

『まいごばなし』

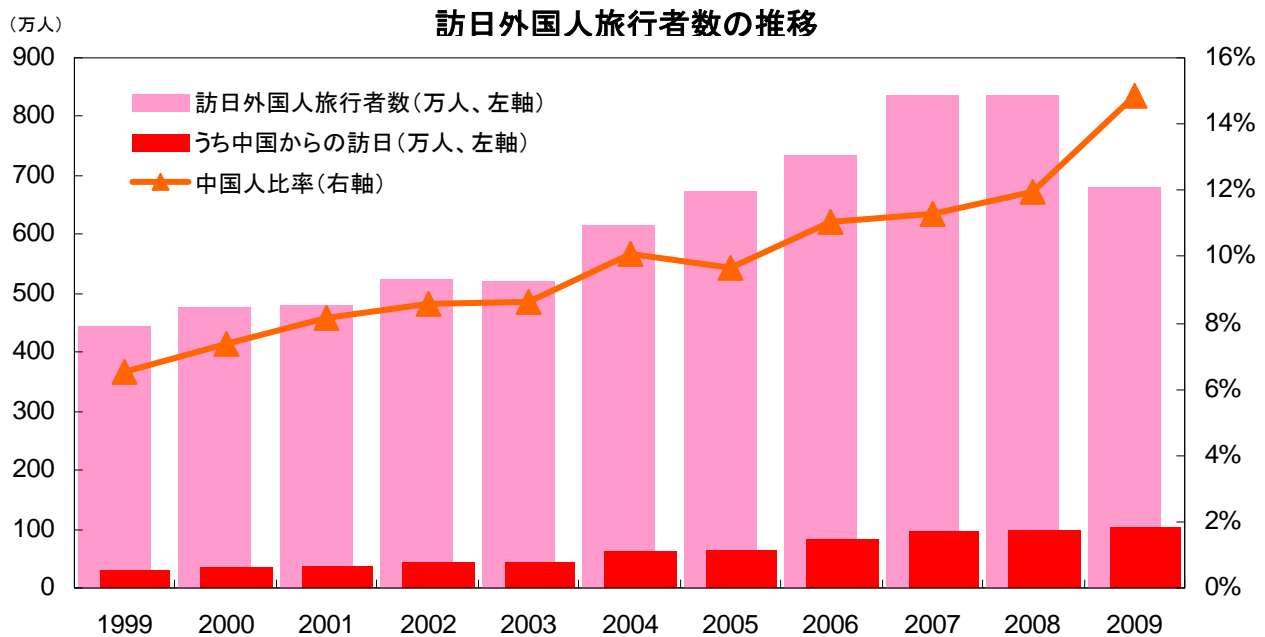
※スパークスのボトムアップ・リサーチを通じて、
MY小話として舞妓さんが日本株の情報をお伝えします。
スパークスの日本株の情報発信レポート



第38号 (2010年5月28日)

「中国の消費者が日本の内需を変えるか」

日本政府は、中国人向け個人観光ビザ(査証)の発行要件を7月1日から大幅に緩和する方針を決めたとのことです。富裕層に限っていた発行対象を一定の消費力のある中間層にまで拡大し、発行地域も内陸部や東北部にまで広げることで、個人観光ビザの発行対象がこれまでの約10倍に当たる1600万世帯程度に増えるそうです。2008年のリーマンショックの影響で世界的に景気が後退する中、2009年の日本への外国人旅行者数は大きく減少しましたが、高い経済成長率を維持している中国からの旅行者は増加を続けています。皆さんも家電量販店や百貨店などで、中国人観光客がお買い物をする姿を目にすることが多くなったのではないのでしょうか？



出所：日本政府観光局、国土交通省



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。



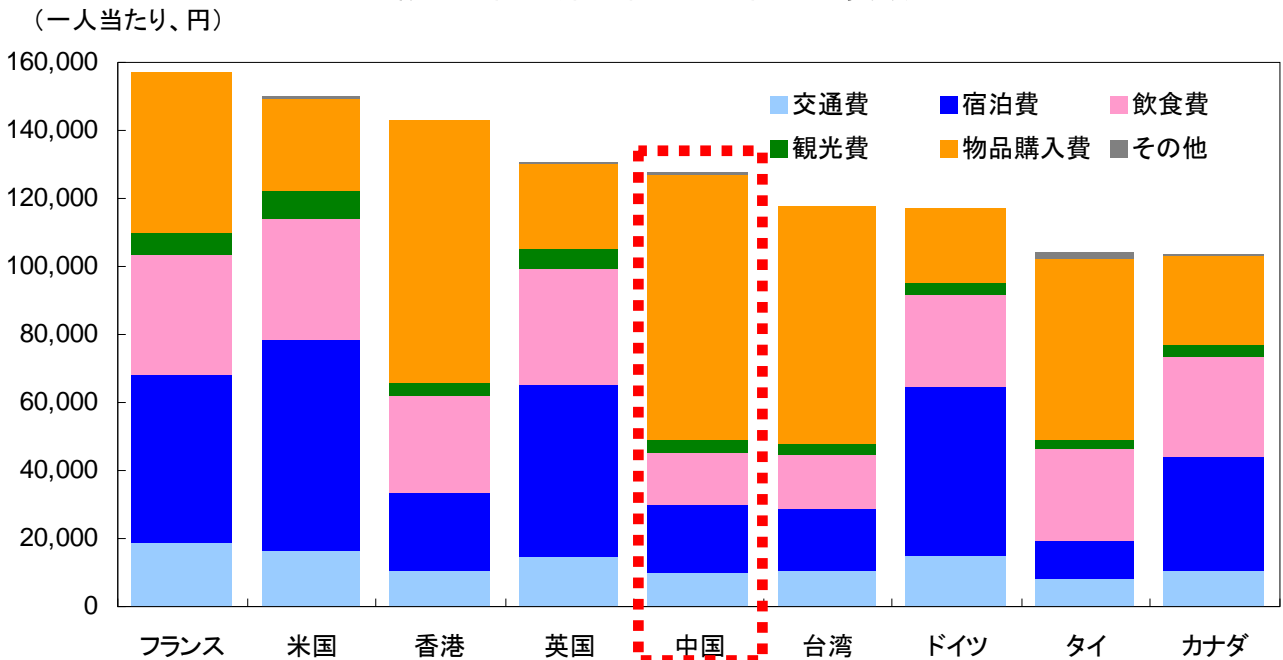
『まいこばなし』

スパークスの日本株の情報発信レポート



日本にやってきた中国人観光客は、国内の消費に大きな影響を与えているようです。無添加化粧品F社は中国で大きく売り上げを伸ばしているのですが、銀座にある店舗では、中国人を中心とした外国人旅行者への販売が増えており、2006年度に22.0%だった外国人売り上げ比率が2009年度(4~8月の実績)には53.1%まで急上昇しているそうです。ちなみにThe World Tourism Organizationによる2009年の海外旅行者の消費総額のランキングでは、1位ドイツの808億円、2位米国の731億円、3位英国の485億円に次いで中国は第4位であり、総額437億円を海外旅行で消費しているそうです。日本に旅行に来た外国人が使う一人当たり消費額でも、ドイツやカナダのような先進国を上回っており、一人平均で総額12万7千円強を使っているそうです。また宿泊や観光、飲食よりも、物品購入にあてる金額の比率が高く、旅行消費額の61.7%を物品購入にあてているようです。台湾や香港の海外旅行者の物品購入費の比率もそれぞれ59.2%、53.7%と高いことから、アジア人は世界的に見てお買い物好きなのかも知れません。

訪日外国人旅行者の出身国別消費額



出所: 日本政府観光局「JNTO訪日外国人旅行者の消費額データとお土産購入動向2007-2008」



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。



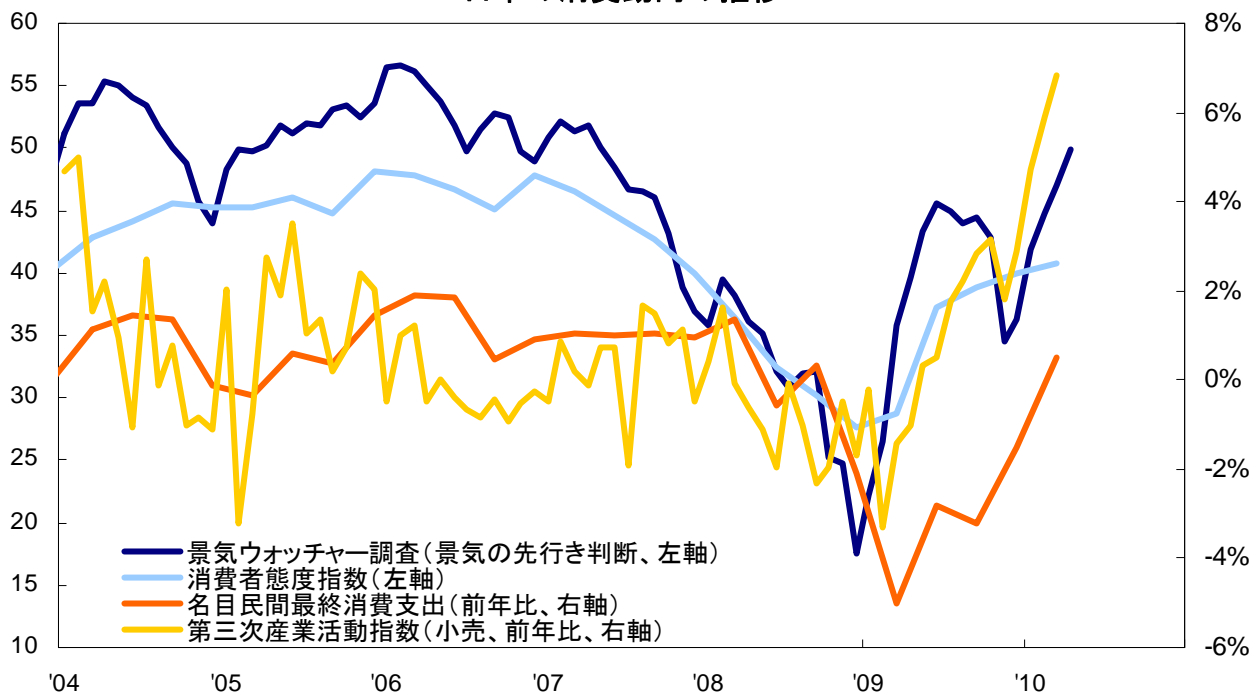
『まいこばなし』

スパークスの日本株の情報発信レポート



2006年の日銀の量的緩和とゼロ金利政策の解除、政府による恒久減税の廃止といった金融・財政の引き締め局面で起こったリーマンショックによる影響で、日本経済は大きく落ち込み、2009年1-3月期のGDP成長率は戦後最悪となりました。しかしその後の世界的な対策が奏功し、世界経済がV字型の回復を見せる中、エコカー減税やエコポイントといった政策効果や節約疲れと雇用環境の改善から、消費者マインドと個人消費は順調な回復傾向にあるようです。これから更に増えると期待される中国からの旅行者による消費は、回復基調にある内需の活性化につながるとともに、デフレマインドに染まりきった日本の消費者マインドを変えるきっかけになる可能性があると思われます。

日本の消費動向の推移



注: 消費者態度指数と第三次産業活動指数(2004年1月~2010年3月)、名目民間消費支出(2004年Q1~2010年Q1)、景気ウォッチャー調査(2004年1月~2010年4月)

出所: 内閣府、経済産業省

※上記はあくまでも当コラムの内容の理解を深めていただくためのご参考資料であり、特定の有価証券を推奨しているものではありません。また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。