

資産形成型ダイヤモンド販売価格

店舗別比較・動向調査

データプレミアム No1 格付け認証

報告書

一般財団法人 格付けジャパン研究機構

2020年4月6日



目次

1. はじめに	p 2
2. 背景	p 3
2-1. ダイヤモンドについて	p 3
2-2. 宝石としてのダイヤモンドの品質基準「4C」について	p 3
2-3. ダイヤモンドの価格の成り立ちについて	p 4
2-4. 資産としてのダイヤモンド	p 9
2-5. 日本のダイヤモンドの価格について	p 9
3. 本動向調査及びランキングの目的	p 11
4. 動向調査の概要	p 13
5. 調査結果	p 15
5-1. 1カラットのルースダイヤモンドに関する動向調査の結果	p 15
5-2. 0.5カラットのルースダイヤモンドに関する動向調査の結果	p 18
5-3. 調査結果のまとめ	p 21
6. 総合考察とランキング	p 22
6-1. 1カラットのルースダイヤモンドの販売価格について	p 22
6-2. 0.5カラットのルースダイヤモンドの販売価格について	p 24
6-3. 総合考察（ランキング）	p 26

1. はじめに

一般財団法人格付けジャパン研究機構（以下、「格付けジャパン」という。）は、社会的なメリットや消費者のメリットに繋がる様々なテーマに関連して、調査分析に基づいたエビデンスをもとに商品やサービス、自治体、企業等の評価、格付け、ランキングなどを公表していく機関として、2019年に設立されました。

今回、格付けジャパンが取り組んだ動向調査及びそれに基づくランキングは、現代の憧れの商品の一つである宝石のダイヤモンドについて、その小売販売事業者・小売店及び販売価格にフォーカスするものです。

日本の多くの宝石店で販売されるダイヤモンドは、国際的基準に則した販売価格と比べて大きくかけ離れた高価格となっているのが通常とされております。したがって、ダイヤモンドの販売価格が適正価格に近い、所謂低価格なダイヤモンド小売店を徹底解明することで、宝石として楽しむためのダイヤモンドを求め、また資産としてのダイヤモンドを求める消費者が受けるべきメリットを確実にすることができると解されます。

今回の動向調査及びそれに基づくランキングにより、ダイヤモンドの販売動向、特にダイヤモンドの販売価格に関するエビデンスのある情報を提供し、宝石であるダイヤモンドを憧れの商品として、また資産として求める日本の顧客に知っていただきたいと考えます。

一般財団法人 格付けジャパン研究機構 代表理事
蓮沼 肇

2. 背景

2-1. ダイヤモンドについて

ダイヤモンドは、炭素（C）からなる同素体であり、天然で最も硬い物質とされている。地球内部の非常に高温高压な環境で生成され、日本においては、金剛石（こんごうせき）等とも称されていた。ダイヤモンドは、その堅さから工業的には研磨剤等として利用されるが、例えば、ブリリアンカット等のカットを施された場合のその高屈折率に由来した輝きや美しさから、一般には宝石として珍重されている。

ダイヤモンドは、4月の誕生石として知られ、その石言葉は「永遠の絆・純潔・不屈」とされて、日本の婚約指輪用に広く用いられている。一般の消費者は、「憧れの商品」として、ダイヤモンド小売販売事業者、所謂宝石店等での購入が可能である。

2-2. 宝石としてのダイヤモンドの品質基準「4C」について

ダイヤモンドの品質の指標としては、米国宝石学会（GIA）[※]が考案した所謂「4C」が知られている。この指標4Cは、カットされた宝石としてのダイヤモンドの品質を評価する国際基準となっている。色（カラー color）、透明度（クラリティ clarity）、重さ（カラット carat）、研磨（カット cut）の4つの評価ポイントから、カットされたダイヤモンドの品質を評価するというもので、それぞれの頭文字からとった「C」に由来し、4Cと称されている。

以下の表1では、GIAによるダイヤモンドの品質基準について、概要をまとめる。

[※] 米国宝石学会（GIA）、すなわち、ジェモロジカル・インスティテュート・オブ・アメリカ（Gemological Institute of America）、略称 GIA は、カリフォルニア州のカールスバッドに本校を構える世界的な宝石学教育機関と鑑別・鑑定機関、更に鑑定に関する研究を行っている研究所からなる非営利団体。

表 1. GIA の品質基準

基準 4 C	評価				
Carat (カラット)	1 カラット = 0.2 グラム				
Color (カラー)	Colorless	Near colorless	Faint Yellow	Very Light	Light
	D, E, F	G, H, I, J	K, L, M	N, O, P, Q, R	S ~ Z
Clarity (クラリティ)	Flawless, Internally Flawless	Very, Very Slightly Included	Very Slightly Included	Slightly Included	Included
	FL, IF	VVS1, VVS2	VS1, VS2	SI1, SI2	I1, I2, I3
Cut (カット)	Excellent	Very Good	Good	Fair	Poor

例えば、日本の婚約指輪用の標準イメージとしては、以下が想定される。

カラー (Color) : G 以上

クラリティ (Clarity) : SI 以上

カット (Cut) : Very Good 以上で Excellent が主。

2-3. ダイヤモンドの価格の成り立ちについて

2-3-1. ダイヤモンドの販売価格の形成について

一般にダイヤモンドは、宝石として高価な憧れの商品とされるが、その販売価格の構成については、ダイヤモンド鉱山でダイヤモンド原石が採掘された後にカットを施されてカット済みとなったダイヤモンドの①取引所での価格と、その後の輸入や卸や小売を含む②流通販売コストが主要な構成要素となる。そしてさらに、③為替レートの影響が

加わる。

このダイヤモンドの①取引所での価格は、通常ダイヤモンドの需給だけで決まるのではないとされ、カットされたダイヤモンドの価値に世界的に最も影響があるラパポート社が配信する『ラパポート（・ダイヤモンド・レポート）』（以下、「ラパポートレポート」という。）から、世界最大手のデビアス社含めダイヤモンド業界全体がほぼ価格指標としての影響を受けている。ここで、デビアス社（デビアスグループ（英語: The De Beers Group of Companies））とは、南アフリカ共和国発祥で、英国ロンドンに本社を置く、世界最大手のダイヤモンドの採鉱・流通・加工・卸売会社である。また、1976年に設立されたラパポートグループは、公正で透明、効率的で競争力のあるダイヤモンドおよびジュエリー市場の発展をサポートする付加価値サービスを提供する企業の国際ネットワークである。

すなわち、ダイヤモンドの価格の形成には、独特の仕組みが存在することになる。以下、ダイヤモンドの価格の成り立ちについて、一般に知られた、デビアス社での取り扱いを中心に、その流通経路を概説する。

2-3-2. 流通経路の概要 1：①取引所での価格が決まるまで

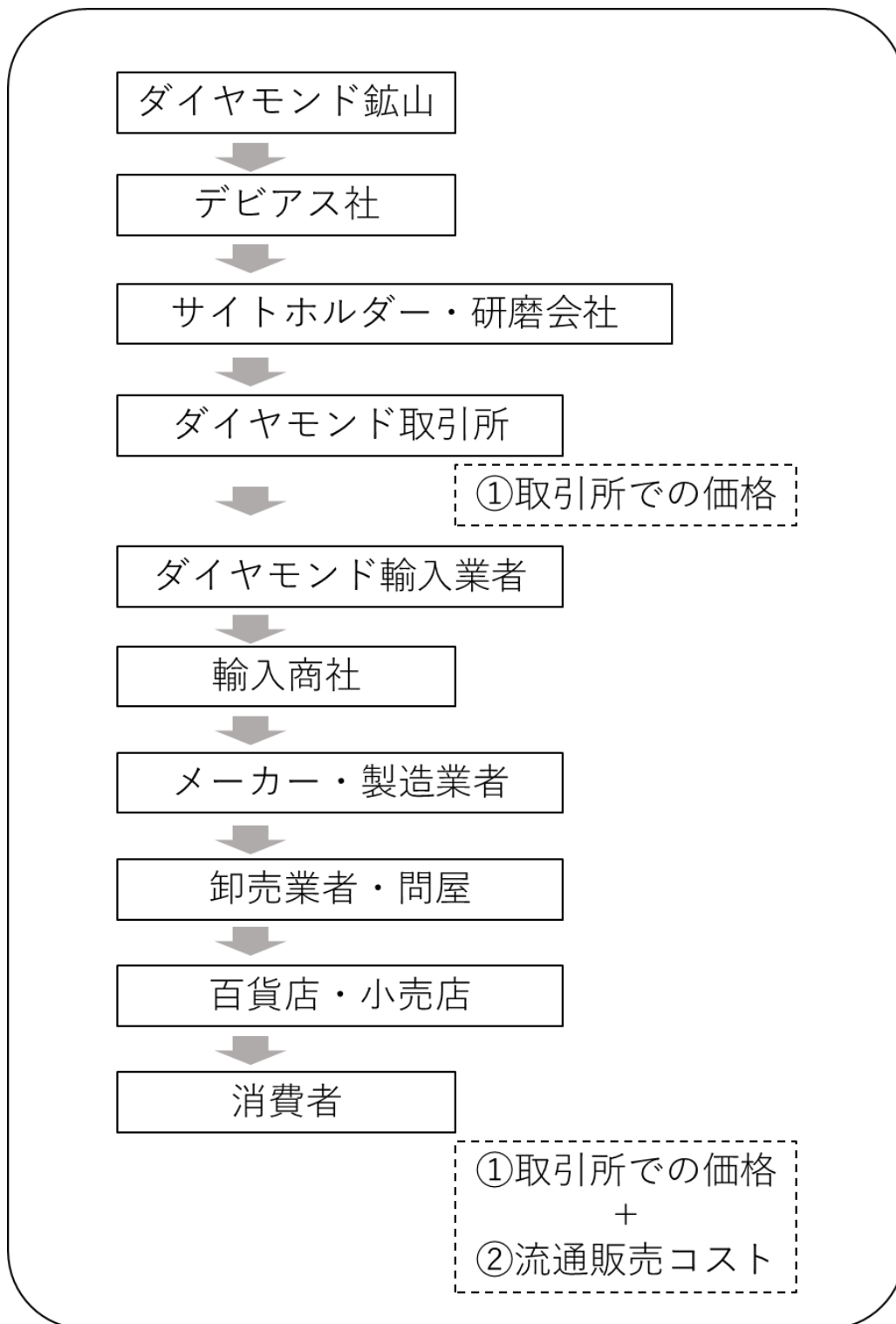


図1. 一般的なダイヤモンドの流通経路

上に示す図1は、デビアス社での取り扱いを中心とするダイヤモンドの流通経路を概説するものである。デビアス社での取り扱いを中心とし、一般的なダイヤモンドの流通経路を示している。

図1に示すように、先ず世界各地のダイヤモンド鉱山で採掘されたダイヤモンドの原石は多くが上述したデビアス社に集められる。デビアス社に集められたダイヤモンド原石は、分類等がなされた後、デビアス社のDTC（ダイヤモンドトレーディングカンパニー）が主催するサイト(販売会)で、サイトに参加可能な限られた権利を持つ企業（サイトホルダー）にのみ販売される。

次いで、サイトホルダーにより購入されたダイヤモンドの原石は、世界各国の研磨会社へと送られる。原石だったダイヤモンドは、カッターによりカットが施され、カット済みダイヤモンドとされる。その結果、原石だったダイヤモンドは宝石となり、ダイヤモンド取引所で販売されて、市場に流通することになる。この時のダイヤモンド取引所の販売価格が、上記した①取引所での価格となる。

こうしたデビアス社を中心とした仕組みにより、ダイヤモンドの供給が安定し、また、市場で取引されるダイヤモンドの価格は安定することになる。価格が安定することで、ダイヤモンドは「憧れの商品」としてのみではなく、資産としての価値も備えることができる。

2-3-3. 販売価格の国際的基準について

また、ラパポート社は、上記のように、「ラパポート（・ダイヤモンド・）レポート」という業界レポートを2週間に一度発表している。ラパポートレポートでは大きさや品質(4C)ごとのダイヤモンドの取引相場が、1カラットあたりのアメリカドル価格（1000ドル単位）で、細かく一覧で掲載されている。

例えば、Color（カラー）が「D」、Clarity（クラリティ）が「IF」のグレードのルースダイヤモンドについて、1Carat（カラット）あたり取引相場が5,000ドル等と表示される。このとき、ルースダイヤモンドが同じグレードで0.3カラットであれば、0.3倍の1,500ドルとなる。

つまり、ラパポートレポートを参照することにより、ダイヤモンドは4Cが分かれば大体の値段が決まるようになっている。これが、世界中のダイヤモンドを取り扱う業者の価格に関する国際的基準となっており、ほとんどのダイヤモンド業者がラパポートレポートを価格指標にしていると言われている。

例えば、あるダイヤモンド販売業者がダイヤモンドをラパポートレポートに記載の取引相場の60%程度の金額で仕入れ、そのダイヤモンドの店頭での販売価格がラパポートレポートに記載の取引相場に則したものである場合、単純化すれば、当該ダイヤモンドの販売によってその差額分を当該ダイヤモンド販売業者は得ることができる。

2-3-4. 流通経路の概要2：②流通販売コストの転嫁

ダイヤモンドは主に世界約16カ所あるダイヤモンド取引所や宝石業者間で取引される。

ダイヤモンドは日本では産出されず、また原石の研磨もほとんど行われないため、ダイヤモンドの裸石(ルースダイヤ)を輸入する業者(ダイヤモンド輸入業者、輸入商社)が必要となる。

そして、通常ルースダイヤが、一般的なジュエリーとして宝石店で販売されて消費者の手元に届けられるまでには、メーカー・製造業者、卸売業者・問屋など中間業者の介在が必要となる。一般的な宝石店では、ダイヤモンドの在庫を抱えきれないため、日本には在庫を保有するための卸売業者が必要になる。こうした、中間業者の介在により、各段階のマージンがダイヤモンド価格に転嫁されていくことになる。

さらに、小売店舗運営費や在庫維持費、人件費や広告宣伝費などの販売管理費が必要となり、最終的なダイヤモンドの価格にこれらが大きく反映されることになる。有名ブランドになればさらにブランド分の追加も必要とされる。

ここでは、上記図1に示した段階5.のダイヤモンド輸入業者以降、段階9.の百貨店・小売店までで転嫁される費用を合わせて、②流通販売コストということにする。

したがって、一般的な宝石店でのダイヤモンドの販売価格は、①取引所での価格と、②流通販売コストとが積み重なった合計となる。

2-4. 資産としてのダイヤモンド

以上のようにして、販売価格の形成がなされる日本のダイヤモンドであるが、近年、憧れの商品としてそれを求めることのほか、その資産としての価値についても注目がされるようになってきている。

ダイヤモンドが資産として注目される理由としては、①過去 50 年でグレードによって 10 倍の価格上昇がいわれるなど、コンスタントな価格の上昇が見込まれること、②金融危機や政情不安等の社会状況の変化に対して価格変動の影響を受けにくいこと、③小さく、軽く、運搬性に優れて自分で管理しやすいこと、④不動産における固定資産税のような維持の費用が不要であること、⑤保有の匿名性確保が可能であること、等が挙げられる。

例えば、世界では、ユダヤ人社会や中国人華僑社会において、ダイヤモンドが、一族が生き延びるための重要な資産として、世代を超えて受け継がれている。

ダイヤモンドに資産としての価値が注目され、世界の趨勢に倣い、日本でも同様にダイヤモンドが資産ポートフォリオの一部として取り入れられていくためには、ダイヤモンドの購入に際し、「資産防衛としてのダイヤモンド」という視点を明確にし、国際的基準（相場）に則した取引の可能な価格、すなわち「換金できる値段」で購入することが必要となる。

2-5. 日本のダイヤモンドの価格について

一方で、日本のダイヤモンドの通常の価格の状況については、上記の一般的な流通経路に係る図に示したように、ダイヤモンド取引所で売られた後、ダイヤモンド輸入業者、輸入商社、メーカー・製造業者、卸売業者・問屋、百貨店・小売店等を経由し、最終的には 3 倍程度にもなるといわれている。その場合、例えば、ダイヤモンド取引所で、100 万円くらいで取引されたものが、日本の百貨店や専門の宝石店に指輪となって並ぶときには、200 万円～400 万円程になっていることになる。

すなわち、日本の一般的な宝石店で販売されるダイヤモンドは、国際的基準に則した販売価格になっているかといえ、ほとんどの場合にそうはなっていない。むしろ大き

くかけ離れた高価格となっていることが通常とされている。これはダイヤモンドについて、従来から、所謂「憧れの商品」としてそれを楽しむ面のみが注目されてきたためと解される。

世界では、上述のように、資産としてのダイヤモンドという視点が重視され、ラパポートレポートに示されるような国際的基準が有効に機能している。しかし、日本では、この資産としてのダイヤモンドという視点が注目され始めているものの、まだまだ一般的なものとまではなっていない。すなわち、換金可能な又はそれに近い価格でダイヤモンドを購入して資産を防衛するために資産のポートフォリオに組み入れる、というような目的意識は、日本ではまだまだ一般化されていない。したがって、日本では従来から、国際的基準から乖離した高価格でのダイヤモンド販売が許容され、また受け入れられているものと解される。

しかし、ダイヤモンドという「憧れの商品」に対して年月を費やして十分楽しむ一方、世界の趨勢に合わせ、「資産としてのダイヤモンド」という視点に基づいて資産価値のあるダイヤモンドを保有しようとするれば、高品質のダイヤモンドを適正な価格で、特に、国際的に見ても適正といえる価格で日本の消費者が購入できるようにすることが重要となる。すなわち、資産となり得る高品質のダイヤモンドを国際的に適正な価格（適正価格）で日本の消費者が購入できるようにすることが、「憧れの商品」としてそれを楽しむ一般の消費者はもちろん、「資産としてのダイヤモンド」を求める消費者のメリットを守ることになると解される。

そうした消費者のメリット、いわば当然のメリットを確実なものにしていくためには、従来のものでは無い流通・販売システムとそれを担うダイヤモンド取引業者、すなわち、国際的に見ても適正といえる価格で日本の消費者がダイヤモンドを購入することができ、従来の宝石販売店と比べた低価格を実現するダイヤモンド取引業者・小売店が求められる。

そのためには、日本に多数が存在するダイヤモンド取引業者・小売店のなかで、ダイヤモンドの販売価格が低価格であって、適正価格に一番近いと解されるダイヤモンド取引業者・小売店を徹底解明し、それを明らかにしていくべきと考える。

3. 本動向調査及びランキングの目的

以上の背景から、今回の動向調査及びそれに基づくランキングでは、日本の消費者が国際的に見ても適正といえる価格でダイヤモンドを購入することができるように取り組み、販売努力をし、実際に低価格でのダイヤモンド販売を実現しているダイヤモンド小売販売事業者・小売店及びそのダイヤモンド販売価格にフォーカスする。

日本の多くの宝石店で販売されるダイヤモンドは、上述したように、国際的基準に則した販売価格（適正価格）と比して大きくかけ離れた高価格となっているのが一般的とされている。

しかしながら、高品質のダイヤモンドを適正な価格で、特に、国際的に見ても適正といえる価格で日本の消費者が誰でもダイヤモンドを購入できるようにすることは、ダイヤモンドを「憧れの商品」として求め、また、ダイヤモンドに資産価値を求める消費者のメリットを確保するうえでは、非常に重要なことであり、また求められていることと解される。

そうしたいわば当たり前の消費者のメリットを確実なものとしていくためには、従来のものでは無い流通・販売システムとそれを担うダイヤモンド小売販売事業者・小売店、すなわち、国際的に見ても適正といえる価格、結果的に日本の消費者にとっての低価格でダイヤモンドを販売するダイヤモンド小売販売事業者・小売店を明らかにしていく必要がある。

そこで、本動向調査及びそれに基づくランキングでは、ダイヤモンド小売販売事業者・小売店の店頭で実際に購入可能な、ある一定品質のダイヤモンドの価格に着目する。そして、複数事業者間でそのダイヤモンドの価格を比較するかたちで評価を行い、日本の消費者にとっての低価格でダイヤモンドを販売するダイヤモンド小売販売事業者・小売店を明らかにすることとする。

すなわち、本動向調査及びそれに基づくランキングは、ダイヤモンドの販売価格が適正価格に一番近いと解される、低価格でのダイヤモンド販売を実現しているダイヤモンド小売販売事業者・小売店を徹底解明することを目的とする。

そして、今回の動向調査及びそれに基づくランキングにより、低価格でのダイヤモンド

ド販売を実現しているダイヤモンド小売販売事業者・小売店に関する情報を提供し、それによって、ダイヤモンドを「憧れの商品」として求め、また、ダイヤモンドに資産価値を求める、日本のみならず、広く世界の顧客に知っていただきたいと考える。

4. 動向調査の概要

(1) 動向調査課題名：

ダイヤモンドの販売価格が適正価格に一番近いダイヤモンド小売販売事業者・小売店の徹底解明によるダイヤモンド販売動向調査

(2) 動向調査デザイン：

調査員による調査

(3) 調査対象：

ダイヤモンド小売店をチェーン展開するダイヤモンド小売販売事業者であって、ダイヤモンドの購入希望者が、気軽にアクセスすることができ、安心して購入ができる規模のダイヤモンド小売販売事業者及びその小売店を計14店選択した。以下に50音順で示す。尚、小売店名とともにカッコ内に示される店舗数は、当該ダイヤモンド小売販売事業者・小売店のホームページに明示された当該事業者の国内店舗（ショップ）の総店舗数である。但し、直営店舗の明示が有る場合は、直営店舗の数とする。

- ①アイプリモ 銀座本店 (73 店舗)
- ②アンジェリックフォテッセ 横浜元町店 (9 店舗)
- ③EXELCO DIAMOND 東京本店 (34 店舗)
- ④4℃(Jewelry) 日本橋三越本店 (83 店舗)
- ⑤KIRAT 新小岩駅前店 (40 店舗)
- ⑥銀座ダイヤモンドシライシ 銀座本店 (46 店舗)
- ⑦ケイウノ 表参道店 (34 店舗)
- ⑧STAR JEWELRY the shop OMOTESANDO 表参道店 (54 店舗)
- ⑨TASAKI 三越日本橋本店 (43 店舗)
- ⑩VENDOME AOYAMA 青山本店 (104 店舗)
- ⑪ビジュピコ 上野御徒町本店 (42 店舗)
- ⑫フェスタリア ビジュソフィア 日本橋タカシマヤ店 (19 店舗)
- ⑬VERITE 目黒アトレ1店 (69 店舗)
- ⑭杣目金屋 表参道本店 (20 店舗)

(4) 調査項目：

カラー (Color)、クラリティ (Clarity) 及びカット (Cut) が同品質で、重さ (カラット carat) の異なる 2 種のダイヤモンドの販売価格 (見積価格)

(5) 調査方法

上記調査対象となるダイヤモンドの小売店のそれぞれについて、調査員が下記の品質の 2 種のルースダイヤモンドの価格 (見積価格) を調査する。

(6) 調査対象となるダイヤモンドの品質

調査対象としたのは以下の 2 種のルースダイヤモンド

①・Carat (カラット)： 1

・Color (カラー)： D

・Clarity (クラリティ)： VVS1

・Cut (カット)：

トリプルエクセレント (ラウンドブリリアンカット)

1. カットの総合評価、2. ポリッシュ (表面仕上げ)、3. シンメトリー (左右の対称性) の 3 点すべてがエクセレント (優秀) の評価

②・Carat (カラット)： 0.5

・Color (カラー)： D

・Clarity (クラリティ)： VVS1

・Cut (カット)： 上記と同様のトリプルエクセレント
(ラウンドブリリアンカット)

(7) 調査実施期間：

2020 年 1 月 1 日～2020 年 1 月 31 日

5. 調査結果

前記の4. 動向調査の概要に示した方法による調査の結果を以下にまとめる。

5-1. 1カラットのルースダイヤモンドに関する動向調査の結果

調査対象となるダイヤモンドの品質

- ・ Carat (カラット) : 1
- ・ Color (カラー) : D
- ・ Clarity (クラリティ) : VVS1
- ・ Cut (カット) : トリプルエクセレント (ラウンドブリリアンカット)

上記の品質の1カラットのルースダイヤモンドに関する本動向調査の結果、次の表2及び図2に示すように、上記品質の1カラットのダイヤモンドにおいて、ビジュピコ上野御徒町本店(〒110-0005 東京都台東区上野5-25-1)の販売価格(見積価格)が最安値であることがわかった。

表2. 1カラットの結果

	ダイヤモンド小売販売事業者	ダイヤモンドの販売価格 単位：万円 (一万円未満切上げ)
1	アイプリモ 銀座本店	213
2	アンジェリックフォテッセ 横浜元町店	209
3	EXELCO DIAMOND 東京本店	562
4	4℃(Jewelry) 日本橋三越本店	取扱い無し
5	KIRAT 新小岩駅前店	313
6	銀座ダイヤモンドシライシ 銀座本店	333
7	ケイウノ 表参道店	308
8	STAR JEWELRY the shop OMOTESANDO 表参道店	231
9	TASAKI 三越日本橋本店	340
10	VENDOME AOYAMA 青山本店	231
11	ビジュピコ 上野御徒町本店	140
12	フェスタリア ビジュソフィア 日本橋タカシマヤ店	350
13	VERITE 目黒アトレ1店	370
14	杳目金屋 表参道本店	300

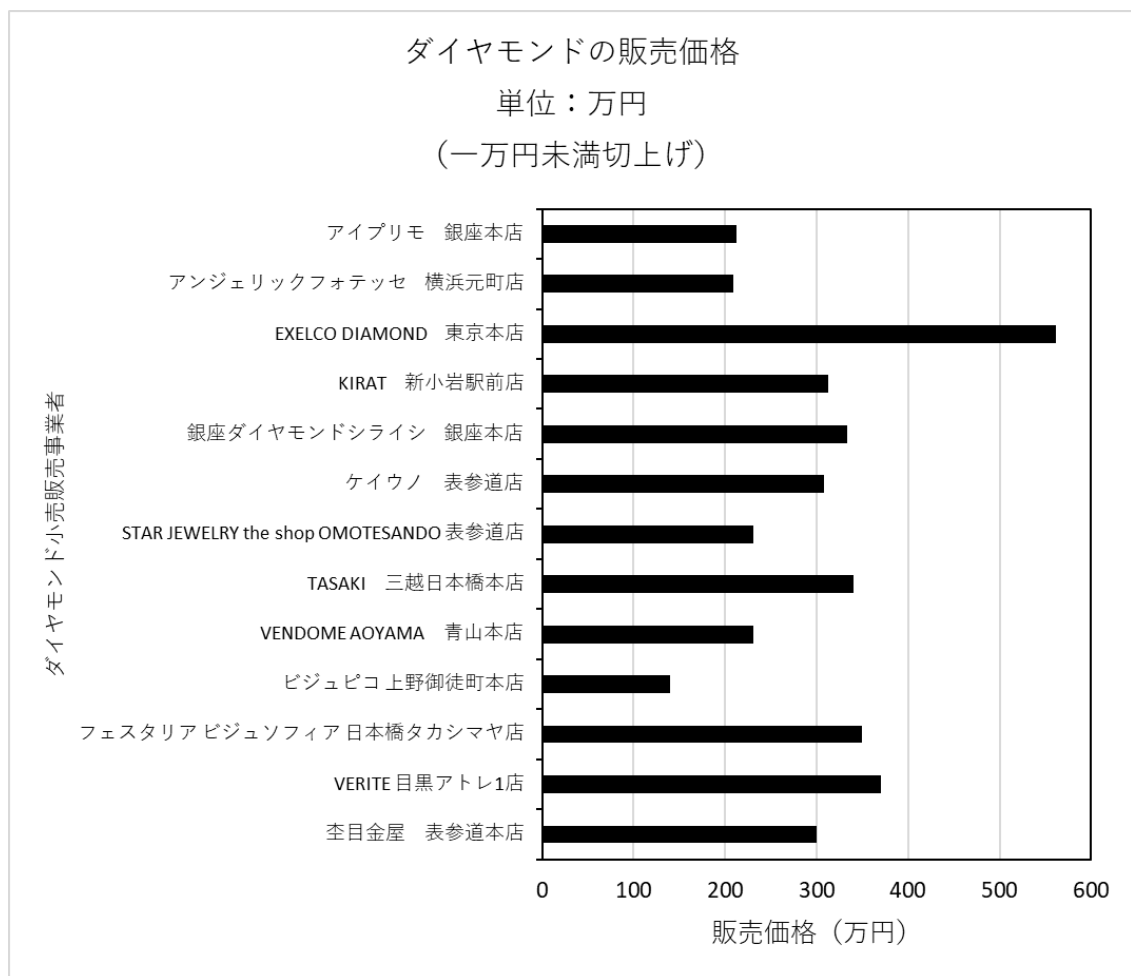


図2. 1カラットの結果

5－2．0．5カラットのルースダイヤモンドに関する動向調査の結果

調査対象となるダイヤモンドの品質

- ・ Carat (カラット) : 0．5
- ・ Color (カラー) : D
- ・ Clarity (クラリティ) : VVS1
- ・ Cut (カット) : トリプルエクセレント (ラウンドブリリアンカット)

上記の品質の0．5カラットのルースダイヤモンドに関する本動向調査の結果、次の表3及び図3に示すように、上記品質の0．5カラットのダイヤモンドにおいて、ビジュピコ 上野御徒町本店（〒110-0005 東京都台東区上野 5-25-1）の販売価格（見積価格）が最安値であることがわかった。

表3. 0. 5カラットの結果

	ダイヤモンド小売販売事業者	ダイヤモンドの販売価格 単位：万円 (一万円未満切上げ)
1	アイプリモ 銀座本店	78
2	アンジェリックフォテッセ 横浜元町店	47
3	EXELCO DIAMOND 東京本店	85
4	4℃(Jewelry) 日本橋三越本店	84
5	KIRAT 新小岩駅前店	63
6	銀座ダイヤモンドシライシ 銀座本店	59
7	ケイウノ 表参道店	65
8	STAR JEWELRY the shop OMOTESANDO 表参道店	139
9	TASAKI 三越日本橋本店	95
10	VENDOME AOYAMA 青山本店	168
11	ビジュピコ 上野御徒町本店	32
12	フェスタリア ビジュソフィア 日本橋タカシマヤ店	130
13	VERITE 目黒アトレ1店	83
14	空目金屋 表参道本店	100

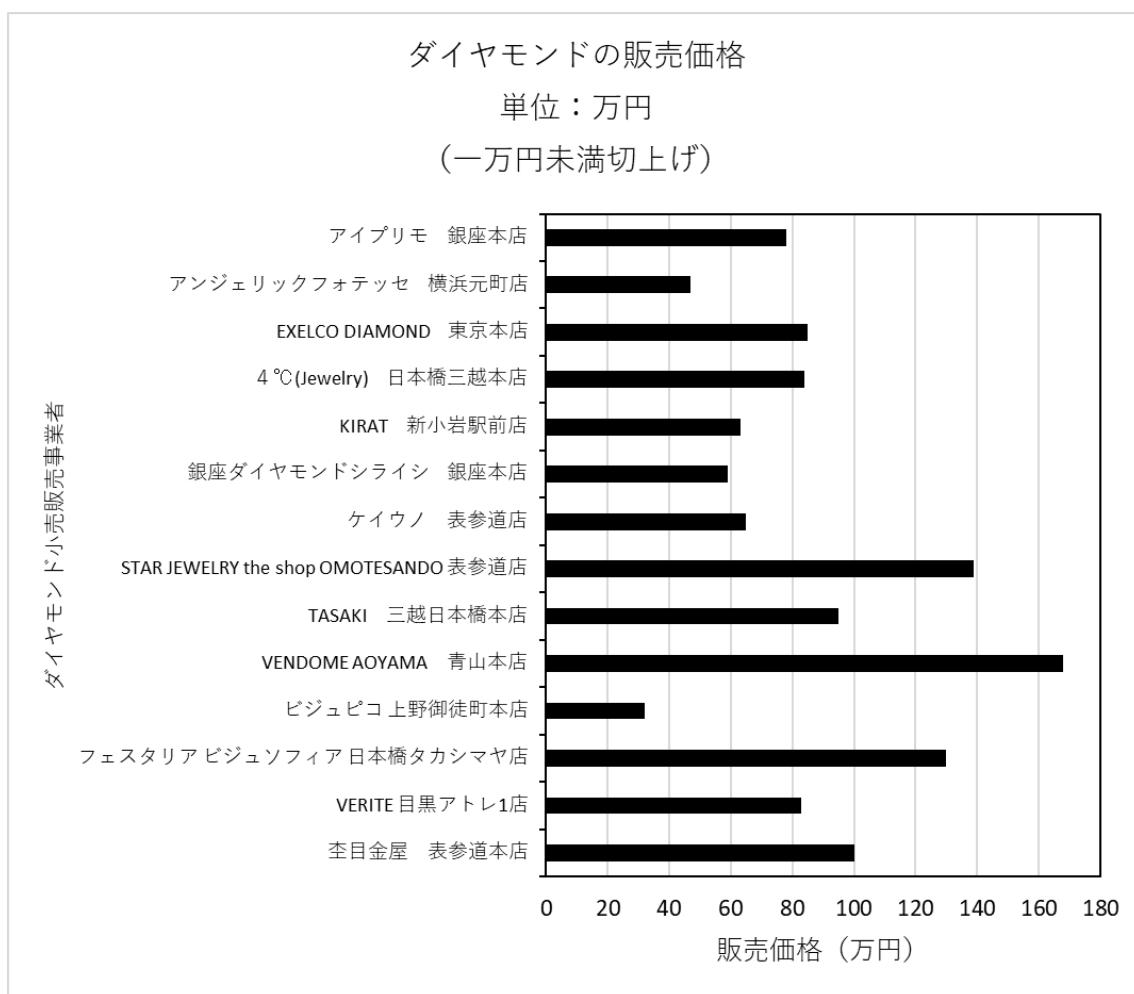


図3. 0.5カラットの結果

5－3．調査結果のまとめ

本動向調査の結果、上記の表2及び表3に示すように、上記品質の1カラット及び0.5カラットの2種のダイヤモンドについて、何れのダイヤモンドにおいても、ビジュピコ 上野御徒町本店（〒110-0005 東京都台東区上野5-25-1）の販売価格（見積価格）が最安値であることがわかった。

6. 総合考察とランキング

6-1. 1カラットのルースダイヤモンドの販売価格について

次の表4は、上記品質の①1カラットのルースダイヤモンドの販売価格をまとめた上記の表2について、その販売価格が昇順となるように、すなわち、低価格順となるように並べ直してランキング形式にまとめたものである。

表4に示す評価結果から、調査対象としたダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中で、上記ダイヤモンドの品質を満足する1カラットのルースダイヤモンドについて、ビジュピコ 上野御徒町本店(〒110-0005 東京都台東区上野 5-25-1)の販売価格がNo.1の安値であることがわかった。

表4. 1カラットの結果（ランキング）

ダイヤモンド小売販売事業者		ダイヤモンドの販売価格 単位：万円 (一万円未満切上げ)
1	ビジュピコ 上野御徒町本店	140
2	アンジェリックフォテッセ 横浜元町店	209
3	アイプリモ 銀座本店	213
4	STAR JEWELRY the shop OMOTESANDO 表参道店	231
	VENDOME AOYAMA 青山本店	231
6	杳目金屋 表参道本店	300
7	ケイウノ 表参道店	308
8	KIRAT 新小岩駅前店	313
9	銀座ダイヤモンドシライシ 銀座本店	333
10	TASAKI 三越日本橋本店	340
11	フェスタリア ビジュソフィア 日本橋タカシマヤ店	350
12	VERITE 目黒アトレ1店	370
13	EXELCO DIAMOND 東京本店	562
—	4℃ (Jewelry) 日本橋三越本店	取扱い無し

6－2．0．5カラットのルースダイヤモンドの販売価格について

次の表5は、上記品質の②0．5カラットのダイヤモンドの販売価格をまとめた上記の表3について、その販売価格が昇順となるように、すなわち、低価格順となるように並べ直してランキング形式にまとめたものである。

表5に示す評価結果から、調査対象としたダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中で、上記ダイヤモンドの品質を満足する0．5カラットのルースダイヤモンドについて、ビジュピコ 上野御徒町本店（〒110-0005 東京都台東区上野 5-25-1）の販売価格がNo.1の安値であることがわかった。

表5. 0. 5カラットの結果（ランキング）

ダイヤモンド小売販売事業者		ダイヤモンドの販売価格 単位：万円 (一万円未満切上げ)
1	ビジュピコ 上野御徒町本店	32
2	アンジェリックフォテッセ 横浜元町店	47
3	銀座ダイヤモンドシライシ 銀座本店	59
4	KIRAT 新小岩駅前店	63
5	ケイウノ 表参道店	65
6	アイプリモ 銀座本店	78
7	VERITE 目黒アトレ1店	83
8	4℃ (Jewelry) 日本橋三越本店	84
9	EXELCO DIAMOND 東京本店	85
10	TASAKI 三越日本橋本店	95
11	杣目金屋 表参道本店	100
12	フェスタリア ビジュソフィア 日本橋タカシマヤ店	130
13	STAR JEWELRY the shop OMOTESANDO 表参道店	139
14	VENDOME AOYAMA 青山本店	168

6－3．総合考察（ランキング）

表4及び表5にランキング形式でまとめた1カラット及び0.5カラットの2種類のルースダイヤモンド販売価格（見積価格）の調査結果から、調査対象としたダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中で、上記ダイヤモンドの品質を満足する1カラット及び0.5カラットのルースダイヤモンドの何れにおいても、ビジュピコ 上野御徒町本店（〒110-0005 東京都台東区上野5-25-1）の販売価格が最安値であった。したがって、上記品質の2種類のルースダイヤモンドについて、ビジュピコ 上野御徒町本店が、本動向調査の調査対象のダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中で、No.1の低価格を実現するダイヤモンド小売販売事業者・小売店であることがわかった。すなわち、上記品質の2種類のルースダイヤモンドについて、ビジュピコ 上野御徒町本店が、調査対象のダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中で、ダイヤモンドの販売価格が適正価格に一番近いダイヤモンド小売販売事業者・小売店であることがわかった。

このとき、下記の表6は、表4に示された上記品質の1カラットのルースダイヤモンドの販売価格の低価格上位6位までと、表5に示された上記品質の0.5カラットのルースダイヤモンドの販売価格の低価格上位6位までとを並列に並べてまとめた表である。

上述したように、上記ダイヤモンドの品質を満足する1カラットのルースダイヤモンドにおいて販売価格の最安値を実現するビジュピコ 上野御徒町本店は、上記ダイヤモンドの品質を満足する0.5カラットのルースダイヤモンドの販売価格においても最安値を実現しているが、上記品質の1カラットのルースダイヤモンドの販売価格の低価格第2位のアンジェリックフォテッセ 横浜元町店についても、上記品質の0.5カラットのルースダイヤモンドの販売価格において低価格第2位となっている。

また、上記品質の1カラットのルースダイヤモンドの販売価格の低価格第3位のアイブリモ 銀座本店は、上記品質の0.5カラットのルースダイヤモンドの販売価格においても低価格第6位となっている。

これらのことから、上記品質の1カラットのルースダイヤモンドの販売価格の低価格を実現する最上位のダイヤモンド小売販売事業者・小売店は、他のカラット（重さ）、

例えば、0.5カラットのダイヤモンドにおいても、販売価格の低価格を示す傾向があることが理解される。

すなわち、例えば、上記品質の1カラットのルースダイヤモンドの販売価格の低価格を実現する最上位のダイヤモンド小売販売事業者・小売店は、他の何れのカラット（重さ）のダイヤモンドについても、低価格を実現する傾向が予測される。

そして、そうした最上位のダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中でも、ダイヤモンドの販売価格の格段の低価格を実現しているビジュピコ 上野御徒町本店は、上記ダイヤモンドの品質を満足する1カラット及び0.5カラットのルースダイヤモンドの販売価格で低価格 No.1 であるとともに、より広い意味でより広範なダイヤモンドの販売においても低価格 No.1 であることが予想される。

したがって、ビジュピコ 上野御徒町本店が、調査対象のダイヤモンド小売販売事業者・小売店の中でもダイヤモンドの販売価格が適正価格に一番近いダイヤモンド小売販売事業者・小売店であると解される。

表6. 1カラット及び0.5カラットの結果（ランキング）

1カラットダイヤモンド			0.5カラットダイヤモンド		
	ダイヤモンド 小売販売事業者	販売価格 単位：万円 (一万円未満切上げ)		ダイヤモンド 小売販売事業者	販売価格 単位：万円 (一万円未満切上げ)
1	ビジュピコ 上野御徒町本店	140	1	ビジュピコ 上野御徒町本店	32
2	アンジェリックフォテッセ 横浜元町店	209	2	アンジェリックフォテッセ 横浜元町店	47
3	アイプリモ 銀座本店	213	3	銀座ダイヤモンドシライシ 銀座本店	59
4	STAR JEWELRY the shop OMOTESANDO 表参道店	231	4	KIRAT 新小岩駅前店	63
	VENDOME AOYAMA 青山本店	231	5	ケイウノ 表参道店	65
6	空目金屋 表参道本店	300	6	アイプリモ 銀座本店	78

以上のダイヤモンド小売販売事業者・小売店に関する上記品質のダイヤモンド販売価格の調査結果に関しては、ダイヤモンドの販売価格に関するエビデンスのある情報として、ダイヤモンドを買い求める日本の顧客にとって有用なものになると解される。

その結果、宝石であるダイヤモンドを憧れの商品として求め、また、ダイヤモンドを資産として求める日本の顧客に対し、適正価格という消費者としての当たり前のメリットを享受するうえで、有用となることを期待する。

調査協力

株式会社ホンモノ・ジャパン 株式会社 GRP