

# 『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51号(2010年12月1日)



## 「アジアで拡大する即席麺市場」

最近、ますますアジアの経済成長に対する期待が高まっています。中国の一人当たりGDPが3000ドルを超え、中間所得層の増加に伴い、消費スタイルの多様化など、めまぐるしい変化が起きています。

自動車、ハイテク、機械など、日本企業の中で、アジアの成長から直接的な恩恵を受ける業界はたくさんありますが、内需依存度の高い産業(小売、食品など)は、海外進出の遅れやデフレが長期化する国内市場の低迷を考えると、大きな期待を持っている人は少ないかもしれません。

しかし、日本の食品会社の中でも、意外とアジアで成長が期待できそうな業界があります。それは、**インスタントラーメン業界**です。

インスタントラーメンは、世界で日清食品が初めて販売した(1958年)と言われている商品です。現在の世界消費量は、915億食/年(2009年)にまで拡大しています。図表を見ると、いくつかの傾向が読み取れます。

	人口 (百万人)	一人当たり GDP (ドル)	総需要 (億食)	一人当たり 消費量 (食/年)	トップシェア企業
<b>中国</b>	<b>1,346</b>	<b>3,292</b>	<b>408.6</b>	<b>30.4</b>	<b>Tingyi(カンシーフ)</b>
インドネシア	230	2,247	139.3	60.6	INDOFOODS
日本	128	38,371	53.4	41.8	日清食品
ベトナム	88	1,041	43.0	48.8	エースコック
アメリカ	315	45,230	40.8	13.0	東洋水産
韓国	48	19,296	34.8	72.0	農心
フィリピン	92	1,866	25.5	27.7	
タイ	68	4,187	23.5	34.7	Thai President
ロシア	141	11,858	21.4	15.2	Mareven
インド	1,198	1,061	20.2	1.7	Nestle
ブラジル	194	8,311	18.7	9.7	
ナイジェリア	155	1,450	16.0	10.3	Multi-Pro Enterprise
マレーシア	28	8,197	12.0	43.6	Nestle
メキシコ	110	1,082	8.6	7.8	東洋水産
台湾	22	17,054	8.2	36.9	統一

各国のトップシェア企業はシェア50%以上を有しており、寡占化が進んでいるようです。



出所: 日清食品ホールディングス開示資料に基づきスパークス・アセット・マネジメント作成(2009年12月末現在)



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



図表を見ると、いくつかの傾向が読み取れます。

- 消費量合計(総需要)では中国が最大、一人当たり消費量では、韓国、インドネシア、ベトナムなどが高い。
- 一人当たり消費量は、経済発展度合い(一人当たりGDP)には必ずしも比例しない。
- 日本企業がトップシェアである国が意外と多い。(アメリカ、メキシコ、ベトナム)具体的な事例では、1972年にアメリカ、1986年頃にメキシコに進出した東洋水産、1993年にベトナムに進出したエースコックなど。

これらの企業は、他社に先駆けて最初に各国市場に参入し、長い歴史の中で、地元の人々からのブランド認知度を高めてきたというのが勝因です。

また、直接的にアジア市場に進出したわけではありませんが、サッポロ一番でお馴染みのサンヨー食品は、1999年に中国最大の即席麺メーカーであるカンシーフと資本提携(同社株の33%を保有)しており、投資という観点では高いリターンを得ていると推測できます。

今後は、単価の動向にも注目したいです。アジア諸国の経済発展に伴い、インスタントラーメン業界は、(安価な)袋麺から、(高価格の)カップ麺主体の市場に移行し、商品ミックスの改善につながる可能性も高まっています。

また、インスタントラーメン市場の拡大は、主要原料である、小麦、パーム油の世界需給にも影響を与えるでしょう。特に、パーム油は、チョコレートやクリームなどの菓子やパンにも使われる量が増えており、アジアの経済発展における恩恵を受ける業界になりそうです。

一方で、リスク要素もあります。流通構造の変化に伴い、零細小売店舗であるパパママストアから量販店へとシェアが動き始めたときに、世界の食品メーカーと戦えるかどうかという点です。

現在、日本各社が高いシェアを有しているのは、パパママストアです。量販店では、ネスレやユニリーバなどの大手企業との価格競争に巻き込まれる可能性大です。

各社の動向に今後も注目していきたいと思います。

※当コラムに掲載された企業は、あくまでも当コラムの内容の理解を深めて頂くためのご参考として掲載したものであり、個別企業を推奨しているものではありません。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。