



# 『まいごばなし』

※スパークスのボトムアップ・リサーチを通じて、  
MY小話として舞妓さんが日本株の情報をお伝えします。  
スパークスの日本株の情報発信レポート



第15号(2009年6月8日)

## 「不況を前向きに考える。」

### 『不況』=『全てが真っ暗』という訳ではない

昨年9月のリーマンショック以降、多くのメディアで『不況』に関する特集が組まれることが多くなりました。そのほとんどが厳しい現状を解説し、先行きの不安を様々な角度から論じています。しかし、『不況』=『全てが真っ暗』というわけではありません。『歴史は繰り返す』という言葉に従えば、この厳しい現状は、新たな転換期の入り口にあたるとも考えられます。

### 前回の不況期に世に送り出されたものを振り返る

ここで、前回のITバブル崩壊後の2001年から2003年の間に、日本で人々の関心を集めたものを見てみましょう。

(図表)2001年から2003年のヒット商品番付

■2001年のヒット商品番付■			■2002年のヒット商品番付■			■2003年のヒット商品番付■		
東		西	東		西	東		西
『千と千尋の神隠し』	横綱	該当なし	『ハリー・ポッター』シリーズ	横綱	『FIFAワールドカップ』	星野阪神	横綱	該当なし
イチロー	大関	休場	「写メール」	大関	「Suica」	該当なし	大関	六本木ヒルズ
ADSL	関脇	休場	ブロードバンド	関脇	コンビニATM	薄型(液晶・PDP)テレビ	関脇	「DIGA」
「カローラ」VS「フィット」	小結	モーニング娘。	ネット予約	小結	『ワダツミの木』	ジャパネットたかた	小結	「キューブ」
茶飲料	前頭1	「超熟」	薄型テレビ	前頭1	ハイブリッド・ビデオレコーダー	チワワの「くうーちゃん」	前頭1	「NOVAうさぎ」
「ベイブレード」	前頭2	都心高層マンション	「アミノサプリ」	前頭2	「Ag+」	小型デジカメ VS メガピクセル携帯	前頭2	『踊る大捜査線 THE MOVIE2 レインボーブリッジを封鎖せよ!』
TDS VS USJ	前頭3	『ちゆらさん』	「お茶飲料」戦争	前頭3	「玩具菓子」戦争	『世界に一つだけの花』	前頭3	松井秀喜
変わったタイトルの自己啓発本	前頭4	『十二番目の天使』	MP3携帯プレーヤー	前頭4	食器洗い乾燥機	『パカの壁』	前頭4	「ヘルシア緑茶」
ピッキングされにくい鍵	前頭5	ローライズ・ジーンズ	日本語に関する本	前頭5	『ペラペラブック Vol.1』	豆乳	前頭5	高機能マスクラ
「ステイフィット」	前頭6	「レビュー マジカルチェンジ」	「コリヤ英和!」シリーズ	前頭6	コラボレーション企画商品	テツandトモ	前頭6	高級おにぎり

【表の見方】技...技能賞 敢...敢闘賞 殊...殊勲賞 「」...商品名 『』...書籍名・作品名

本表は相撲の番付の形式を採用しているため、「東」と「西」に別れていますが、選ばれた商品と地理的な東西の関係は一切ありません。対象となる商品は、個別の商品だけでなく一定のカテゴリの商品群や人物・社会現象などを含みます。番付の順位は、出荷台数・売上高等の実績だけでなく、その商品がマーケットに与えた意義やインパクト・今後の成長性などを総合的に判断して決定しました。(出所)SMBCコンサルティング



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。



# 『まいこばなし』

スパークスの日本株の情報発信レポート



2001－2003年の景況感も体感的には厳しいものでした。しかし、こうして振り返ってみると、意外にも衣食住にかかわる各種商品、映画や書籍などのエンターテインメント、そして人材など、いずれの分野でも記録と記憶に残るものが沢山あったことが理解できます。

また、このITバブル崩壊後の不況底入れと前後して、iPodやブログ、動画サイトなど、今では一般的になったモノやサービスが続々と登場し、普及しました。

現実を直視することは重要です。しかし、直視しすぎるのはよくないと考えております。私は、『混沌とした時期には新しいものが生まれやすい』との仮説を持っているため、今回の不況局面で、どのようなモノやサービスが新たに登場し、そして消費者に受け入れられるのかを考えるようにしています。前回の不況時における事例は、私が上で述べた『混沌とした時期には新しいものが生まれやすい』という仮説のよりどころの一つとなっているのです。

## 不況の今だからこそ、5－10年後の世界を想像してみる

上で述べたように、『不況』＝『全てが真っ暗』というわけではありません。どんなに厳しい時でも、何らかの新しいモノやサービスの胎動があります。それは金融危機下にある現在でもあてはまると考えております。

例えば、自動車業界では、今まで以上にハイブリッド車や電気自動車に力を入れています。また、電子機器業界においても、この数年間にPC、携帯電話、デジタルカメラなどの性能は大きく向上しています。加えて、世界における普及率が一段と上昇したことで、インターネットや各種コミュニケーションの手法はまた新たな段階に入る素地が整いつつあります。

ものは考えよう。

日々の企業調査では、目先の厳しさに目をやりつつも、5－10年後の世界を想像する余裕も大切にしています。



※当コラムは執筆者の見解が含まれている場合があり、スパークス・アセット・マネジメント株式会社の見解と異なることがあります。



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。