



PLATINUM

プラチナ・ジュエリー・ビジネス・レビュー  
2025 Q2 報告書 要旨  
〈2025年4～6月期〉

**日本**.....  
日本の宝飾品小売市場は第2四半期にわずかに減速した。これは16四半期連続の成長後初の縮小であり、主に2024年第2四半期の高成長が要因だが、インフレ懸念や経済追い風の逆転に対する消費者の不安も反映している。プラチナ・ジュエリーも販売個数が前年比3.4%減と、急激な価格上昇の影響を受けたが、一部小売業者は戦略的な価格設定と商品調整により損失を軽減した。

**中国**.....  
中国のプラチナ宝飾品市場は第2四半期に著しい成長を見せ、製造量が前年比151%急増した。PGIパートナー社の小売販売は前年比で19%増加した。しかしプラチナ価格の上昇と在庫補充ペースの減速により、6月には勢いが鈍化し始めた。PGIは各種共同プロモーションや新規開発を通じて、中国プラチナ宝飾市場の勢いを支えた。

**アメリカ**.....  
アメリカでは、宝飾品の販売個数減少にもかかわらず、高価格帯商品へのシフトが続いている。プラチナは販売個数で前年比増加を継続中。PGIのパートナー企業は当期に前年比1.2%の販売数増、2桁の売上高増加を達成した。複数の主要ジュエリーブランドがホワイトゴールドからの転換キャンペーンを展開し、プラチナの市場認知度を高めるとともに、プラチナへの関心を強化した。

**インド**.....  
インドの金価格は第2四半期に急騰し、主要なシーズンにも関わらず消費者需要を抑制した。一方PGIのパートナー社は「プラチナ・シーズン・オブ・ラブ(SOL)2025」等のキャンペーンに支えられ、前年比15%の成長を達成した。プラチナ SOL キャンペーンは4月から5月にかけて実施され、SOL 2023比で20%超の売上成長を牽引した。

なおPGIはアラブ首長国連邦(UAE)での店舗網を、新規小売業者3社と26店舗の追加により、127店舗まで拡大した。

「プラチナ・ジュエリー・ビジネス・レビュー(PJBR)」は、PGIが活動拠点を置く主要4か国(日本、中国、アメリカ、インド)を中心に、独立調査機関による宝飾用プラチナ需要、小売販売、業界トレンドの調査結果を、PGIが年次報告書として編纂しているものです。

当報告書の詳細な内容やデータ等は、下記PGI本部サイト(英語)からダウンロードいただけます。  
(要登録) <https://platinumguild.com/>