

宝飾業界はデジタル化で儲かる！

Withコロナ時代における、ジュエリービジネスへの提言

2020年8月9日 神戸国際宝飾展

スピーカー

■ 株式会社 セルビー

代表取締役 松谷 稔哉（まつたに としや）



■ 株式会社 ペリド

代表取締役CEO Roni Xu（ロニ ジョー）



2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと①

■デジタルで宝飾業は儲かるのか？



**条件付きながら、
(まちがいなく) 儲かります！**

2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと②

■顧客が受発信する情報量の増加とデバイスの進化と私たち宝飾業界の現状

現代の日本人が1日に触れる情報量

- ・ 平安時代の日本人の一生分
- ・ 江戸時代の日本人の一年分
- ・ 昭和時代の日本人の一か月分

直近2年間で生み出された情報量

- ・ 有史以来生み出された全情報の90%



顧客はスマートフォンを利用して、加速度的にデジタル情報を生み出し、保存し、共有し続けている。

私たち宝飾業界は、顧客のライフスタイルと合致しているか？

2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと③

顧客は、スマートフォン(から得られる情報)に依存して生きている

スマートフォンから得られるのはデジタル化された情報だけ

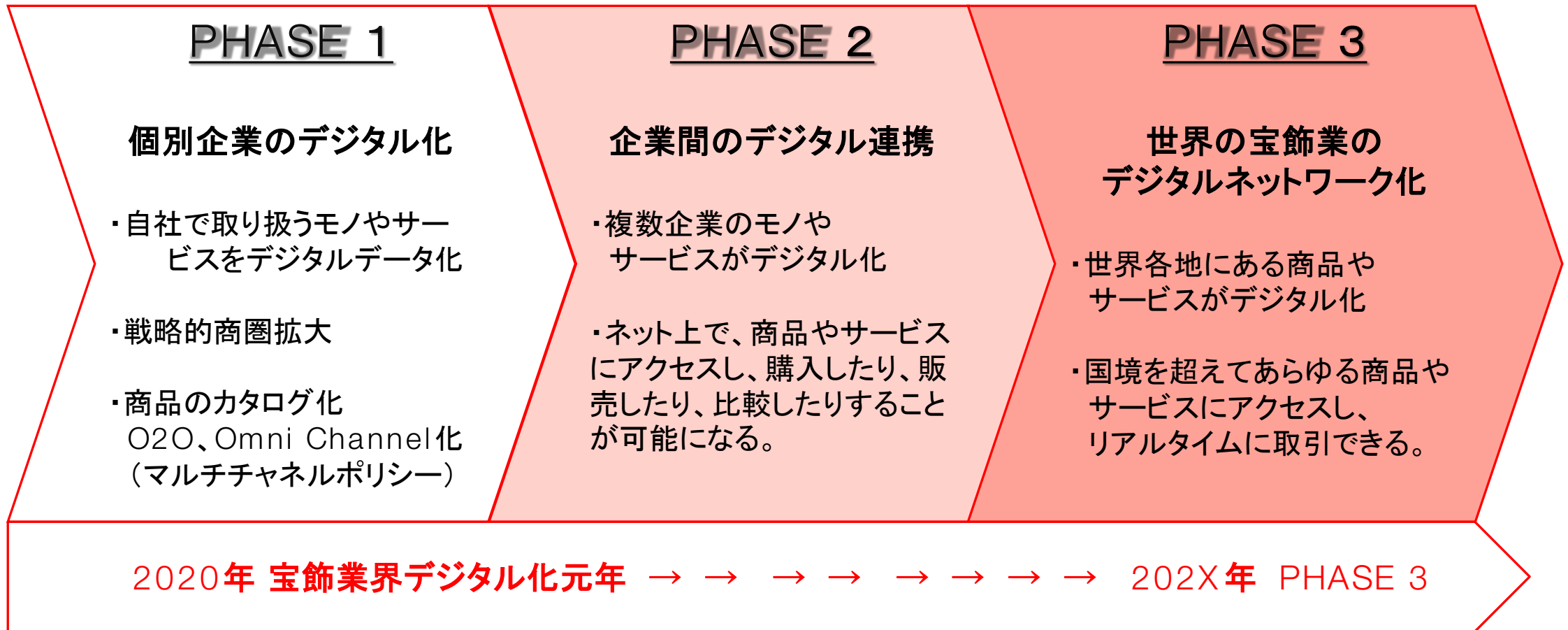
デジタル化されていない情報は誰にも認識されない

スマホでアクセスできない情報は、存在していないのと同じ

情報を発信する = 商品情報やサービス情報のデジタル化

2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと④

■宝飾業界全体のデジタル化(パラダイムシフト)に到る3つのフェイズ(B2B)



2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと⑤

■デジタル化フェーズ2で実現される宝飾業界の4つの変化

Search
(検索)

アップロードされているすべてのモノ、技術、ノウハウ、サービスを探し出し、比較検討することが可能になる。

Omni Directive
(全方向取引)

川上から川下へという一方向の商流が、全方向取引に変化する。B2B2C、C2B2B機能

Distance
(距離)

いつでもどこからでも調べる、見る、買う、借りる、貸す、描く、つくる等ができるようになる。

Experience
(経験)

バーチャルな装着体験の提供や、高精細画像を使った検品などがデジタル技術によって可能になる。

売上・利益を増やすには、顧客や仕入先と接する機会をなるべく多くしなければならないが、リアルチャネルだけでは限界がある。

「探す」、「比較する」、「売る」、「買う」、「つくる」、「経験する」が、すべてスマートフォン上で完結する。

2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと⑥

■デジタル化によって宝飾業が儲かる条件とは・・・

経営トップ(社長)自らが、顧客満足度を最大化するためにデジタル化を自社の最重要経営課題として位置付け、全社戦略として取り組むこと。



《トップの責務と権限》

- ・自社の未来と、ステークホルダーに対する責任
- ・ビジョン(中期経営計画)に基づく投資意思決定
- ・業務優先順位の組み換え＝戦略実行スピードの最大化

デジタル化に対応できた企業だけが生き残り、対応できなかった企業は・・・？



2020年1月20日 IJTセミナーでお話したこと⑦

SoftBank World2013 基調講演

孫 正義氏

Digital or Die?

新型コロナウイルス感染症の世界的流行がもたらしたこと

宝飾業のグローバルサプライチェーンの分断(国や都市のロックダウン ⇒ 事務所、工場、店舗の閉鎖)



B2Bビジネス(輸入・輸出、展示会、手競りのオークション等の卸販売)の、全面的停止。

B2C(小売)ビジネスのうち、店舗販売や催事販売は休業。テレビショッピングやEC販売は・・・？

新型コロナウイルス感染症の流行と、緊急事態宣言の影響

当社の場合・・・

4月7日の緊急事態宣言発令を受け、4月13日～5月31日まで、御徒町と銀座の店舗を臨時休業とした。



3～6月の全体売上高は、前年比で大幅なマイナス

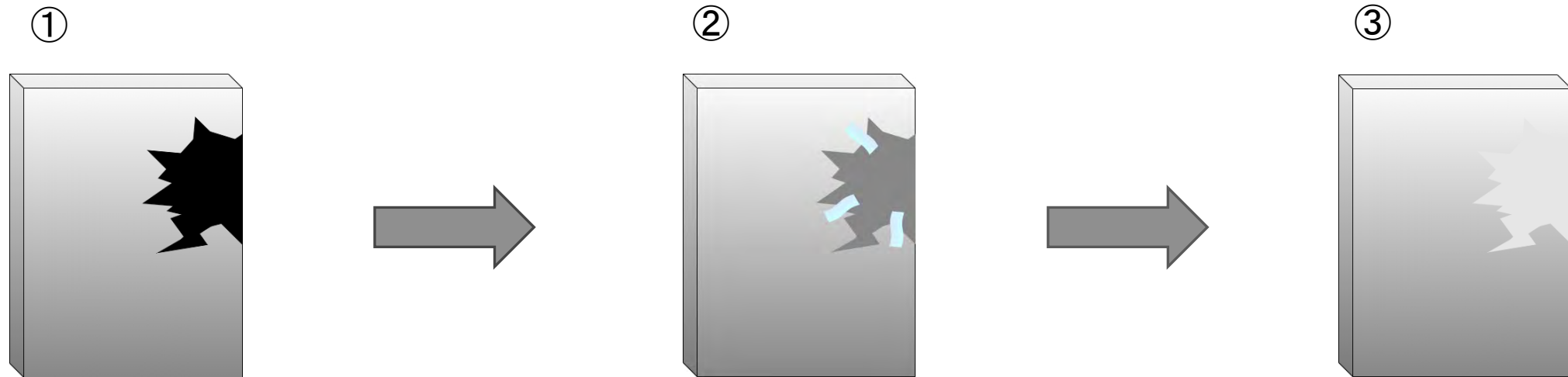
ただしEC部門の売上高は、前年比+14%

当社がEC業務を請け負っている企業様のEC売上高も、すべて前年比プラス

ECは好調。リアルチャネルの休業により、需要の一部がECに流れた？

顧客(市場)が、コロナ前にもどるのはいつか？①

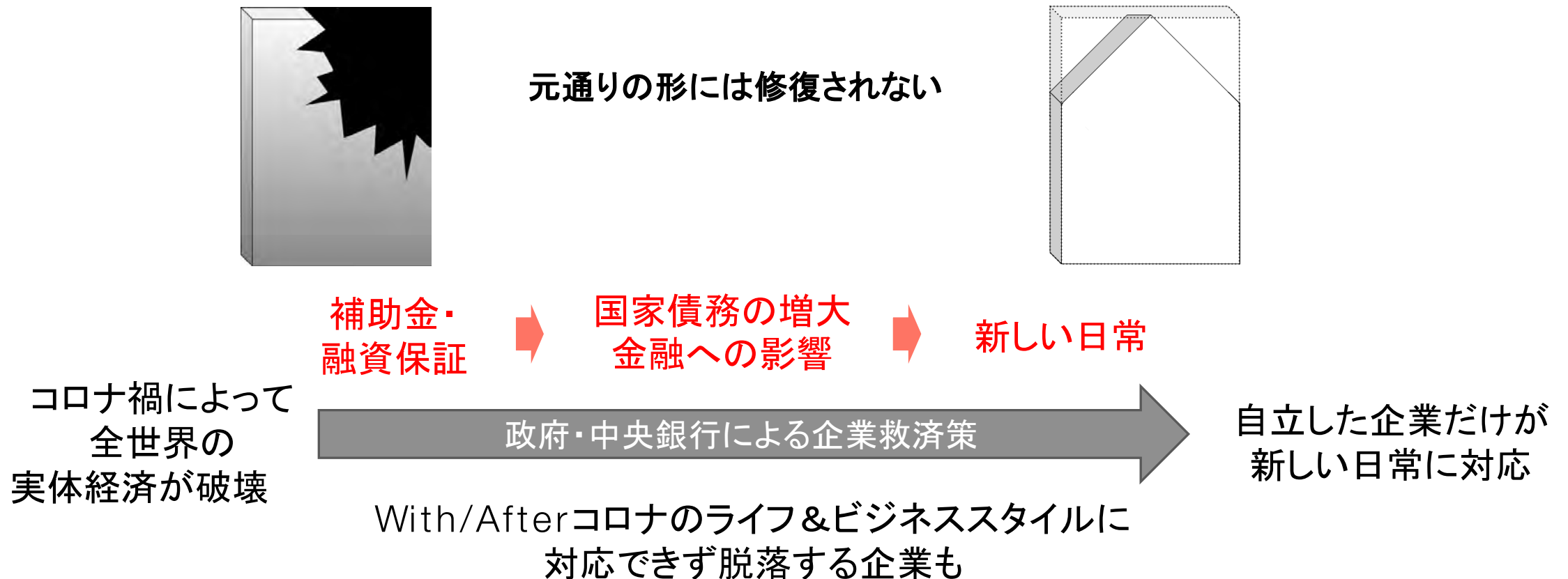
■リーマンショックに見る市場回復プロセス



- ①金融ショックで市場経済が被害を受けると、信用システムが破壊される。
- ②国や中央銀行が流動性確保のために、金利を引き下げ、市場に資金を投入し、大量の債権を買い入れる。
- ③信用システムの回復によって金融市場が安定し、やがて実体経済も回復する。

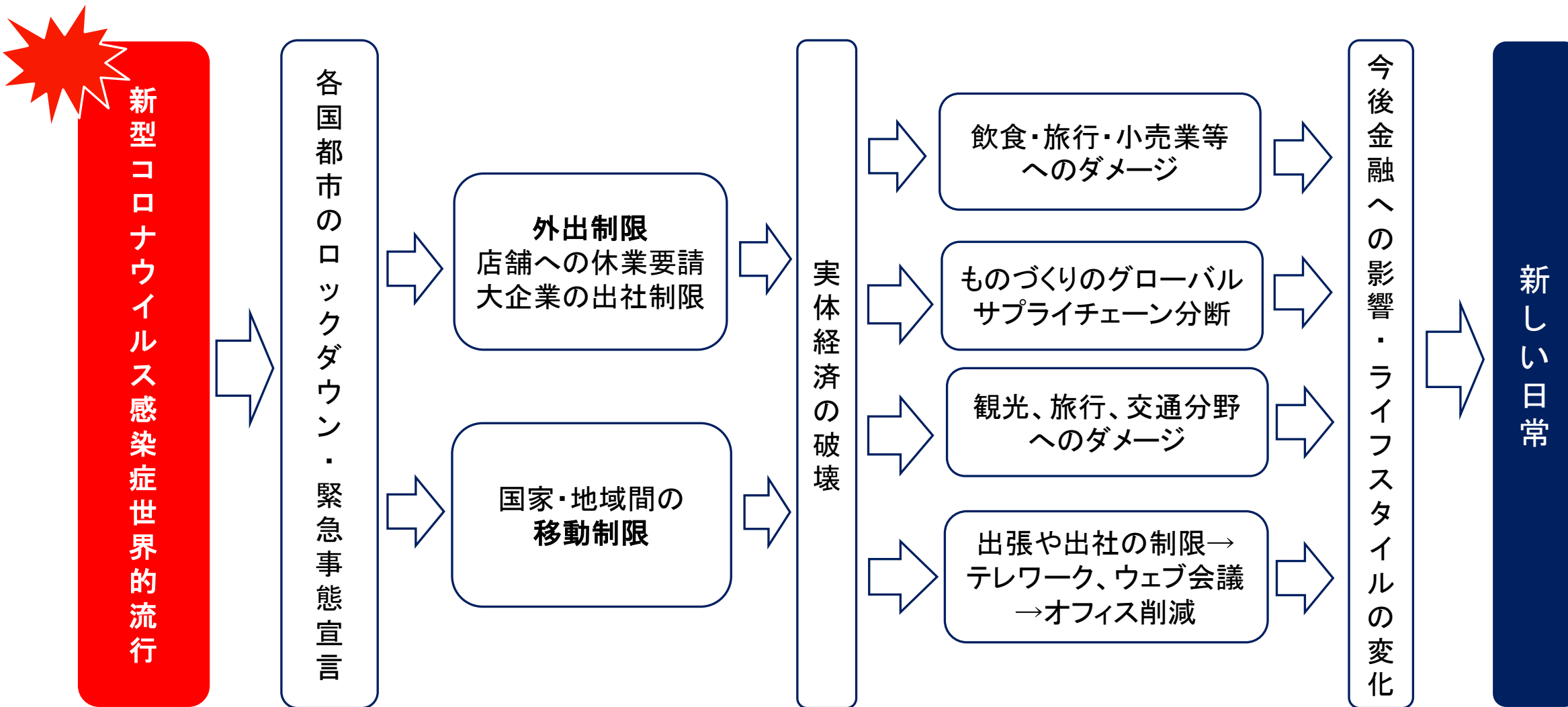
顧客(市場)が、コロナ前にもどるのはいつか？②

■新型コロナウイルス感染症ショックからの市場回復

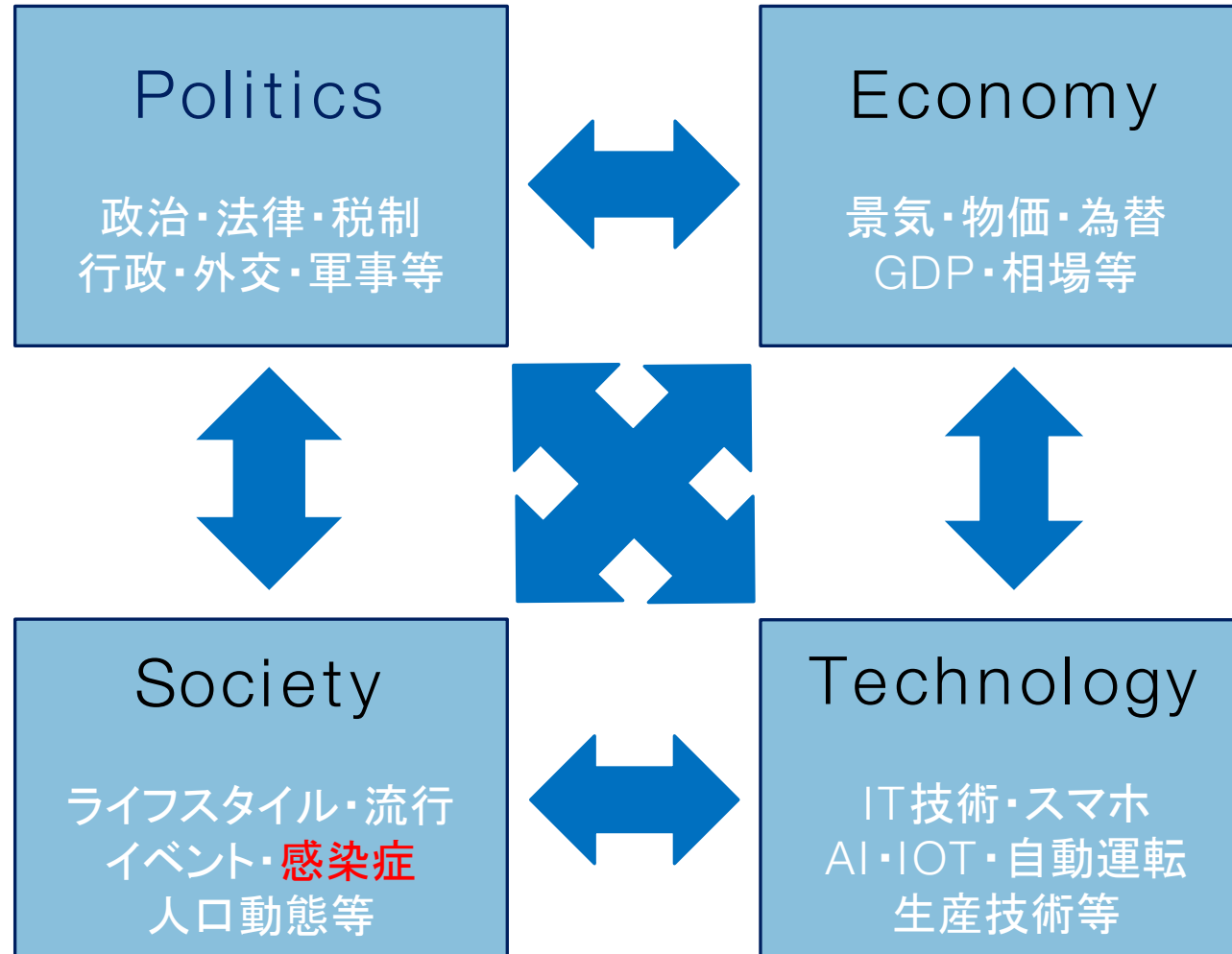


顧客(市場)が、コロナ前にもどるのはいつか？③

■新型コロナウイルス感染症の世界的流行とその影響について



顧客(市場)が変化するメカニズム①



PEST

Politics、Economy、
Society、
Technologyの4つの要因が、
それぞれ密接に関係し合い、
相互に影響を及ぼし合うことにより、顧客(市場)は感覚的に最適解を選択するように動く。

顧客(市場)が変化するメカニズム②

■PESTの時系列変化

項目/年代	2018～2019年(Before Corona)	2020年(With Corona)	2021～ (Post Corona)
Politics	米中貿易摩擦、香港デモ、朝鮮半島情勢、ブレグジット、中東情勢 消費増税、安定政権、日韓関係	コロナウイルス感染症に伴う緊急事態宣言、各国・各地域のロックダウン、入出国管理の厳格化	中国、朝鮮半島、南沙諸島、台湾、香港、イランなどの地勢リスク。 ポスト安倍、入出国管理体制？
Economy	消費増税の影響、中国の景気減速、オリンピック景気、株価高値安定	GDP対前年伸び率－5.5% 4 - 6月百貨店売上対前年比－60% 飲食・旅行・小売・サービスの需要激減	GDP伸び率GDP対前年伸び率 +3.6% 東京五輪の開催は？
Society	労働力(コスト上昇)不足、プラごみ削減、異常気象(温暖化)	With コロナ → 外出自粛、移動自粛、東京五輪延期、テレワーク、ウェブ会議、飲食店の出前、	Post コロナ → テレワーク、ウェブ会議の定着、オフィス面積削減、出張の減少、郊外転出増加
Technology	AI、IOT、5G、デジタルトランスフォーメーション、自動運転	テレワーク支援システム、ウェブ会議システムに対する注目が集まる	5Gの本格運用、VR・AR技術の開発、AI・IOTのさらなる活用

顧客(市場)が変化するメカニズム③

2018～2019年《Before CORONA期》のPEST分析

米中貿易摩擦、中国による香港への政治介入、朝鮮半島や中東情勢などの不安定な国際情勢に、消費増税の影響、人口減などの長期的不安は抱えながらも、オリンピックを歓迎するムードから景況感が悪くなく、これまでの日常の延長に、堅実な未来が広がっているという期待感があった。



2020～2022年《With CORONA ～ Post CORONA期》のPEST分析

新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、各国・各都市でロックダウンや緊急事態宣言の発令をきっかけに、人々の移動や外出が制限された。これによりサプライチェーンの分断・小売り・飲食・観光・旅行などの業種が壊滅的打撃を受け、テレワークやウェブ会議が推奨されるようになった。こうした外的要因の変化によって、ライフスタイルやオフィスワークも変わらざるを得なくなった。



国家・地域の分断



外出・移動制限



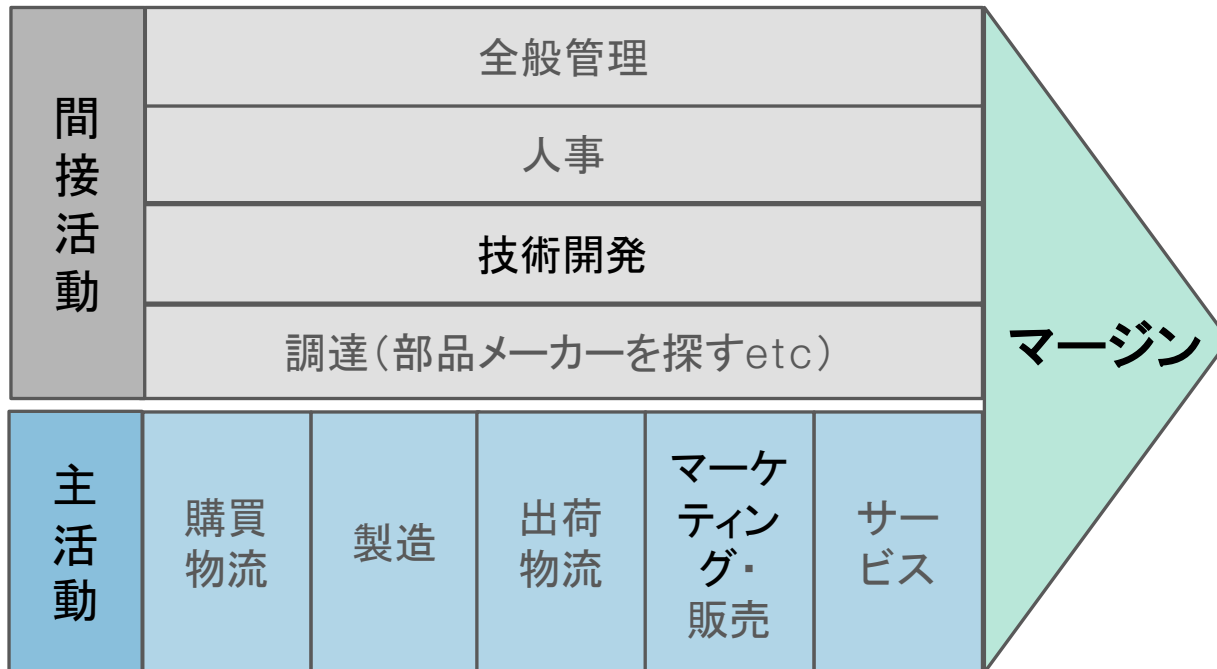
分断/デジタル化



AI・IOT・5G

バリューチェーンから探る宝飾業界における利益の源泉

■「バリューチェーン」による業界構造の理解



・より多くの利益を得るには、左図の活動において、他社より優れた領域を持つ必要がある。しかし宝飾業界は、他社よりマージンを稼ぐ活動領域が限られている。

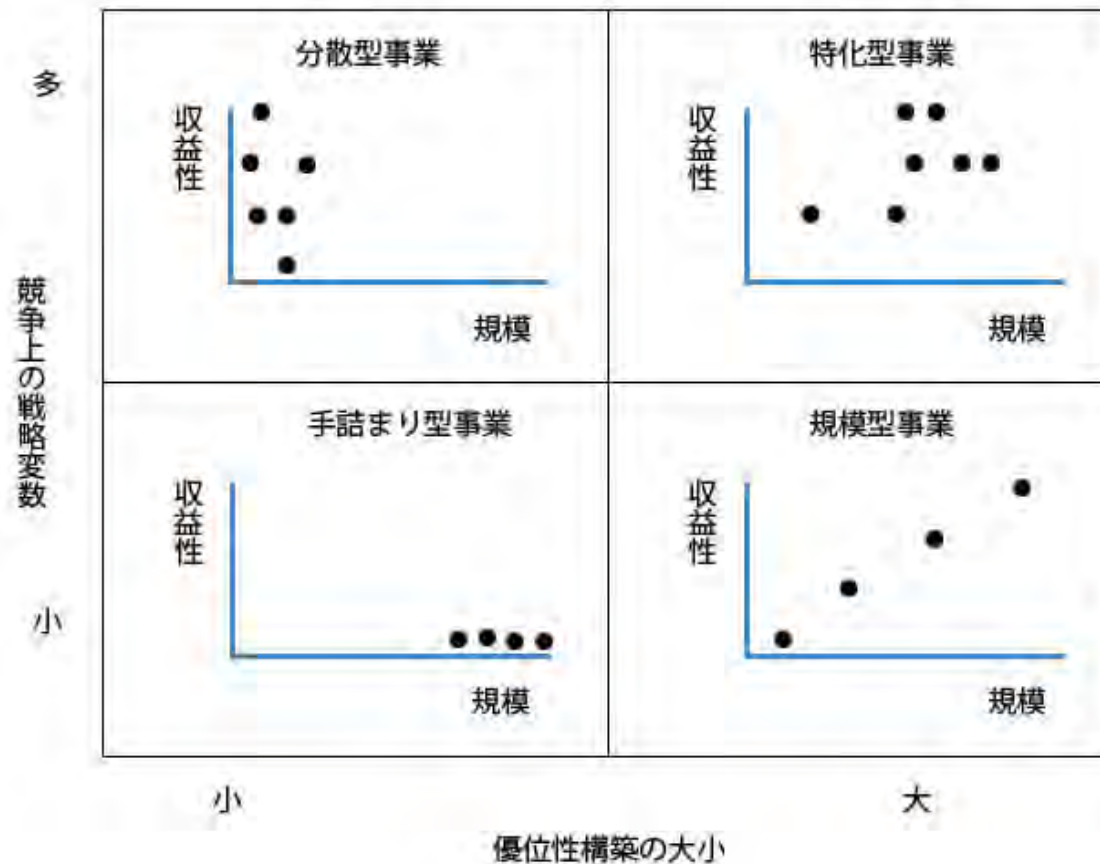
・宝飾業界では、産地→研磨地→生産地→消費地までグローバルなサプライチェーンが完成しており、しかもそのサプライチェーンを誰もが同様のコストで利用できるため、差別化要因とならない。

・主活動においてはブランディングなどのマーケティング領域、間接活動領域においてはECなどの技術開発領域以外、競合他社に対するアドバンテージ(＝利益の源泉)を持つことは難しい。

宝飾業界のマージン(利益)の源泉 = マーケティング(経営戦略)活動 + デジタル技術の活用

アドバンテージマトリクスと宝飾事業

アドバンテージ・マトリクス



宝飾業の特性

	現状評価	コロナ後評価
・ 規模型事業	×	×
・ 手詰まり型事業	×	△
・ 分散型事業	○	○
・ 特化型事業	△	△



- ・ 競争上の戦略変数は多くはないが、自由度はある。
 - ・ 企業規模の大小と収益性とは相関がない。
 - ・ 打ち手次第で収益は向上させられる
- ・ 事業定義変更 → 新しいビジネスモデルの構築

宝飾業の重要経営指標(KPI)と戦略

■宝飾業の重要経営指標

経営規模	売上高、 粗利益高 、総資本、自己資本、従業員数
収益性	売上総利益率、総資本対純利益率、限界利益率
安全性	自己資本比率、損益分岐点(比率)、長期適合率
効率性	総資本回転率、 商品回転率
生産性	資本生産性、労働生産性、 交差比率 、GMROI



在庫の効率性を高める



生産性を向上させる



ビジネスモデルの変更



販売チャネルの多角化

交差比率・GMROI (Before Corona → With Corona & Post Corona)

■商品回転率、交差比率・GMROIの向上策

Before
Corona

- ・ 定期的にオークションを主催(に出品)し、在庫を売り切る。
- ・ IJK、IJT、香港ジュエリーショーなどの展示会で、需要の高い中国のバイヤーに売る。



デジタル化への対応が不可避

With
/After
Corona

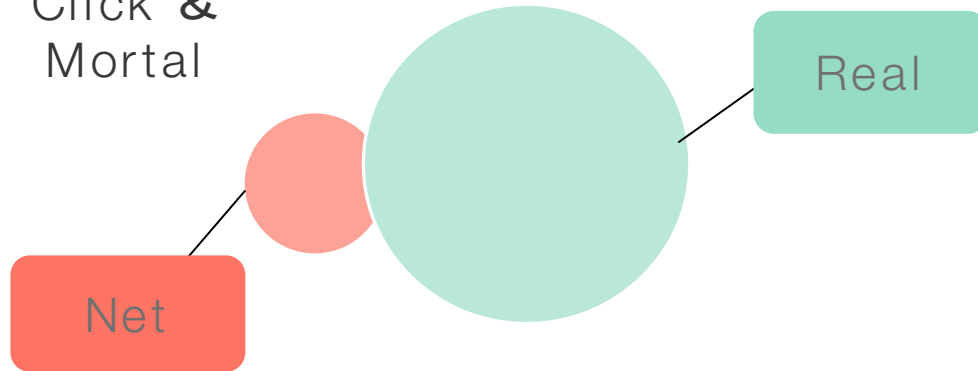
- ・ 定期オークションのネット化
- ・ IJK、IJT、香港ジュエリーショーなどの展示会もネット化

主催者、出展者ともにデジタルに関するノウハウの有無が問われる。→利益に直結

リアルとネットの組み合わせの最適化 → OMO

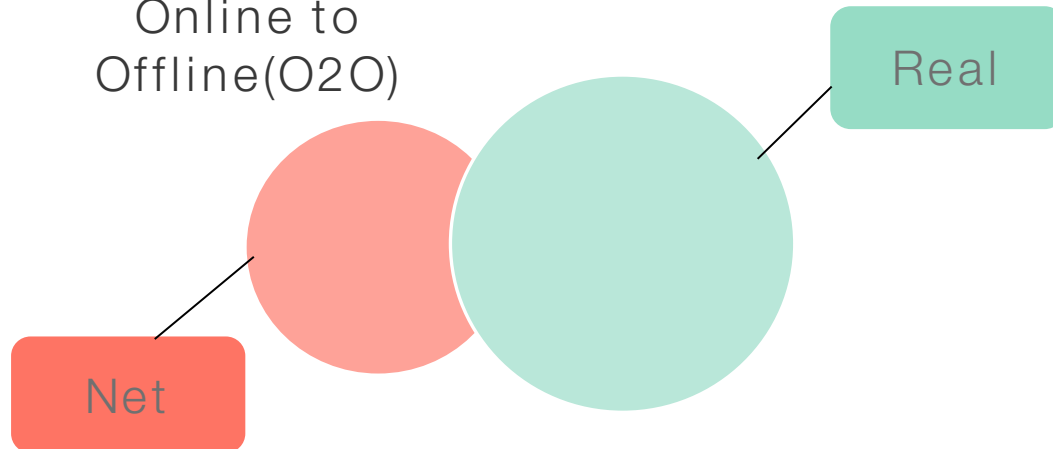
①

Click &
Mortal

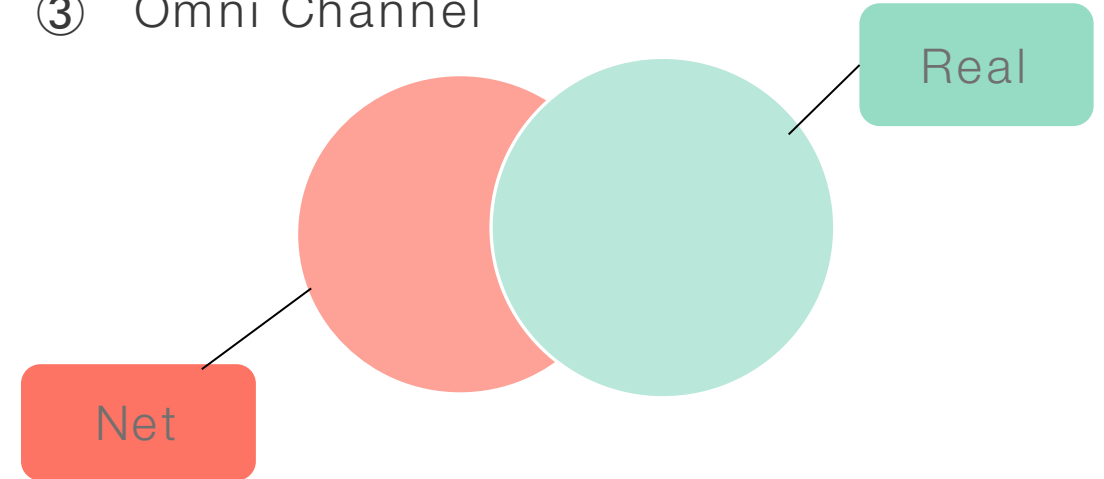


②

Online to
Offline(O2O)

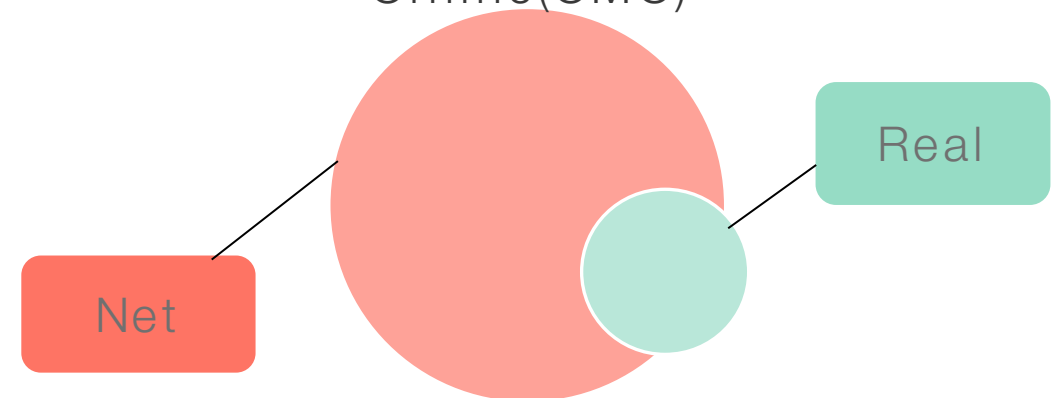


③ Omni Channel



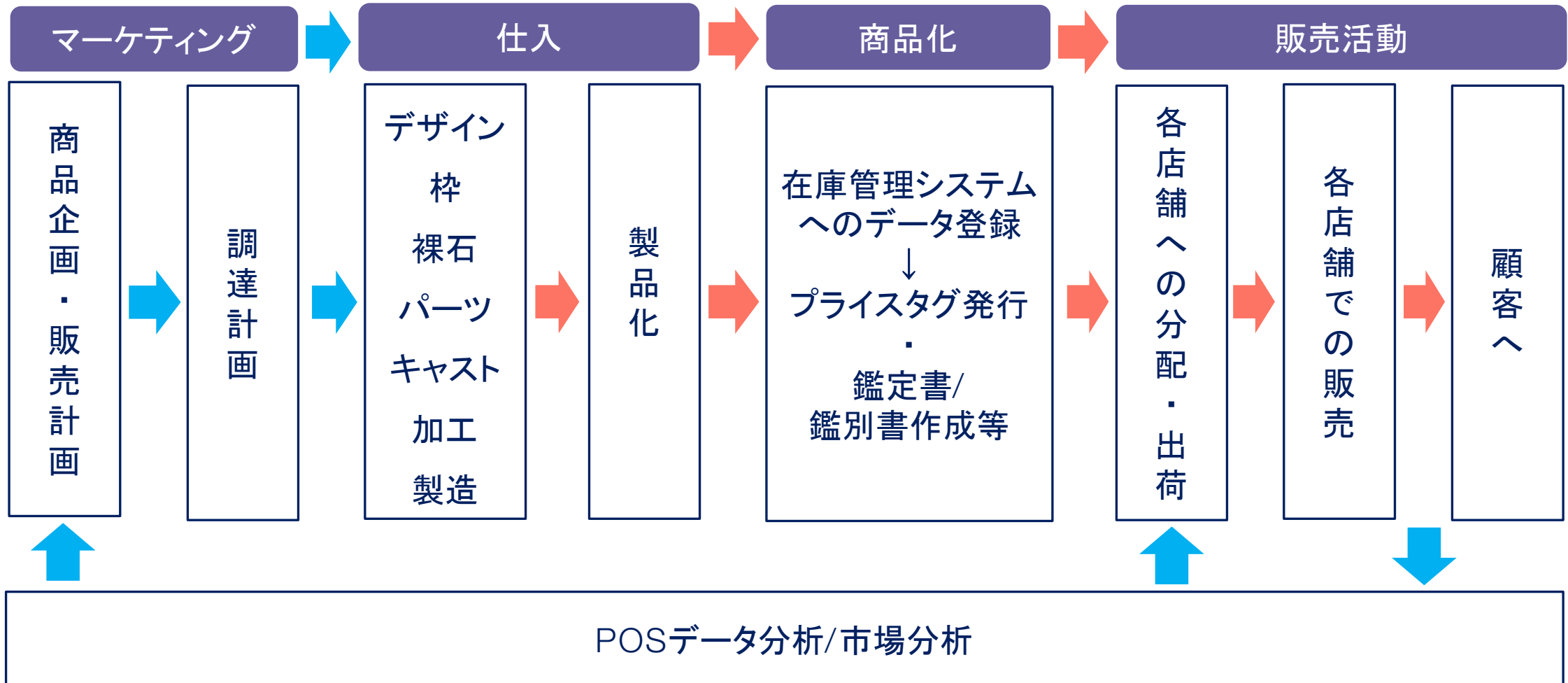
④

Online merges with
Offline(OMO)



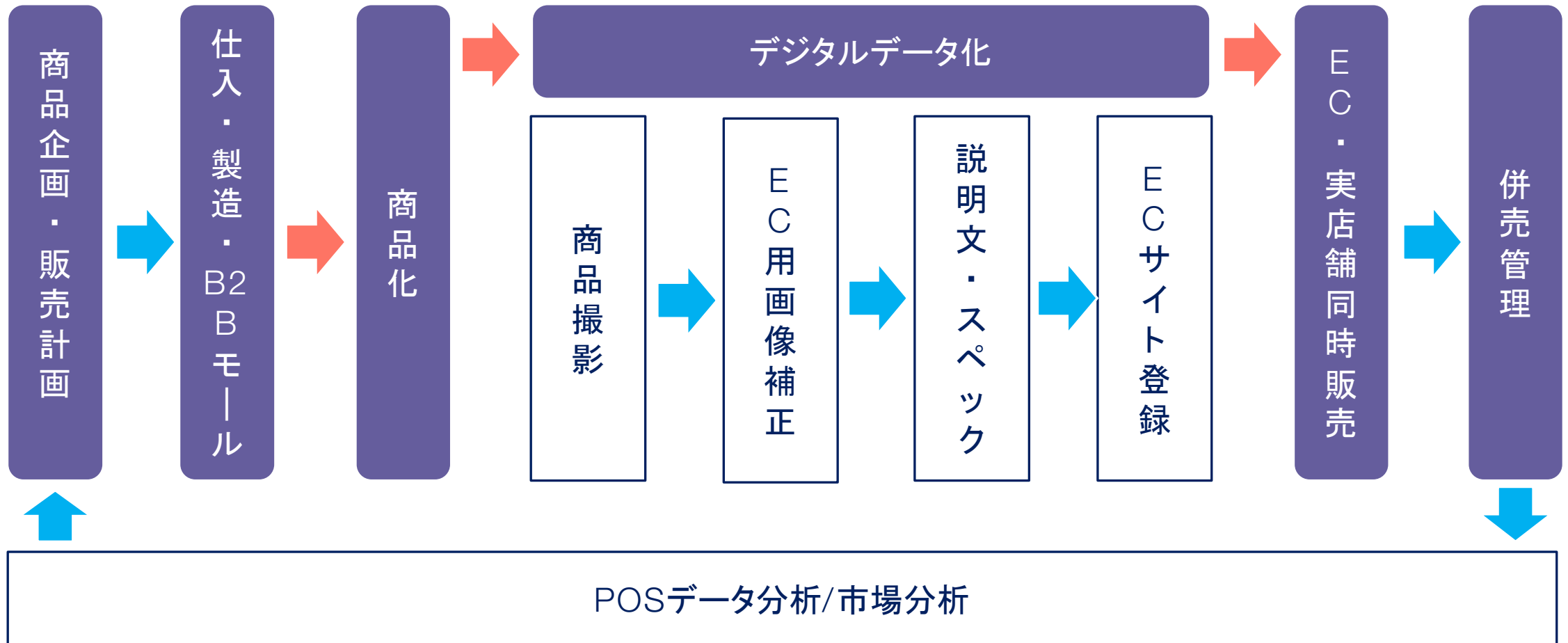
業態別 商品/データフロー 1-1

■ 小売店業務フロー(リアルチャネル)



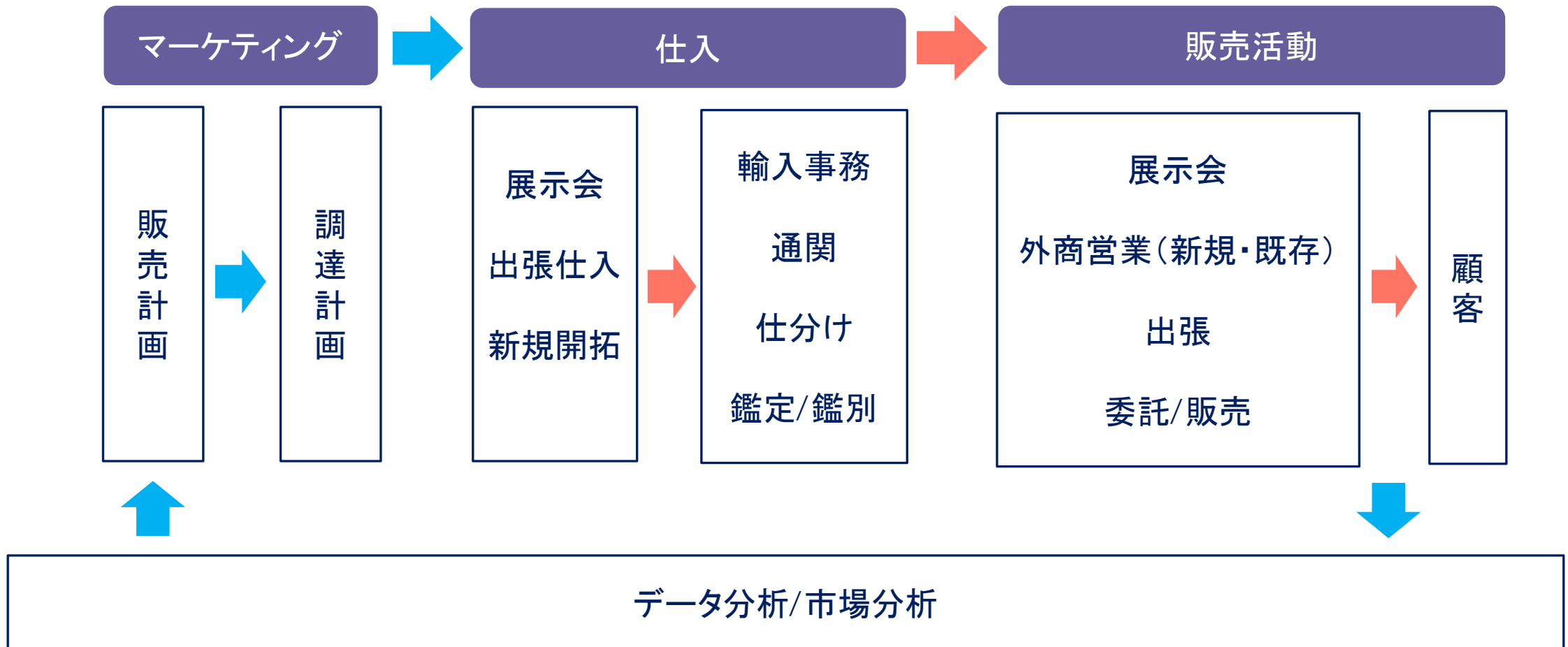
業態別 商品/データフロー 1-2

■小売店業務フロー(OMO)



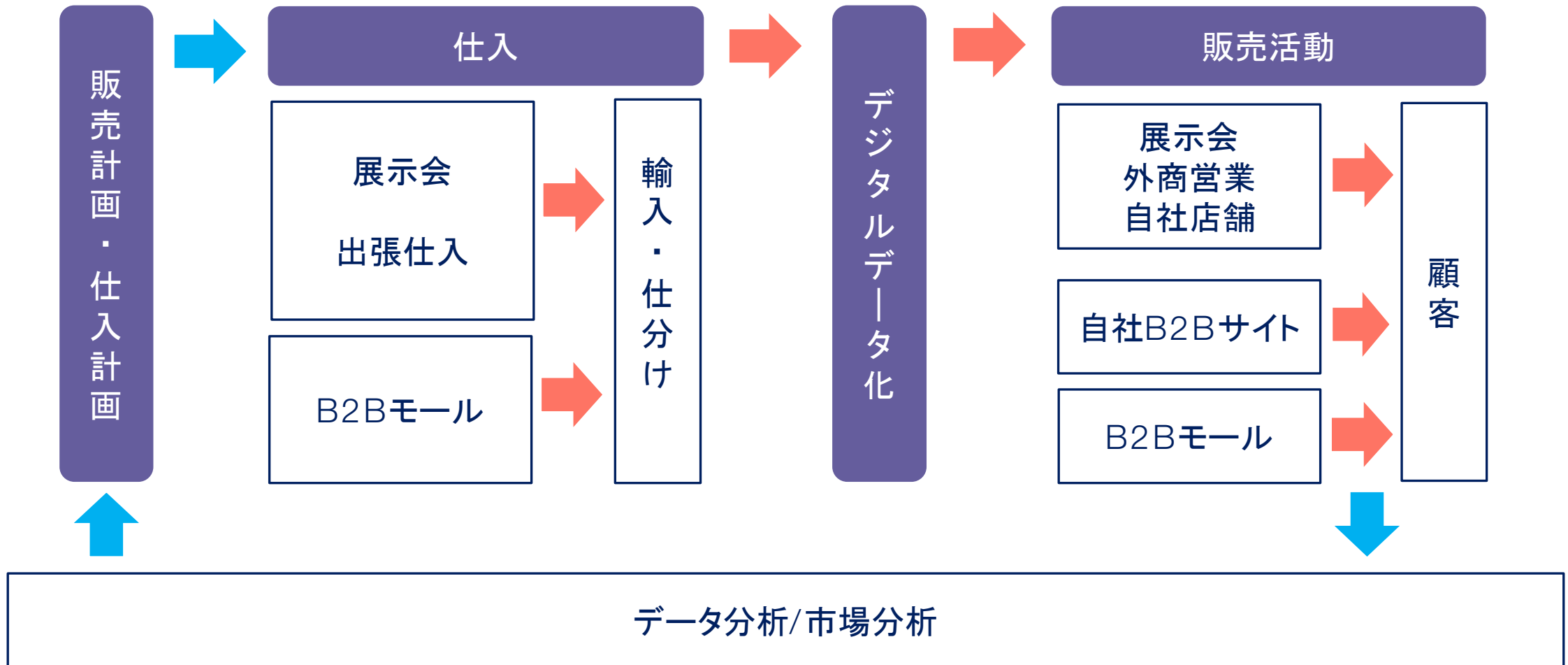
業態別 商品/データフロー 2-1

■ 輸入卸業務フロー(リアルチャネル)



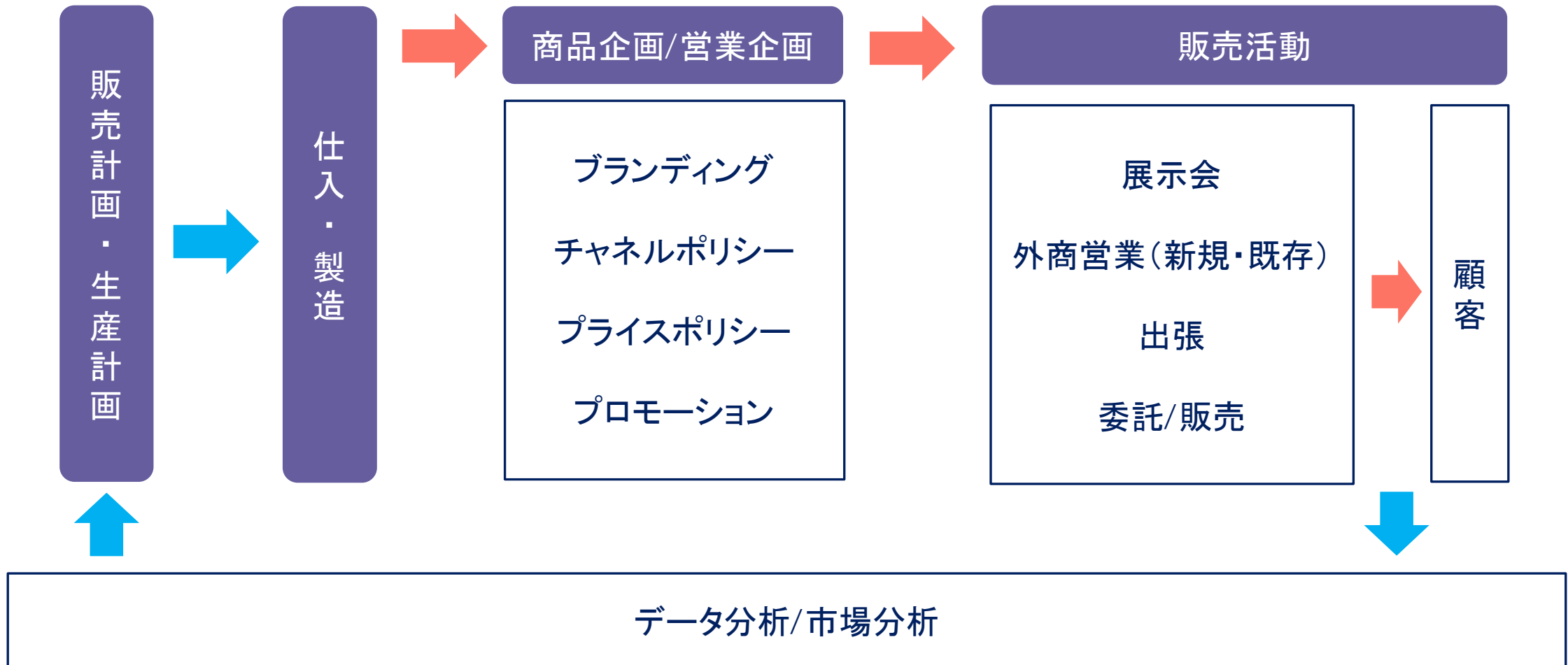
業態別 商品/データフロー 2-2

■ 輸入卸業務フロー(OMO)



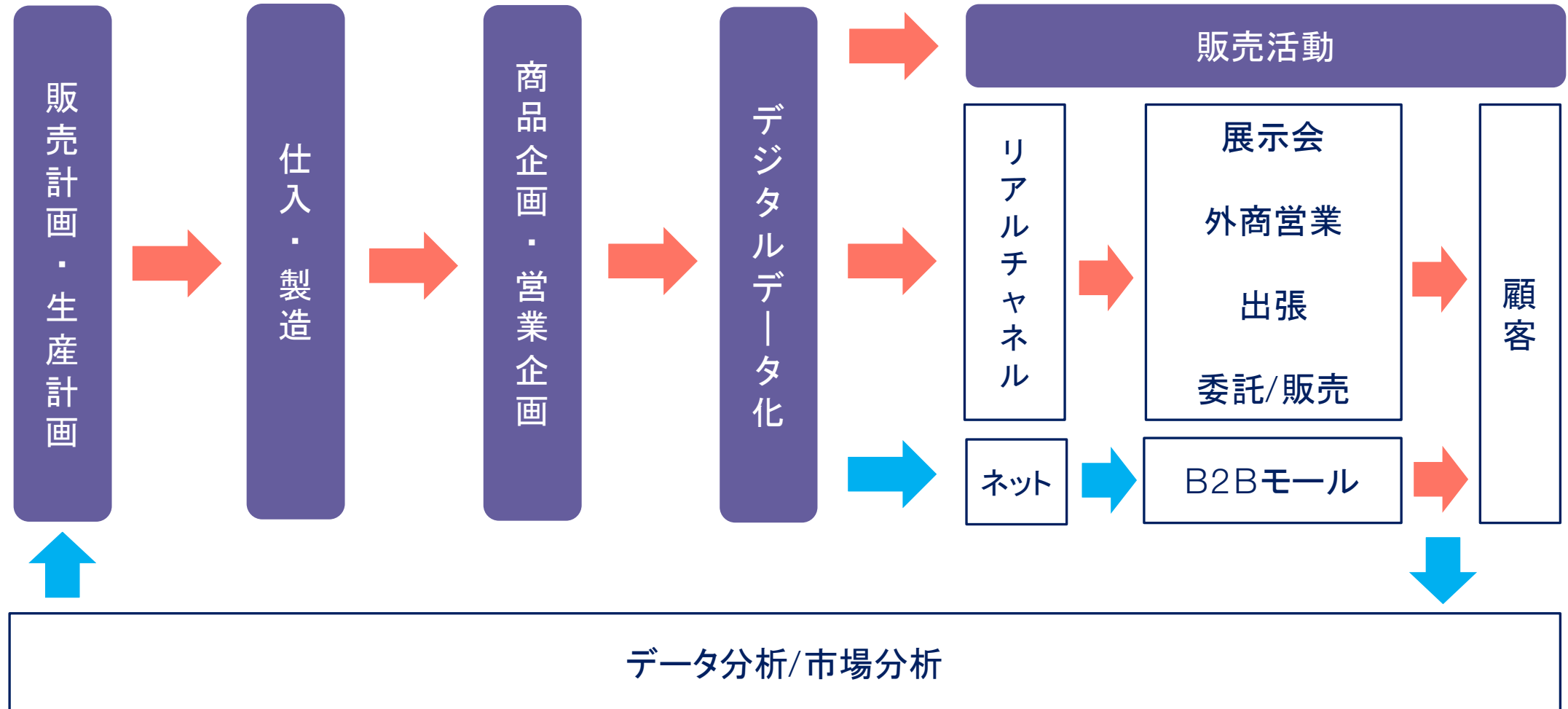
業態別 商品/データフロー 3-1

■ メーカー卸業務フロー（リアルチャネル）



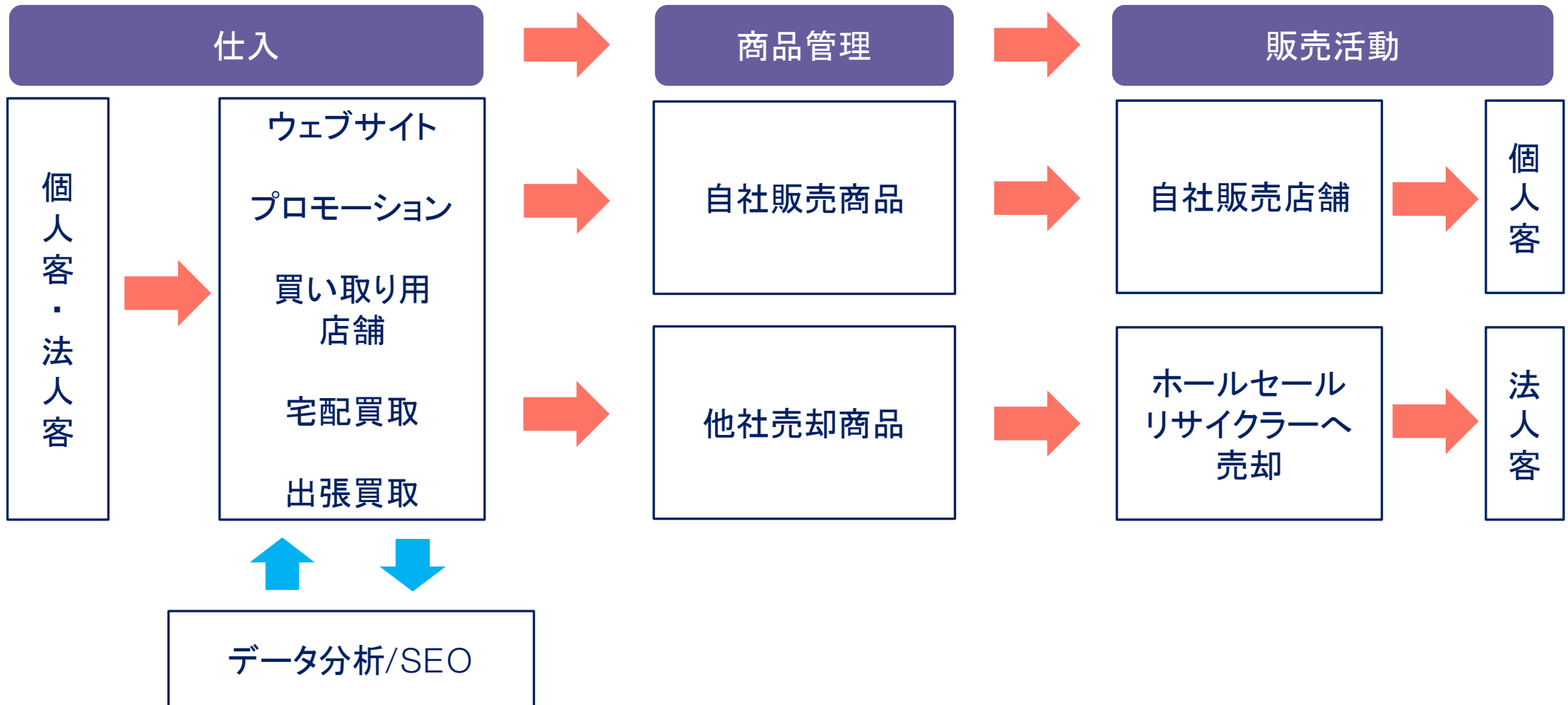
業態別 商品/データフロー 3-2

■メーカー卸業務フロー(OMO)



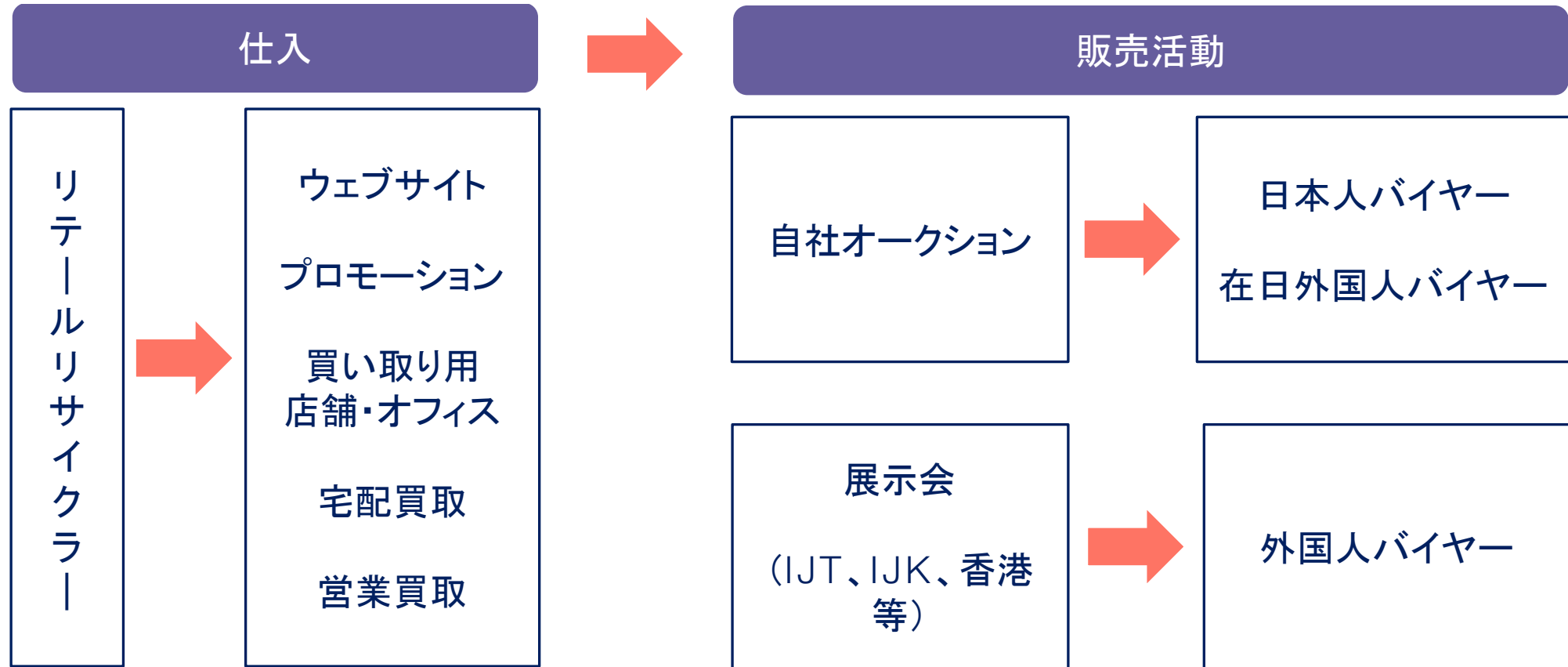
業態別 商品/データフロー 4-1

■リテールリサイクラー（リアルチャネル）



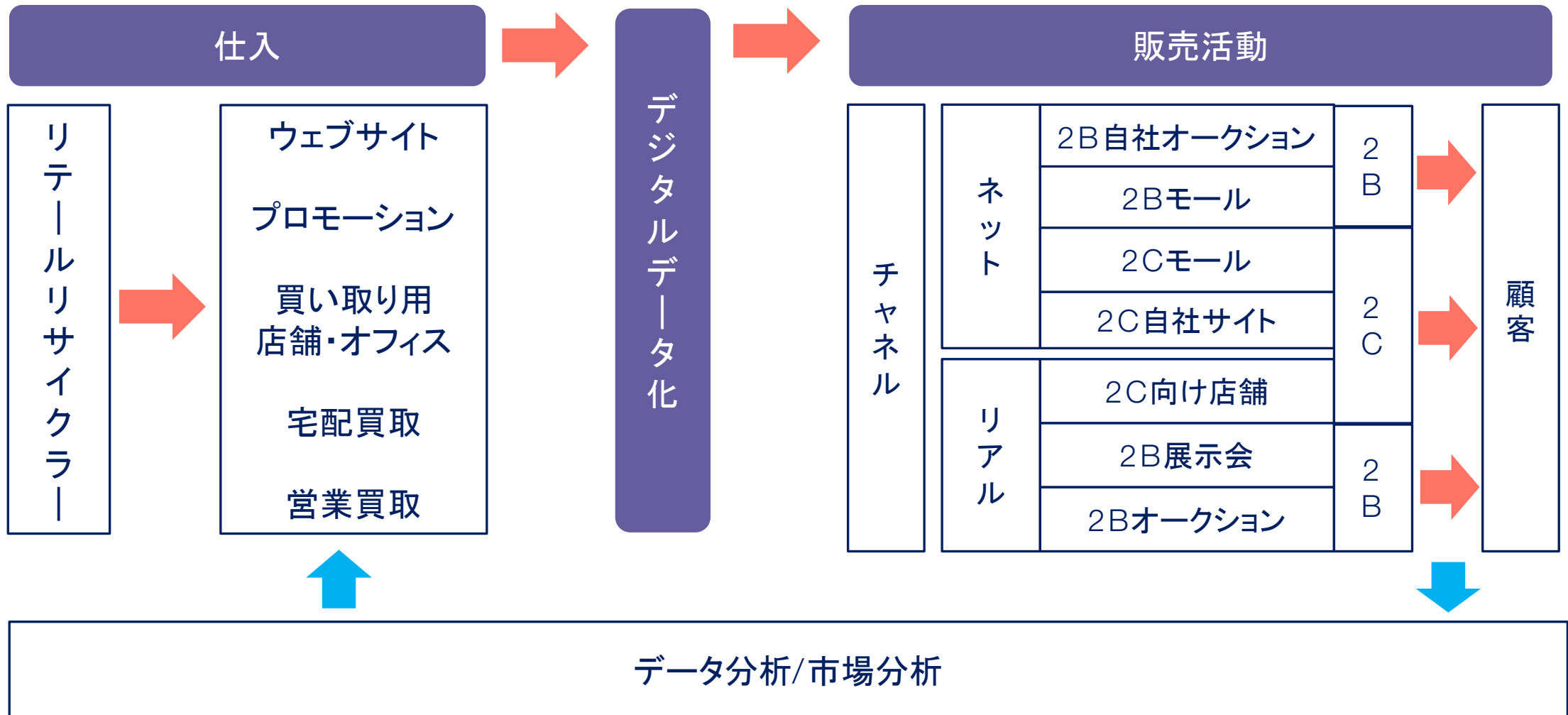
業態別 商品/データフロー 4-2

■ ホールセールリサイクラー（リアルチャネル）



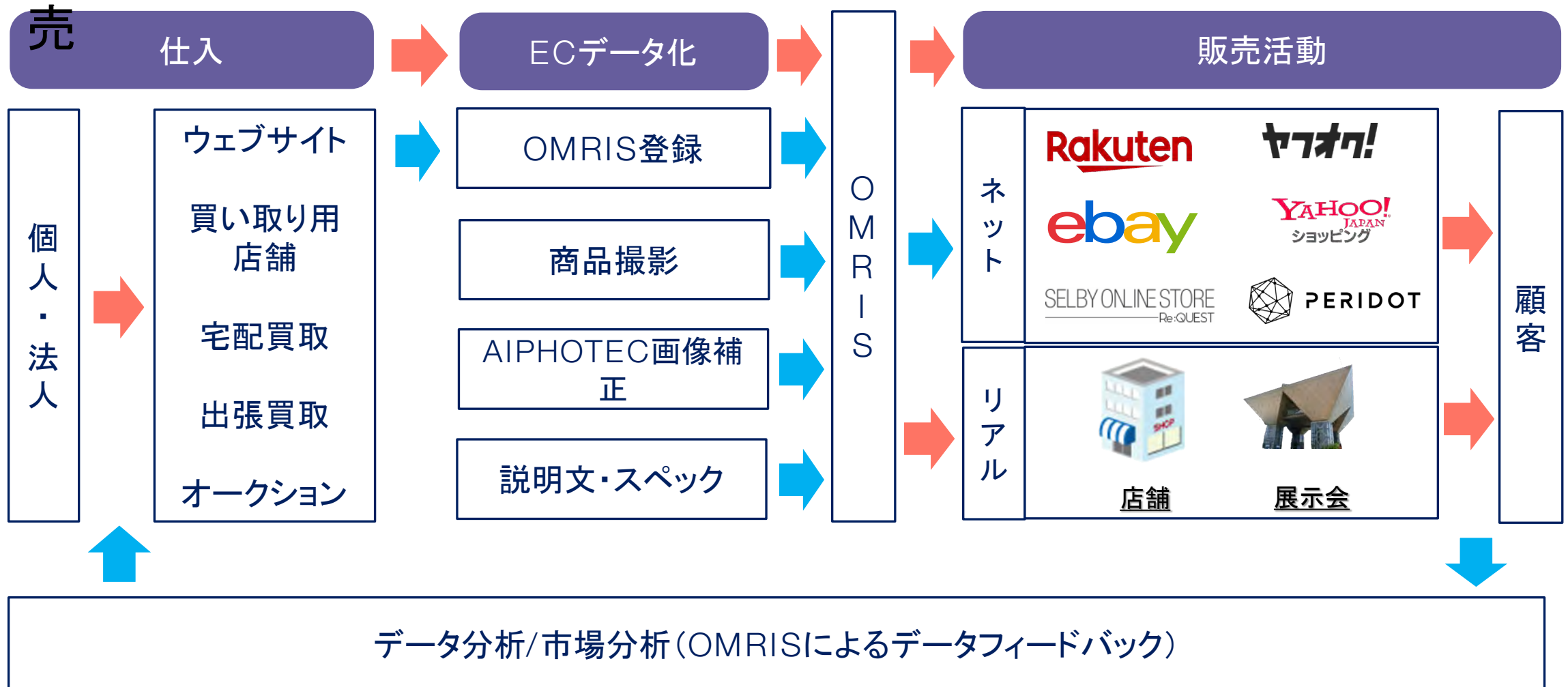
業態別 商品/データフロー 4-3

■ホールセールリサイクラー(OMO)



(株)セルビー 商品/データフロー

■AIPHOTECとOMRIS、マルチチャネル販



Post コロナ時代のジュエリービジネス

1. バリューチェーン分析、アドバンテージマトリクスから

宝飾業界の事業特性を改めて理解し、生き残るための戦略を考える。

2. PEST分析から

Withコロナ、Postコロナ時代にどのような変化が起きているのか？

3. Postコロナ時代とデジタル化

宝飾業界のデジタル化は、必ず推進される。先に行くか、後から行くか？

ジュエリーサプライチェーンのデジタル化



PERIDOT

宝飾品は自分を表すものとして5000年前から使われてきた

メソポタミア

鮮やかな色の石を象嵌した異種金属で作られているのが一般的



金は男も女も身につけていた



葉っぱ、螺旋、ブドウなどの複雑な形が普通

古代中国

あらゆる階級の人々のステータスシンボルであり、お守りとも考えられていました



翡翠と銀は珍重されていた



純金のジュエリーは、過去と比較して現在の方が流行している

古代ギリシャとローマ

精巧に装飾されたジュエリーは、様々な貴金属や粘土で作られていました



社会階層を象徴するため着用



服をまとめるために使用



厄除け

メソアメリカ

貴族だけが宝石を身につけていた。宝の数で地位を表す



金はアステカ文化では一般的で、ケツェルの羽で装飾されていました



神をなだめるための生け贄



マヤのジュエリーは翡翠、金、銀、青銅、銅で作られていました

古代エジプト

富の象徴として身につけていたもの



金は死後の世界でもその希少性から非常に切望されていました



ツタンカーメン王の墓は金の宝石で満たされていた

古代インド

最初の宝飾品はインダス文明で作られたもので、高貴で縁起の良いものとされていました



金銀と宝石の組み合わせはムガル帝国の影響を受けた



純金は、その腐食しない性質から不死を意味する神聖なものと考えられている



今日では、一般的に花嫁に贈られている



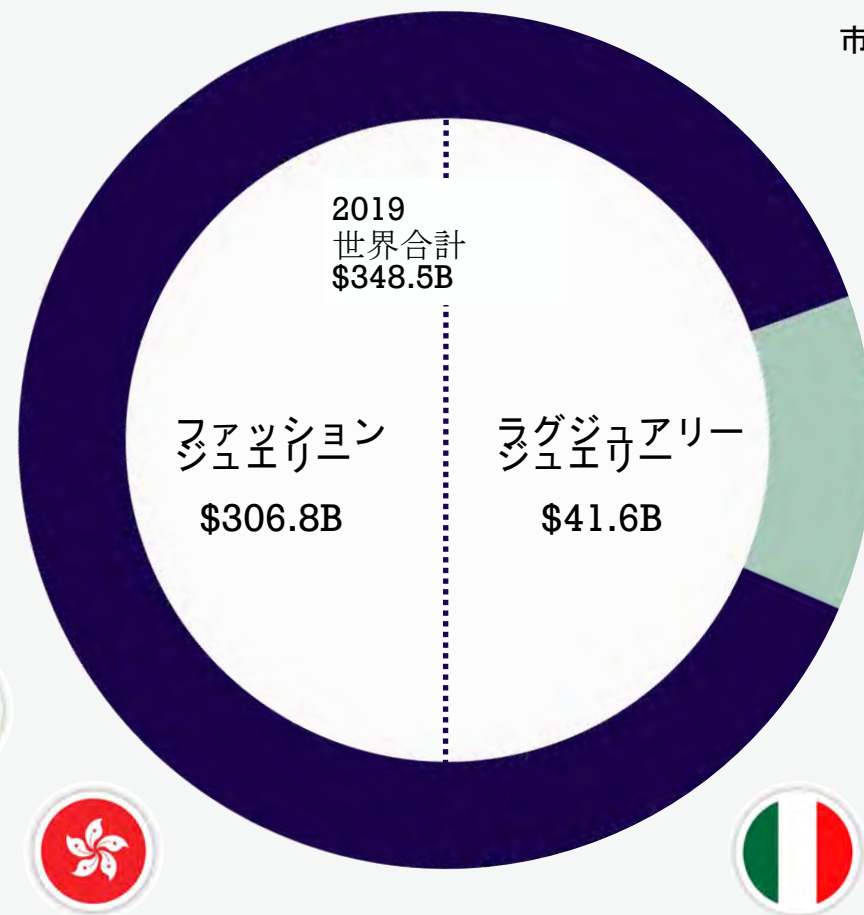
PERIDOT

ジュエリーの世界市場

ファッションジュエリー 市場上位国



ラグジュアリージュエリー 市場上位国



グローバルジュエリーサプライチェーンの革命 (アナログ→デジタル)

従来



来店



カタログオーダー



電話注文



鑑定機関



配送



関税等の計算



ファックスによる
伝票送付



支払い



未来

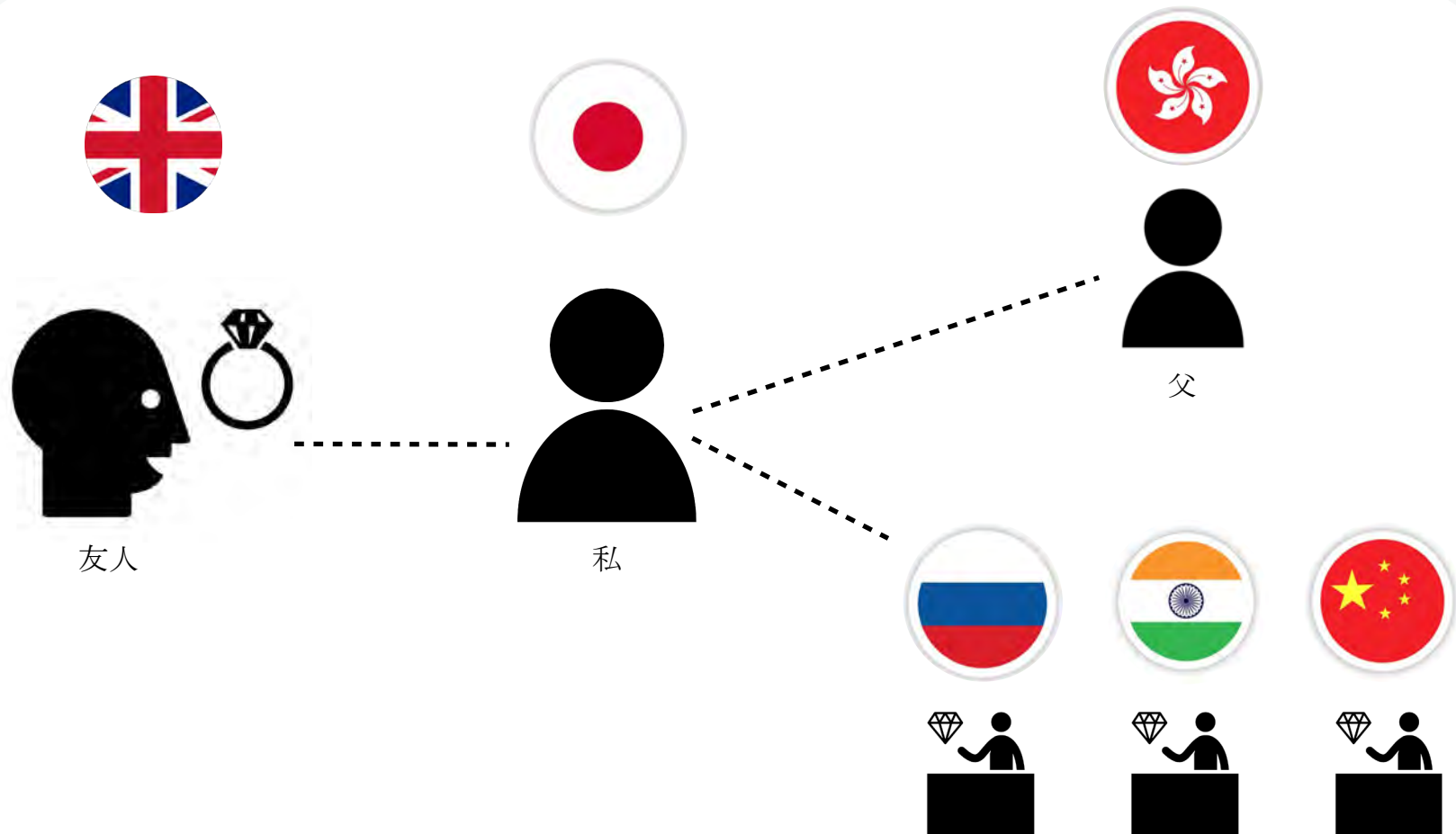


PERIDOT

指輪探してる友人が増えてきた



大きいな問題がありました



PERIDOT

- ① 宝飾品業界の取引慣習やルールに考慮した仕組みで、ジュエラーズファーストのマーケットプレイスである事
- ② インターナショナルな顧客との接点を簡単に、かつ数多く持つ事ができる
- ③ 1つのコンソールのすべての主要な機能ができる事：
直販、オークション、委託、営業モニタリング

掲載できる商品・サービスカテゴリ

Jewellery



Diamonds



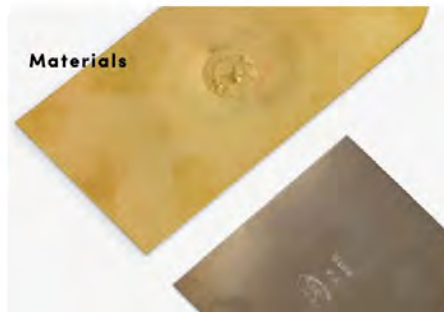
Coloured
Stones



Pearls



Materials



Chains



Watches



Parts



Services



PERIDOT

PERIDOT にできること: バイヤー側

買う

ジュエリー検索



サービス検索



見積り



ジュエリー専用フィルターによってより詳細な検索が可能

その他

出荷追跡



B2特典



商品リクエスト



なぜ、普通のECサイトは使えなかったのか？

例：

ダイヤ リング 1.5ct Fカラー VS1 すべてのジャンル ▼ 🔍

結果：

すべてのジャンル > 「ダイヤ リング 1.5ct Fカラー VS1」の検索結果 1~1件 (1件)

送料無料ライン 「商品価格+送料=獲得予定ポイント」で価格表示 ☐

39(サンキュー)ショップ

ジャンル
ジュエリー・アクセサリ

商品価格
円 - 円
🔍 検索

配送 x 海外
送料
☐ 送料無料

お届け先
東京 ▼

翌日配達 (あす楽)
設定しない ▼



ダイヤモンド ルース H&C 0.549ct
EXCELLENT Fカラー VVS-1 中央宝石...

374,000円 送料無料
3,740ポイント(1倍)
39ショップ

100

SEARCH



7.24ct VLY SLI GIA

SELBY

📍 Tokyo, Japan

£73,860.39



3.06ct F VS2 GIA

SELBY

📍 Tokyo, Japan

£73,860.39



5.05ct | VS1 EX GIA

SELBY

📍 Tokyo, Japan

£73,860.39



3.13ct D VS2 VG GIA

SELBY

Tokyo, Japan

£73,860.39

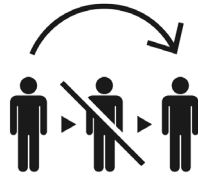


PERIDOT

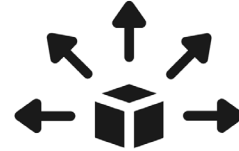
PERIDOT にできること: セラー側機能

販売

直販



委託



オークション



3つの商品販売方法を1つのコンソールでご対応

マーケティング

販売分析



キャンペーン開催



ライブ販売

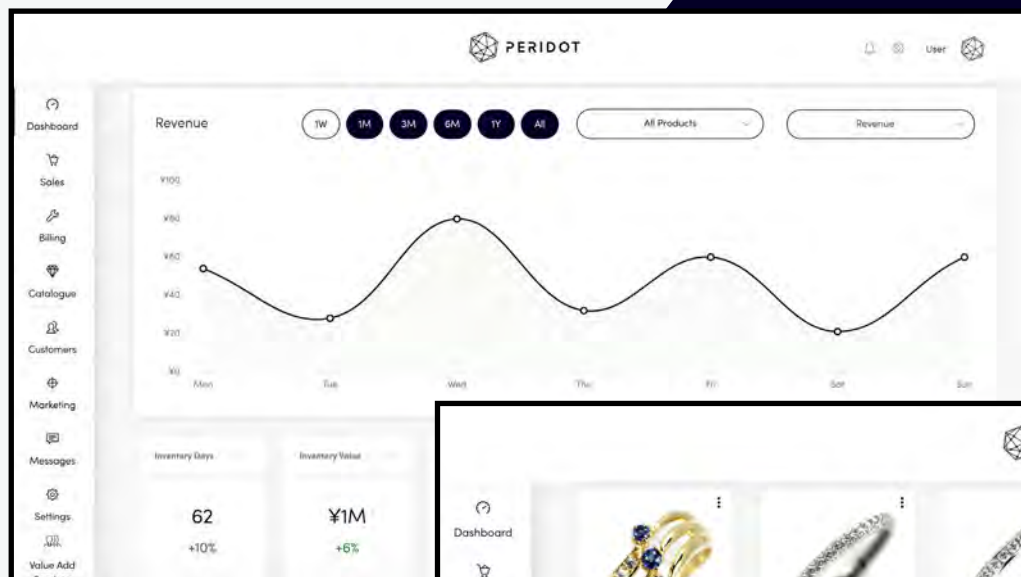


販売分析によってより効果的なキャンペーンを推進できます

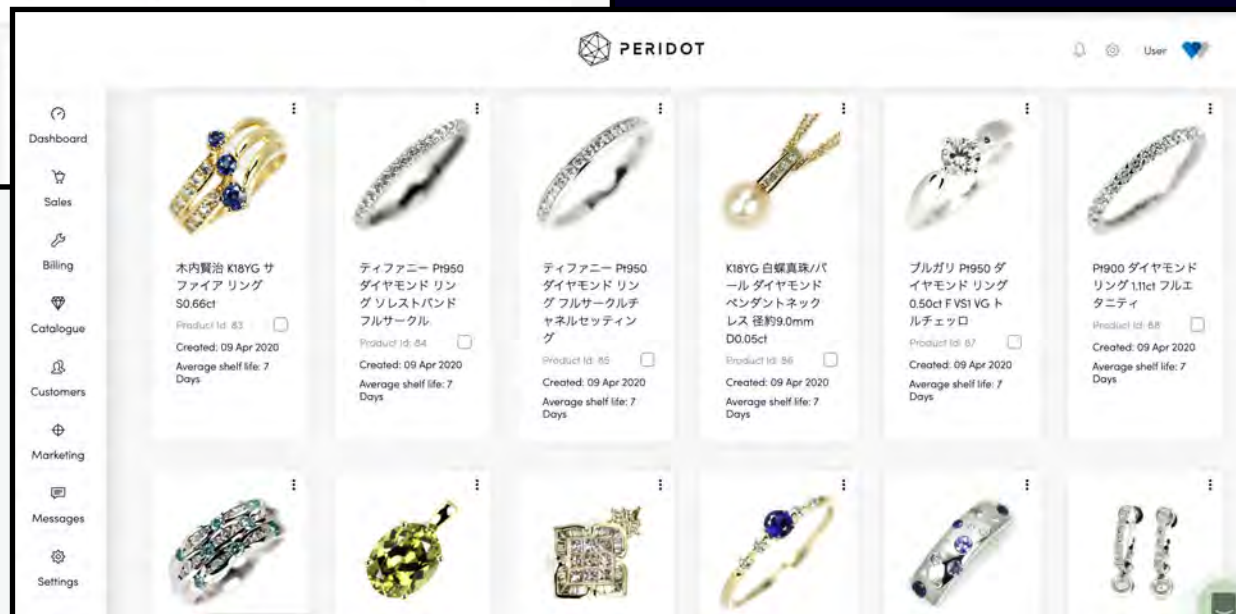


PERIDOT

多彩な機能を実装したセラー側画面 シュボード



サプライ側用コンソール



商品の管理機能

発送された商品をトラッキングする機能



User

Date	Amount	Customer	Basket	Delivery Status	Customer Rating	Customer Review
08 Nov 2019, 23:36	¥78058	User 1 test 	Basket details	Delivery details	★★★★☆	n/a

1

Preparing for delivery

Your order is being packaged and prepared for delivery.

2

Order dispatched

Your order has been dispatched and delivery will soon begin.

3

Out for delivery

Your order is on its way.

4

Order delivered

5

Order completed

Delivery Tracking



Shipped by 

Map data ©2019 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google Terms of Use

注文の販売状況と配送状況を追跡し、
オーダーメイドのリクエスト、委託またはオークション、
すべて一箇所に。

PERIDOT の機能 — 販売者向けの特別な機能

顧客に応じた柔軟な価格設定

- ▶ リアルな企業間取引と同様に顧客別に応じた柔軟な価格設定が可能

購入キャンペーン、クーポン機能

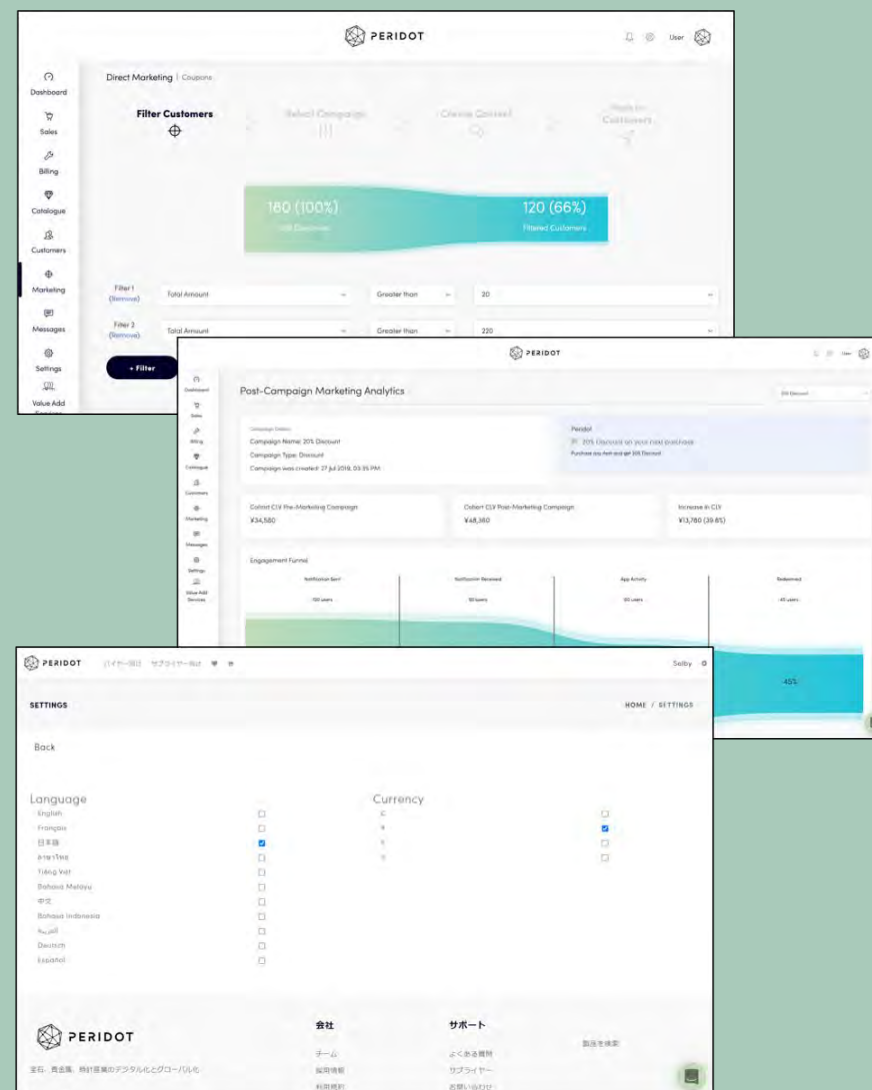
- ▶ 特定の顧客に対し特別なキャンペーンクーポンを簡単に設定して販売が可能

AIによる顧客分析

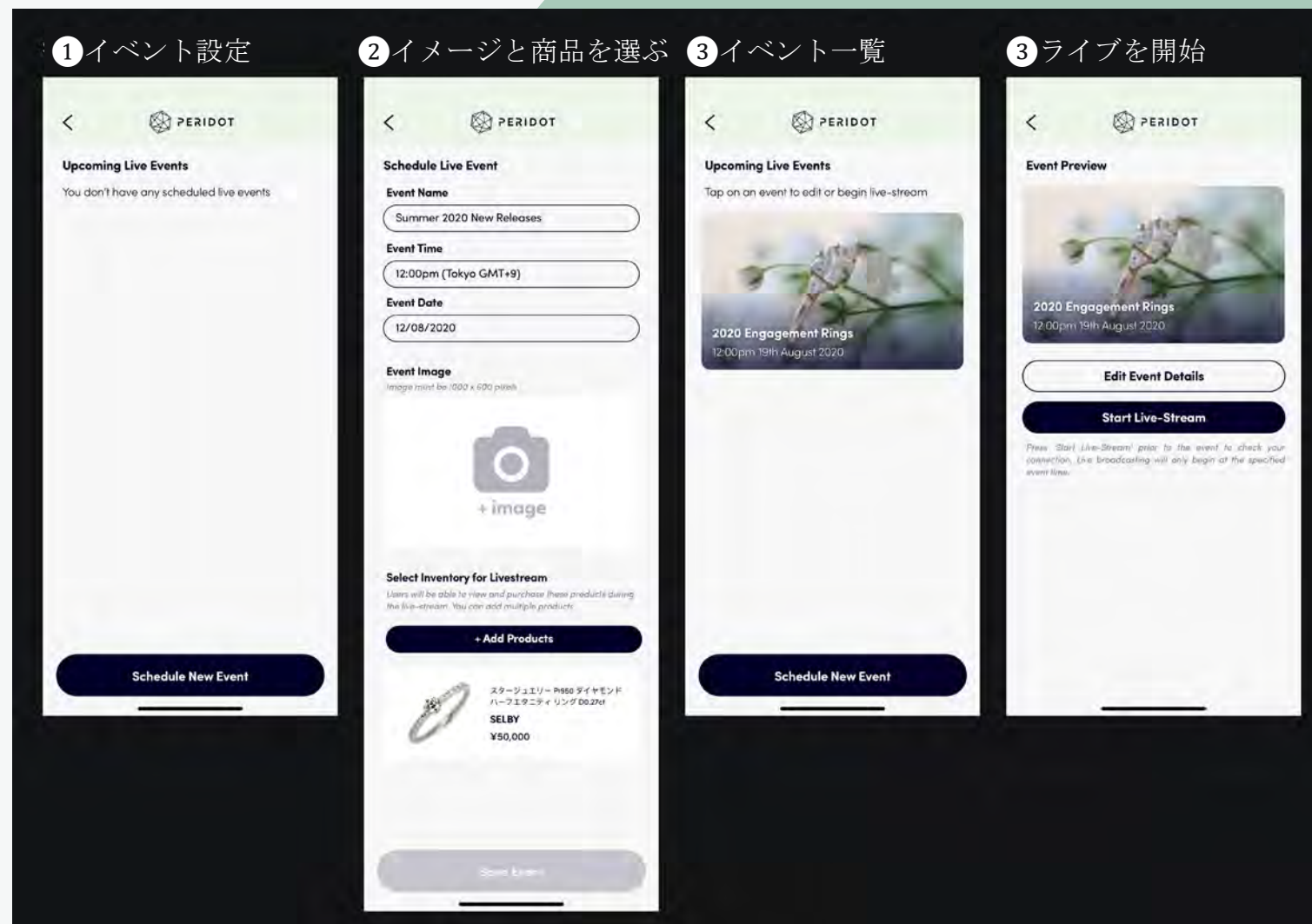
- ▶ キャンペーンやクーポンの利用状況を分析AIが顧客グループを構成、営業効率を実現

簡単に多言語、多通貨切替

- ▶ オンラインページや販売者用の管理画面は簡単な設定で多言語へ切替が可能
- ▶ オンラインページでは多通貨切替にも対応



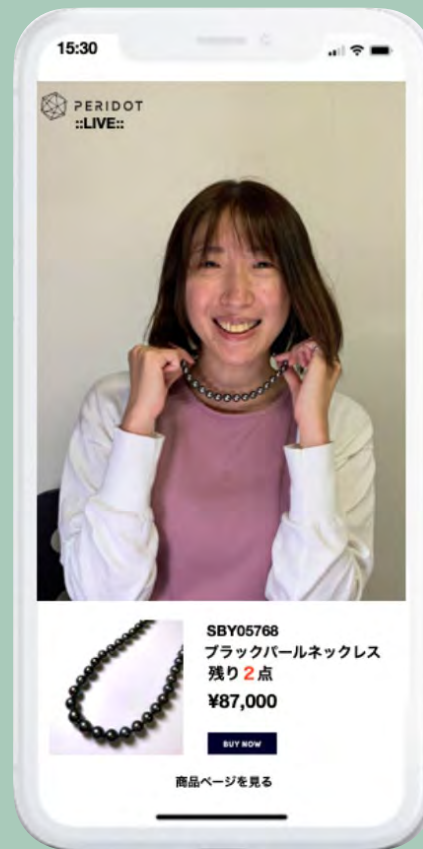
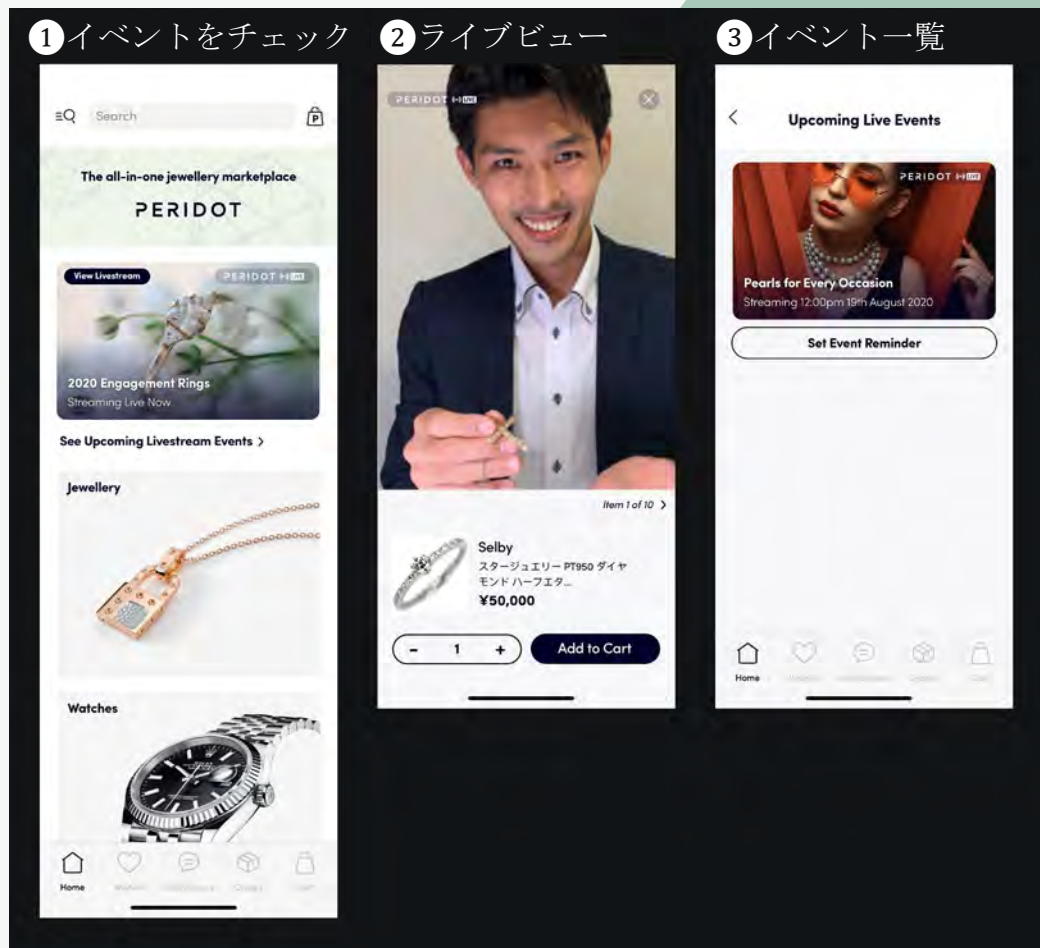
ライブ機能 - マーチャント側



ライブ機能 - マーチャント側のイメージ



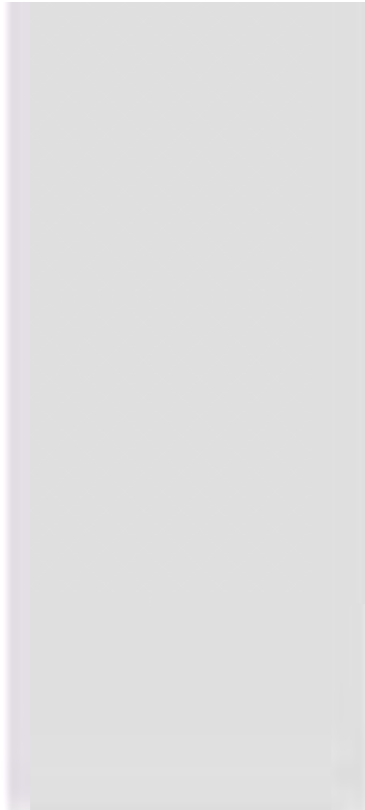
ライブ機能 - バイヤー側



日本語バージョン



PERIDOT



デジタル(IT)化によってほんとうに利益は増えるのか？

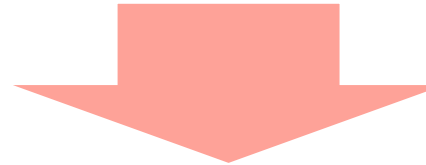
■ デジタル化によって利益を増やすには

「顧客」を満足させるための「戦略(目的)」を明確にし、
そのためにどのような「技術(手段)」をどう使うべきかを考えるべき。

顧客不在 & 技術を理解しない戦略



宝飾業界を理解しないIT業者の提案



デジタル技術は魔法のステッキではない。



使えない(利益を生まない)システム

終わりに



ご清聴ありがとうございました。

是非、お気軽にお問い合わせください。

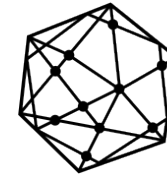


WEBサイト

www.selby.co.jp

E-mail

contact@selby.co.jp



PERIDOT

WEBサイト

www.peridotb2b.com

E-mail

info@peridotb2b.com

