

『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

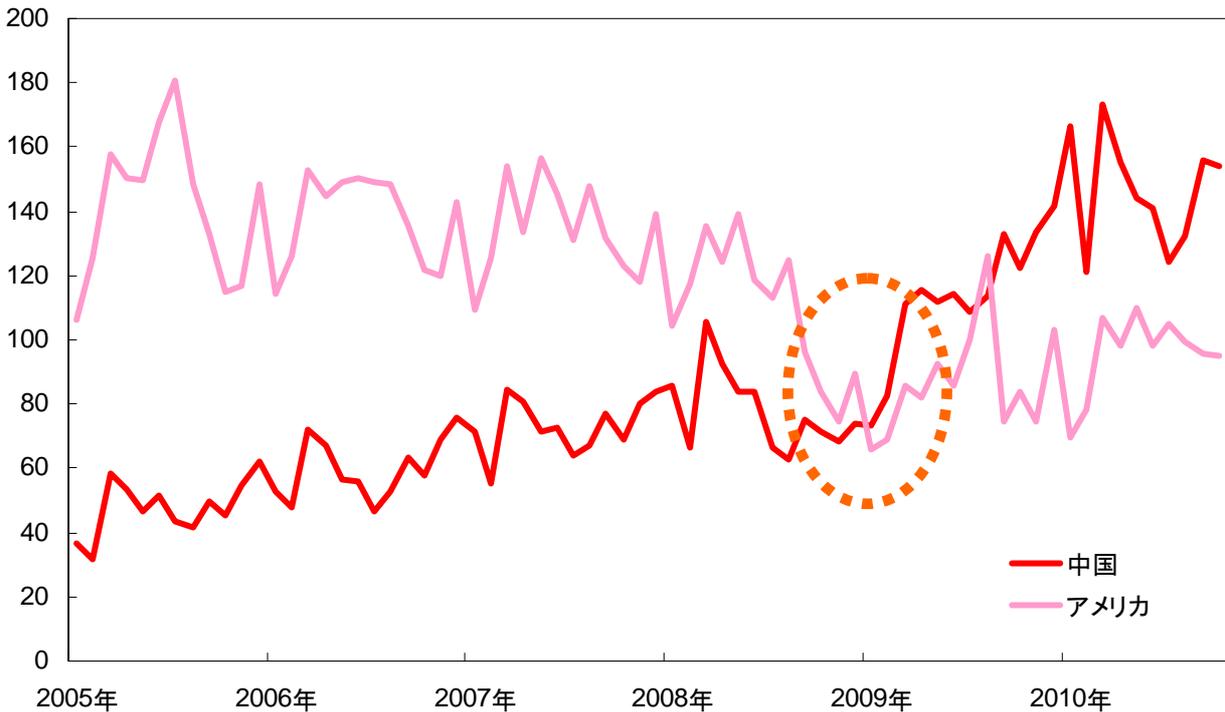


第50号(2010年11月30日)

「アジアの中間所得層が変える世界の消費」

2009年1月から12月における中国の自動車の販売台数が1,364万台となり、1,043万台であった米国の販売台数を抜き去りました(出所:中国汽車工業会、米オートデータ)。リーマンショックがきっかけで引き起こされた世界的な大不況の中で、米国の自動車販売台数が落ち込んだ影響も大きいのですが、中国が自動車大国米国を上回る市場となったことは、世界の消費市場の中で中国を中心としたアジア新興国の存在が非常に大きくなったことを再確認する象徴的な出来事の一つだったように思われます。

(万台) 米中の自動車販売台数の推移(2005年1月～2010年10月、月間販売台数)



出所:中国汽車工業協会、米オートデータ



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

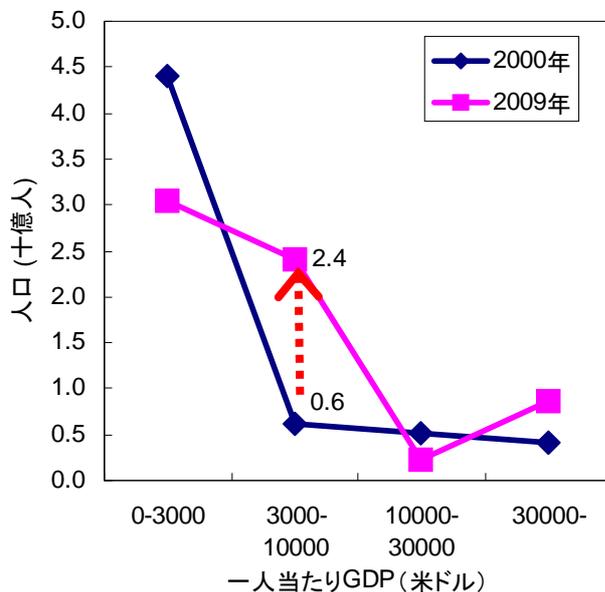


また販売台数ベースではまだ中国には及ばないものの、インドの2009年度(2009年4月～2010年3月)の自動車販売台数は前年度比28%増の248万台と急拡大中であり、今年度に入っても前年比3割以上のペースで販売台数が増えています(出所:インド自動車工業会)。このように、リーマンショック後の先進国の需要が停滞する中、新興国の需要は大きく伸び続けています。今後も、このようなペースで新興国の消費市場は拡大していくのでしょうか？

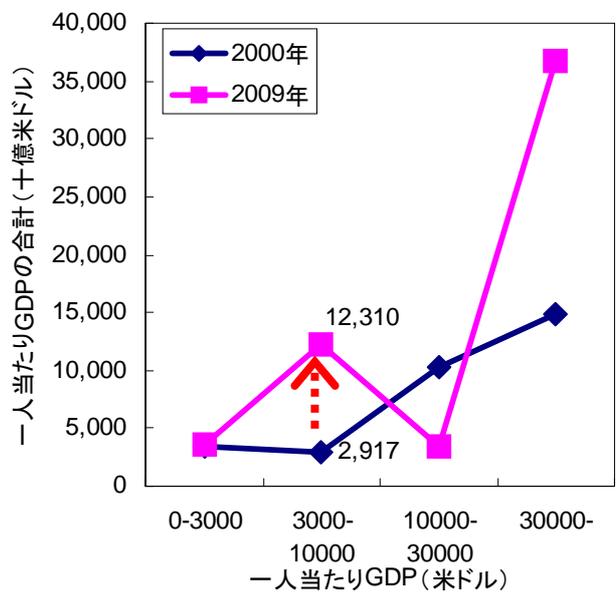
中国やインドの、いわゆる中間所得層が急速に拡大していること、これらの地域の高い経済成長率は今後もしばらく続く可能性が高いことを考えると、我々は、新興国における消費市場のハイペースな拡大は今後も継続していくと考えています。

下図は一人当たりGDPで分類した所得階層別の人口とGDPの合計額を2000年と2009年で比較したのですが、この間に、一人当たりGDP3,000ドル以上1万ドル未満の所得の人口が6億人から24億人と4倍に急増し、GDPの合計額も2.9兆ドルから12.3兆ドルと4.2倍に膨れ上がっていることがわかります。IMFの統計によると中国の一人当たりGDPが3,000ドルを超えたのが2008年なので、約13億人の人口を抱える中国の経済発展が、この間の中間所得層の急拡大に大きく寄与したと考えられます。

所得階層別人口の変化
(2000年→2009年)



所得階層別一人当たりGDPの合計金額の変化
(2000年→2009年)



出所:世界銀行のデータよりSPARX作成



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』

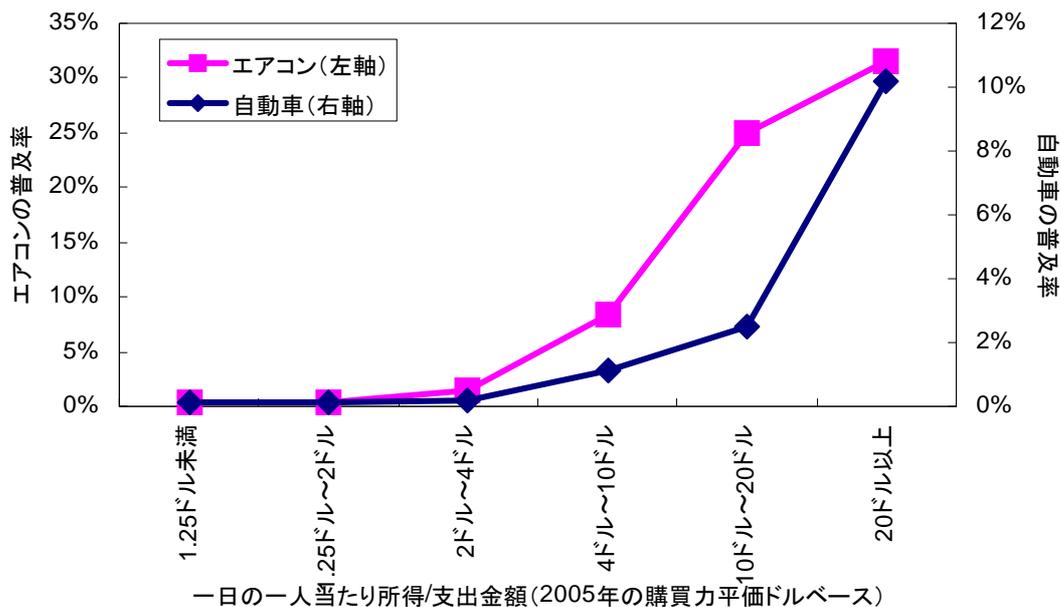
スパークスの日本株の情報発信レポート



経済発展の段階で所得が一定水準を上回ると、特定の耐久消費財に対する需要が急速に高まるといわれています。下図は中国における所得階層別のエアコンと自動車の普及率を示したのですが、1日当たりの所得が4ドル(年間1,460ドル)を超えたあたりからエアコンの普及率が、そして1日あたりの所得が10ドル(年間3,650ドル)を超えたあたりから自動車の普及率が急上昇している姿が確認できます。中国を含めた新興国における中間所得層の人口と所得の増加が続く可能性は高く、このような所得増加に対する感応度の高い耐久財に対する需要は、今後も増加を続けると見込まれます。

このような旺盛な需要を取り込むべく、商品開発拠点を新興国に設置する日本企業も増えてきました。新興国の中間所得層の拡大とともに、大きく成長する日本企業がこれから増えてくることが期待されます。

中国における所得階層別の自動車とエアコンの普及率



出所: アジア開発銀行 “Key Indicators for Asia and the Pacific 2010”

※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。