



ゴールド

米国インフレデータの発表を待つ投資家で1930ドルを超えず

シルバー

インドのシルバー価格、需要低迷で、輸入価格を下回る
0.10ドル/オンスで取引

プラチナ

欧州のバス大手のSolaris、
バラード・パワー・システムズに約100台の燃料電池エンジンを発注

パラジウム

中国乗用車協会によると、7月の小売乗用車販売は前年比マイナス5%で、177万台

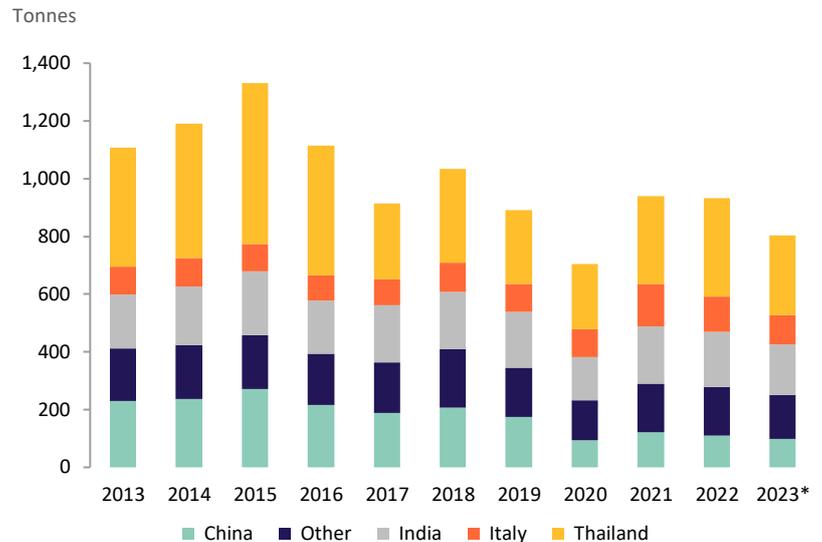
2023年の西側諸国のシルバー宝飾品市場 現時点で玉石混交

昨今の世界のシルバー宝飾品に関するニュースはインド市場が中心だ。インドのシルバー宝飾品製造は2022年に90%も伸びたが、今年は今のところ35%も減って2257トンとなる予測など、動きの激しさから注目を集めるのは当然だが、シルバー宝飾品市場を評価するには西側諸国の市況も考慮しなければ不完全と言えるだろう。米国の消費は過去2年間、1100トン以上と安定しており、世界第2位の地位を保っている。

小売にとってより重要となる売上高で見た場合には、先進国のシルバー宝飾品の利潤は途上国に比べると非常に高いためランキングは大きく変わり、米国市場はインドのほぼ3倍となる。売上高そのものの数字は入手が容易ではないが、ソシエテ・ジェネラルによると、昨年のフランスのシルバー宝飾品販売は8億4300万ユーロで、重量ではそれほど上位にこないフランス市場でも、インドの3割以上の大きさということになる。

とはいえ、今年の西側諸国の市場は玉石混交だ。今年6月に開催された米国最大の宝飾品見本市JCKで得たフィードバックは、今年の消費量（重量）は少なくとも5%、あるいは10%は減るとというのが一致した見方（これはゴールド宝飾品の見通しよりも多少ネガティブ）だった。しかし米国のシルバー宝飾品輸入の最新データを見ると、この予想もかなり楽観的すぎるかもしれない。というのは5月末時点の輸入は前年比でマイナス17%（重量）となっているからだ。しかし様々な調整を行うと貴金属純分ベースでの真の減少はこれほどのマイナスとはならず、15%を少し下回る程度になる。業者関係者らは、先行き不透明な中で小売が在庫の増加に慎重になっているために販売高とのギャップが広がっていると感じているおり、この数字にはそれほど驚かないということだ。（これは暗に、今年下半期に在庫が増えれば、輸入と国内製造が消費を上回る可能性があることになる。）

米国のシルバー宝飾品輸入



* 1月～5月を年間ベースとして換算

資料: メタルズフォーカス、S&P グローバル

販売高のマイナスが一桁台にとどまるのではと思えるもう一つの要因は、2023年第1四半期のPandoraの売上が前年比でマイナス7%となっていることにある。(第2四半期の結果は8月15日に発表予定。)

しかし業界はこの結果をネガティブには捉えていないという点が重要で、なぜならば消費者支出が旅行などのサービスではなく宝飾品などの商品に向けられていた基調がここ数年間続いているからだ。したがって今年のマイナスは真に宝飾品消費が減ったというよりも、平常化したという見方が強い。とはいえコロナ以前と比べたシルバー宝飾品需要の増加は、プラチナやゴールドのそれよりも弱々しい。

そこで、この点を深く掘り下げる意味で、米国のシルバー宝飾品市場とゴールド宝飾品の違いについて考察してみたい。ゴールド宝飾品の需要はデザインの流行が廃れないベーシックな商品とブライダル関連商品が大半だが、シルバー宝飾品の需要はファッション性に重点があり、そして消費者が自分自身のために購入する方が圧倒的に多い。したがって商品価格の上昇とインフレによる生活費圧迫の中、ゴールド商品からシルバー商品に消費が移るといった傾向はほとんど見られない。もしも消費が移るのであれば、まずは14金の商品から10金の商品に移るはずだが、今年の10金商品は14金商品よりも売れていないので、関係者はゴールドからシルバーへの動きはないと確信している。

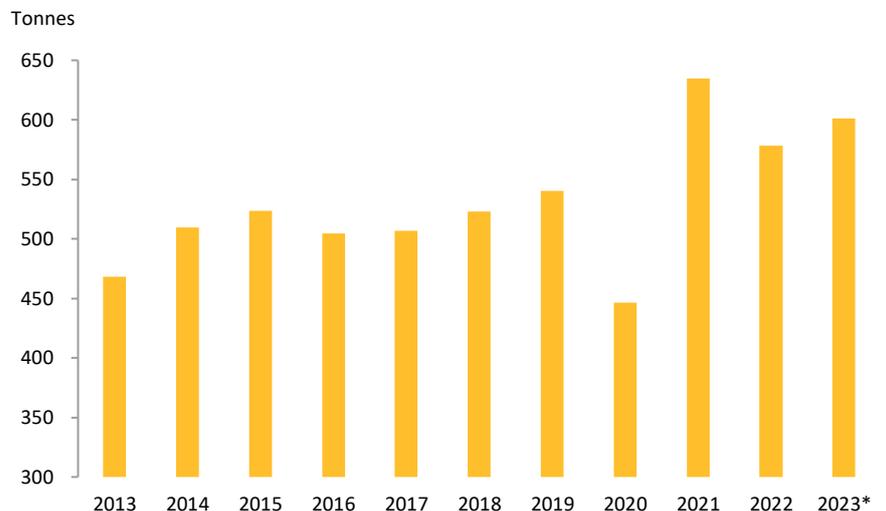
欧州のシルバー宝飾品消費もまた今年は明暗が入り混じっている。例えば英国市場は低迷気味だが、今年前半にシルバー品位証明刻印が前年比で34%も減ったような極端な下落にはならないと思われる。この品位証明刻印量の激減は、在庫増加に慎重な卸業レベルでの減少を表しているため、小売販売高の減少よりも深刻と考えられている。

フランス市場は今は少なくとも売上高ではわずかな上昇を見せ、ドイツでは、Pandora の第1四半期の売上高は 11% の増加と非常に好調な出だしとなっている。しかし我々はこれが今年前半の販売を正確に表しているとは思えず、全体ではわずかな増加が良いところだと思われる。イタリアは観光客が戻って売上に大いに貢献し、全体的にはより好調とのフィードバックを得ている。しかしこの増加も一部はゴールドメッキ商品やデザイン性の高い商品であるため、販売高の増加が販売量と貴金属純分ベースを上回り、それがために実際よりもよいと感じさせているのかもしれない。

イタリアはシルバー宝飾品においては製造という点で重要な市場であり、2022 年は 677 トン、インドとタイに続く世界第3位だ。我々は6月にイタリアを訪れたが、業者らは、今年前半は昨年に比べて少し伸びたと信じていた。国内販売高は確かにそうだが、1月～5月の輸出を見ると、重量全体では前年比マイナス2%となっており、その感覚とは矛盾するようである。しかし昨年の数値をシルバー価格と再輸入量とで調整すると、実際の貴金属純分ベースでは、+4%となる。

香港、ブラジル、トルコ、米国の輸入は大きく増えているが、米国のデータは当局発表のものと相異なるが、貿易データをそのまま信用してはいけないということだ。アラブ首長国連邦への輸出はわずかに増加、欧州のほとんどの国々への輸出は目立って減少している。減少幅が最も大きいのはロシアで、ウクライナとの戦争以前は、イタリアはロシアに年間10トンを超えて直接輸出していたが、今年は200kgにも達しないだろう。

イタリアのシルバー宝飾品輸出



*1月～5月を年間ベースとして換算

資料: メタルズフォーカス、S&P グローバル