）と続くが、金とダイヤモンドを合わせた輸入額1,702億AED（5.1兆円）は輸入総額の実に4分の1を占めている。そのイメージの通り、UAEで宝石・貴金属・宝飾品が盛んに取引されていることが伺える。（1AED＝約30円として計算）



出所：UAE 連邦税関庁統計より作成（2017年データより）（経済特区の輸入を含まない）

なお、世界市場におけるUAEの位置づけとしては、2017年のデータでは、貴金属ジュエリー（貴金属・貴金属メッキを含む）が輸入額において世界2位、ダイヤモンド（セットされていない石）が同世界5位となる。また輸出においては、それぞれ、9位、6位となっており、確かな存在感を示している。ほか、

湾岸地域で石油が採掘される前かつ日本が養殖技術を確立する前の主要産業であった真珠は、産出こそ限定的となったものの取引はなお盛んであり、輸入額はインドに続いて世界2位となっている。



出所：ITC(International Trade Statistics)より作成（輸出入統計品目番号より、左図 HS7113・右図 HS7102）

本稿では UAE/ドバイを中心としたジュエリー市場について、その概要をお伝えしたい。

2. UAE のジュエリー・マーケット

UAE のマーケットの構造・特徴について概観すると、なかでも宝飾業界の中心地としての役割を担っているのは**ドバイ首長国**である。そもそもドバイは UAE の輸入総額の内 78%を占め、リテール市場における存在感は突出している（順にアブダビ 17%、シャルジャ 4%）。UAE にある 120 のモールの半数がドバイに立地しており、モールの規模においても他の首長国を凌駕する。あわせて、UAE 全体で 45 箇所ある経済特区のうち 27 箇所がドバイに立地しているビジネスのハブともなっており、首都アブダビやシャルジャなど他の首長国に所在するモールでも貴金属、宝飾品の販売はされているが、ドバイを本拠地として流通させている例が多い。経済特区の一つである**ドバイ・マルチ・コモディティ・センター（DMCC）**には関連業者の集積が見られる。同区は本拠地を「アルマス・タワー」（ダイヤモンド・タワーという意味）という高層ビルに置いており、その中には、ダイヤモンド取引所、ダイヤモンドの研磨業者、その他貴金属・宝石業者、宝石デザイン学校に鑑定業者など、業界各者がオフィスを構えている。

主要なリテール・エリアに関して解説すると、UAE 各地に所在するショッピングモールには必ずジュエリーショップがあることに加え、ドバイの次の 2 エリアは貴金属専門の巨大な市場となっている。

I. ゴールド・スーク：ドバイの「ゴールド・スーク」には、販売店舗（リテラー）だけでも 300 店以上、その他、



貴石・半貴石・パールなどの卸売やトレーダーなどの事務所も軒を連ねる。同様の市場がアブダビやシャルジャ、その他の首長国にも存在するが、ドバイは「常時 20 トン以上の金製品が展示されている」と言われるほどの集積で他首長国を圧倒している。店舗には UAE 内で加工された金製品をグラム売りしており、その日の金相場に加工料（店やデザインによっても異なり交渉の余地あり）を乗せて販売している。これに対し、輸入品や貴石・半貴石などが入ったものは定価販売となっている。観光客も多いが、インド系やアラブ系など金の財産価値を重視する居住者も多く訪れ、UAE 人も伝統的な民族衣装に合わせるジュエリーをゴールド・スークで購入するという。なお、本スークでは昔ながらの営業時間(午後 1 時～ 4 時まで休憩で店を閉める、シエスタのような慣習)を取る店が多く、夕方などの営業時間は周囲が激しく渋滞することに留意。（写真前ページ：スーク内のアーケード/上：並ぶ金製品）



II. ゴールド&ダイヤモンド・パーク：ドバイにある貴金属・宝石業の経済特区（Jebel Ali Free Zone の管轄）。

100%外資での会社設立が可能であり、ドバイ・モール等の開発を手がける政府系デベロッパー最大手「EMAAR」の商業施設にもなっている。施設内には 90 店舗の貴金属・宝飾リテイラーが出店している他、118 の加工・工業用のスペース、350 のオフィススペースがある。路面店の多いゴールド・スークとは趣が違い、店は全て建物の中に入っており、飲食店も入居している。金以外のダイヤモンドや貴石が入ったデザイン重視の店が多い。「ゴールド・スーク」と並んで観光客も多いが、比較的落ち着いており、ゆっくりと宝石店を見て回ることができるので好評であり、修理や加工・デザインの相談などの対応が良いともいわれている。（写真：施設の外観）



前述の市場やモール等に入居する店舗の特徴としては、大きく分けて次のようなカテゴリーに分類できる。

- I. **金製品をメインに扱うジュエリー店**：ゴールド・スークや小・中型のショッピングモールなどを中心に展開している。場所によって販売されている貴金属・宝飾品のデザインも異なる傾向にあり、観光客がメインターゲットとなる大型モールなどの中にあるテーマエリア（アラブの伝統的なスークをイメージし、絨毯や土産物売っているショップが集合している場所等）では、豊富なデザイン展開をしており、手頃な値段のものから、高額な商品まで揃えている店舗が多い。店頭でヒアリングしたところ、18K をメインにダイヤモンド・貴石・パールなどをあしらった洗練されたデザインで、高価格帯が主力とのことであった。大型モール以外の場所では、資産として金の純度を重視する居住者を主な購買層として 21～24k がメインとなる傾向にある。しかしながら、居住者、特に UAE 人の若年層はデザイン重

視で、金の純度にはこだわらない人々が増えており、その傾向は変わりつつあるとの声もあった。居住者の消費嗜好については後述する。

II. ダイヤモンド・貴石をメインに扱うジュエリー店：富裕層をターゲットとして、欧米系・中東系・南アジア系の様々なブランドが大型モールや高級ホテルで独立店舗を展開している。外資系ブランドの独立店舗は UAE の現地代理店を通して展開している。代理店の中には高級ブランドを多数抱える上、宝石を自ら調達、自社でデザイン・加工して自身の店舗内で多数のブランドと一緒に販売しているところも多い。主要な店舗・ブランドは次の通りである。

欧米系：高級ブランドの独立型店舗が多数展開されている。カルティエ（UAE に 5 店舗）、ハーウinston（同 2 店舗）、ティファニー、ブルガリ、ショーメ、バンクリーフ&アペル、ブシュロン、ポメラート等。代理店が所有している販売ルートや高級デパートの宝飾品売り場に他のブランドと一緒に販売されているケースもある。ドバイ・モールをはじめとする高級ショッピングモールに店を構えている。

中東地場系：「ミキモト」を含む多数のブランドの代理店を務め中東で 300 店舗以上を展開する「Damas」をはじめ、「Al Zain」、フランスの宝石店「ショーメ」の代理店でもある「Al Fardan」、「Ahmad Seddiqui & Sons」、「Mahallati」、「Liali」、「Levant」、「Samra」、「Istana」、「Jawhara」、「Mouawad」、「Pure Gold」等が挙げられる。UAE には中東・近隣諸国からの移民が UAE 人のビジネスパートナーとジュエリービジネスを立ち上げて成功、国内外に拡張を続けている地場企業が多く、中には何世代にも渡って家族経営でビジネスを続けている企業もある。（写真：Damas 店舗例）



南アジア系：UAE において最も人口の多い南アジア系に好まれる金の純度の高い 21~24K の商品が充実している。中には有名なインド映画女優をイメージキャラクターに使用して宣伝している企業もある。2018 年中には UAE で 50 店舗の展開を予定する「マラバル(Malabar)」は世界第 5 位の売上高を誇る。他の主要なブランドとしては、同じくインド系の「ジョイアルカス (Joyalukkas)」、パキスタン系の「エイリー(ARY)」等。いずれもゴールド・スークやインド系スーパーが入っている中・小のモール等に進出し店舗展開している。カラーダイヤモンド、エメラルド、ルビーなど希少価値の高い宝石を主に扱う「**ダマーニ(Dhamani)**」は、インドからドバイ DMCC に拠点を移し、買い付け、加工・販売を行っており、高級ホテルや大型モールに独立店舗を設けている。（写真右上:Malabar 店舗例、右下:Dhamani 商品例）



III. セレクトショップ、ネットショップ：本物に見えるようなコスチュームジュエリー、ファッションジュエリー等もあわせて取り扱う、コンセプト重視のセレクトショップにも近年人気が集まっている。ネットショップの業態も展開しており、自社ジュエリーのオンライン販売を行っている店もあれば、高級ブランドを取り扱うネット販売専門会社もある。

「**O concept**」は豊かなライフスタイルを提案するセレクトショップで、ベルギーの都会的で洗練されたデザイナーズ・ジュエリー「メゾン・マルジェラ(Maison Margiela)」や、エナメル加工のバングルを専門に製作しているスイスのファッションジュエリーブランド「サルイリモン(Sal Y Limon)」など、ユニークな商品を多く取扱い、人気を博している。

「**Symphony**」は特に UAE 人に人気のセレクトショップで、3人の UAE 人女性デザイナーが手がけたジュエリーなどを店頭販売している。中でもイスラム教最大の聖地メッカのカーバ神殿を模して製作したボックス型のペンダントは好評だ。

「**Ounass**」はネット販売大手で、ブルガリ、ブシュロン、ポメラート、グッチの宝飾ライン等の高級ブランドや、アレキサンダー・マックイーン、オスカー・デ・ラレンタ、バレンチノ等のファッションジュエリーを取り扱っている。

3. UAE の消費者像—購買層の大まかな実態と嗜好傾向

UAE には約 200 もの国籍の人々が居住していると言われていたほどグローバルな国家であり、その嗜好は千差万別だ。人口約 1000 万人の内、男女比率は 7 : 3、UAE 自国民は約 10%にすぎず、残りの約 90%の外国人となっている。単身での出稼ぎ居住が多いために男性、しかも所得水準が低いうえ収入のほとんどを自国にいる家族に送金しているような単純労働者層も厚い。宝飾品のような高価格帯商品の売り先となる購買層を大まかに捉えれば、約 1 割の UAE 人（世帯年収平均約 2,600 万円 ※2017 年ジェトロ調べ）に加え、所得の相対的に高い、約 3 割の家族を帯同する外国籍居住者（世帯年収平均約 1,000 万円）と考えられよう。

あわせて、ドバイだけで年間約 1,500 万人（2017 年：宿泊を伴う海外からの来訪者数）の観光客層もターゲットとなろう。UAE は各種の展示会、イベント、国際的なカンファレンスが多く、ビジネス出張者数も多い。マスターカードの調べによると、2016 年に観光客がドバイで消費した金額は約 3 兆円にも上っており、世界的にみても有数の観光消費都市である。特に宝飾品に関しては、他の国では見られない豊富な金の種類とデザイン、値段の安さ（加工料が安いとされる）から、購買意欲は高い。トランジットを含むドバイ国際空港の国際線利用客数は世界一位で、2017 年に約 8,820 万人が利用しており、ジュエリー店が多数展開している空港免税店の売上高もトップクラスだ。2017 年の同売り上げは前年比 5.6%増加の 19 億ドルで、2018 年の上半期では対前年同月比で 10%を上回っており、通期での売り上げは 20 億ドルと予想されている。

販売店へのインタビュー等も踏まえ、主要な購買層の宝飾品に関する消費性向について以下にまとめる。多分に主観の入った記述もあるが、参考までとしてご容赦願いたい。

- ① **UAE 人**：昨今の UAE 女性は社会進出著しく、高学歴で、流行にも敏感である。伝統的に女兒の出産祝いに、小ぶりのピアス（幼いうちにピアスホールを施す）、ブレスレット、ネックレスを贈る習慣がある。また結婚に際しては新郎側から新婦へ、ネックレス、イヤリング、指輪のセットや腕時計などを贈るといふ。最近の結婚式では石（ダイヤモンドや色石）の入った、18K（白金のこともある）を衣装に合わせて身につけることが多く、結婚式の前に親族の女性が集まって行われるヘナ（手にヘナという植物で模様を描く）というセレモニーでは、伝統的な民族衣装と 21K のアラブ風な装飾品を身につけることもあるという。最近の流行はプラチナや 18K のピンクゴールドに大ぶりの半貴石を合わせるなど大胆なデザインが多いという。若い層では、コスチュームジュエリーにも抵抗がなく、ファッションの一部として楽しんでいる。
- ② **南アジア系**：UAE（特にドバイ）は歴史的に南アジアとの繋がりが深く、UAE 居住者はインド人、パキスタン人、バングラデシュ人の順で多く、全居住者の約 6 割を占める。賃金水準の低い労働に従事する男性単身者の割合が高い一方で、様々な専門分野で成功している者も多く、UAE 企業やグローバル企業で高級技術者や管理職として起用されている家族帯同者もいる。これらの国々では、出身や宗教によっても異なるが、子供の出産祝いや誕生日、親族の結婚のお祝いなどに金製品をギフトとして贈ることが多い。18K よりも 22K と純度重視、デザインは大ぶりで派手なものを好み、インドの伝統的な形や色の装飾を金の上に施したのも好まれている。結婚に際しては、新郎側から新婦にネックレス、イヤリングなどをセットで贈る習慣もある。一方で若い層では 18K に抵抗がなく、デザインは伝統的なものより、ファッションブルでダイヤモンドなどの石が入ったものも好まれているという。
- ③ **欧米系**：特に家族帯同・高収入の居住者が多い。費用対効果にシビアで、商品の品質や価値を自国で買う場合と比較して安いかどうかを鍵という。またデザイン重視で白金とダイヤモンドの組み合わせを好む。金のネックレスでは、白金、18K、またはこれらのミックスの鎖型ネックレスが多い。
- ④ **観光客**：ドバイ・モールや上述のゴールド・スーク、ゴールド&ダイヤモンド・パーク等は定番の観光コースの一つとなっており、自分用やお土産にアラブ風のペンダント・トップ、ブレスレット、細めのネックレス、アンクレットなどがよく購入されているようだ。様々な層が混在し一概に括ることは困難であるが、ドバイ空港利用客数の内訳をみると、インド・サウジアラビア・英国・中国・ロシアの順に多かった。中国人とインド人は金を資産として保有する性向が世界的に見ても顕著に高いといわれている。元々居住者・渡航者とも多いインド人に加え、中国人観光客は年々増加しており、両者はポリウムゾーンといえるだろう。現在でも空港免税店の売上の 1 割は中国人による消費となっており、中国人店員を大幅に増員する方針も発表されている。

最後に、中東市場で嗜好される商品を観察する上でも、以下に列記するような展示会を訪れることをおすすめしたい。展示会はビジネスパートナーを探す上でもっとも基本的かつ有効的な機会である。なかでも UAE で開催される「INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW」はビジネス向け、消費者向けどちらも兼ねている。2017 年の開催実績では、ドバイ展が出展数 500 社、来場者数約 3 万人、アブダビ展が 130 社・約 1 万人。ドバイ展ではジュエリーに関わる全ての商品—ダイヤモンド、金などのジュエリーとしての完成品のほか、セット前の貴石・半貴石や南洋パール、石をセットする為の貴金属の枠、宝飾品を納めるパッケージに到るまでが出品されている。アブダビ展では比較的、完成された貴金属やダイヤモンド・貴石のジュエリー・宝飾時計の展示・商談がメインとなっているようだ。

■ UAE

- ・ 「VOD Dubai International Jewelry Show」 於：ドバイ 会期：例年 11 月頃
- ・ 「Abu Dhabi International Jewelry & Watch Show」 於：アブダビ 会期：10 月頃

■ 湾岸・中東諸国

- ・ 「Istanbul Jewelry Show」 於：トルコ・イスタンブール 会期：3 月・10 月（2 回）
- ・ 「Jewelry Arabia」 於：バーレーン・マナーマ 会期：11 月頃
- ・ 「Doha Jewelry & Watch Exhibition」 於：カタール・ドーハ 会期：2 月頃

ここまでみてきた内容を踏まえ、どのような層にどのような手段でアプローチするか、予めマーケティング戦略を考えたい。UAE 市場の開拓を試みたい。UAE 市場、またジュエリーに限った話ではないが、購買層を理解し、嗜好にあった商品を提供することが現地展開のキーポイントとなる。

以 上

◇あわせて参照ください：

- ・アブダビ・ドバイスタイル（2015 年 12 月）

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2015/02/8a510d662cfc29f9.html>

UAE のジュエリー・宝飾品市場の概況（2018 年 8 月作成）

UAE プラットフォーム・コーディネーター：GEN EVENTS LLC

日本貿易振興機構（JETRO）ドバイ事務所

35th Floor, #3503 - #3506, The One Tower, Barsha Heights, TECOM, Dubai, U.A.E.

【おことわり】本資料は「UAE 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業」の一環として作成したものです。提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご利用下さい。JETRO ではできるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本資料で提供した内容に関連して不利益等を被るような事態が生じたとしても、一切の責任を負いかねますので、予めご了承下さい。