

『まいこばなし』

※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

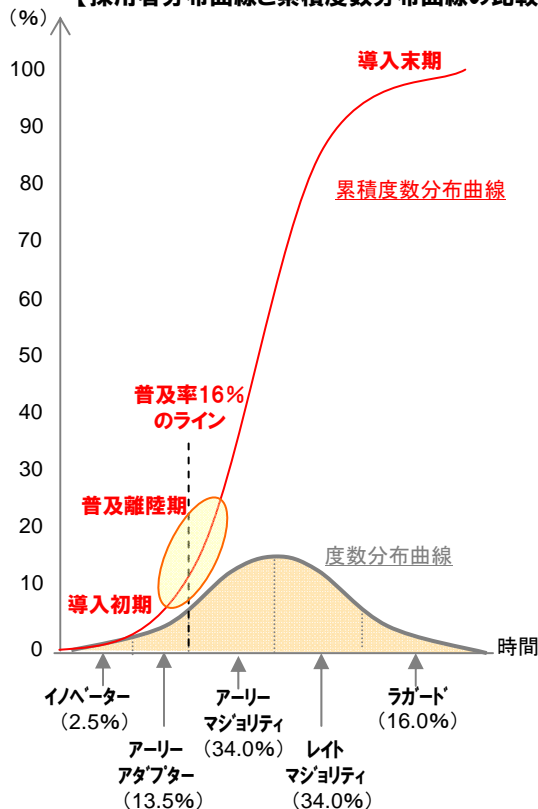


第57号 (2011年3月10日)

「スマートフォンの普及と株式投資」

スマートフォン関連のニュースが連日メディアを賑わせています。株式市場でもスマートフォン関連の電子部品や携帯電話販売代理店の株価が堅調に推移しております。今回はこのスマートフォンの普及が、株式市場にどのようなインパクトを与える可能性があるか、第9号のまいこばなしでもご紹介した、採用者分布曲線を用いてインターネット、携帯電話の歴史を振り返ることで検証してみたいと思います。

【採用者分布曲線と累積度数分布曲線の比較】



採用者分布曲線とは、1962年に米国の社会学者エベレット・M・ロジャース教授によって提唱された概念で、**新商品やサービスを採用する人々を5つに分類し、それらの分布を表現した曲線**です。5つの分類とは、

- 1.イノベーター(冒険的であり、自己判断で最初に採用する人々)
- 2.アーリーアダプター(初期採用者といわれ比較的新しいもの好きな人々)
- 3.アーリーマジョリティー(比較的慎重で、初期採用者に相談するなどして追隨的な採用を行う人々)
- 4.レイtmajORITY(うたぐり深く、世の中の普及状況を見て模倣的に採用する人々)
- 5.ラガード(最も保守的・伝統的で、最後に採用する人々)、になります。なお、左図は概念図です。

株式市場の経験則では、何かしらの新しいサービス、製品が**普及率16%のラインを超えてアーリーマジョリティーが採用する段階で、それらの新しいサービス、製品に関連する企業の株価が急速に上昇することがあります。**



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。

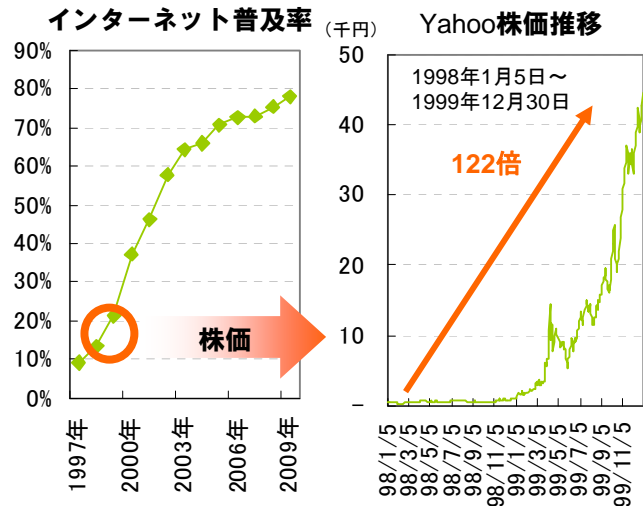


『まいこばなし』

スパークスの日本株の情報発信レポート



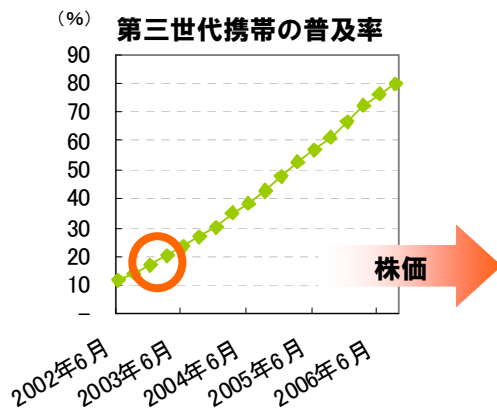
インターネット普及率を見ると1998年に13.4%、1999年には21.4%に上昇しております。**新サービスの普及率が16%を超えたこの時期**は、まさにインターネットバブルの時期に合致します。インターネットバブルの最盛期であった同時期の代表銘柄である、ヤフーは1998年1月5日終値366円から1999年12月30日終値44,629円と122倍になっています。ただし、ヤフーの株価上昇は収益の裏づけを伴ったものではなく、**将来の利益拡大への期待が高まりバリュエーションが著しく高まったことが背景にありました。**



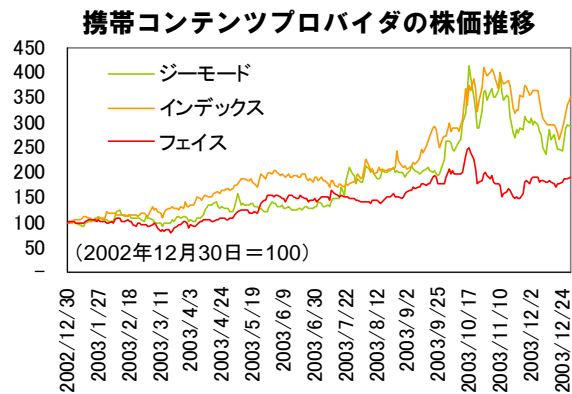
出所: 総務省 (2010年)

出所: Factset

下図は第三代携帯電話の普及率を示しております。第三代携帯電話の加入者は2002年9月末に14.3%でしたが、2002年12月末に17.1%となり普及率が16%を超えたこの時期は、ご覧の通り携帯電話にコンテンツを提供している企業の株価が徐々に上昇トレンドに転じた時期と合致しています。**第三代携帯電話の登場により高機能なコンテンツの利用ができる環境が整ってきたことや通信事業者の営業施策により利便性が高かったという外部環境の追い風もあり、携帯コンテンツ事業者の利益は急速に拡大し、株価もそれに合わせて上昇しました。**



出所: 総務省 (2010年)



2002年12月30日～2003年12月30日

出所: Factset



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。



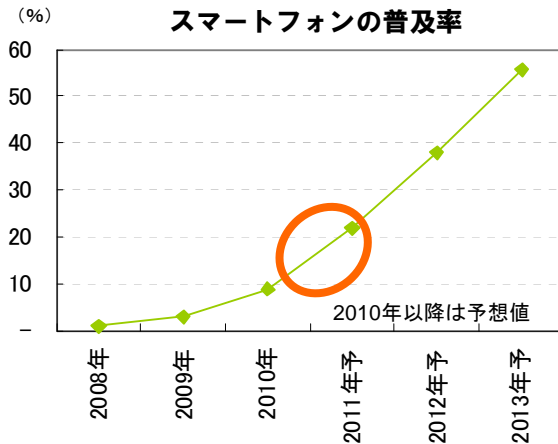
『まいごばなし』

スパークスの日本株の情報発信レポート



さて、本題のスマートフォンですが、各種調査機関の出荷台数予測を踏まえ、右図のような普及状況になると想定されます。そして普及率16%の壁を超えるのが、2011年の半ばごろと見込まれます。

このスマートフォン普及を追い風に、大きく利益を伸ばし、株価も上昇する企業がでてくる可能性があると考えています。



出所: 各種調査機関データをもとにスパークス・アセット・マネジメント作成 (2011年3月)
 予想値はスパークス・アセット・マネジメント予想

電子部品メーカーの一部、人材派遣会社、携帯電話販売代理店にスマートフォン普及の恩恵を受けると期待される企業があり、既に一部では売上や利益に反映している企業もあります。それら以外にもまだ未知なる部分が大きく売上や利益を伸ばす可能性が高いと考えています。例えば、スマートフォンの普及により消費者の動線や嗜好が変わるといった恩恵を受け、驚くような利益を計上できる企業がでてくる可能性などがあると想定しています。

こういった機会を株式投資に活かせればと考えるものの、実際にはどの企業が大きく伸びるか、株価が上昇するかを明確に判断しにくいというのが現実です。明快な判断が下しにくい不確実性の高い状況では分散投資が有効と考えており、有望と思われる複数銘柄を保有することや、個別銘柄をパッケージにした投資信託への投資が有効ではないかと考えています。特に、投資信託への投資は専門家の知恵を借りるという意味でも検討する価値のあることと思われます。これは、事業環境の追い風は同じであるものの、各企業の戦略の差により利益や株価パフォーマンスに差が生じるため(前述の携帯コンテンツプロバイダの株価推移をご覧ください)です。よりよい成果を求める上で、専門的な分析を用い投資判断を行う運用者に投資判断を任せるといったのも一つの手段として考えられるのではないのでしょうか。

※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。