



ゴールド

ドル高と高めの長期金利で1900ドルを割り、5ヶ月ぶりの最安値近くまで下がっている

シルバー

CMEのファンドマネジャーのショートポジション、グロスで5971トンで、2023年3月以来の最高に

プラチナ

世界初の液化水素運搬船「水素フロンティア号」、中東巡回でオーマンに入港

パラジウム

インテルは法的な許可が得られず、イスラエルの半導体メーカー Tower Semiconductor の買収（54億ドル）を撤回

中国のゴールド宝飾品需要の勢い 年内維持なるか

中国国家统计局が発表した7月のゴールドとシルバー宝飾品の小売販売高は、金額にして前年比で17.5%の増加となった。元建のゴールド価格が今年に入って2割上がったことを考えると、重量による販売高は少し減ったことになる。これは、我々が7月半ばに深圳の宝飾品店などを現地調査した際に確認した傾向と同じで、背景としては三点ばかり考えられる。第一にはゴールド価格が大幅に上昇しているために消費者が購入を控えたこと。第二には経済の先行き不透明感が消費者心理を悪化させ、さらに元安で生活必需品以外への出費が減ったこと。第三には夏休みを控えて旅行に予算を回す消費者が増え、宝飾品への出費が減ったこと。

以上の事柄が第2四半期の初め頃から中国の宝飾品需要に影響し始めていたのだが、我々の調査では、中国の第2四半期のゴールド需要は132トンで、コロナ禍の2020年と2022年を除いて、我々の調査開始以来の最低水準となった。コロナ後の回復もあって前年比では28%と伸びたが、2021年の第2四半期と比べると1割低い。多くの小売店では毎月売上げが減り、特に5月の労働節休暇の売上げは（当初から悲観的な予測ではあったが）予想よりも悪かった。中にはゴールド価格があれほど上昇しなければ売上げはもっと伸びていたはずだという業者もいる。第2四半期のゴールド価格は、上海黄金交易所で前年比12%上昇、5月半ばには過去最高値をつけるほど高騰し、価格調整が近いと危惧されていたほどである。さらにゴールド宝飾品は、旅行や娯楽分野への支出との激しい競争があった。旅行に関しては、労働節休暇中の旅行が大幅に増えてコロナ前の水準に戻ったことを見ても、消費者が宝飾品に支出する選択をしなかったことを示している。

我々が7月に中国を訪れた時の調査では、中国のバレンタインデーと言われる8月22日の情人節までにゴールド価格が安定すれば、宝飾品需要は順調に回復するというのが業界の見方だったが、深圳の宝飾品関係者によると、7月末頃から注文が増えて8月も増加は続いており、大手業者らが積極的に宝飾品見本市に参加したおかげで、深圳の店舗の賑わいも確実に戻っているとのことだ。

上海黄金交易所のスポット価格と 国際価格の比較

(2022年1月4日の価格を100として)



資料: メタルズフォーカス

小売業者は、ゴールド価格が高騰して需要が減った第2四半期に大幅に在庫を調整していたが、昨今ゴールド価格が調整されて需要が上向いてきたため、今度は在庫補充に奔走している。8月のゴールド宝飾品需要は、ゴールド価格が下がって、購入を控えていた消費者が戻ってきたこと、そして情人節の贈り物需要に大いに期待できることから、非常に好調な状況だ。

宝飾品需要が急激に増えたこと、宝飾品見本市が立て続けに行われたこと、掛売り期間が非常に長い大手小売業者もあることなどから、在庫も、それを補充する現金も底をついた期間があったとする小売業者もいる。次に在庫を大きく補充するのは9月初めに行われる深圳宝飾品見本市の時期あたりになるとされており、人件費の低下と新しい商品の発表で売り上げの伸びに期待が持たれる。9月29日から10月1日にかけての国慶節と中秋節の大型連休に向けての在庫補充も9月の注文増に貢献するだろう。一方でしかし業者らは、経済の先行き不透明感は完全には払拭できず、消費者センチメントも短期間には急激に回復しないことなどから、今年残りの宝飾品需要については、楽観的ながらも用心深い見方をしており、投資や商品ラインナップを増やすことには消極的になっている。

ここで重要なのは、多くの小売業者では総売り上げの8割はゴールド宝飾品である点で、したがって売り上げを伸ばすことだけでなく、適切な在庫水準と商品の取り揃えを保ちながらも十分なマージンを上げるのは容易ではないということだ。というのは、最近ではマージンの高い商品から、投資用とも言える価値の下がりにくい商品に売り上げが移っているためだ。この傾向は中高年の消費者だけでなく、若い世代にも見られるのが興味深い。ライブストリーミング販売やソーシャルメディアのコメントを見ると、ゴールドの安全資産としての価値に注目し、投資対象としてのゴールド宝飾品を求める消費者が増えていることがわかる。これは売り買いのスプレッドが狭い、つまり、ゴールド価格の変動を無視すれば、消費者が古い宝飾品を売ってもそれほど損を被らないことにも裏付けられている。これが、第2四半期の製造量はさらに減っているプラチナ宝飾品よりも、ゴールド宝飾品が中国で好まれている理由の一つでもある。

我々は中国の2023年下半期のゴールド宝飾品需要は順調に伸び、2023年全体としては13%の増加になると予測している。2022年は第3四半期の厳しいコロナ対策と第4四半期に感染者数がピークになったことが影響して下半期の需要が低迷した年となり、その時期との比較ということもあるが、一方で、我々は2023年残りの期間のゴールド価格は下落すると予測しており、その点も2023年下半期のゴールド宝飾品需要は伸びるといふ予測の根拠でもある。低めのゴールド価格がどこまで宝飾品のバーゲンハンティング需要、特に投資目的もある宝飾品の需要を刺激できるかという可能性がある一方で、中国経済の失速と消費者センチメントの悪化が宝飾品半外に冷水をかけるリスクも存在する。

中国のゴールド宝飾品需要



資料：メタルズフォーカス