



Metals Focus – Precious Metals Weekly

貴金属ウィークリー 482号 2022年11月16日

Gold 金

ドル安と安全資産買いでショートカバーラリー、価格は1780ドルまで上昇。

Silver 銀

2022年第3四半期のヘクラ・マイニングの銀の生産、前年比33%増の112トン

Platinum プラチナ

ノーザム、RB Platsの残りの株式に対して、Implatsの提示価格を15%上回る価格で公開買い付け

Palladium パラジウム

欧州委員会、新たな「Euro7」排ガス規制を発表

中国のゴールド宝飾品販売、再び投資対象商品の人気高まる

中国統計局が11月15日に発表した10月のゴールドとシルバー宝飾品の小売販売額は、前年のマイナス2.7%で246億元となった。人民元建てでゴールド価格が前年比6.2%の上昇となったため、販売量による減少はさらに大きいとみられる。

販売不振の背景の一つには10月1日から7日の国慶節中の販売が低迷だったことがある。厳しいコロナ対策で買い物などの外出が制限され、消費者センチメントが悪化。小売業界では在庫を調整するなどして祝日期間の販売高に過度な期待を持っていなかったが、各地で感染症患者数が増加したため実際の需要はその低い予想をも下回った。

メタルズフォーカスのリサーチによると中国の今年第3四半期までのゴールド宝飾品需要は前年比11%減の444トン。第1、第2四半期と連続で減少した後、第3四半期は5%の微増となったが、小売業の利鞘は全般的に縮小し、上向いた販売を利益に結びつけることができなかった。

中国各地のショールームや小売店からの報告によると、消費者の好みは製造コストの低い製品にシフトしており、定番の24金製品の売上は伸びた一方で、ゴールドの純度が99.9%(39s)・99.99%(49s)の製品、また5Gと呼ばれる硬度の高い24金製品などの付加価値の高い製品、3Dハードゴールドや18金製品の売上は落ちている。

中国の現物投資と宝飾品消費



資料 メタルズフォーカス

また第3四半期は、アンティーク仕上げのゴールド宝飾品 (ACG) がセグメント毎の売上の中で一番伸び、中でもプレーンな ACG バングルの人気が高い。ACG 製品の製造コストは業界全体の価格競争激化で、小売レベルではグラムで10元と、24金の定番製品と同水準にまで下がっている。対照的に石留めや引き抜き加工などプレミアムの高いACGデザイン製品の需要は伸びていない。

中国の消費者のゴールド製品に対する好みは新型コロナウイルス感染症拡大初期から変化している。2020年はコロナ禍で贅沢品の購入のための可分所得が減少したことに加えてゴールド価格の上昇が需要を抑え、低予算でも買える軽量のゴールド製品が人気だった。5Gゴールド製品の販売が伸び、またゴールド宝飾品全般が低迷した中でも、Kゴールドと呼ばれる24金未満の製品は小売の積極的なセールスプロモーションのおかげでそれほど悪くなかった。

しかし2020年の終わりにゴールド価格が下落し、消費者センチメントが少しずつ回復するにつれて消費者の好みは変化し始め、ゴールドを多く使う重量のある商品が売れ始めた。この傾向は2021年初めに小売業者が、5G・24金・ACG製品の価格を重量で決める方針に変えてからさらに加速された。その結果、Kゴールド製品は、5Gゴールド製品よりも純度が低い、製造コストが高い、古い宝飾品を売って新しいものと交換する際の売り買いのスプレッドが広いことなどを理由に人気は低下し、2020年は17%あったマーケットシェアが、2022年の第3四半期には9%にまで落ち込んだ。

2020年から2022年上半期の期間、24金の定番製品など比較的製造コストが低く利鞘の少ない製品を店頭には置かないショールームや製造業者が増え、既存の顧客の直接注文以外を受け付けられない業者が多くなったため、こういった製品の在庫は大幅に減少した。このことで24金の定番製品の2021年のベースが低く抑えられ、今年の売上の中で他のセグメントを抜く要因となったといえる。

2022年第3四半期は製造コストが比較的低い製品の需要が急増したことで業界の在庫状況に変化が現れたが、その背景として次の3点が考えられる。第一に経済の先行きがさらに低迷し収入の増加が見込めなくなった消費者が、投資として資産価値のあるゴールド宝飾品を買い始めたこと。

第二にストリーミングやソーシャルメディアによって若い世代が安全資産、そして投資としてのゴールド宝飾品に注目し始めたこと。ゴールド価格は変動があるにせよ、古い宝飾品を持ち込んで新しい宝飾品と交換することで利益が出る可能性があるという点も魅力として若い世代に受けていることがある。そして第三に5グラム以上の大きな高額商品売る際は重量によるという買い取り価格方針のおかげで、消費者は価格と製造コストにより敏感になったことがある。

中国の消費者の宝飾品需要がデザイン性の高い高級品から、投資対象となるような宝飾品に移っていることは、中国の第3四半期の現物ゴールド市場を見ても明らかで、この期間、中国の現物ゴールド需要は、前年比・前期比ともにゴールド宝飾品のそれを上回っている。

中国政府は11月11日、厳しいコロナ対策がもたらした問題に対する措置として新たに20の対策を発表したが、大きな変更はなく、上記に述べた背景は中国市場に中長期間にわたって影響を及ぼすだろう。したがって、製造コストの低い製品に対する中国の消費者の需要は衰えず、業界全体で利鞘が少なくなることで製品開発に回る投資がかなりの長期間にわたって制限されるだろう。

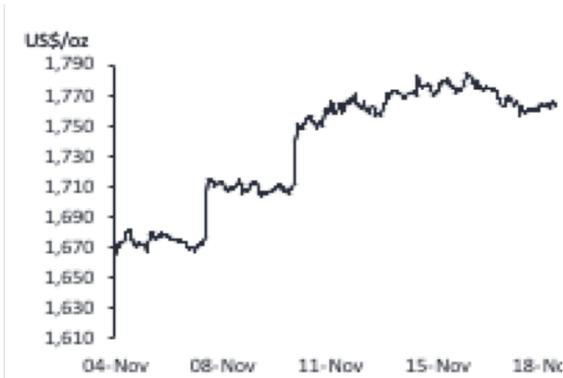
中国の 18 金宝飾品と 24 金宝飾品のマーケットシェア



資料 メタルズフォーカス

チャート - 貴金属価格（米ドル/オンス）

ゴールド



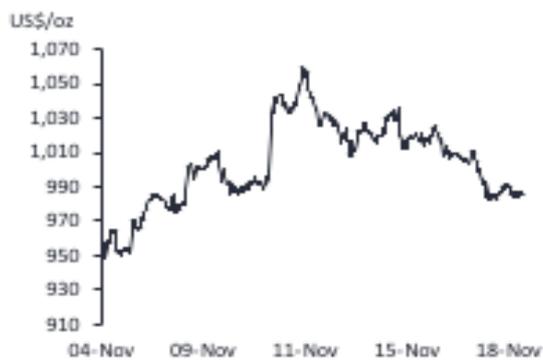
シルバー



資料：ブルームバーグ

資料：ブルームバーグ

プラチナ



パラジウム

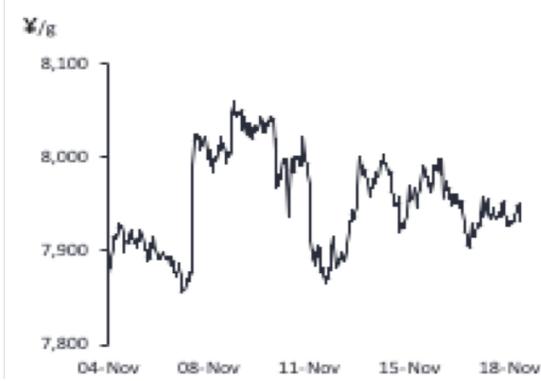


資料：ブルームバーグ

資料：ブルームバーグ

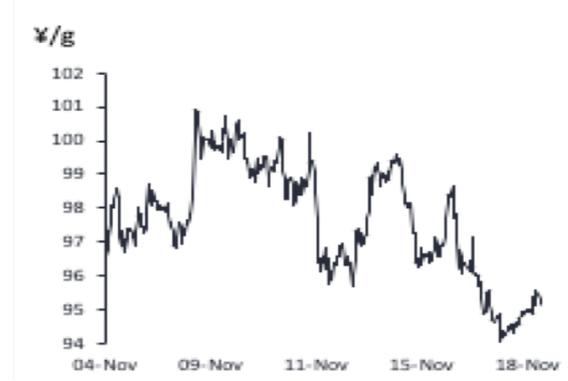
チャート - 貴金属価格（日本円/グラム）

ゴールド



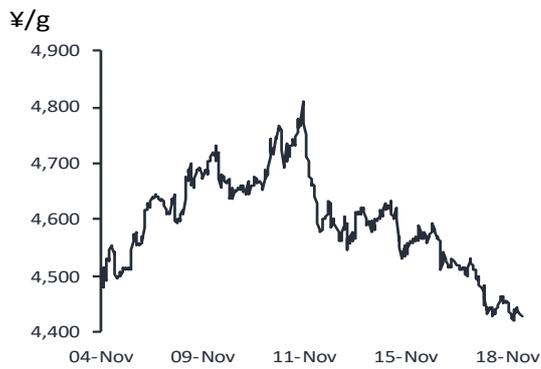
資料：ブルームバーグ

シルバー



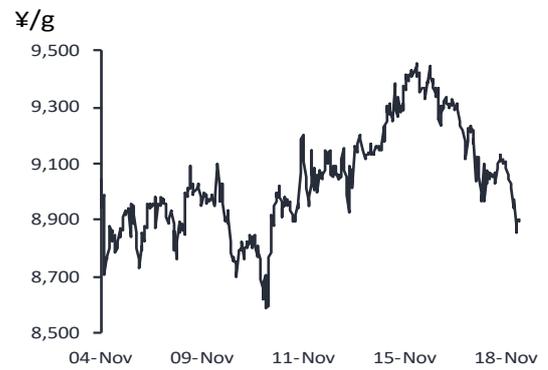
資料：ブルームバーグ

プラチナ



資料：ブルームバーグ

パラジウム



資料：ブルームバーグ

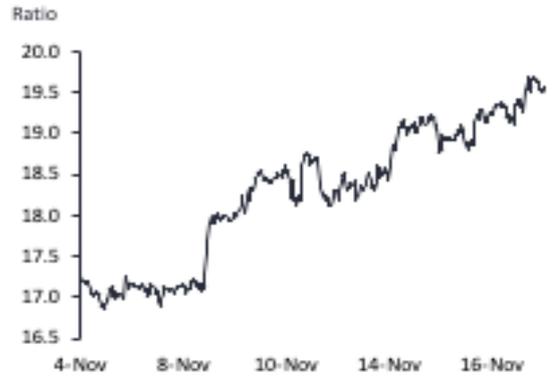
チャート - レイシオとスプレッド

金銀比価



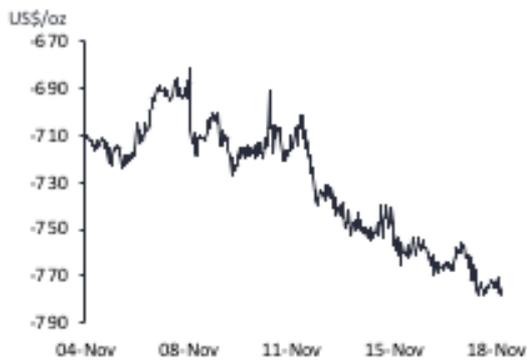
資料：ブルームバーグ

金原油比価



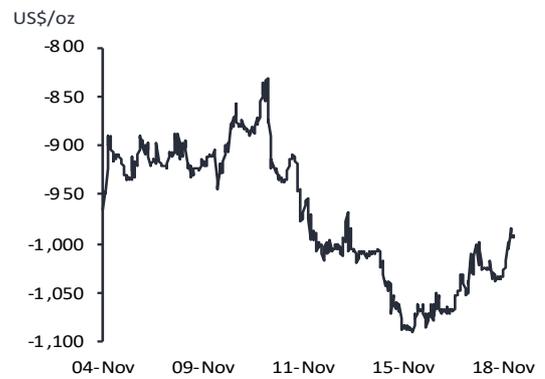
資料：ブルームバーグ

プラチナ・ゴールドディスカウント



資料：ブルームバーグ

プラチナ・パラジウムディスカウント



資料：ブルームバーグ

チャート - CME ネットポジション*

ゴールド



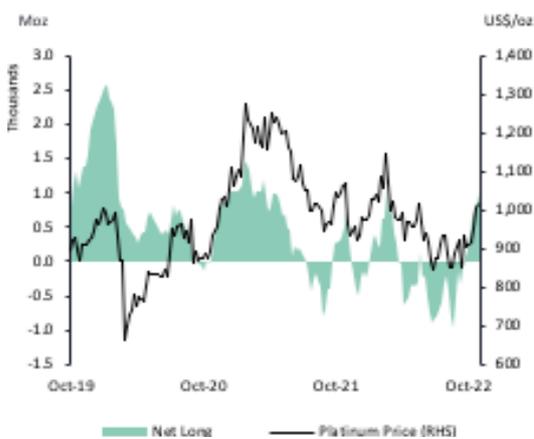
*ファンドマネジャーポジション、資料：ブルームバーグ

シルバー



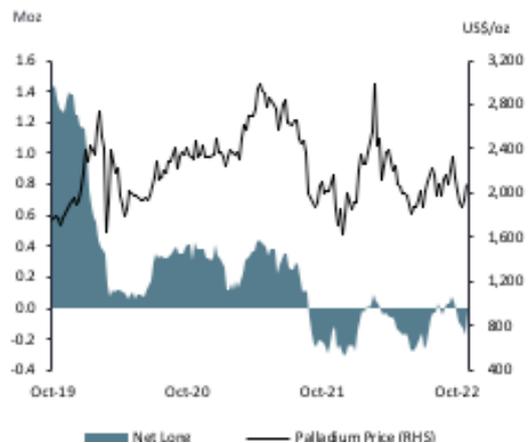
*ファンドマネジャーポジション、資料：ブルームバーグ

プラチナ



*ファンドマネジャーポジション、資料：ブルームバーグ

パラジウム



*ファンドマネジャーポジション、資料：ブルームバーグ

チャート - ETP保有高

ゴールド



資料：ブルームバーグ

シルバー



資料：ブルームバーグ

プラチナ



資料：ブルームバーグ

パラジウム



資料：ブルームバーグ

Metals Focus - The Team

Philip Newman, Managing Director
Charles de Meester, Managing Director
Neil Meader, Director of Gold and Silver
Junlu Liang, Senior Analyst
Simon Yau, Senior Consultant - Hong Kong
Peter Ryan, Independent Consultant
Elvis Chou, Consultant - Taiwan
Michael Bedford, Consultant
David Gornall, Consultant
Sarah Tomlinson, Analyst
Neelan Patel, Regional Sales Director
Mirian Moreno, Business Manager
Erin Coyle, Sales & Marketing Administrator
Ghananshu Karekar, Research Intern

Nikos Kavalis, Managing Director - Singapore
Adam Webb, Director of Mine Supply
Wilma Swarts, Director of PGMs
Philip Klapwijk, Chief Consultant
Chirag Sheth, Principal Consultant - Mumbai
Yiyi Gao, Senior Analyst - Shanghai
Çagdas D. Küçükemiroglu, Consultant - Istanbul
Dale Munro, Consultant
Harshal Barot, Senior Consultant - Mumbai
Jacob Smith, Senior PGM Analyst
Francesca Rey, Consultant - Manila
Celine Zarate, Consultant - Manila
Jie Gao, Research Analyst - Shanghai

Metals Focus – Contact Details

Address

6th Floor, Abbey House
74-76, St John Street
London, EC1M 4DT
U.K.

Tel: +44 20 3301 6510

Email: info@metalsfocus.com

Bloomberg launch page: MTF0

Bloomberg chat: IB MFOCUS

www.metalsfocus.com

免責条項と著作権

特記されている場合を除き、当レポートの全ての著作権はメタルズフォーカス Ltd に帰属する。当レポート(含有及び添付資料を含む)は利用者に対してのみ作成されたもので、当レポートのいかなる部分も貴金属及び関連する金融商品や投資の売買を提案するものではなく、そのような商品の売買に関する助言とみなされるべきではない。当レポートの内容に基づいたいかなる行動も、専門の投資アドバイザーに助言を求めた上でなされるべきである。当レポートの内容は綿密な調査に基づいて作成されているが、メタルズフォーカス Ltd が情報の正確性及び適時性を保証するものではない。メタルズフォーカス Ltd は当レポートの情報に関する誤りや不作為、当レポートの情報に起因して生じるいかなる損失あるいは損害、第三者に生じた損失あるいは損害に関して一説の責任を負わない。

当レポート(あるいは当レポートのどの部分に関しても)はメタルズフォーカス Ltd の書面による許可なくして、いかなる手段にても第三者に複製、配布、送付、引用されてはならない。電子的な配信の場合は、ユーザーライセンスが許可された購読者のみが当レポートのコピーをダウンロードすることが許されている。その他のユーザーライセンスはメタルズフォーカス Ltd から購入が可能である。許可されない行為が行われた場合には民法あるいは刑法に応じた手段を講じる場合がある。

当和訳は英語原文を翻訳したもので、あくまでも便宜なものとして提供されている。英語原文と和訳に矛盾がある場合、英語原文が優先する。