



Metals Focus – Precious Metals Weekly

貴金属ウィークリー 第101号 2024年11月9日

ゴールド

共和党勝利でドルと利回り上昇でゴールドは最高値から50ドル以上も下げ

シルバー

世界の半導体市場の9月の売り上げは、前年比23%増で\$550億ドル

プラチナ

スペイン政府はエネルギー企業に対する超過利潤税の延期を撤回し、グリーン水素産業の回復を支援

パラジウム

トヨタの9月の世界の普通乗用車販売高は前年比で7%減、85万3000台

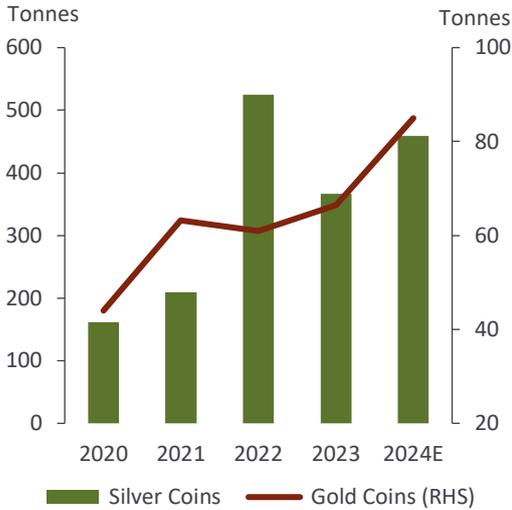
クイックコマースが変えるインドの個人投資

コロナ禍以来、インドではゴールドやシルバーコインも含む商品を扱うクイックコマース（即配サービス）が盛んになり、従来の小売業の形態と人々の消費行動が大きく変わってきている。利便性やスピードを武器にしたクイックコマースを通じて貴金属が身近なものになり、加えて消費者は高額商品をオンラインで買うことに抵抗がなくなっていることもあって、ゴールドやシルバーの商品はクイックコマース業者にとって重要なカテゴリーになりつつあるのだ。オンラインアプリを通じた貴金属コインの購入は、インド全体の年間平均需要（ゴールドは約55トン、シルバーは約280トン）の1%以下とまだ少ないが、インドの消費人口の大きさを考えれば、今後の成長に大きな期待がかかる。

例えば先月のディワリ祭の間、クイックコマースのアプリではゴールドとシルバーのコインの売り上げが大きく伸び、元の売上高が少なかったとはいえ、中には昨年の14倍になった企業もある。同じような現象は、ゴールドやシルバーを購入するには非常に縁起が良いとされる5月のアシャヤトリティヤの日にも見られた。クイックコマースはeコマースの一種だが、即配、それも10分から30分といった超即配を売りにした業態だ。コロナ禍に日用品や食料などが安全で素早く配達されることが重宝され一気に盛んになった。クイックコマースの企業の多くは、ダークストアと呼ばれる小規模の倉庫を戦略的に配置し、2キロから3キロの範囲内の消費者への配達拠点としている。

Instamart、Blinkit、Zepto、BigBasketと言ったインドのクイックコマース企業は30万にも上る配達業者を雇い、2022年に5億ドルだった大手4社の売り上げは、今年は40億ドルに達するとされる。

インドのゴールドとシルバーのコインの需要



出典: メタルズフォーカス

これらの企業の売り上げはムンバイ、デリー、バンガローと言った1級都市に集中してはいるが、今や2級、3級都市にも急速にサービス網を広げている。インドでクイックコマースが広がっているのは、利便性の他にもいくつか理由がある。スマートフォンの普及、安価な高速インターネット網の整備、そして多くの人々がオンラインでものを買うことに抵抗を感じなくなったことなどだ。さらに大手クイックコマース企業は仕入れ値を抑えることができるため、魅力的な販売価格を消費者に提供できる点も大きい。

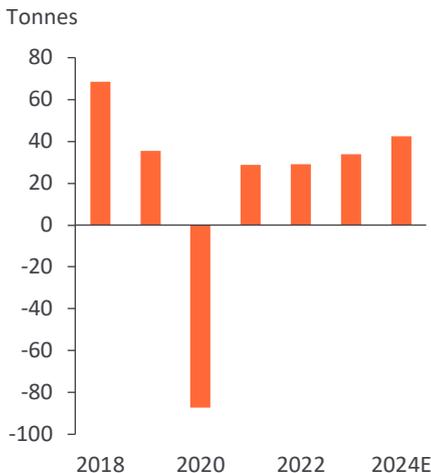
最近ではこれらのクイックコマースアプリには日用品だけでなく、プレーステーションや iPhone など高額な家電製品、そして貴金属が加えられ、特にディワリ祭、ダシュラ祭、アシャトリティヤの日などにはゴールドやシルバーのコインに人気が集まる。今年のディワリ祭は10月の最終週だったが、便利さに惹かれて多くの人々が貴金属コインを買うためにアプリを利用した。今までは貴金属のインゴットやコインは宝飾品店で購入するのが普通だったが、少量だけ購入したい消費者は、わざわざ店に足を運ぶよりはクイックコマースアプリで購入する方を好む。クイックコマース企業は有名宝飾品店や国内の精錬所からコインを購入して在庫とし、ゴールドコインは0.1グラムから10グラム、シルバーコインは1グラムから50グラムと、様々な大きさのコインを販売している。もっと重量のある商品もあるにはあるが、ゴールドコインの売り上げのほとんどは5グラム以下の商品で、最も人気が高いのは1グラムのコイン、そしてシルバーコインで最も人気があるのは10グラムのものだ。

多くのアプリではディワリ祭の初日、10月29日の夜までに貴金属コインは完売したと言うことで、昨今のゴールドの高値を受けて、多くの消費者は買いやすいシルバーコインを買ったようだ。クイックコマース企業の多くが売り上げを伸ばすために、市価より安い価格でコインを販売したことも盛況につながったことは間違いない。

インドのクイックコマース市場はまだ初期段階にあるとはいえ、今後急速に成長する余地は十分にある。コインがオンラインで買える、特に少ない量の貴金属でも変えるという利便性が広まれば需要は増えるだろう。そうなれば個人投資家の裾野が広がることになるが、10グラム以上のゴールド、シルバーならば50グラム以上の重量の多い商品の分野では、クイックコマースで大きく需要が増えることはないだろう。

タイの個人投資家市場の変化

タイの個人投資家のゴールド需要



出典: メタルズフォーカス

タイでも多くの東南アジア諸国同様に、ゴールドは経済や文化の中に浸透しており、特に政情不安などの時には投資資産、安全資産としての役割を果たしてきた。タイは東南アジア最大のゴールド市場の一つで、年間の需要は 50トン〜60トン、そのうちのおよそ6割が投資需要だ。この背景には人々の金融知識の欠如、歴史的に銀行のサービスが広く浸透していないことなどがある。

タイでは、ゴールドの現物を昔からあるゴールドショップで買うことが好まれてきたが、コロナ禍をきっかけに大きな変化が起こっている。デジタルファイナンスの発達でゴールドへの投資方法がオンラインに変わりつつあるのだ。今日では、ゴールド地金を扱う大手小売店の売り上げの 5 割から6 割はオンライン購入。テクノロジーを使いこなし、便利で新しい投資方法を求める若い世代がその流れを牽引しているのだ。その結果、古くからあるゴールドショップや地金商品企業の多くは従来なかった多様な商品を取り扱い始めている。

フィンテックが提供するオンラインプラットフォームでは、投資家はゴールドの購入に際して現物を手元に置く必要はなく、ゴールドを扱う商社の倉庫に保管できる。またわずか 100 バート (ゴールドにしておよそ 0.03グラム) でもゴールドを買うことができるなど、フィンテックに慣れた若い世代が少額から投資を始められ、ゴールド投資家の裾野が広がった。ゴールド価格が史上最高値をつける中で、多くの投資家にとって従来の買い方では買えづらくなっていただけに、フィンテック企業の新しいアプローチは特に重要だ。

とはいえ、オンラインのゴールド投資は問題がないわけではなく、インドやインドネシアなどで普及しているデジタル送金は法的な規制と安全性の面で完璧な体制とはいえない。そのためタイ中央銀行や他の監督当局は、オンラインによる投資市場が安全で法に守られた中で運営されるようガイドラインの設立に取り組んでいる。

今後、タイのゴールド市場はテクノロジーによる利便性と従来の現物所有の形とのバランスを求める方向で発達するだろう。柔軟性のある投資方法を求める若い世代の需要と、ゴールドを手元に保有する心理的な安全性を好む古い世代の需要の両方に応えるゴールド市場となっていくだろう。