



Metals Focus – Precious Metals Weekly

貴金属ウィークリー 第 137 号 2025 年 8 月 10 日

ゴールド

米国の 1kg と 100オンスのインゴットに対する関税報道を受けて 3400 ドルまで上昇

シルバー

ロンドン保管のシルバー現物、7 月は前月比で 1.7% 増、月末までに 7 ヶ月ぶりに多い 2 万 4195.8 トンに

プラチナ

トヨタは成都に Shudao Investment Group とのジョイントベンチャーで燃料電池工場の拠点建築と発表

パラジウム

フォードの 7 月の自動車販売台数は前年比 9.3% 増の 18 万 9000 台

IIJS 開催—貴金属価格上昇の中でも インドの宝飾小売は前向き

India International Jewellery Show (IIJS) のメインイベントが 7 月 30 日から 8 月 4 日までムンバイで開催された。インド最大の宝飾品見本市であり、祭礼や婚礼が多くなるシーズンの直前に行われたことから、宝飾品業界全体のセンチメントを知る重要なイベントと言える。我々のムンバイのチームも会場を訪れ、最新のトレンドや、ルピー建てで史上最高値になっているゴールド価格とシルバー価格が、そして米国の関税がサプライチェーンに与える影響などを調査した。

まず、最初にゴールド市場を見てみると、今年のインドのゴールド宝飾品市場は、ルピー建て価格が繰り返し史上高値を更新したために、顕著に需要が減っている。我々の推測では今年上半期の宝飾品消費は前年同期比で 21% 減の 160 トン。コロナ禍に影響を受けた 2020 年を除くと、これは上半期の消費として 2010 年に始まった統計上最低水準だ。インド国内のゴールド価格は現時点で年初から 3 割以上も高い 10 万ルピー/10 グラム (税込) に上がり、消費者の購買力は大きく落ちた。その中で少しでも消費者が買える価格水準にするために宝飾品の軽量化が進んでいる。

インドで主流の 22 金の商品が軽いものになっているだけでなく、18 金の商品に向かう消費者も少なくない。これまでインドでは、18 金は小さな宝石を散りばめたデザインや宝石を留めた商品に使われてきたが、ゴールド価格の記録的な高騰を受けて、シンプルなデザインの 18 金商品の需要が増えている。そしてこれまで 18 金で作られていた日常的に身につける商品には 14 金が使われ始めている。また、『India Monthly』7 月号で報告したように、最近では業界の要望を受けて 9 金の刻印も認められるようになった。

このような状況を背景に、関係者は今年後半のこれからの祭礼・婚礼シーズンの需要回復に期待を寄せているが、IIJS で我々が感じたポジティブな反応からすると、宝飾品メーカーや小売業者は消費者がそのうち高止まりのゴールド価格に慣れ、年初から低迷している需要が回復に向かうと予測していることを窺わせた。

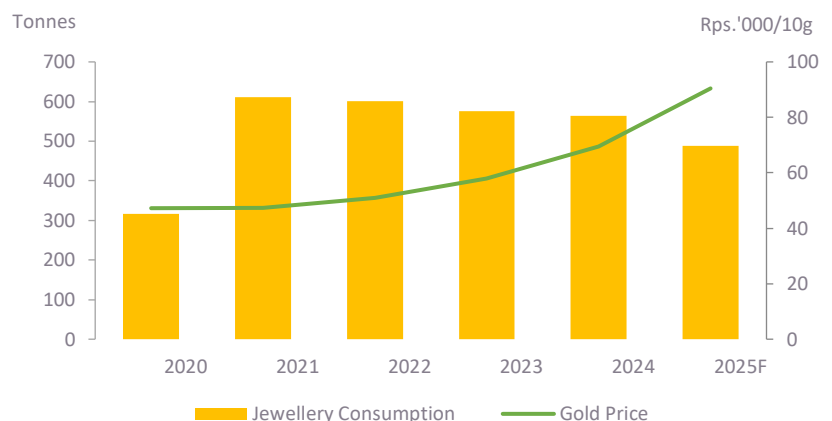
会場では、小売店はすでに積極的に在庫を増やしているとの内容に関係者から聞いた。今年上半期はどこも在庫を縮小していたため、大手チェーン店や独立系小売店では新規の仕入れとしてメーカーに積極的に発注を行っている。

もう一つ重要なトレンドとしては、重量が少ないデザインが広まっていることだ。それぞれの消費者層が買える価格帯、1万ルピー（1140ドルー約17万円）以内、2万ルピー（2280ドルー約34万円）以内、5万ルピー（5700ドルー約85万円）以内になど収めるために、ほとんどのメーカーでは従来の商品を1割から2割軽くしている。価格帯を優先した扱いは、22金の商品だけでなく18金や14金のダイヤモンド宝飾品にも見られた。

国内市場のセンチメントはポジティブであった一方で、輸出業者らは、米政府がインドからの輸入品に対して25%の関税を課すと発表したことで一気に冷や水を浴びた感がある。最終的な関税率の決定は今月後半に予定されている貿易交渉の結果次第だが、こういった不透明感から輸出は一時的に低迷する可能性が高い。

一方、シルバー市場はゴールドと対照的にルピー建価格が最高値に達しようともシルバー宝飾品の需要には大きな影を落としていないようだ。これは、インドではシルバー宝飾品の価格が重量で決まる仕組みではないこと、純度30%のものから始まって幅広い品位の商品が売られていることに関係している。このため業者のマージン設定が高めでコスト上昇の影響を抑えることができる。さらに、高いゴールド価格のおかげでゴールドメッキのシルバー宝飾品の需要も高まっている。

インドのゴールド宝飾品消費量



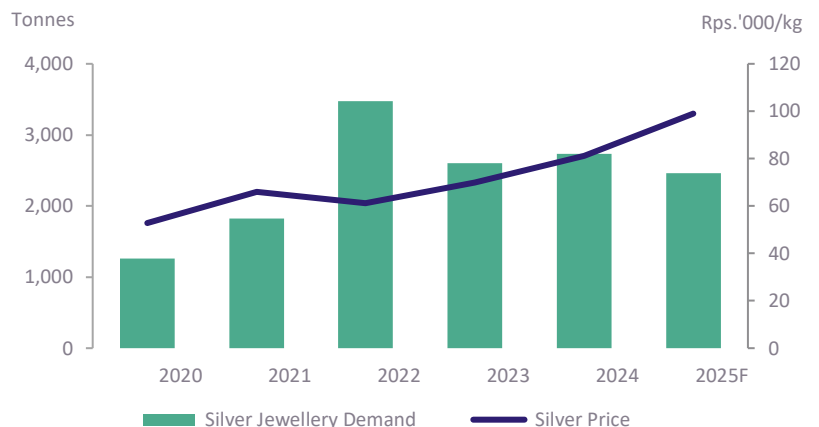
出典: メタルズフォーカス、インドマルチ商品取引所

ゴールドメッキのシルバー宝飾品は、婚礼用や礼拝用の品など伝統的なゴールド宝飾品のデザインに似せたものが多く作られており、これからの祭礼や婚礼が多くなるシーズンに向けてメーカーは在庫構築を始めている。

同様に プラチナ宝飾品 の需要も堅調で、IIJS でもメーカー各社は受注が増えたことを報告していた。大手小売チェーンが継続的に店舗を増やしていることや、インドの地方都市でもプラチナ宝飾品が浸透していることが背景にある。プラチナ価格は上昇してはいるもののゴールド宝飾品よりは手頃であり、またメーカーにとってはより高いマージンが確保できるため、在庫を増やしているのも追い風だ。プラチナをイエローゴールドやピンクゴールドと組み合わせた二色使いの商品が多く登場しているが、店側はこれらの商品をゴールド宝飾品として並べているため、より多くの消費者の目に触れ、販売高の増加につながっている。プラチナ宝飾品の今年の課題としては、米国の関税で輸出が影響を受ける可能性があることだ。昨年はインドから中東と米国への輸出が大きく伸びたおかげで、国内の製造量が前年比で 31% 増え、8.3 トンに達した。

今後のインドのゴールド、シルバー、プラチナ宝飾品の需要に関しては、我々は楽観的な展望を持っているが、メタル価格の上昇、特にゴールドの高価格がリスクとして残る。IIJS 開催直後にゴールド価格が高騰したため、小売業者が注文を取り消す可能性もあり、現に過去にはそうなったこともあった。しかしゴールド価格が現在の 10 万ルピー/10 グラムあたりで落ち着けば、消費者はそれにやがて慣れ、店舗を訪れるようになるだろう。

インドのシルバー宝飾品需要



出典: メタルズフォーカス、インドマルチ商品取引所