

# 単一の産地から国際自由市場へ —養殖真珠産業の変化

ラッセル ショー

養殖真珠産業はこの15年間に、市場要因、環境問題と科学研究が相まって、一生産者が独占する単一商品産業から太平洋地域全域で養殖が行われる多様な産業へと急速に変化した。新製品、安定した品質、より広範なマーケティングプログラムの登場により、欧米の有名デザイナーや小売業者の養殖真珠に対する関心が飛躍的に高まった。この期間、消費者の関心は、従来の小粒～中粒でホワイートの真円の日本産アコヤ養殖真珠から、より大粒の南洋および夕ヒチ産真珠のほか、従来は「望ましくない」とされていた多様な形・色に広がった。

1990年代初めまで、日本産アコヤ真珠が世界の真珠生産額の70%以上を占めていたが、これ以降、環境および経済的要因によって養殖真珠産業は変化した(図1)。(注:天然真珠の採取量は今ではごくわずかであるため、特に断りのない限り、本報告における「真珠」はすべて養殖真珠を指す。)当時、日本の企業や個々の養殖業者は、数十年前に開発した移植技術を固持していた。フランス、ポリネシア産ブラック真珠と、オーストラリア、インドネシアおよびフィリピン産南洋真珠の人気上昇していたが、一般に、長い歴史を誇る日本の企業が採取されたすべての真珠を買い取って世界に販売していた。中国の淡水真珠養殖は、良質な真珠の生産という点ではまだ揺籃期であった。

1990年代半ばには、日本の水域で養殖されていた貝の推定4分の3が伝染病によって死亡する一方、最高品質の中国産淡水養殖真珠(FWCP)が中間品質のアコヤ養殖真珠に匹敵するようになっていた。日本の真珠生産者が回復に苦勞する頃、他のアジア諸国で景気が大不況に陥ったために、日本の銀行は、南洋

およびブラック真珠を大量に買い付ける現地商人に行っていた融資を減るようになった。その結果、太平洋地域全域の大手真珠養殖場が、日本企業の「下請け」生産者から抜け出し、独自に競売を行うようになった。

こうした大手の生産者は、特に最高品質の真珠について、マーケティングやブランド化を通じた商品の差別化も図った。やがて新たな移植技術が登場したために、1世紀近い間、同一性と単純さ—真円のホワイート—で知られた養殖真珠に、まったく新しい商品が現れることとなった。こうした新しい真珠には、パステルピンク、バイオレット、「ゴールド」、ブラウンなどのファンシーカラーもあり、また、バロックや環状の真珠(「サークル」)のような、従来はあまり望ましいとされなかった形もあつた。

著者に関する情報と謝辞については本論文の末尾を参照すること。  
ジェムズ&ジェモロジー、Vol.43、No.3、pp.200-226。  
©2007 ジェモロジカル インスティテュート オブ アメリカ

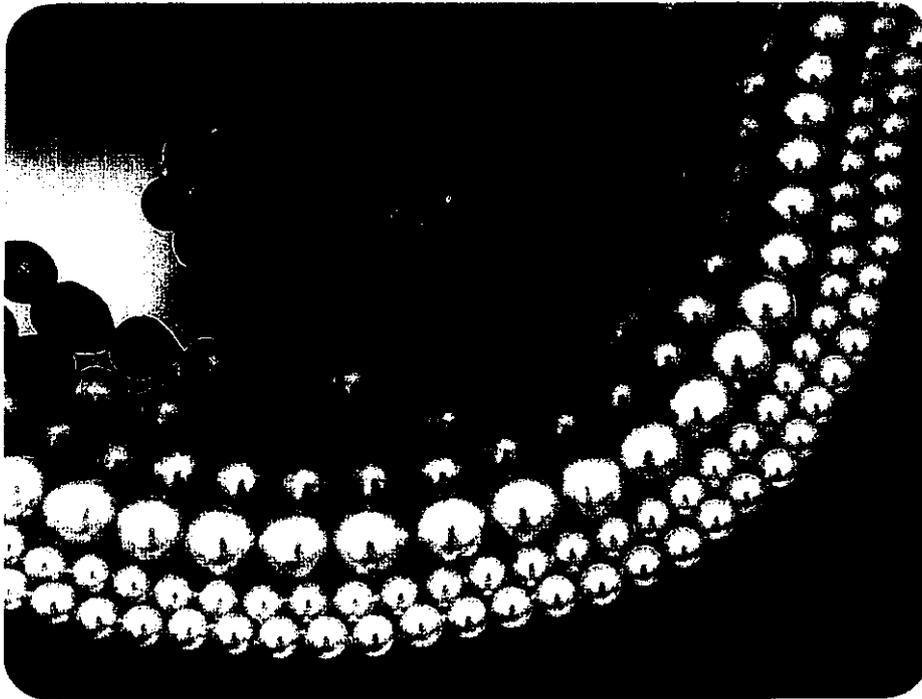


図1.

1990年代初め以降、真珠業界は劇的に変化している。それまでは日本の養殖場や商人が中心を占めていたが、新種の真珠や新たな生産地が登場した。従来の6~7mmのアコヤ真珠(下2列)に、フレンチポリネシア産(上2列)、中国産(3列目)、南洋真珠が加わっている。新参の生産者や販売業者の中には、写真に示すダイヤモンドとタヒチ産養殖真珠のイヤリングのような高級品に力を入れているところもある。イヤリングはニューヨークのマストローニ提供。南洋真珠のストランド(9~12mm)は、カリフォルニア州フォルブランクのザコレクターファインジュエリー提供。写真はハロルド&エリカバンベルト撮影。

しかし、太平洋全域で生産過剰に陥る真珠養殖場(図2)が増加し、市場の一部の部門では価格の乱高下が見られたために、こうした展開は新たな挑戦なしにはあり得なかった。

本論文では、生産の多様化、経済的・生態的状況、徹底的なブランド化およびマーケティングにより、真珠産業が変化した様子を示す。かつては落ち着いたファッションイメージの基本的な商品1種類しかなかったが、今は、現代のジュエリーデザイナーや大手小売業者の興味を引く多種多様な色や形が登場している。

## 背景

**20世紀の真珠養殖業の中心を占める日本** 真珠養殖産業は、見瀬辰平と西川藤吉が現在もビーズ挿核に使用されている基本的な方法(貝の性腺にビーズと外套膜片を挿入する)を開発した後、20世紀初頭に日本で始まった。その後数十年間に、真珠起業家の御木本幸吉がこれらの革新的な技術を利用して大規模な営利事業に発展させた(図3)。初期の真珠には、現在の日本産養殖真珠のような真円で光沢のあるものはほとんど見られず、大半は小さく、不規則な形やマベ(半円)であった。しかし、1920年

には、直径2~3mmの真円真珠が多くなり、世界的なファッションブームを刺激することとなった(図4)。さらに、日本企業が、主にインドネシアやフィリピンで少数の南洋真珠を養殖していた。

1931年、合計51の日本の養殖場で100万個以上の真珠が生産された。その10年間に養殖場は、自然界から採取した貝に頼らなくてもいいよう、卵(子貝)を集めタンク内で飼育する実験を始めた。こうした試みによって生産量が飛躍的に増加し、7年後には、289の養殖場が1,100万個の真珠(ほぼ全部が輸出用)を養殖するようになった(マー、1997b)。

1940年代、第二次世界大戦によって、真珠養殖産業は日本の他の産業と同様に壊滅状態になり、かろうじて食べていけるだけの水準でさえ、事業を継続できた養殖場はわずか3分の1であった。しかし、戦後の復興期、ミキモトの世界的に有名なブランドが日本の経済回復に貢献した(スラック、2006)。1950年代にかけて真珠生産量は急増し、1962年には真珠貝の数が3,000万個に達し、1966年にはさらに1,000万個増え、正式な生産量は過去最高の39,522貫、すなわち148.2メートルトン(トン)に達した。中には、1951年から1966年にかけて真珠養殖場の数が47倍増加したことなどから、この数字よりはるかに大きく、65,000貫前後、すなわち243.8トン前後と推定する者もいる(スラック、2006)。(真珠

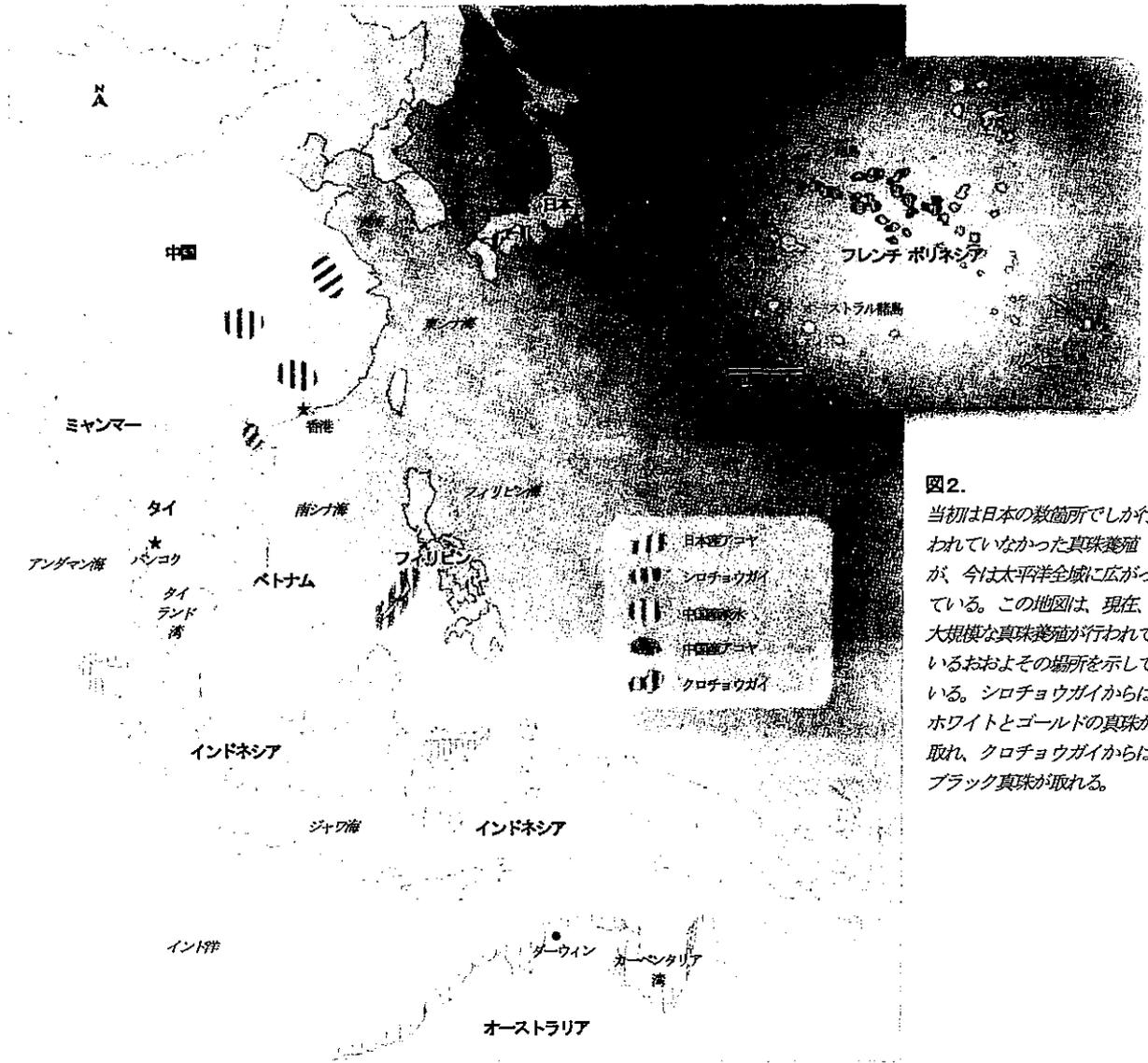


図2. 当初は日本の数箇所でしか行われていなかった真珠養殖が、今は太平洋全域に広がっている。この地図は、現在、大規模な真珠養殖が行われているおおよその場所を示している。シロチョウガイからはホワイトとゴールドの真珠が取れ、クロチョウガイからはブラック真珠が取れる。

生産量の報告では、たいていの場合、今なお日本の伝統的な尺貫法の単位が使用され、1貫は1,000匁、1匁は3.75グラムすなわち0.13オンスである。）

1950年代から1960年代にかけて、日本企業は、大半の淡水真珠生産者が現在まで採用している基本的な販売・流通法を確立した。それは、養殖業者が採取した真珠を品質別に分類し、それを生産者組織の一つが行う競売で販売するというものである(マラー、1997)。その当時、そうした競売でのバイヤーは日本の大手卸売業者であり、落札した商品を加工に出していた(技術処理一囲み記事Aを参照)。たとえば、光沢を高めるためのタンブ

リング、一部の傷を除去するための漂白、価値の高いピンクオーバートーンを形成するための着色剤 cosin などである(マラー、1997;スラック、2006)。

米国などでの需要増大を受けて、日本の輸出業者は多数の地域の真珠商人と密接な関係を築いた(図5)。米国のマストローニ、オノラ、アルバート アッシュヤー、インペリアル・デルタ、欧州の Schoeffel、ゴレイ ブッシュェルほか、2大消費市場の商人である。1960年代末には売上高と生産量が激減したが、売上高がピークに達する1960年代半ばには、真珠業界は深く根差した販売網を構築していた(その多くは今も存在している;マラー、1997b)。



図3.

日本の先駆者、御木本幸吉は、世界が認める初のブランドを立ち上げるにより、真珠産業を根本的に変えた。御木本は、娘婿であり動物学者である西川藤吉と大工の見瀬辰平の取り組みをもとに、ピンク〜ホワイトの真円アコヤ養殖真珠を開発した。この真珠は後に、ミキモトの名で呼ばれるようになる。写真：©ホレス ブリストル/コービス撮影。

日本の戦後経済にとって真珠産業が不可欠であったために、御木本幸吉は先頭に立って真珠養殖技術を維持し真珠を日本人に販売するべく努力した(ストラック、2006)。その結果、水産庁が外国為替法に基づいていわゆる三原則を制定した。三原則は次のとおりである。

1. 真珠養殖および加工技術を外国に提供してはならない。
2. 外国の養殖場で養殖された真珠は、生産国にかかわらず、すべて日本に輸出すること。
3. 海外で真珠を養殖しようとする日本企業は、真珠貝の種類、養殖する貝の数、養殖地を水産庁に届け出ること。海外でのアコヤ真珠の養殖は認めない(赤松蔚、私信、2007)。

これら原則は、世界中の真珠生産に大きな影響を与えた。オーストラリア、インドネシア、フィリピン、フレンチ ポリネシア、中国で真珠養殖が行われるようになったが、その生産および特に流通は、主に日本企業に管理されていた(マー、1998)。1990年代半ばまで日本の優位性を脅かすものはまったく存在しなかったが、それ以降、経済的要因と環境的要因が相まって、自由市場が形成され、太平洋全域に多様な産業が登場した。こうした要因が真珠生産に影響を与えた経緯は、世界情勢により、かつては市場を独占していたデビアス ダイヤモンド トレーディング カンパニーの役割が縮小した経緯とよく似ている(ショー、2005)。ダイヤモンド産業と同様、グローバリゼーション、自由市場、流通における資源産出国の実権拡大への流れは、100年前のシステムが破たんするきっかけとなった。

図4.

御木本による積極的なマーケティングのおかげで、真珠が再び1920年代のように流行するようになった。写真は、ドラマチックな真珠ローブを着用する有名なサイレント映画女優のルイズ ブルックス。写真：©サンセット ブルバード/コービス撮影。



図1 真珠の処理

多数の宝石材と同様、アコヤ養殖真珠の生産も長い歴史がある。20世紀初頭、日本の生産者は市場で入手する前の真珠の外観を改善するいくつかのプロセスを開発した。いずれも公開されず、現在に至るまで非公開である。近年、こうしたプロセスの一部が高度化し、場合によっては機械を使用して色を改善または変色させたり、光沢を加えたりすることが可能になることから、「容易なプロセス」として処理の場が広がっている。

伝統的な加工処理の過程は、*Figure 1*に示す通りで、真珠を漂白し、通常はカルシウムとナトリウムの混合物が当初は処理の外観を改善するために用いられていた。現在も依然として用いられているが、その使用は減少している。これは、2000年代後半に、カルシウムとナトリウムの混合物が漂白剤として用いられることが禁止されたことによる。

伝統的な加工処理の過程は、漂白剤として用いられる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。

漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。

漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。



図1-1  
漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。

漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。

図1-2  
漂白剤は、真珠の表面を漂白し、その結果として、真珠の表面がより滑らかになる。



**1990年代半ば—日本にとっての転換期** 1990年代に入っても、アコヤガイから採取される日本産アコヤ養殖真珠は真珠養殖産業の中心商品であった。たとえば、1993年、日本産アコヤの総生産額は推定6億ドルであり、南洋ホワイト真珠は合計1億2,000万ドル、フレンチポリネシア産ブラック養殖真珠は合計7,500万ドルであった(マラー、1998)。

1980年代、欧米で低迷していた真珠の消費者需要が回復し、成長しつつあるアジア経済によってさらに活性化された。その結果、アコヤの価格は着実に上昇したが、日本での生産量は減少し、1993年には1962年の水準の約35%まで低下した。需要を満たすために、移植後わずか6カ月で商品を市場に投入する生産者もいた。日本産アコヤは従来、真珠層の厚さが平均1mmになるまで養殖されていたが、0.2mm未満の真珠では真珠層がはがれるという苦情が日本などで表面化し始めた(ショー、1994a)。日本政府の真珠検査所は、真珠層がこれほど薄いアコヤの輸出を許可しなかったが、国内での販売には類似の制限を課さなかった。

また、1990年代半ばに価格が過去最高に達すると、日本の真珠養殖業者は低価格品—中国産淡水養殖真珠—との激しい競争に初めて晒されるようになった。中国産は、かつては小粒で不規則な形のものが多かったが、中位のアコヤ(6-7mm)とはほぼ同じ大きさの半円の真珠が生産されるようになっていた。日本の養殖業者は、地価および人件費の上昇のほか、公害防止対策の強化にも直面していた。同時に、円相場の変動により、比較的良好な真珠の価格が、10年経たない間に米国の消費者—最大の市場—にとって4倍上昇した。

こうした問題に対処するために、日本の多数の生産者・販売業者は、真珠層の最低厚さを増し、1990年までは日本産アコヤの5%しか占めていなかった7mm超の真珠に特化することで良質な真珠に力を入れることにした(図6)。それ故、1990年代初めには、8~9mmのアコヤが日本の総真珠生産量の約25~30%を占めるようになった(ショー、1994a; ストラック、2006)。

しかしまもなく、養殖真珠産業の中心であった日本は、環境の劇的な変化、アジアの経済危機、日本以外の生産者の独立という3つの要因に悩まされた。

**自然的要因** 1994年11月、日本の大手真珠養殖会社の本社が集中する神戸に、真珠の商人と生産者が集まった。この会議の

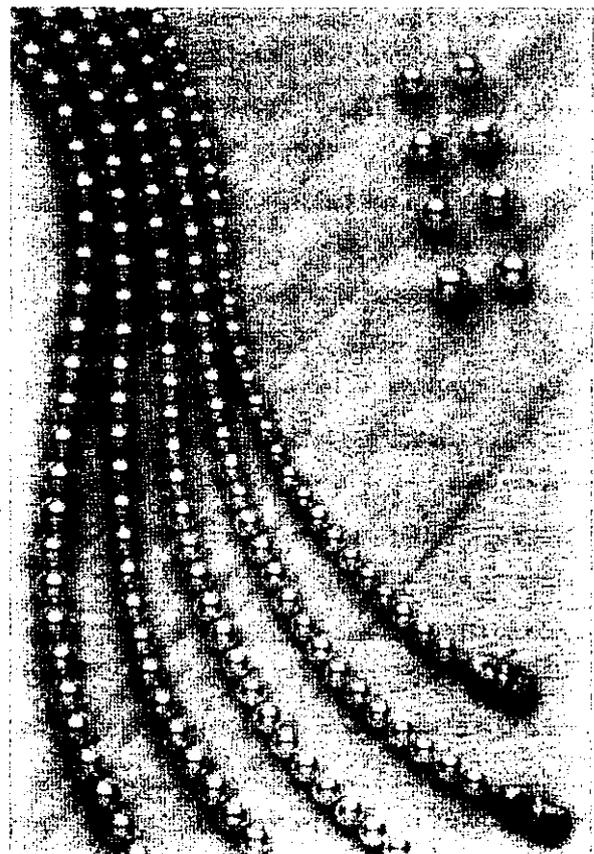
主要目的は、真珠および真珠産業に関する世界的な宣伝・マーケティングを支援する基金を設立することであった。悲劇的なことに、参加者が提案を検討している間、会議から2カ月も経たないうちに、マグニチュード7.3の大地震によって神戸の大部分が破壊され、6,400人以上が亡くなった。地震は真珠養殖場に影響を与えなかったが、「浜揚ず」(未処理のアコヤ真珠)の競売が延期された(「神戸地震」、1995)。

さらに、海水温度が異常に上昇し(光沢に影響する)、また、適切な育成が不可能になるほど狭い地域で多数の貝を養殖して生産量を増やそうとしたために(マラー、1997a)、1995年の採取量が減少した。日本の業界は回復を伝えたが(地震と円高で売り上げが鈍化)、さらなる災難が待ちかまえており、業界はその状況からまだ回復していない。

1996年夏、本州南部沖の小島、四国周辺の養殖場で、不可解な病気が急に広がって真珠貝が死亡するようになった。真珠貝

図5.

日本の生産者と欧米の真珠商人との提携により、20世紀半ばには、アコヤ養殖真珠のネックレスおよびイヤリングがオーソドックスなジュエリーになった。写真は(株)ミキモト提供



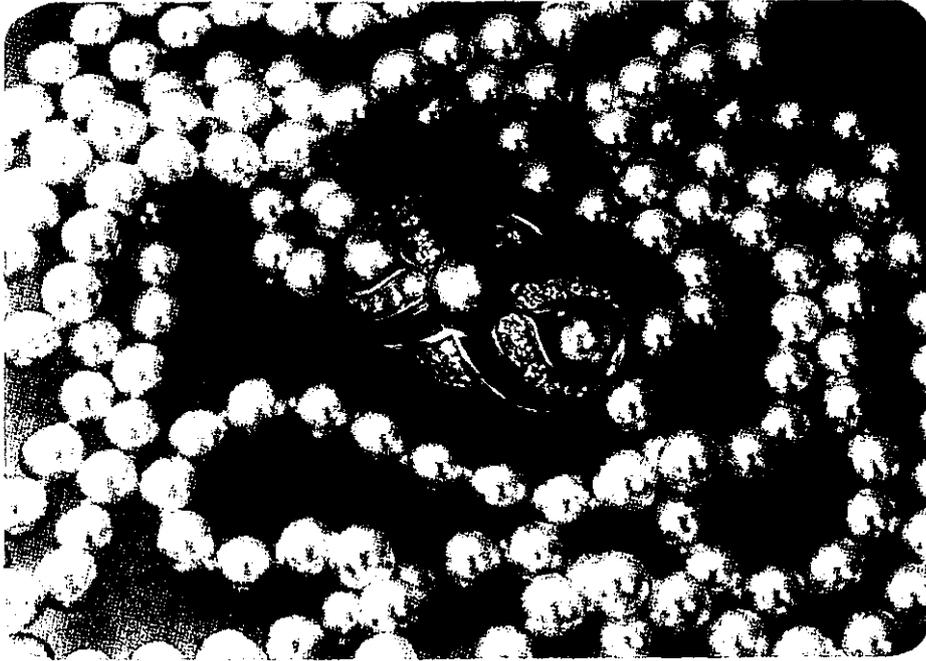


図6.

日本のアコヤ養殖業者の多くは、中国その他の生産者との競争に直面し、方向を転換して高級品に特化するようになった。写真に示す7mmのアコヤ養殖真珠には、イルカバーンのデザインによるサボライトとダイヤモンドの留め金が付いている。ザコレクターファインジュエリー提供。写真はハロルド&エリカパンベルト撮影。

の死亡数は、数週間で1日あたり100万個に達した。秋には、この病気が三重県の主要真珠養殖地域に広がり、やがてこの地域で養殖されていた3億個の真珠貝の3分の2が死亡した。日本の真珠業界関係者や政府の間では、大量死亡の具体的な原因について意見がまとまらなかった。他の産業による海洋汚染や気候によって、真珠貝の主な食料源であるプランクトンが減少したことを非難した者もいた。一部の世界では、「赤潮」—プランクトンが大量に発生して水中の酸素が減少するために貝が窒息する現象—が挙げられた。孵化施設で育った真珠貝への依存度が高いために、真珠貝が病気や汚染に弱くなったと推測した者もいた。しかし、高い養殖密度が病気蔓延のきっかけとなったことをほぼ全員が認めた(フェイダーマン、1997; スラック、2006)。2001年には、日本の養殖場での生産額が1億2,000万ドルに減少した(スラック、2006)。これは1993年のわずか20%である。日本の水産庁養殖研究所は最終的に、アコヤガイの大量死亡の原因は伝染病であると判断した(赤松蔚、私信、2007)。

2000年代初めには、死亡率は依然として高いものの20~30%に低下し、生産が安定したように思われた。これについては、「日本産」とされる養殖真珠のかかなりの割合が、実際は、韓国および中国、主に海南島から輸入されたものであったことが一因として挙げられる(R.トリー、私信、2007)。日本産アコヤ真珠、または、

アコヤガイから採取され、日本産と称して販売されたアコヤ養殖真珠の生産量は、1966年に報告された150トン弱とはほど遠い約25トン前後で安定した。

**経済危機** 日本の1980年代の「バブル」経済が1990年に崩壊し始めると、日本の大手銀行の大半は数十億ドルの不良債権に対処しなければならなくなった。そのために日本経済は低迷したが、政府は銀行の損失の一部を補填することで本格的な不況を回避した。アジアの他の国では1990年代まで好景気が続いたため、日本の多くの銀行は海外から利益を得ることができた。その後、1997年、インドネシアとタイの巨大企業数社が債務不履行に陥り、これらの国の株式市場にも波及して、アジアの好景気が突然終焉を迎えることとなった。3カ月のうちに、タイ、インドネシア、韓国その他数カ国の通貨が暴落し、それらの国の大規模なインフラプロジェクトに融資していた日本の多数の銀行は板挟みになった。銀行は、真珠生産者・販売業者を含めた、日本の多数の産業向けの信用枠を縮小せざるを得なくなった(N.パスレイ、私信、2007)。その結果、海外生産者は得意客の一部—収穫された真珠全部を買い取る資金源がなくなった—を失い、独自の販売網を構築せざるを得なくなった。

新興生産者 こうした展開はすべて、1990年代末には日本の販売業者が、依然として大口の買い手ではあるものの、世界の真珠生産の大部分を直接支配しなくなったことを意味していた(R.トリー、私信、2007)。1990年代後半には他の種類の真珠の生産量も増加したために、かつて中心を占めていたアコヤ真珠は他の商品と競合するようになった。現在、市場で流通している主な養殖真珠は、アコヤ真珠とアコヤ様真珠を除くと次のとおりである。

- ・ 南洋養殖真珠。主にオーストラリア、インドネシア、フィリピン、ミャンマー(ビルマ)に生息し養殖されている大粒の海水貝、シロチョウガイから産する。色は、シルバリー ホワイト(主にオーストラリア産およびミャンマー産)からクリーミー ホワイト(インドネシア産およびフィリピン産)にわたっている。概して、アコヤ真珠よりはるかに大きく(直径は常に10mm超)、また、はるかに高い。
- ・ 「ブラック」養殖真珠。主にフレンチ ポリネシア周辺の海で養殖されている貝、クロチョウガイから産する。最も高価なものは高いイリデッセンスを示すブラックに見えるが、実際は、色、形および大きさに大きなばらつきがあるために価格帯も幅広い。
- ・ 淡水養殖真珠。主に中国原産のヒレイケチョウガイから産する。中国では真珠養殖が盛んであるために、一般に他の種類の真珠よりはるかに安価である。淡水養殖真珠の大部分はホワイトまたはオフホワイトであるが、最近の一部の養殖場でファンシーカラーの真珠が生産されており、その多数は染色または照射が施されている。中国以外の生産者とは異なり、中国の養殖業者の大半は、貝にビーズを移植せずに外套膜のみを挿入するため、形成されるのは主にバロック真珠であり、時に真円が形成される。

ごく最近、ゴールドリップ シロチョウガイから産する「ゴールド」真珠が、フィリピンのほか、オーストラリア、インドネシア、ミャンマーで養殖されている。南洋真珠と同様、高級品市場で販売されている。

## 南洋ホワイト養殖真珠

本論文では、シロチョウガイで養殖された真珠はすべて「南洋真珠」と呼ぶことにする。シロチョウガイは、主にオーストラリア、ミャンマー、インドネシアの一部の周辺に存在するホワイトリップと、はるかに北の、主にフィリピンに存在するがインドネシア周辺にも見られるゴールドリップの2種類に大別される。

一部の報告では、真珠養殖の歴史は日本よりもオーストラリアの方が古いとされている。オーストラリアはクイーンズランド州の漁業部長、ウィリアム サビル ケントは、1890年にマベ、さらには球形の真珠を養殖していたとされているが、同氏は1906年に亡くなる前にその技術を記録していないため、1910年のジャーナル オブ サイエンス誌の「養殖場と同時に購入した技術による球形真珠の養殖」に成功した買い手に関する記事以降、同氏の養殖場に関する記録はない(オサリバン、1998)。

判明していることは、1917年、御木本が見瀬・西川法でアコヤ養殖真珠の大量生産を開始した直後、日本の三菱がフィリピンにシロチョウガイの真珠養殖場を設立したことである。他社がこれに追随し、第二次世界大戦の勃発まで数社が生き残った。これら養殖場は戦時中に放棄されたが、戦後10年間にシロチョウガイの真珠養殖が復活した。

**オーストラリア** オーストラリアでの真珠採取の歴史は400年以上前にさかのぼる。当時は、先住民がシロチョウガイの貝殻と天然真珠を採取し、その真珠はインド商人に売却され、最終的にはペルシア(現イラン)に渡った。欧州人がオーストラリアに到着すると、真珠採取船が西側および北西側沿岸に行き、マザーオブパール用の貝殻、後には装飾品、ボタン、象眼の製作に必要な素材を採取した。天然真珠自体は、偶然発見される副産物であった。船は、インドネシア、フィリピン、ビルマ(現ミャンマー)周辺でも活発に採取を行った。

1954年、栗林徳一(戦前にオーストラリア沿岸でシロチョウガイを採取していた真珠貝採取株式会社の創設者)と、ニューヨークにあるオーストラリア人所有の企業、オットー ゲルダウ社のアラン ゲルダウが設立した真珠養殖の合弁が、ウェスタンオーストラリア州にある現クリ(栗林にちなむ)ベイで事業を開始した。パールズ社と呼ばれたこの合弁の本社は、クリベイから南に約386km(240マイル)のブルームにある。栗林は、日宝真珠と呼ばれる東

京支店も設立した(マラー、1997b)。

クリベイの技術チームを率いたのは、大きな核を貝に挿入しても脱核しないよう工夫し、従来よりはるかに大きな真珠を作る方法を完成させた浜口純一であった。これにより、クリベイの真珠は養殖開始後わずか18カ月で収穫することが可能になった(N.パスパレイ、私信、2007)。その結果、クリベイの収益は非常に高くなり、1980年代半ばまで南洋真珠の生産と供給を日宝真珠が牛耳っていた。

まもなくいくつかの真珠養殖業者が日宝真珠に追随して、真珠貝が豊富であったウェスタンオーストラリア州で事業を開始した。パスパレイ、ブルーム パールズ、アロー パールズ、ローバック ディープ パールズなどである。1960年代の大部分を通じて、オーストラリアの生産者は採取した全真珠を日本の卸売業者

#### 図7.

1960年代に撮影された下の写真にウィンザー公爵と映っているウィンザー公爵夫人は、おしゃれなジュエリーで有名であったが、写真のネックレス(中央のストランド)を購入すると、それがきっかけで南洋養殖真珠がファッションアイテムとして認められるようになった。写真は、ロンドンにあるカメラ プレス社のモーリス タバード撮影。



に売却した(N.パスパレイ、私信、2007)。

1964年、オーストラリア産真珠を大々的に「ブランド化」する初の機会が訪れた。バンクリーフ&アーペルが、大きさが11mmから15mmまで段階的に並んだ29個のオーストラリア産養殖真珠を使用したネックレスをウィンザー公爵夫人に販売した(サザビーズ、1987;図7)。このネックレスは23年後、ウィンザー公爵夫人の宝飾品を集めたサザビーズのオークションで198,000ドルで落札された(ストラック、2006)。

オーストラリアの真珠産業の初期、日本の挿核技術者一多くは真珠養殖会社の従業員または所有者一がオーストラリアに行き、他の真珠生産国で行っていたように、現地の真珠貝に核を挿入した(図8)。彼らは通常、ミシシッピ川産淡水貝から作った独自の核を持参していた。挿核技術者は、作業の報酬として採取された真珠の一部を受け取る。真珠採取技術を日本人以外に伝えることを禁じた上記の日本法に基づき、また、自らの生計を守りたいとの希望に基づき、技術者はオーストラリア人を教育することを拒否した(ストラック、2006)。

1970年代、オーストラリアのいくつかの養殖場で貝の死亡率上昇と真珠の質低下という問題が発生した。1970年代末には状況が落ち着いていたが、主に移植作業中の不注意と時代遅れの移植・収穫法が原因で、死亡率は1980年代まで60~70%と非常に高いままであった。たとえば、1984年、全生産者の収穫すべてを合わせてもわずか40貫(150kg)であった(ストラック、2006)。

ウェスタンオーストラリア州政府が1988年に行った真珠採取産業に関する調査では、過剰採取の問題が指摘され(ショー、1995b)、それを受けて、野生の真珠貝を採取する許可を与える養殖場の数を制限し、採集・養殖できる貝の数を割り当てる許可制が導入された。1990年に実施されたこの産業規制の一環として、ウェスタンオーストラリア州政府は、16の養殖場に採取割当量を制限した許可を与え、また、病気の急速な拡散を防ぐために、孵化施設で孵化した貝の使用数を制限した。法定限度は、養殖中の野生の真珠貝が570,000個、孵化施設で孵化した真珠貝が320,000個で、同時に合計約700,000~770,000個が養殖されることになった(テイデルおよびボワソン、2000)。これは、1988年に日本で養殖されていたアコヤガイの推定数の約1000分の1であった。野生の真珠貝が好まれたもう一つの理由は、両極端な品質の真珠が出来がちなことである。孵化施設で育った真珠貝

から採取された真珠は、より均一な中位の品質のことが多い(N.パスペレイ、私信、2007)。

パスペレイの養殖場は、1970年代から1980年代にかけて、浜口と協力して新しい真珠養殖技術を導入した。その中には、若い真珠貝を使用することや、真珠を採取した後の真珠袋に2個目の核を挿入することを可能にする方法も含まれていた。この2個目の核を挿入する方法は、真珠貝の死亡率および真珠の品質という点では当初は問題があったが、貝の別の部分に存在する最初の真珠を切開して取り出し、2回目の移植に使用する外套膜を変えることで問題を克服した(N.パスペレイ、私信、2007)。最新の方法では、1回目の移植によって平均11~12mmの真珠ができ、成功率(貝が生き残って商品価値のある真珠を形成する率)は概してアコヤガイと同じ90%超である。2回目の挿核では、取り出した直後の真珠と同じ大きさの貝殻核を挿入し、14mmから16mmにわたる真珠ができる。しかし、歩留まりは平均65%と低く、また、色および光沢の質は最初の真珠と同様に高いとは限らない。3回目の挿核を行って17~20mmの真珠が形成されることがあるが、品質と成功率はさらに低くなることが多い(ストラック、2006)。

1989年には、オーストラリアの真珠生産量は140貫に増加し、さらに急増する兆しを見せていた。同年10月、パスペレイはパールズ社を買収し、オーストラリアにあるその親会社、オットーゲルダウ社がオーストラリア最大の生産者になった。同月、パスペレイは、日本国外で初めて南洋真珠の競売を行った。オーストラリアのダーウィンで24貫が売却され、落札総額は3,500万ドルに達し、最高品質の真珠の価格は予想を40~100%上回った。日本のバイヤーは初めて、香港や米国などの海外の企業との激しい競争に直面した(トリー、2005;ストラック、2006)。

15mmを超える極上の南洋真珠は全体のごくわずかと見られており(図9)、価値が高いのも当然である。15mm未満の真円およびほぼ真円は、オーストラリア産養殖真珠全体の約20%を占め、インドネシア産やフィリピン産ではこの割合はさらに低い。対称的な形(主にドロップ)は、オーストラリア産の約50%、インドネシア産およびフィリピン産の20%を占める。バロック形は、オーストラリア産の約30%、インドネシア産およびフィリピン産の70%を占める(ストラック、2006;プラネック、2007)。

1980年代、オーストラリア政府が真珠採取許可の数を増やし



図8.

日本人技術者のスキルは、オーストラリアでの南洋養殖真珠産業の確立に役立った。写真は、真珠貝にビーズを移植する準備をする技術者。R.ショー撮影

た結果、クリッパー パールズやブルー シーズ パーリングなど数社が新たに参入した。1990年代後半のアジアの経済危機後に日本人バイヤーの需要が低迷すると、これらオーストラリアの新しい真珠養殖場(同国の生産量の20%を占める)の大半は、採取した真珠をオーストラリアの卸売り代理店を通じて販売することに決めた(N.パスペレイ、私信、2007)。1990年代半ば以降、オーストラリア産の生産量は着実に増加し、2005年には総生産量は1989年の6倍の850貫(3.19トン)に達した(マラー、2005)。

**インドネシア** 日本企業は1920年代にインドネシアでの真珠養殖を始めたが、日本の関与により産業が形を取るようになったのは1970年代初めのことであった。1980年代、日本とオーストラリアのいくつかの企業が、インドネシアでシロチョウガイを使用した真珠養殖を始めた。インドネシアの真珠養殖場は、群島全域の小島にある。2006年に確認されている養殖場は107であり、そ

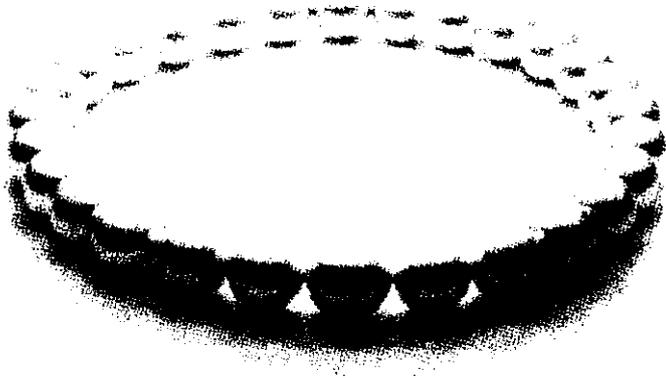


図9.

写真のような大粒の最高品質南洋養殖真珠は極めて稀である。パスパレイ提供

の半数弱が日本およびオーストラリア企業の運営である。残りは現地企業で、最大の養殖場はコンコード パールズである(セルリ、2006; N.パスパレイ、私信、2007)。しかし、未確認の養殖場が昔も今も多数存在しており、正式な養殖場の土地に蚕食しているところもある(セルリ、2006)。1997年にインドネシア政府が野生のシロチョウガイの採取を禁止した後、すべての真珠は孵化場で育った貝から養殖されている。これらの真珠は品質がより均一で、大きさは平均8~12mmと比較的小さいが、16mmに達するものもある。さらに、色はオーストラリア産より暖かく、最高品質のものは、イエロー、ピンクおよび「ゴールド」の色合いをしている(マラー、1999)。

インドネシアの真珠生産量は、過去15年間に著しく上下している。1992年12月の激しい嵐と大地震により、真珠貝の大部分が死亡し(マラー、2005)、生産量は1991年の推定600貫から1994年には300貫に減少し、その後4年間に200~250貫に減少した。2000年には600貫に回復したが、地震によって再び貝が死亡し、翌年には約400貫に縮小した。地震の影響で海中の栄養分が変化したと見る向きもあれば、エルニーニョ現象によってインドネシア周辺の水温が変化したと言う向きもあった。また、インドネシアはオーストラリアとは異なり、一定の地域で営業できる養殖場の数や養殖する貝の数を制限していないことから、主要真珠養殖地域での貝の過密を非難した者もいた(マラー、2005)。

しかし、2005年には、生産量は1,022貫(3.83トン)、8,500万ドル相当に増加し(マラー、2005; スラック、2006)、正式な養殖場で生産された真珠の品質は最高品質のオーストラリア産に匹敵した。生産量ではオーストラリア産の850貫をはるかに上回っていたが、生産額では依然としてオーストラリア産の1億2,300万ドルを大きく下回っていた。インドネシア産養殖真珠の大半は概して、オーストラリア、欧州、香港、日本の商人が販売している。

しかし、深刻な問題が残されている。盗難が重大な問題となっている。大半の養殖場が警察のない僻地にあり、十分警備することが容易ではない。さらに、違法真珠の大部分は養殖が完了する前に盗まれ、インドネシア産真珠として売られるため、バイヤーの間でインドネシア産真珠の印象が悪化している(セルリ、2006)。

**ミャンマー** ビルマはかつて、大きさ(17mm超)、微妙な色、高い光沢を誇る最高品質の南洋養殖真珠の産地として有名であったが(図10)、1980年代末には、放置、病気、政府による差し押さえにより、生産はほとんど停止状態になった。

1950年代、日本企業のサウスシーパール社がビルマ産真珠を生産する合弁を設立した。1962年の軍事クーデター後に日本企業が追放され、ビルマ政府が真珠養殖産業の実権を握り、現地のオーストラリア人および日本人技術者を雇用して養殖場の運営を続けた。新政権下での初の大規模な収穫は1969年で、3,485個、1.92貫(7.20kg)強の真珠が採取された。1970年代から1980年代にかけて、ビルマの真珠生産量は比較的小さなかつたが、品質はみごとであった。生産量が頂点に達したのは1983年で、17貫強であった(63.75kg; ミャンマーパールエンタープライズ、2003)。真珠はすべて、首都のラングーン(現ヤンゴン)で政府主催の競売で販売された。

ビルマ産養殖真珠の品質が特別高い原因は様々である。最も一般的なのは、脱核を防ぐために非常に小さな核を使用し、ビーズが貝の中に4年間残されるからというものである。それ故、形成される真珠の真珠層は非常に厚く、天然の南洋真珠によく似たものになる。

しかし、1988年に再度軍事クーデターが起きると(その結果、1989年に国名がミャンマーに変わった)、真珠養殖産業は打撃を受け、1990年に民主主義復活の試みが失敗に終わると、経済

的・社会的激変の波が押し寄せた。真珠養殖場は放置され、真珠貝はバクテリアに感染した。1990年代初めの生産量はごくわずかであった。

しかし1990年代後半、日本企業の田崎真珠およびミャンマー政府とオーストラリアの合弁、ミャンマー アトランティック社が新規事業を立ち上げた。これら企業や他の企業により、生産量はある程度回復したが、新しいビルマ産養殖真珠にはかつてのたくいまれな品質は見られない(ストラック、2006)。2005年のミャンマーの真珠生産量は179貫であり、うち102貫は田崎真珠によるものである(「ミャンマーの2006年の生産量は220貫と予想」、2006)。

**フィリピン** 太平洋の他の真珠養殖地と同様、フィリピンの真珠産業も、19世紀に栄えたシロチョウガイのマザーオブパールを採取する産業に端を発している。事業確立の試みは1914年に始まったが、フィリピンの真珠養殖産業が本格化したのは、1962年にサウスシーパール社が参入してからであった。1970年代後半に、日本以外の企業数社がフィリピン南部の島で事業を立ち上げ、1994年には大手および中堅の養殖場が20に増え、フィリピンの生産量は、オーストラリア、インドネシアに次ぐ3位の120貫であった(ストラック、2006)。養殖の大部分が野生の真珠貝で行われているオーストラリアとは異なり、フィリピンの真珠の大半は孵化場で育った貝から養殖されている(トリー、2005)。

2005年の養殖場の数は37、生産量は推定450貫、生産額は2,500万ドルであった。フィリピンの養殖場では良質な真珠が多数生産されているが、同年のフィリピン産真珠の穴あたり平均単価(55ドル)は、オーストラリア産の約3分の1である(マー、2005)。しかし、フィリピンの海、主に南部の諸島周辺に生息するシロチョウガイはゴールドリップであり、オーストラリア産やインドネシア産の母貝である、ホワイト真珠に暖かくクリーミーな感じを与えるホワイトリップやシルバーリップではない。ただし、少なくとも1箇所の大規模な養殖場が、ゴールドリップ シロチョウガイを使用し鮮やかな「ゴールデン」真珠を安定的に生産している。これについては後述する。

## ブラック真珠

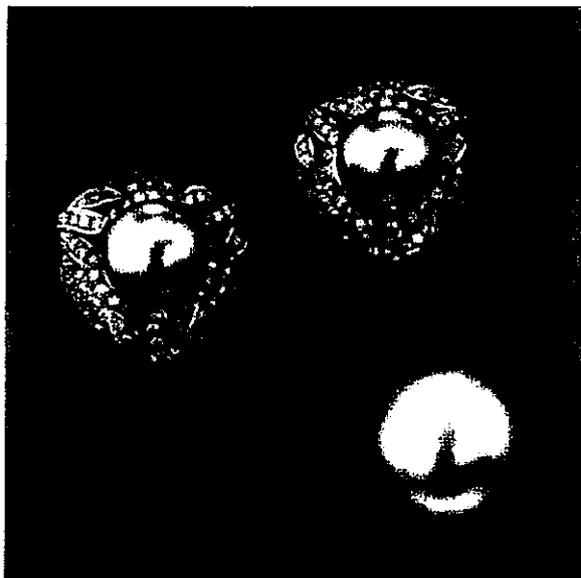


図10.

ビルマ産南洋養殖真珠の総生産量は決して多くなかったが、大きさ、光沢および色で有名である。ルースの真珠の直径は約16.5mm。ザコレクター ファイン ジュエリー提供。写真はハロルド&エリカバンペルト撮影。

ブラックリップ(クロチョウガイ)から採取される天然ブラック真珠は、16世紀に欧州の探検家が初めて到着するはるか前から、ポリネシアの文化および伝説に根付いていた(たとえば、ゲーベルおよびダーラム、1989を参照)。1842年にマルケサス諸島がフランスの保護領になると、植民地政府のもとで19世紀末までマザーオブパール採取産業が栄えた。天然真珠はこの産業の貴重な副産物であったが、大きさを問わず、真珠が採取されるのは母貝15,000個中1個であったとみられている(ティスデルおよびホワリン、2000)。ブラック真珠の主要産地はほかには、太平洋の数千マイル向こう側、メキシコのバハカリフォルニア半島に沿ったラパス周辺のみで(ゲーベルおよびダーラム、1989)、ここでは、スペイン人が16世紀にレインゴマベガから真珠を採取するようになった(カーニョおよびモンテフォルテ、1995)。

1961年、フランスポリネシア政府の漁業局は、日本企業2社と共同で試験的な養殖プロジェクトを開始した。オーストラリアの初期の生産者に技術援助を行っていた日宝真珠株式会社と、同じくオーストラリアに参入していた大洋漁業株式会社である。タヒチ島にあるフランスポリネシアの首都、パペーテから北東に約240km(150マイル)のボラボラで行われたそのパイロットプロジ

エクトでは、良質なブラック真珠がいくつか採取されたが、商業的な追跡調査は行われていない(ティステルおよびホワリン、2000)。

クロチョウガイを使用した養殖が始まって間もない頃、一般の間でブラック真珠の知名度が低かったために染色が施されているというわさが流れた。さらに、ホワイト以外の色は絶対に売り物にならないという考えが広く行き渡っていた(ティステルおよびホワリン、2000; ストラック、2006)。真珠養殖業者のジャン クロード ブレイエは 1970 年代初め、ロンドン、パリ、ニューヨーク、東京の一流ジュエラーに多数のブラック真珠を持参したが、後に、パリにあるカルティエの社長が会談中に「ブラック真珠をおもちゃのように扱った」様子を述べている(ティステルおよびホワリン、2000)。

転機を訪れたのは、ロバート クラウニングシールド(1970)がブラック養殖真珠の検査結果をジェムズ&ジェモロジーに報告し、色が天然であることを確認したと発表した時であった。1970年代半ば、GIA が色因を記載した鑑別レポートを発行することを決定すると、ブラック養殖真珠がようやく信頼されるようになった(モーゼズおよびシグリー、2003)。

離島の住民の雇用機会が生まれるのではないかと期待したフレンチ ポリネシア政府は、真珠養殖場の新規設立を積極的に促進した。2人の起業家が参入した。中国系のフレンチ ポリネシア人であるロバート ワンと、イタリア生まれのニューヨークの輸入業者、サルバドール アッサエルである。ワンは、オーストラリア人のウィリアム リードが始めた養殖会社であるタヒチ パールを買収・拡大し、アッサエルはブレイエと共同で、インフラを建設し日本人技術者を雇用することで事業を拡大した。1976年には、ワンの養殖場はフレンチ ポリネシアでも指折りの規模になり(図 11)、9年後にはブレイエの養殖場を買収した。

アッサエルは 1973 年に米国で真珠の販売を始め、まもなくワンを含めた複数の生産者から真珠を買い取る有数の販売業者になった。これは、真珠の種類を問わず、日本企業と一切提携していない真珠生産者・販売業者が成功を収めた初の例である(ケーベルおよびダラム、1989)。

その後の 1979 年、政府の漁業局による構想に基づき、中小企業が集まって Groupement d'Interet Economique (GIE) Poe Rava Nui という協同組合を結成した(ルーク、2005)。GIE は、零細真珠養殖業者を経済的に支援し、組合員が採取した真珠を販売する中

央競売をパペーテに設立し、その競売は現在まで続いている(ストラック、2006)。

しかし、こうした展開すべてが高かった。市場がブラック養殖真珠を認めるようになり、最高品質の真珠に高価格がつくようになると同時に、政府が産業の振興を狙って奨励策を取ったために、1980 年代初めには「真珠ラッシュ」が起き、数百の新しい養殖場が操業を開始した。特定の環礁周辺の海で乱開発が行われたために真珠貝が大量に死亡し、1985 年から 1986 年にかけて養殖されていた真珠貝 700 万個の 50%が死亡したとみられている。調査官は特定のバクテリアや病気を確認することができず、過密養殖と緩い潮流が原因であると判断した。この2年間に、18の島に 69 の協同組合と 20 の大手民間養殖場が存在していたが、1990 年代にはこの何倍にも膨れ上がることになる(ティステルおよびホワリン、2000)。

オーストラリアとフレンチ ポリネシアの真珠生産量が持続可能な水準まで増加すると、次の段階はその商品を市場に認めさせることであった。

## 日本および「保守的」からの離脱

1990 年には他の変化も見られ、南洋およびフレンチ ポリネシアの真珠生産者は、日本とは無関係に真珠の養殖・販売を進めた。真珠は保守的というファッション イメージを払拭することにも取り組んだ。

これら生産者は 1990 年代半ばには、香港と神戸で行われる競売を通じてほぼすべての真珠を世界中に様々な通貨建てで販売するようになっていた。大口のバイヤーが日本企業のみのアコヤ真珠の競売とは異なり、これら競売でのバイヤーは世界各地から参加していた(ショー、1995b; M. コローリ、私信、2007)。アコヤ真珠の流通経路とはほとんど分離した今、南洋およびフレンチ ポリネシアの真珠養殖業者が次にすべきなのは、商品の独自ブランドを確立することであった。

1994 年の画期的な真珠養殖関連の会議では、世界的な宣伝が中心的課題であった。ホノルルで開催されたこの会議「パールズ 94」では、日本の生産者、商人、研究者がボイコットしたが、38 カ国から 645 人が参加した真に国際的な集まりであり(ストラック、2006)、技術情報やマーケティング関連情報を交換する絶好の

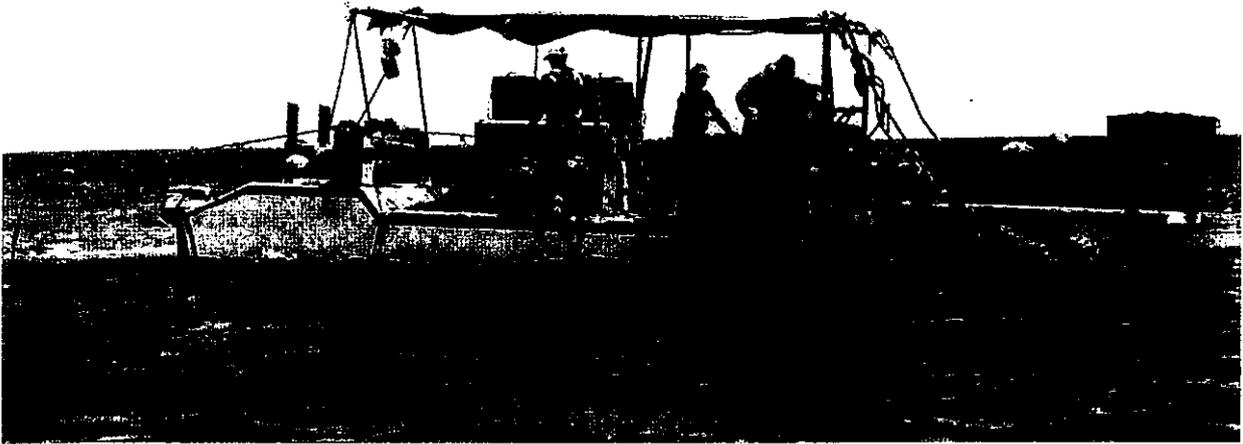


図 11.

フレンチ ポリネシアの真珠養殖場は、様々な経済的・技術的問題を乗り越えた末、1970年代後半には多量のブラック真珠を生産するようになった。写真は、タヒチから東に約1,850km (1,000海里) 離れたマルテア スッド島にあるロバート ワンの養殖場で作業する真珠ボート。真珠貝を海に戻してさらに育成する前に真珠貝から海洋生物を除去する作業員。写真はアマンド ルーク撮影

機会となった。

この会議で出された主な案は、200万ドルをかけて消費者に様々な種類の真珠について教育し、中国(下記参照)その他の生産者による真珠の生産量増加が見込まれる中、これを吸収する需要を喚起するというものであった(ショー、1994b)。この資金については、各生産者が輸出品の価格に課する「税」によって賄うという計画であった。

この案が採用されることはなかったが、生産者団体は消費者を啓蒙する必要性を認め、多数の団体が独自に教育・販売促進活動を行った。特に、オーストラリアの生産者は1995年にサウスシー パール コンソーシアムを設立し、商品をオーストラリアの海で養殖された高級真珠として販売促進を行った。同時に、フレンチ ポリネシアの生産者は政府の支援を得て、ブラック真珠の知名度を高めるために、所属団体であるパール ド タヒチを通じたマーケティング プログラムに着手した。両団体のメッセージには、商品が日本産アコヤ真珠とは違うということが込められており、オーストラリア産は大きさと生産量の少なさ、タヒチ産は色が違う点を訴えていた。

**サウス シー パール コンソーシアム** この団体は、オーストラリアの生産者(パスパレイおよびブルーム パールズ)と国際的

な卸売業者(日本の日宝真珠株式会社および浜口真珠株式会社、香港のコジエント トレーディング、米国のアッサエル インターナショナル)との提携として始まった。設立時にメンバーから200万ドルが拠出されたこのコンソーシアムは、南洋真珠の高級さ(大きさと最高に美しい色)を強調した消費者向けの宣伝活動を開始した。後の1995年、ウェスタンオーストラリア真珠生産者組合の組合員がコンソーシアムに加わり、真珠競売で得た全収益の1%を継続的な販売促進活動の資金に充てることに同意した(ショー、1995a)。コンソーシアムは、2000年以降はインドネシアおよびビルマの真珠養殖会社にも門戸を開き、挿入技術の改善や、メンバーに真珠の処理を禁止することによる品質低下の防止にも取り組んだ(ストラック、2006)。

**パール ド タヒチ** 初期のオーストラリアの真珠養殖産業とは異なり、フレンチ ポリネシアの生産者は、たいていの場合、日本が直接所有する企業のもとで営業するのではなく、日本の専門知識を利用して真珠貝の挿核・維持を行っていた。一時、フレンチ ポリネシアが生産した真珠の大部分を日本の販売業者に販売していたこともあった。しかしこの場合も、独立は代償を伴い、1990年代につけが回ることになった。

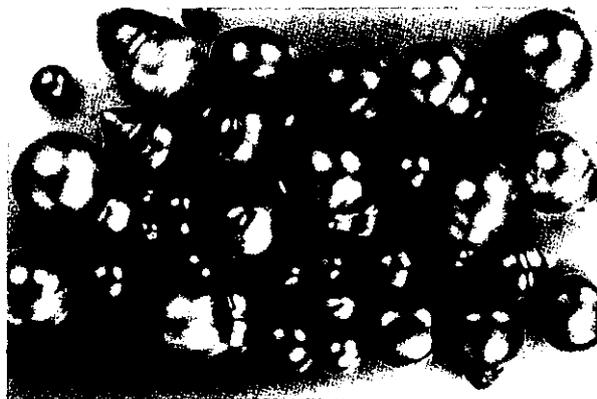
フレンチ ポリネシア政府は、雇用増大と重要な海外貿易の確保を切望し、真珠養殖業の許可の付与についてはかなり寛大な政策を継続した。その結果、養殖場の数—その大半は零細で資金不足—が、1986年の69から1994年には10倍の700以上に増加した。しかし、その多くは熟練の技術者を雇用せず、また、良質な真珠(たとえば、図12)の生産に必要な養殖期間を確保せず、18カ月に満たないところもあった(ティステルおよびボワリン、2000)。したがって、生産量は1990年の575kg(153.3貫)から2000年には11,364kg(3,030.4貫)へと劇的に増加したが、グラムあたり平均単価は同期間に42ドルから13.65ドルに下落し、その後も下降を続けて2003年には9.58ドルに低下した(コエローリおよびガレノ、2006)。

しかし、1990年代半ば、パールド タヒチが「ブラック」真珠を日本産真珠や南洋真珠とはまったく異なる商品として販売促進するキャンペーンを開始した。当初予算の650,000米ドルは、生産者に課される2.5%の「税」によって賄われ、米国、フランス、イタリア、日本の高級品小売業者との共同宣伝に充たされた。パールド タヒチはブランド化プロセスの一環として、実際はフレンチ ポリネシアの群島全体に散らばる島で養殖されているにもかかわらず、商品を「タヒチ産」養殖真珠と呼んだ(図2を参照)。「タヒチ」という名は世界中で、心地よくエキゾチックな土地というイメージを想起させる(M.コエローリ、私信、2007)。

パールド タヒチ ブランドを確立する際の重要なステップは、品質基準を定めることであった。1999年、政府は輸出品につい

#### 図12

生産過剰と甘い規制が原因で、1990年代には低品質のブラック養殖真珠が市場にあふれて価格が下落したために、政府は割り当てと品質基準を導入せざるを得なくなった。写真はロバート ウェルダン撮影。



て最低品質基準を設定し、真珠層の厚さを0.6mm以上とし(2001年9月1日施行)、後に0.8mmに引き上げた(2002年7月1日施行)。貝殻ビーズ核の80%以上が覆われていなければならない、著しい傷は表面の20%未満でなければならなかった(M.コエローリ、私信、2007)。品質基準では真円度や色には触れていない。政府は、一定面積における養殖場の数を制限すると同時に、養殖可能な真珠貝の数を制限する許可制度の導入により、生産者の数も制限した(ティステルおよびボワリン、2000)。

しかし、相当な過剰在庫があったためと、政府は当初、広範な調査を行うための十分な手段を持っていなかったために、効果はなかなか現れなかった。フレンチ ポリネシア政府が1999年に制定した品質管理対策を全面的に施行したのは2004年のことであった。同年、生産量は8,000kg(2,133貫)強に落ち込み、それ以降は横ばい状態であったのに対し、平均価格は急上昇し始めた(M.コエローリ、私信、2007)。同期間に生産された真珠の35%以上に輸出許可が下りていない(ストラック、2006)。

パールド タヒチのマーケティング計画の第2段階は、ジュエリー デザイナーや加工業者と提携して、養殖真珠のイメージを一新するおしゃれな商品を作ることであった(たとえば、図13)。パールド タヒチが1999年に開始した世界的なジュエリー デザイン コンテストは、真珠の使用数が最も多いからという理由でストランドに集中していた従来のマーケティング活動からの完全な決別を表していた。2006年には、この年次コンテストに39カ国から6,000人が参加するようになっていた(コエローリおよびガレノ、2006)。また、パールド タヒチは、有名人を起用しておしゃれな真珠ジュエリーを着用させれば、真珠の「保守的な」イメージが払拭されると思った。2007年、パールド タヒチはマーケティングに640万ドルの予算を立てた。米国向けが200万ドル、日本向けが200万ドル、残りは欧州のほか、ブラジル、インド、中国、中東などの新興市場向けであった。

生産者が日本とは無関係に商品のマーケティングを行うようになったことと、日本の真珠養殖場が災害の打撃を受けたことは、米国の真珠輸入状況にも如実に表れている。1996年、米国の真珠の輸入先は全真珠の62%が日本であったが、1999年にはその割合は45%に低下し、2001年には35%に下落した。同期間、オーストラリアからの直接輸入は12%から20%に拡大し、フレンチ ポリネシアからの輸入は5%から9%に増加した。

## 中国産養殖真珠

淡水 真珠養殖が始まってから100年間、ほぼすべての真珠は海水貝から採取されたものであった。1930年代、淡水養殖真珠が比較的小さな部門になり、主に、京都に近い琵琶湖と東京に近い霞ヶ浦で養殖された小粒で不規則な形の日本産真珠が占めていた(ストラック、2006)。しかし、1990年代初め、中国産の真円および半円淡水養殖真珠がアコヤ真珠の安価な代替品として登場し、1990年代末には南洋真珠の安価な代替品として登場した。決定的な相違点は、海水真珠ではビーズと外套膜片を挿入するが、中国産淡水養殖真珠ではビーズを使用せずに外套膜片のみを挿入することである。また、海水真珠の場合、1個の貝で一般に1個ないし2個の真珠が採取されるが、淡水真珠では1個の貝から数十個の真珠を養殖することができる。

中国産淡水真珠の養殖は、1960年代初めに上海大学と広東省湛江漁業局の援助によって始まった。カラスガイを使用して養殖されるこの真珠は概して、小さく不規則な形をしていた(朝食用のシリアルに似ていることから、業界では一般に「ライス クリスピー」と呼ばれる; 図14)。生産量が1974年の推定155貫(581.3kg)から1979年には3,109貫(11,659kg)に急増したが、当初、日本の販売業者が採取された全真珠を買い取り、琵琶湖産真珠と混ぜてそのまま販売していた(ストラック、2006)。

しかし、中国産の生産量は急伸を続け、1980年代半ばには日本の商人には吸収できなくなるほどの約80トンに達した。真珠の野放図な流入によって価格が急落し、特に、高級ジュエリーには適さないと判断された数百万個に様々な色の染色が施され、コスチュームジュエリーに加工された(赤松その他、2001)。にもかかわらず、これら「ライス クリスピー」真珠は、真珠産業の柱であった従来の球形のアコヤ真珠とは大きく異なっていたため、中国からの供給過剰は従来の市場にほとんど影響を与えなかった。ただし、この状況は間もなく変わることになる。

いくつかの養殖場(たとえば、図15)は、香港の大手貿易業者と日本の大手生産者から資金援助を受けて、半円~真円のアコヤ様真珠を産するヒレイケチョウガイ(三角帆貝)での実験に着手した(赤松その他、2001)。初めて収穫された「ポテト」真珠(オフラウンドの形と色が皮をむいたジャガイモに似ていることからこのように呼ばれた)の直径は約3~6mmで、光沢はかなり鈍かった。1992年に市場に登場し、同年、中国政府はすべての真珠に



図13.

パールドタヒチは、ブラック養殖真珠のイメージを改善し、オーソドックスなストランド以外のブラック真珠ジュエリーの魅力を訴えようと、一連のデザインコンテストを主催し、その結果、斬新なブラック真珠ジュエリーが登場した。写真のセット(8.0~11.0mm)は、東京にある株式会社ナガホリの坂井 真理のデザインで、2006年にコンテストで受賞した。GIEパールドタヒチ提供。

図14.

初期の中国産淡水養殖真珠は平坦なバロック形であったことから、「ライス クリスピー」真珠という別名が付けられた。養殖技術の進歩と様々な真珠貝への移行により、1990年代には品質が大幅的に改善した。写真はマハ カルデロン撮影。





図 15.

中国産淡水真珠は、全国の大小の養殖池で養殖される。写真は浙江省諸暨にある養殖池。写真はパレリー・パワー撮影。

関する輸出規制を解除した。

こうした展開は日本の業界に大きな不安をもたらした。真円の中国産淡水養殖真珠を使用したストランドの価格は、ほぼ同じ大きさのアコヤ ネックレスの 10~30%であり、品質は収穫を重ねるごとに改善していた。さらに、カラスガイの場合と同様、1個の貝に外套膜を複数回挿入することができ(図 16)、1個の貝から複数個の真珠が採取された。1993 年後半に日本の真珠生産者の代表団が中国に行き、淡水真珠、海水(下記参照)真珠の双方に、生産量の制限と輸出規制を課すよう政府の協力を求めた。代表団の主要メンバーは、中国政府は輸出制限を課すと約束したにもかかわらず(ショー、1994a)、輸出量が増加を続けたために代表団の派遣は最終的には失敗に終わったと語っている。

真円の中国産淡水養殖真珠は、1995 年に JCK ラスベガス見

本市での出品で米国に本格的に登場した(トリー、1995;ショー、1995b)。中国産淡水養殖真珠の推定生産量は同年に 500 トンに達し、1997 年には再び倍増した(ストラック、2006)。市場に従来より大きな(7mm 超)商品が登場したために、この真珠は外套膜片のみの移植で作られたのではなく、脱核した淡水養殖真珠を挿核して作られたという説が業界を駆けめぐり、論争が生じた。しかし、スキヤットその他(2000)による包括的な研究の結果、そのような核の形跡は確認されなかった。ただし、近年、中国の一部の真珠養殖業者は、形をより厳密にコントロールするためにヒレイケチョウガイとイケチョウガイの交配種の貝殻ピースを挿入して大きな成果を収めている(フィスクおよびシェパード、2007)。

1990 年代末には、挿入・養殖技術の進歩により、中国産淡水養殖真珠の形、大きさおよび表面品質は著しく改善していた。7

図 16.

中国産淡水養殖真珠の生産量が多いのは、1個の貝から同時に数十個の真珠を採取できることによる部分が大きい(左)。アコヤガイ(右)では一般に、1個の貝から1個ないし2個の真珠しか取れない。写真は、ダグ フィスク(左) およびパレリー・パワー(右)撮影。



～8mm の真珠の養殖には5年から7年の歳月を要するが(また、大きな真珠にするには移植回数を少なくする必要があるが)、1個の貝で養殖できる真珠の数が多いために、中国産淡水養殖真珠の数は依然として多かった。

香港の投資家は生産者、特に良質な真珠を作り出すところをひとつの販売事業にまとめるようになった。そうした企業の中で最大規模のところは、1983年に設立されたマン サン ホールディングスである。マン サンは、中国、特に香港から約160km(100マイル)北にある深圳での真珠処理インフラの整備に多額の投資を行った。2006年、マンサンの売り上げは4,850万ドルと報告されている(マンサン アニュアル レポート、2006)。

生産量が1,500トンを超えた2004年以降、中国の多数の淡水真珠生産者は、最高の真珠を作り出そうと工夫を凝らした(図17)。たとえば、光沢が高いパステルカラーの南洋サイズ(12-14mm)の真珠で、破格の価格が付けられた(「HKPA、淡水真珠の生産量を拡大」、2007)。

真珠1個の平均重量が0.7gであるため、1,500トンは21億4,000万個になる。しかし、生産推定には、装飾に適したものはそのうちの約半分にすぎないと述べられている(低品質の多数の真珠は粉碎され、化粧品その他に使用される)。色や傷などの他の価値決定要素にかかわらず、真円およびほぼ真円は約2%である。極上品質の8mm超の真円真珠で、外観がアコヤ真珠やさらには南洋真珠に匹敵するものはごくわずかで、全体の約0.0025%である。みごとに品質のものは500,000個につき1個程度である(ショウ ティアン グァン、私信、2007)。

**海水** 中国の海水真珠養殖の歴史は、湛江水産学院が南シナ海の海南島付近で実験プロジェクトを開始した1958年にさかのぼる。日本のアコヤガイとは種がわずかに異なるヨロイガイを使用したこのプロジェクトでは、少量であるが1960年代まで安定した数の真珠を生産したと伝えられているが、生産統計は一度も発表されていない。日本の商人が収穫された全真珠を買い取り、日本産アコヤ真珠として販売した(ストラック、2006)。

1980年代後半、中国が経済を自由化し始めると、起業家が中国南岸沿い全域で養殖場を立ち上げた。1993年には、中国産海水養殖真珠—真珠層の厚さが、大半の日本産の3倍以上に相当する2mmのものもある—の年間生産量は5～10トンに達した。

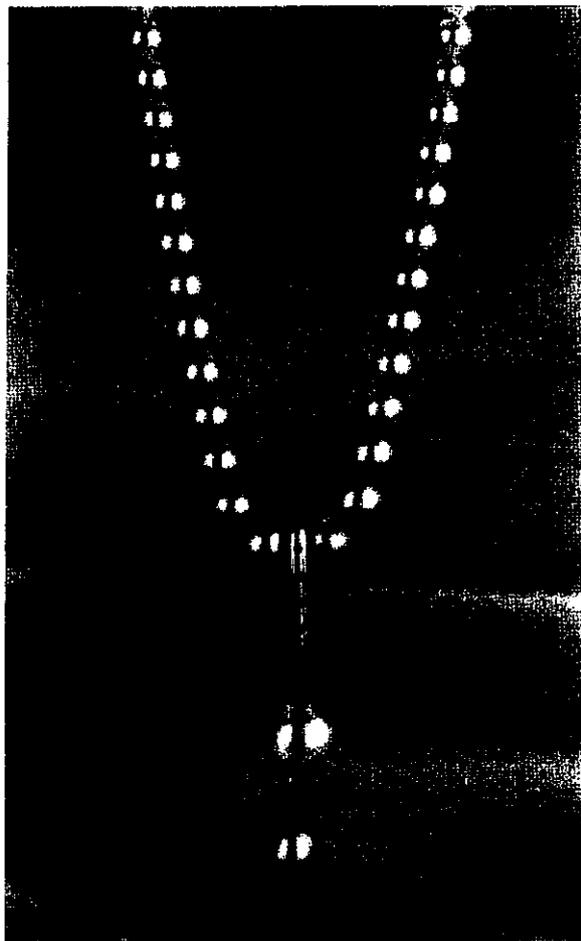


図17.

長年にわたる品質改善の後、最高の中国産淡水養殖真珠は、日本産その他の最高品質の真珠と競合できるようになった。写真のネックレス(4～8.5mm)とペンダント(8.5mmおよび11mm)は、アリゾナ州スコッツデールにあるコーネリス ホーランダー デザインズのデザインによる。写真はロバート ウェルダン撮影。アメリカ ジェム トレード アソシエーション提供。

日本産の生産量は80～90トンであった(ストラック、2006)。養殖期間が2～3年と長いために、大部分は不規則な形をしていた。

1990年代半ばにアコヤ真珠養殖場が真珠貝の死亡危機の打撃を受けると、日本の輸入業者は供給を拡大するために中国産への依存度を高めた。中国産海水養殖真珠の大きさ(4～6mm)は、日本産アコヤ養殖真珠の平均に近く、外観もよく似ている。同じく1990年代半ば、中国の養殖場がアコヤガイを使用して本物のアコヤ真珠を生産するようになり、伝染病による大量死亡後、真珠貝を大量に供給するようになった(「中国から真珠貝を調達

する日本」、1997)。しかし、中国でも悪天候と病気によって問題が発生し、3,000～4,000 箇所あった養殖場の4分の1がやがて廃業に追い込まれた。

1990 年代後半には、中国産海水養殖真珠の生産量(現在は年間 20 トン以上)は減少を続けていた日本産に近づいた(1997 年には 40 トンであったが翌年には 25 トンに減少)。比較的進んだ養殖場では、8.5mm の真珠を安定して生産していたが、品質は依然として課題であった。現地で作られた核は、日本人が好む米国産インガイの核に比べて傷が多く、また、ほぼ完全な球形に加工するのが困難な傾向にあった。さらに、中国の養殖業者は、従来よりはるかに短い養殖期間で真珠を販売するようになっていたことから、真珠層が 0.4mm 未満と薄いことが多く、そのために中国産真珠の光沢が低かった(ストラック、2006)。しかし、淡水養殖真珠の場合と同様、高度な技術を持った海水真珠養殖場は商品の全体的な質の向上に努めた。後に日本人が加わる香港の企業は、海水養殖真珠のセンターに大規模な処理センターも建設し、日本の品質改善技術を共有するようになった(ストラック、2006)。

### 他の生産者

**環太平洋地域** 南洋真珠は、タイ、ニュージーランド、パプアニューギニアなどの他の太平洋諸国で生産されている。政府主催のパイロットプロジェクトとして行われているものもあれば、マンサン、ゴレイ ブッシュェル、田崎、オーストラリアの大企業などの大手法人の後援のもとで行われているものもある。

1990 年代、クック諸島でブラック真珠の生産量が着実に増加し始め、その大部分は形が不規則で独特のリボン模様があった。真珠養殖の中心地であるマニヒキ島には約 75 の真珠養殖場があり(全体の 60%前後)、その大半は現地の協同組合を通じてオーストラリアの商人に販売していた(ストラック、2006)。しかし、毎年、脱税のために大量の真珠がクック諸島から密輸出されていることから、クック諸島の真珠養殖産業は実際にはるかに大規模であると考えている者が少なくない(スタンレー、2003)。

沖縄でも 1920 年代以降、少量のブラック養殖真珠を断続的に生産していた(マラー、1997b)。1960 年代に設立された琉球真珠株式会社は、今もなお同地域で良質なブラック真珠の養殖を行



図 18.

米国人起業家のジョン ラテンドレスは、1980 年代から 1990 年代にかけて米国で淡水真珠(大半はファンシー シェープ)の養殖に成功したが、2002 年を最後に大量に収穫されなくなった。サファイアとルビーが留められたこの淡水養殖真珠の魚形ピンは、グレン J. エンゲルブレヒトのデザインによる。テネシー州ナッシュビルにあるアメリカン パール カンパニー提供

っている(赤松蔚、私信、2007)。

ベトナムでは 1999 年以降、数社の現地企業のほか、日本およびオーストラリアの企業によって、少量のアコヤ真珠が生産されている(ストラック、2006)。韓国でも比較的少数のアコヤ真珠が養殖されているが、主に日本企業が経営している(R.トリー、私信、2007)。

**北米** コロンブス以前の時代からカリフォルニア湾(ホルテス湾とも呼ばれる)に沿ってブラック真珠が発見されており、1533 年にスペインの探検家、フォルトウン ヒメネスが記録している。20 世紀初めに真珠貝生息地がほぼ壊滅状態になるまで、天然真珠はバハカリフォルニアの主要輸出品であった。カリフォルニア湾での真珠養殖が何度か試みられたが、養殖によって自生のレイボー マベガから大量の真円真珠が取れたのは 1990 年代のことであった。2006 年、Perlas del Mar de Cortez が、多彩な暗い色の養殖真珠を約 5,000 個生産した。同社は、収穫した真珠の半分を現地のジュエリー加工業者に販売し、残りを主に米国の卸売業者に販売している(キファートその他、2004)。

テネシー産淡水養殖真珠は、実際には生産量は多くないにもかかわらず、以前からマスコミに大いに注目されている。アメリカンパール カンパニーの設立者、ジョン ラテンドレスは、長年にわたって様々な移植法や貝の種で実験した末、主にピーズ核の形

によって決まるファンシー シェーパーバー、ボタン、ドロップ、コインの多種多様な真珠の養殖に成功した(図18)。2000年にラテンドレスが亡くなった後、同社は数多くの変化を経験している。同社が最後に大量に収穫したのは2002年で、約75,000個の貝から87,294個の真珠が採取された。この生産量は15年間で最低であった。ラテンドレスは、生産を行っていた20年間、収穫した貝の15~20%を「万に備えて」維持していたため、同社にはかなりの在庫が残されていた(G.ラテンドレス、私信、2007)。テネシー州カムデンにある同社の真珠養殖場は現在、主に観光客向けの見所となっている。

### 養殖はもはや白か黒かの問題ではない

**「ゴールデン」真珠** フィリピンに生息するゴールドリップ シロチョウガイから、稀に、鮮やかなイエローまたは「ゴールデン」真珠が取れることが昔から知られている。1990年代以前、これらの色は多くの市場、特にアジアで望ましいとはみなされていなかったため、大半の養殖業者はこうした色にならないような移植法の開発に努めた(R.トリー、私信、2007)。しかし、フランス生まれの真珠養殖業者、ジャック ブラネラックとマニラの実業家、エデュアルドおよびマニュエル コファンコとのパートナーシップであるジュエルマーは、常にゴールデン真珠を形成し、他の南洋真珠とはまったく異なるブランド化できる商品を生み出す貝を開発するために、パラワン島のブグスクにある孵化場でシロチョウガイを育成することに1980年代の大部分を費やした(トリー、2004)。

ゴールデン真珠が形成される可能性が高い養分その他条件の最も効果的な組み合わせを研究者が突き止めると(図19)、孵化場で多数の稚貝を育成し始め、その後それを海底で養殖した。ジュエルマーのゴールデン真珠は、18~24カ月の養殖期間後に直径が平均11~13mmになっていた(トリー、2001、2003)。同社の生産量は企業秘密であるが、2006年の生産量はフィリピンの全生産量である450貫の70%とみられている(R.トリー、私信、2007)。2007年の報告では、ジュエルマーが生産した真珠の30%がゴールデンであるが、「濃いゴールデン」は10%未満と述べられている(Parels-AEL、2007)。

ジュエルマーは1999年、9月中旬の香港ジュエリー・時計フェ

アで毎年豪華なファッションショーを実施し、ゴールデン真珠を魅惑的な商品として販売するようになった。このフェアが選ばれたのは、世界の主要真珠バイヤーの大半が集まり、フェアと同時開催の大規模な真珠オークションに参加するからである(トリー、2004)。同社は、世界中の業界誌や一部の消費者向け雑誌にも大々的な広告を展開し(マーケティング予算は秘密である)、この場合もゴールデン真珠をおしゃれな高級品として強調した。ジュエルマーは、生産した真珠をブランド化し、競売でほぼ全部を卸売業者に販売するのではなく、世界の見本市を通じて下流のジュエリー デザイナー・小売業者に販売する本格的な取り組みをいち早く始めた生産者であった(トリー、2001)。

ゴールデン真珠を業界や消費者に認めさせる努力は(図20)、かつては望ましくないとみなされていた他のファンシー カラーの登場を促した。こうした新しい色は、真珠をファッション界の中

図19. 多くの市場でかつては望ましくない珍品扱いをされていたゴールデン養殖真珠は、2000年代初めに重要な商品になった。ジュエルマー提供





図20.  
商人と消費者が、写真の約12mmのもののようなゴールデン養殖真珠の美しさとおしゃれさを認めるようになると、他の様々なファンシーカラーにも門戸が開かれた。ネックレスはサンフランシスコのボーマルパール社提供。写真はロバート ウェルゲン撮影。

心に据える役に立った(ホナサン、2001)。

**他のファンシー カラー真珠** タヒチ産真珠は一般に「ブラック」と呼ばれるが、大部分は実際は様々な色合いのグリーンまたはグレーである。他の色—イエロー・グリーン、「ブロンズ」、明るいブルーなど—ができることもある。フレンチ ポリネシアの養殖業者は、他のホワイト真珠生産者と同様、当初はこうした色を望ましくないと考えていたため、まったく販売しない者が多かった(R. トーラー、私信、2007)。

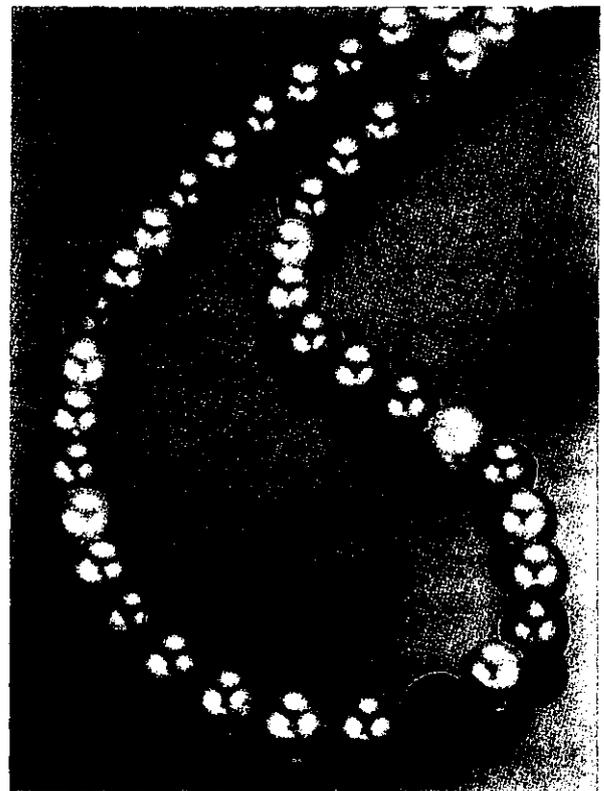
しかし 1997 年、数社がファンシー カラー真珠の販売を始めた。その一つがスイスの真珠卸売業者、ゴレイ ブッシュェルで、米国の雑誌に広告を載せ、高価なゴールデンおよびホワイト真珠の隣にタヒチ産イエロー・グリーン真珠のネックレスを配置し、「ピスタチオ パール」と宣伝した。同社は、イエロー・グリーン ネックレスとなじみ深いホワイトおよび「ブラック」カラーを組み合わ

せることで、イエロー・グリーン真珠がすんなり受け入れられ、消費者の需要を喚起したと伝えている(フェイダーマン、1998a)。

ほぼ同時期、天然色バイオレット、ラベンダー、「アプリコット」、「コッパー」、さらにはパープリッシュ レッドの中国産淡水養殖真珠が市場に浸透し始めた。その結果、Schoeffel、ゴレイ ブッシュェルなどの真珠卸売業者は、一つのジュエリーに海水真珠と淡水真珠を同時に使用してマルチカラーに見せるという前代未聞のことを始めた(フェイダーマン、1998b; 図21)。

これらの色が市場で支持されるようになると、生産者はその色を予想どおりに実現する方法を研究し始めた。フィジー諸島では、J. ハンター パールズが、クロチョウガから養殖した、様々な色合いのグリーン、ブルー、ゴールド、「ローズ」を含むファンシー カラーの特殊な商品を投入した。1999 年に設立された同社は、平均11mmの比較的大きな真珠を専門としている(J. ハンター

図21.  
養殖技術と生産技術が改善され、市場に流入するファンシー カラー真珠の数が増加した。デザイナーは間もなく、複数の色を混ぜて美しい組み合わせを作るようになり、場合によっては海水養殖真珠と淡水養殖真珠(約10mm)を組み合わせるようになっただった。ネックレスはニューヨークのアルバート アッシュヤー パール社提供。写真はロバート ウェルゲン撮影。



パールズ' フォー、2007)。

## ブランド化とマーケティング

養殖真珠はジュエリー産業の中で、ブランド商品が先鞭をつけ、他の商品が追随した唯一の部門である。養殖真珠を普及させようとする御木本幸吉の絶え間ない努力は、ミキモトブランドの確立に役立った。1899年、初めて養殖に成功してからわずか3年後(当時は主にマベ真珠であった)、ミキモトは東京の一等地、銀座に小売店をオープンした。ミキモト初の海外店舗は1913年にロンドンにオープンし、その後、1929年までに、上海、ボンベイ(現ムンバイ)、ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ、パリに出店した。ミキモトは今も、ジュエリー産業で最も知名度の高い名前の一つである。

その後数年間にミキモトブランド以外の養殖真珠が、ダイヤモンドや色石のような貴重であるが一般的な商品になった。1990年代の真珠危機—日本のアコヤ貝の大量死亡、生産過剰、タヒチ産真珠の品質問題、アジアの金融危機—を受けて、生産者は日本以外に新規の大口顧客を開拓せざるをえなくなり、多くの場合、在庫維持の負担を強いられた(N.パスパレイ、私信、2007)。その結果、こうした生産者の一部は、ブランドアイデンティティを確立する必要にも迫られた。

商品化が破壊的な値引き競争につながることを恐れ、また、在庫の積み増しを防ぐ方針を採用し、パール、タヒチやパスパレイなどの資金力のある大手生産者は、商品に個性を与え、高級品への需要を喚起するために、デザイナージュエリーに目を向けた(M.エローリ、私信、2007; N.パスパレイ、私信、2007; 図22)。こうした取り組みのいくつかは成功し、ファッションプレスに注目され、欧米の主流のファッションデザイナーや小売業者が真珠を採用し始めた(図23)。ドイツのWiernsheimのハインツおよびトーマス・ゲルナーや、ロンドンのクリスチャン・ダグラスのような真珠専門家が、ネックレスやブローチから、様々な種類の真珠を取り混ぜた長い「ボディアップ」まで、斬新なジュエリーを製作し、ファッション雑誌に大々的に取り上げられた。タヒチ産真珠の最大の生産者、ロバート・ワンは、専属デザイナーにジュエリーのデザインを依頼し、そのジュエリーを世界各地の主要見本市に出品した(M.エローリ、私信、2007)。



図22.

写真に示すネックレスと揃いのイヤリングは、パスパレイが2005年に南洋養殖真珠のデザインの可能性を示すためにデザイナーに製作させた「ホワイトマジック」コレクションの一部である。ジュエリーはロンドンのジゼル・ムーアによる。写真は、パスパレイおよびサウスシーパールコンソーシアム提供。

欧州では、イタリアの真珠輸入業者が、南洋真珠を使用したおしゃれなジュエリーのブランド「ユートピア」を立ち上げた(図24)。同社は、真珠の種類の混同と処理を巡るうわさによって消費者の信頼が低下し始めたことを受けて、1997年にブランドを立ち上げた(P.ガイ、私信、2007)。養殖場から在庫までのサプライチェーンの管理を続け、すべての真珠について処理が施されていないことを保証した(ジョンソンその他、1999)。国際的なマーケティングを追い風に、ユートピアは国内の小売業者を相手にする企業から、10年以内に世界の主要市場の大半に進出する国際的な企業に成長した(A.ガイ、私信、2007)。

2004年に200以上の小売店を展開していたデイビッド・ユーマンは、いち早くパステルカラーの真珠を積極的に採り入れた。

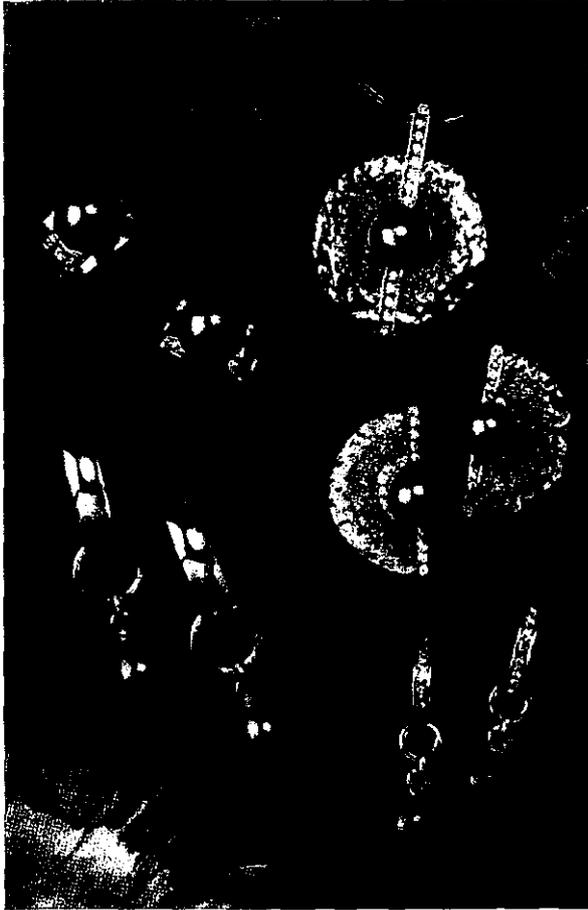


図23.

ブラック真珠の生産者は、価格変動と真珠の品質問題を受けて、デザイナーや小売業者と提携して様々なおしゃれなデザインを作ること、高級品に対する需要を確保することにした。写真は、カリフォルニア州/シルボア アイランドのJ. グラール デザインによるセット。シルビア ビソネット；©J. グラール デザイン撮影

同年、主要な種類の真珠をすべて使用し、様々な色をミックスした多数の真珠製品を発売した(シンバリスト、2004)。このようなミックスは、光学効果のために容易ではないことが明らかになった。たとえば、ホワイト真珠の横にブラック真珠を配置する場合、両者を並べるとホワイトの方が大きく見えるため、ブラック真珠は10~15%大きくなければならない。ユーマンは2007年も養殖真珠を積極的に使用し(図25)、真珠ジュエリーの点数は69に及んでいる。同氏は自身のウェブサイトにも、真珠は「今年の私のコレクションの中心になっている」とコメントしている(デビッド ユーマン、2007)。

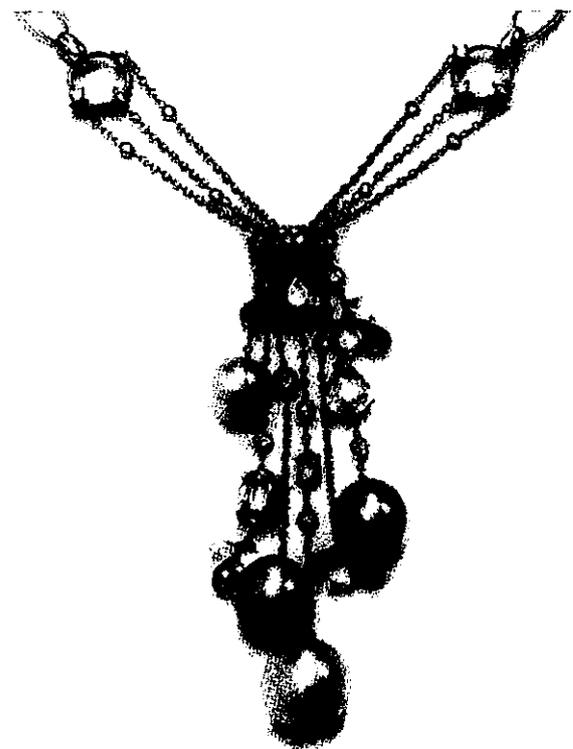
真珠の小売り状況も一変した。2004年、ティファニー&カンパニーが真珠専門の大規模な小売りチェーン「イリデス」を展開し

た。消費者の真珠ジュエリーに対する需要の急増が明確になったわけでもなく、また、記録されたわけでもなかったが、ティファニーは、いくつかの理由から、真珠ジュエリーは大きな商業的可能性を秘めていると確信した。

- ・ 真珠飼育・養殖技術が十分進歩したために、あらゆる種類の真珠、特に良質なものの安定供給が保証されるようになった。
- ・ 真珠の色、形および大きさが多様であるため、かつては不可能であった幅広いデザインや目的に向いている。
- ・ 真珠の種類によって価格に大きな開きがあるために、個性的で現代的なジュエリーとオーソドックスなストランドの双方を作ることが可能である。その結果、イリデスの真珠ジュエリーの価格帯は80ドルから40,000ドルにわたっている。

図24.

ユートピアは、真珠が未処理であることを保証することでブランドを確立した。ファッションに敏感な消費者をターゲットとしたユートピアは、ホワイトおよびゴールデン南洋真珠、ファンシーカラーサファイア、ダイヤモンドを組み合わせた写真のネックレスのような奇抜なデザインを展開している。ミラノのユートピア提供。



イリデスは、カリフォルニア州パサデナのクリスチャン ツェ、ロンドンのコールマン ダグラスをはじめとする複数のデザイナーに、ユニークなジュエリーをデザインし、イリデスが、従来はほとんど真珠を提供してこなかった親会社とはまったく異なるアイデンティティを確立できるよう協力することを依頼した(R.セック、私信、2007)。

イリデスは2005年末までに6店をオープンし、2006年にはさらに9店を開業した。2007年5月、ロサンゼルスの中堅チェーンに16店目をオープンし、イリデスはそれ自体で中堅チェーンになった(「大手グループの動向」、2007)。

真珠の新たに発見された多様性と、ジュエリーデザイナーの作品および大手小売業者の真珠ジュエリー分野への進出が重なって、真珠に対する一般の認識が、かつてはフォーマルな場でしか着用されなかったホワイト球形真珠のストランドだけではなく、実際、採用するデザイナーが増えたために、従来は売りにくかった芥子、バロック形、環状真珠に対する需要が増大している(ゴムスキー、2007)。現在、もはやオーソドックスとは言えない養殖真珠のストランドが、働く女性の服の中で大事な役割を担うようになってきている(図26)。2006年後半には、あらゆる種類の真珠のサプライヤーが、上記の要因すべてのおかげで、米国での売り上げが1年で40%増加したと報告している(ヘリカス、2006)。

## 将来

この15年間で世界の真珠業界は、自由市場の利点と落とし穴および自然の脅威について貴重な教訓を学んだ。

市場の需要サイドでは、ダイヤモンドおよび色石の消費傾向が参考になるとすれば、インド、中国、トルコなどの新興国で今後、養殖真珠の需要が大幅に拡大するはずである。実際、アジア諸国には真珠を好む文化がある。生産サイドでは、初期費用が比較的低いいため、新たなベンチャーが市場に参入するのは確実である。たとえば、25,000~30,000個の真珠貝で海水真珠の養殖を始める場合、200,000ドルもあれば十分であり、5年以内に元が取れる(フォンその他、2005)。

真珠養殖業は市場参入の壁が低いために、海岸線が長く失業率が高い国の政府や起業家にとって魅力的である。主に環太

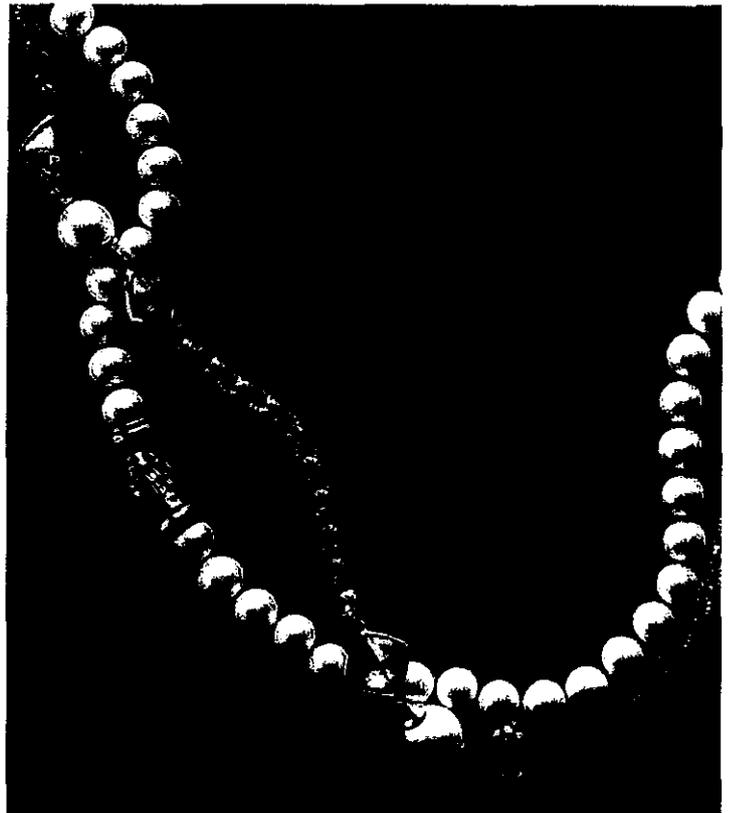


図25. デザイナーのデイビッドユーマンは、写真に示す、ダイヤモンド、ブルー トナズおよび養殖真珠を使用したネックレスのような作品で、真珠ジュエリー分野に大胆に参入した。写真: ©デイビッドユーマン撮影

図26. 米国で最も有力な女性の一人、下院議長のナンシー ペロシは、美しい真珠ネックレスで知られている。写真: ©マイク テイラー/ロイター/コービス撮影



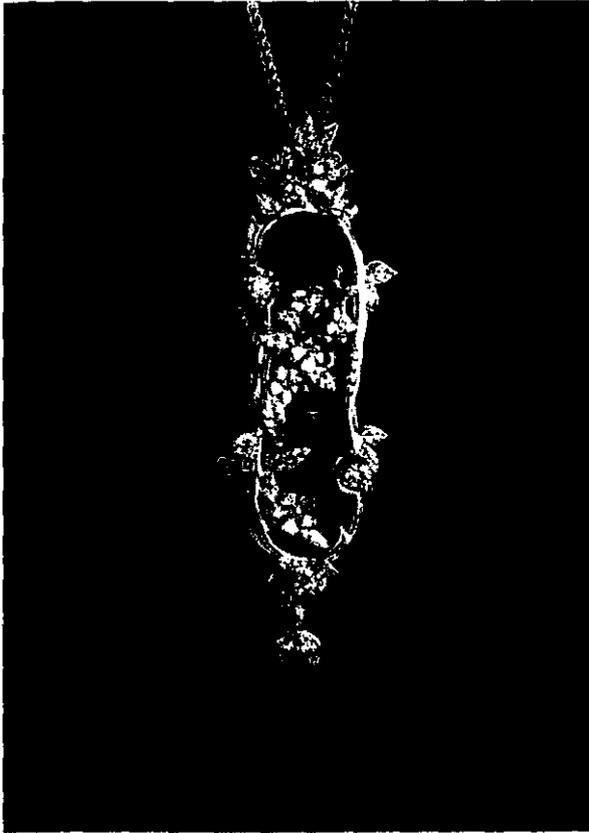


図 27.

世界の真珠市場には今後も、斬新なデザインや新商品が登場すると思われる。写真に示す、ダイヤモンドとマザーオブパールを使用したペンダントには、アメシストのビーズに養殖された11mmの彫刻ブラック真珠があしらわれている。ジュエリーは、カリフォルニア州サンディマススのガラティア提供。写真はロバート ウェルダン撮影。

平洋にあるいくつかの国は、現在、新規真珠事業プロジェクトを進めている。たとえば、ニュージーランド(養殖アワビ真珠)、マーシャル諸島(ブラック養殖真珠)、ベトナム(淡水、アコヤ様)、ニューギニア(南洋)である。しかし、生産量の多さと操業コストの低さを誇る中国がいるために、商品の差別化を図らない新規事業は挫折するであろう。

真珠採取が約3000年前に始まった地域、ペルシア湾に一つの新しいベンチャーが目をつけている。石油が経済の中心になったためにペルシア湾での天然真珠生産は1960年代にはほぼ停止したが、この地域では昔から真珠が好まれている。2007年初め、ドバイ マルチ コモディティーズ センターは、オーストラリアのアロー パールズとペルシア湾でアコヤ真珠を養殖する合弁を設立した。ドバイ政府はこの合弁のパールズ オブ ドバイ

に対し、真珠養殖場を建設する5箇所の土地を与えた。2007年夏、合弁は100,000個の貝でパイロットプロジェクトを開始し、2009年初めに収穫の予定である。最終的には、8~9mmのブランド化した「ドバイ産」養殖真珠を生産し、現地ジュエラーを通じて販売することを目指している(N.ハドック、私信、2007)。ペルシア湾岸沿いの他の首長国でも、いくつかのベンチャーが計画段階にある。

さらに、新種の養殖真珠製品が今後、市場に登場するのは確実である。2000年入りしてからの数年間、ファセット加工真珠が流行であった。2007年7月、カリフォルニア州のジュエリーデザイナーが、宝石のビーズ核を挿入しベトナムで養殖されたブラック真珠を発表した。サンディマスス在住のそのデザイナー、チフィン、アメシスト、シトリン、トルコ石から作られたビーズを使用し、石の部分が下に見えるように真珠を彫刻した(ロスキ、2007; 図27)。

当然ながら、自然は今後も世界中の真珠生産に影響を与え続ける。病気や乱開発の影響のほか、地震と台風による損害も十分証明されている。アジアの真珠養殖場は、2004年12月のスマトラ沖地震の被害を免れた(「津波による産業への影響は小さいとのこと」、2005)。しかし中国では、2007年8月の強い台風により、養殖中のアコヤ貝の半数近くが死亡したと伝えられている(「中国のアコヤ真珠生産量、台風後に激減」、2007)。他の環境問題も残されている。特に、真珠生産者のジャック ブラネラックとニコラス パスバレイは、今年4月14日にスイスのバーゼルで開催されたGIA ジェムフェストのセミナーで、地球温暖化について講演している(パスバレイ、2007; ブラネラック、2007)。彼らは、将来、暴風の発生増加、海面上昇、淡水養殖地への海水の流入、病気および寄生虫の発生増加、水温上昇が起きる可能性があるとの懸念を表した。

自然が予測不能であることと世界中で生産者が急増していることが重なって、今後、供給の好景気・不景気の波が激しくなる可能性が高い。一部の大手生産者は洗練されたブランド化を大々的に展開しているが、真珠養殖が著しく細分化された産業であることに変わりはない。しかし、商品の改良が続き、真珠養殖業者、ジュエリーデザイナー、小売業者が、従来の消費者と新しい消費者に真珠の販売を促進すれば、世界での真珠の人気さがさらに急速に高まる可能性もある。

## 結論

日本の生産者、技術者、販売業者は今もなお、彼らが100年前に作り上げた産業の重要な一部であるが、この15年間に養殖真珠産業は根本的に変化した。日本が一つの商品—アコヤのストランド—で数十年間独占した後、商品が大きく異なる2つの有力な生産者が市場に同時に参入した。大粒のホワイト南洋真珠を産するオーストラリアと、エキゾチックなブラック真珠を産するフレンチ ポリネシアである。両者は早い段階で、各自の商品をアコヤに代わる高級真珠と位置付け、各自の真珠の明確なアイデンティティを確立するために大々的なマーケティング運動を展開した。また、どちらも、自国商品の生産・販売の実権を握ろうとした。

一方、他の国—インドネシアやフィリピンなど—の生産者が、市場に本格的に参入し始めた。しかし、怪物は中国であった。文字通り数千の淡水真珠養殖場を武器に、中国は初めて、淡水「ライスクリスピー」真珠を大量に野放図に流通させることにより、低

価格帯の商品で日本の長年の優位に挑んだ。やがて中国は、アコヤのより手頃な代替品となる多数の新商品を生産するようになった。1990年代末から21世紀にかけて、世界の産業は、新しい色、新しい技術革新、ブランド真珠を投入し、同時に、デザイナーに養殖真珠をかつてなく現代的なファッション商品にするよう促した。

しかし、大きな問題もあった。1990年代、自然が、日本、フレンチ ポリネシア、インドネシアの真珠養殖業者に難題を課している時、深刻な金融問題のために日本の業界の大部分が打撃を被った。大半の生産者が、現地資源への重税に固有の問題に対処しなければならなかった。また、気候変動は今後も、脆弱な経済に依存する商品にとって問題となるであろう。しかし近年、大半の大手生産者は、持続的成長と市場への配慮のバランスをとることを覚えたように思われる。そしてこのことは、世界の養殖真珠の人気上昇に大きく貢献している。

### 著者について

ラッセル・ショア (russell.shor@gia.edu) は、カリフォルニア州カールスバッドにあるジェムロジカル インスティテュート オブ アメリカのマーケティング ストリー アナリストである。

写真を貸していただき、場合によっては本論文用の写真を提供いただいた以下の方々にお礼を申し上げます。東京にある高橋 浩二の赤松 祥氏。ニューヨークにあるイリデスのロバート・コエロー氏。フレンチ ポリネシア、パペーテにあるパールド タヒチのマーティン・コエロー氏とライトウ ガレノン氏。カールスバッドにある GIA のダナ・ダーテム氏、ロバート・ウエルダマン氏、ダズ・ブラスク氏、パレリー・パワー氏。ロンドンにあるコールマン

ダグラス・パペールのクリスチアン・ダグラス氏。ミラノにあるユートピアのアレクサンダー・パロ・ガリア氏。アラブ首長国連邦にある、パルム・ジャドンのニール・バントック氏。デンマークのフレゼンボロに在任のニール・ラッセル・ハンセン氏。デンマークのオーストリアにあるイリカ・パペールのゾーナ・ブレントス氏。オーストラリアのクワイアーズにあるパウル・レイ・パールのニコラス・バズバレイ氏とスティーヴン・ジャレル氏。中国浙江省にあるジャン・ヤフ・パール・グループのショウ・ティアング・ファン氏。Gemmoogisches Institut, Hamburg のエリザベス・ストラック氏。アリゾナ州フェニックスにあるパール・ワールドのリチャード・トリーニ氏。ニューヨークにあるデイビッド・ユーマンのヘザー・ボーティン・ブライザー氏。

## REFERENCES

Akamatsu S. (2007) Sorting it all out: GIA's pearl report and industry opportunities. Panel discussion at GemFest Basel, Switzerland, April 14.  
Akamatsu S., Li T.Z., Moses T., Scarratt K. (2001) The current status of Chinese freshwater cultured pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 37, No. 2, pp. 96-109.  
Branellac J. (2007) Sorting it all out: GIA's pearl report and industry opportunities. Panel discussion at GemFest Basel, Switzerland, April 14.  
Cariño M., Monteforte M. (1995) History of pearling in La Paz Bay, south Baja California. *Gems & Gemology*, Vol. 31, No. 2, pp. 88-105.  
Chinese akoya production plummets after typhoon (2007) www.jewellerynetasia.com/industry/news.aspx, Oct. 10.  
CIBJO (2006) *The Pearl Book*. www.cibjo.us/pearl.pdf, Milan, Italy.

Coeroli M., Galenon R. (2006) Perles de Tahiti newsletter, March/April.  
Crowningshield R. (1970) Developments and Highlights at GIA's Lab in New York: Black cultured pearl. *Gems & Gemology*, Vol. 13, No. 5, pp. 156-157.  
Crowningshield R. (1988) Gem Trade Lab Notes: Cultured pearls, irradiated. *Gems & Gemology*, Vol. 24, No. 4, p. 244.  
David Yurman (2007) www.davidyurman.com [date accessed 10/15/07].  
Earthquake, strong yen slow sales (1995) *Jewellery News Asia*, May, No. 129, p. 60.  
Elen S. (2001) Spectral reflectance and fluorescence characteristics of natural-color and heat-treated "golden" South Sea cultured pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 37, No. 2, pp. 114-123.  
Elen S. (2002) Update on the identification of treated "golden" South Sea cultured pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 38, No. 2, pp. 156-159.

- Federman D. (1997) Shell shock. *Modern Jeweler*, Vol. 96, No. 2, pp. 12-13.
- Federman D. (1998a) Pistachio pearl. *Modern Jeweler*, Vol. 97, No. 10, p. 38.
- Federman D. (1998b) Sea change. *Modern Jeweler*, Vol. 97, No. 10, pp. 46-55.
- Fiske D., Shepherd J. (2007) Continuity and change in Chinese freshwater pearl culture. *Gems & Gemology*, Vol. 43, No. 2, pp. 138-145.
- Fong Q., Ellis S., Haws M. (2005) Economic feasibility of small-scale black lipped pearl oyster (*Pinctada margaritifera*) farming in the Central Pacific. *Aquaculture Economics & Management*, No. 9, pp. 347-368.
- Goebel M., Dirlam D. (1989) Polynesian black pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 25, No. 3, pp. 130-148.
- Gomelsky V. (2007) Pearls gone wild. *Couture International Jeweler*, No. 279, pp. 112-115.
- Henricus J. (2006) U.S. pearl sales very strong. *Jewellery News Asia*, No. 265, pp. 90-96.
- HKPA enhances freshwater pearl promotion (2007) *Jewellery News Asia*, No. 271, pp. 58-60.
- Honosan A. (2001) *The Ultimate Orient: Philippine South Sea Pearls*. Jeweler, Manila.
- Hurwit K. (1998) Gem Trade Lab Notes: Cultured pearl, with treated black color. *Gems & Gemology*, Vol. 34, No. 2, pp. 131-132.
- J. Hunter Pearls Fiji (2007) <http://www.pearlsfiji.com> [date accessed 10/15/07].
- Japan buys oysters in China (1997) *Jewellery News Asia*, No. 150, p. 64.
- Johnson M.L., Koivula J.L., McClure S.F., DeGhionno D., Eds. (1999) Gem News: Pearl branding—"Utopia" cultured pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 35, No. 2, p. 154.
- Kiefert L., Moreno D.M., Arizmendi E., Hänni H., Elen S. (2004). Cultured pearls from the Gulf of California, Mexico. *Gems & Gemology*, Vol. 40, No. 1, pp. 26-38.
- Kobe earthquake (1995) *Jewellery News Asia*, No. 150, pp. 1, 28.
- Komatsu H., Akamatsu S. (1978) Differentiation of black pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 16, No. 1, pp. 7-16.
- Li L. (2001) Production and color changing treatment of Chinese cultured pearls. *Singaporean Gemmologist*, Vol. 8, No. 1, pp. 11-14.
- Luke A. (2005) Cultured in paradise. *The Loupe*, Vol. 14, No. 2, pp. 14-18.
- Man Sang Holdings, Inc. (2006) *Annual Report 2006*. Hong Kong.
- Moses T.M., Shigley J.E. (2003) G. Robert Crowningshield: A legendary gemologist. *Gems & Gemology*, Vol. 39, No. 3, pp. 184-199.
- Muller A. (1997a) Changes needed to revive akoya industry in Japan. *Jewellery News Asia*, No. 150, pp. 60, 64.
- Muller A. (1997b) *Cultured Pearls: The First Hundred Years*. Gokay Buchel, Tokyo, 142 pp.
- Muller A. (1998) *Cultured South Seas Pearls. Past and Present 1998*. Gokay Buchel, KK, Tokyo, 18 pp.
- Muller A. (1999) *Cultured South Seas Pearls, An Analysis*. Gokay Buchel, KK, Tokyo, 18 pp.
- Muller A. (2005) White SSP supply and demand. *Pearl World*, Vol. 13, No. 3, pp. 5-6, 23.
- Myanmar expected to produce 220 kan in 2006 (2006) *Jewellery News Asia*, No. 259, p. 65.
- Myanmar Pearl Enterprise (2003) Historically famous Myanmar South Sea pearl. [www.myanmarpearl.com/history.htm](http://www.myanmarpearl.com/history.htm) [date accessed 10/15/07].
- O'Sullivan D. (1998) Cultured pearls revealed to be an Australian invention. *Austasia Aquaculture*, Vol. 12, No. 4.
- Parels-AEL (2007) Report visit Jeweler, Philippines. [parels-ael.nl/reports/jeweler/](http://parels-ael.nl/reports/jeweler/) [date accessed 10/15/07].
- Paspaley N. (2007) Sorting it all out: GIA's pearl report and industry opportunities. Panel discussion at GemFest Basel, Switzerland, April 14.
- Roskin G. (2007) Black pearls have gemstone bead nuclei. *Jewelers' Circular Keystone*, Vol. 178, No. 8, p. 50.
- Scarratt K., Moses T.M., Akamatsu S. (2000) Characteristics of nuclei in Chinese freshwater cultured pearls. *Gems & Gemology*, Vol. 36, No. 2, pp. 98-109.
- Sertori T. (2006) Theft, corruption threaten pearl industry reputation. *Jakarta Post*, Nov. 30, p. 21.
- Shor R. (1994a) How Japan will stay #1. *Jewelers' Circular Keystone*, Vol. 165, No. 8, pp. 88-94.
- Shor R. (1994b) Pearl leaders seek global advertising fund. *Jewelers' Circular Keystone*, Vol. 165, No. 8, pp. 95-98.
- Shor R. (1995a) Building a new image for Australian pearls. *Jewelers' Circular Keystone*, Vol. 166, No. 10, pp. 72-76.
- Shor R. (1995b) The pearl picture. *Jewelers' Circular Keystone*, Vol. 166, No. 1, pp. 88-90.
- Shor R. (2005) A review of the political and economic forces shaping today's diamond industry. *Gems & Gemology*, Vol. 41, No. 3, pp. 202-203.
- Sotheby's (1987) *Jewels of the Duchess of Windsor*. April 2-3 auction catalogue, Geneva, 312 pp.
- Stanley D. (2003) Black pearls of French Polynesia and the Cook Islands. *Tok Blong Pasifik*, Vol. 57, No. 1, pp. 18-19.
- State of the majors (2007) Top 50 Retail Jewelers, *National Jeweler* supplement, May, pp. 20-38.
- Strack E. (2006) *Pearls*. Ruhle-Diebener-Verlag GmbH, Stuttgart, Germany, 708 pp.
- Tisdell C.A., Poirine B. (2000) Socio-economics of pearl culture: Industry changes and comparisons focusing on Australia and French Polynesia. *World Aquaculture*, Vol. 31, No. 2, pp. 30-60.
- Torrey R. (1995) JCK Show in Las Vegas. *Pearl World*, Vol. 3, No. 2, pp. 1, 3-6.
- Torrey R. (2001) Philippine SSPs: Among the very best. *Pearl World*, Vol. 9, No. 4, pp. 1, 3-4.
- Torrey R. (2003) Philippine SSPs strengthen niche. *Pearl World*, Vol. 9, No. 4, pp. 1, 5-7.
- Torrey R. (2004) Scanning the pearl world. *Pearl World*, Vol. 11, No. 4, pp. 2-5.
- Torrey R. (2005) Going for the gold. *Pearl World*, Vol. 14, No. 5, pp. 1-6.
- Treatments cause concern in industry (1997) *Jewellery News Asia*, No. 150, pp. 54-57.
- Tsunami reported to have little impact on industry (2005) *Jewellery News Asia*, No. 246, pp. 1, 32-33.
- Wang W., Scarratt K., Hyatt A., Shen A.H.-T., Hall M. (2006) Identification of "chocolate pearls" treated by Ballerina Pearl Co. *Gems & Gemology*, Vol. 42, No. 4, pp. 222-235.
- Zimbalist K. (2004) Love affair with jewelry: David and Sybil Yumman reflect on how they turned a little silver angel into a big business. *Time*, Vol. 164, No. 21, p. 13.