

### 貴金属・宝飾品業界の最新景況レポート

## 貴金属・宝飾品業界の売上高はコロナ禍前より 20%増加

～貴金属・宝飾品 DI はインバウンド需要などで過去最高を更新も、全産業には届かず～

2024年5月21日、金（ゴールド）の国内小売価格が1万3,477円/g<sup>1</sup>となり過去最高値を更新（6月6日時点）した。またダイヤモンドやプラチナ、シルバーなどの価格も高騰。それにともない宝飾品価格が上昇している。こうした中、百貨店での「美術・宝飾・貴金属」の売上高<sup>2</sup>は、2023年度は5,143億6,143万円となり、コロナ禍前の2019年度（3,760億7,778万円）に比べ36.8%増と大幅に改善。2024年度に入ってから好調を維持している。

そこで帝国データバンクでは、コロナ禍前後の貴金属・宝飾品業界を取り巻く環境や景気DI<sup>3</sup>の動きを分析した。

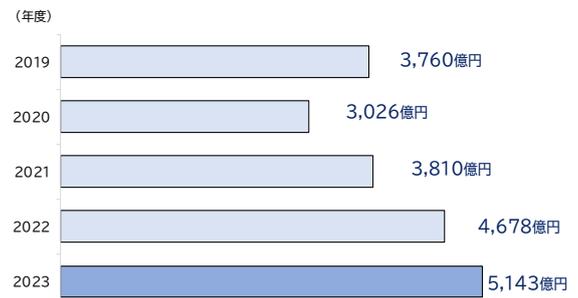
### ■ 貴金属・宝飾品業界の売上高推移(2019年～2023年)

帝国データバンクが保有する企業概要データベース「COSMOS2」を元に集計した貴金属・宝飾品業界の売上高推移をみると、コロナによる経済活動の停止が影響した2020年は9,186億円と前年比8.6%減少した。しかし2022年以降は回復に転じ、コロナの感染症法上の位置付けが「5類」へ移行した2023年には1兆2,046億円と、コロナ禍前の2019年（1兆51億円）を大きく上回った。

2023年4月に訪日外国人に対する水際対策が撤廃されたことによるインバウンド需要の急拡大や、コロナ禍収束にともなう国内需要の復調に加え、金の価格高騰によるリサイクルショップの好調やオリジナルブランドにおけるECサイト需要の高まり、コロナ禍で落ち込んだブライダル需要の回復などの好材料も売上高の増加に寄与した。

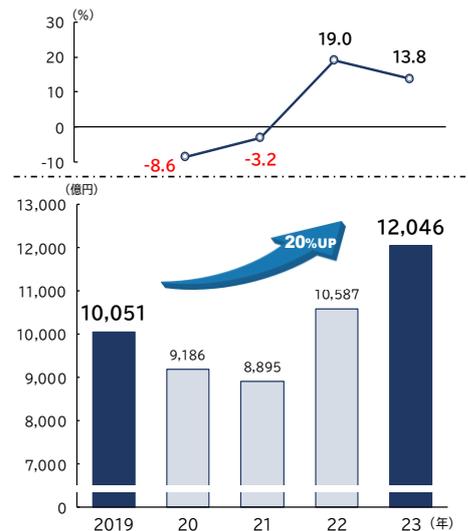
※貴金属・宝飾品業界の売上高は、帝国データバンク企業概要データベース「COSMOS2」収録企業（2024年5月時点）のうち、各年1～12月に迎えた決算の業績数値の合計。集計対象は、5期連続で売上高が判明している3,190社（変則決算は除く）。

百貨店での「美術・宝飾・貴金属」の売上高



出典：日本百貨店協会「百貨店売上高(商品別売上高)」

貴金属・宝飾品業界の売上高と伸び率の推移



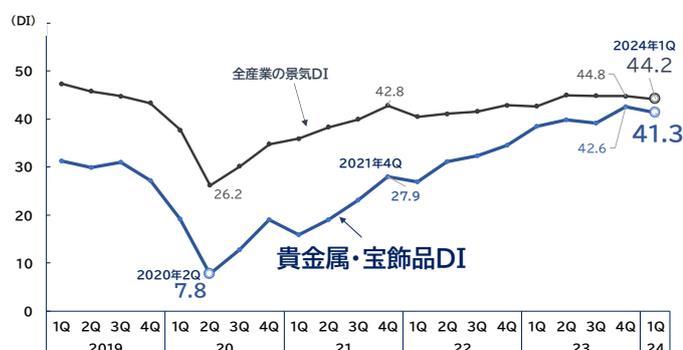
<sup>1</sup> 金（ゴールド）の小売価格は、地金商最大手の田中貴金属工業の公表数値

<sup>2</sup> 日本百貨店協会の「百貨店売上高(商品別売上高)」より

<sup>3</sup> 景気DIは、TDBが算出する全国企業の景気判断を総合した指標。50を境にそれより上であれば「良い」、下であれば「悪い」を意味し、50が判断の分かれ目となる

## ■貴金属・宝飾品 DI、改善傾向も全産業の景気 DI を下回って推移

帝国データバンクが毎月実施している TDB 景気動向調査で算出した貴金属・宝飾品 DI<sup>4</sup>の推移をみると、2020 年 4 月に緊急事態宣言が発出されたことで販売機会が激減し、同年 2Q（4～6 月）には全産業の景気 DI を 18.4 ポイント下回る 7.8 まで下落した。2021 年 9 月末に全対象地域の緊急事態宣言が



解除されたことで、同年 4Q（10～12 月）の全産業の景気 DI は 42.8 にまで回復したが、贅沢品である貴金属・宝飾品の販売回復は遅れ、同業界の景気 DI は 27.9 と、全産業の景気 DI を 14.9 ポイント下回った。しかし 2022 年 3 月にまん延防止等重点措置が終了し、経済活動が再開に向かったことで、貴金属・宝飾品 DI の回復ペースは上がり、2023 年 1Q（1～3 月）に 38.4 まで回復。2023 年 4Q には 42.6 と過去最高を更新し、全産業の景気 DI（44.8）との差は 2.2 ポイントに縮小した。金の価格高騰、百貨店での「美術・宝飾・貴金属」の売上高が好調な一方で、2024 年 1Q の貴金属・宝飾品 DI は 41.3 にとどまり、全産業の景気 DI を下回る状況が続いている。

## ■まとめ

円安による旺盛なインバウンド需要や客足増加で景況感が回復している一方で、地政学的リスクの高まりやインフレ傾向を背景に 2022 年から続く金やダイヤモンドなどの素材価格の高騰による仕入価格上昇が業績を圧迫している企業もあり、同じ業界の中でも為替相場やインバウンド需要の恩恵を受ける企業とそうでない企業で格差が生じているようだ。

今後については、過去に類をみない物価高騰の中、賃上げ効果を実感できるまでにはしばらく時間を要する可能性があるため、購買の中心は外国人旅行者、富裕層、投資家などに限られ、全体の底上げは期待できないだろう。また、相場価格の動向が経営に大きく関わってくるため、素材価格の高騰が損益面でのマイナス要因となるケースも考えられ、貴金属・宝飾品 DI は踊り場局面が続くようだ。

※本調査は景気動向オンライン(<https://www.tdb-di.com>)および TDB REPORT ONLINE(<https://www.tdb-publish.com>)に掲載  
<TDB REPORT ONLINE> 各種企業の膨大な情報をもとに、業界の動向や注目ビジネスを網羅した経営情報サイト

株式会社帝国データバンク 情報統括部長 藤井 俊

【問い合わせ先】長崎 あき子、武原 護 03-5919-9343（直通）

情報統括部：tdb\_jyoho@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

<sup>4</sup> 貴金属・宝飾品 DI は、「貴金属製品製造」「貴金属製品卸売(宝石を含む)」「貴金属製品小売(宝石を含む)」などの景気 DI を 3 カ月移動平均で算出  
©TEIKOKU DATABANK, LTD.