



Metals Focus - Precious Metals Weekly

貴金属ウィークリー 第70号 2024年4月5日

ゴールド

中東の紛争激化への不安から 2288 ドルで過去最高に

シルバー

2週間半ぶりに金銀比価は 85に下がる

プラチナ

ポルティモア港の橋の崩落事故で米国に輸入される自動車の流れに障害が予想されるため、GM とフォードは既に貨物ルートを変更

パラジウム

米国は、業界と自動車労働組合の反発で、2032年までの電気自動車の普及目標を 67% から 35% に引き下げ

インドの宝飾品チェーン店 拡大路線の次なる段階へ

インドの宝飾品業界はこの10年間で取引でも消費者レベルでも大きな変化を遂げた。取引関係では、政府による輸入関税の引き上げ、20万ルピー（約36万円）以上の購入で義務付けられる納税者番号カードの提示、高額紙幣を無効にする廃貨政策、現金による高額な支払いの制限、物品サービス税（GST）の導入など多くの新しい政策が実施された。

消費者レベルの変化としてまず目立つのは、ブランド小売店による宝飾品販売が広まったことで、これによりインド各地の消費者の購買パターンが変わっていった。良質なデザインの商品が増えたことに加え、価格の透明性と貴金属の純度を高めたことがチェーン店のマーケットシェア増加に役立っている。というのはインドでは純度の低いゴールド商品が多く以前から問題になっていたからだ。

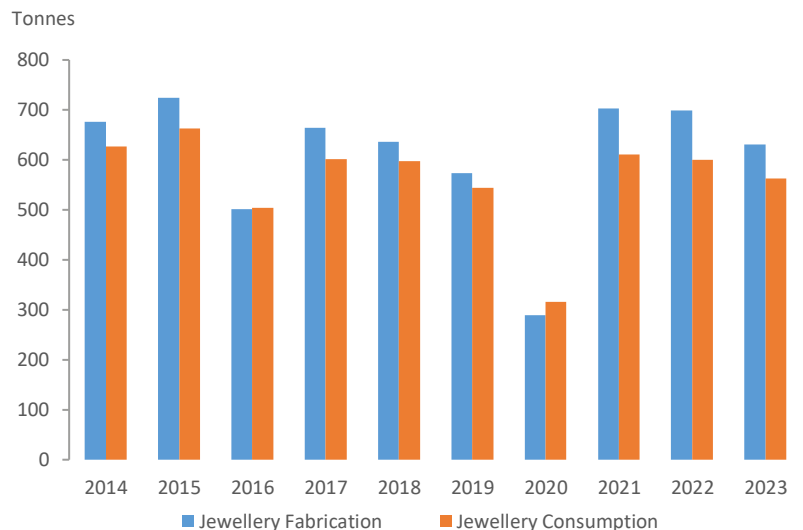
ブランドチェーン店が販売する商品の中で非常に好調なのは軽量の宝飾品だ。ゴールド価格が上がったことが背景にあるが、宝飾品以外のライフスタイル商品との競争が激しくなっていることも無視できない。関係者によるとゴールド宝飾品の重量は少なくとも5%から10%は軽くなっているという。日常的に身につける宝飾品もブライダル宝飾品も共に軽量化が見られるが、より高価な商品が多いブライダル宝飾品での軽量化が特に目立っている。また、チェーン店は、マージンがより高くかつ若者に人気のある18金商品のマーケティングも積極的に行なっている。

今日では、Tanishq ジュエリーブランドを展開する Tata、Reliance Jewels の Reliance など大手と、Joyalukkas、Malabar、Kalyan、Senco を含む有名チェーン店が大きなマーケットシェアを占める。ブランド店の台頭を受けて複合企業グループ Aditya Birla Group は Novelis ブランドを立ち上げて宝飾品市場に参入を果たし、このほかにも進出を狙っている大企業グループがいくつかある。

我々の推測では、こういった小売店がインドのゴールド宝飾品販売に占める割合（重量ベース）は、2000年の時点ではわずか 5% だったが、今では約 37% にまで増えている。規制が変わり、チェーン店に有利な市場環境に素早く変化したことを受け、ブランド小売店は早くも次の段階の戦略を練り始めている。今まで彼らの戦略は全国でも第1、第2の規模の大都市に集中していたが、今後5年から6年でこの方向は変わる可能性が高い。我々がインド有数の小売チェーン店から得た情報によれば、彼らにはその次の第3、第4の規模の地方都市を開拓する計画があり、それが成功すれば、チェーン店のシェアは45%に近づくだらう。それにしてもこのような積極的な拡大路線には多くの資金が必要となる。

現在まで、ほとんどの宝飾品小売店は運転資金を銀行借入れやメタルローンに頼ってきたが、過去には不正が多かったため、銀行は宝飾品業界に対して一般的には慎重な態度を保っているのだ。宝飾品業界がインドのGDPの7%以上を占めながらも、銀行融資全体の3%にも満たないことにもそれは表れている。そこで、従来の方法では多額の資金を集めるのが難しい宝飾品業界は、金融市場から資金を調達する方向に移りつつある。過去数年間で既に何件かの新規株式公開（IPO）が成功しており、投資家の関心も高まりつつある。インドの株式市場では既に今後2、3年間で、宝飾品会社数社がIPOを計画している。

インドのゴールド宝飾品製造と消費



さらには、大手だけでなく、15店から20店ほどの販売網を持つ小規模なチェーン店も株式市場を通じた資金調達に向かっている。ボンベイ証券取引所、インド国立証券取引所といった大きな取引所になかなか上場できない企業向けには中小企業向けの株式市場もある。今のところ金融市場からの資金調達の動きは宝飾品の小売業者に限られているが、今後は大手製造会社も株式、あるいは未公開株を通じた資金調達に向かう可能性もある。

もう一度チェーン店の拡大戦略に話を戻すと、ここ数ヶ月にわたって我々が収集した情報によると、インド経済が順調に成長し消費者心理も好転していることに機を得て、大手チェーン店は次の段階の拡大計画に本格的に力を入れ始めているようだ。大手5社は今後2年から3年で400店から500店も新たに開店する計画で、そうなれば、宝飾品製造会社にとっては、最低でも30トンから50トンの新たな商品需要につながることになる。

インドの宝飾品会社の株価

