

『 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73号(2012年6月29日)



「社会構造の変化への対応が求められる小売業界」

昨年の下期以降、個人消費は総じて堅調に推移しています。震災後の復興消費に加え、雇用環境の改善や賃金の下げ止まりにより、抑制されていた消費が回復してきたことが要因と見られます。その結果、今期に経常利益が過去最高になると予想される上場企業の約7割は、小売を含めた内需企業とされています。一部には、小売価格の下げ止まりを見てデフレ終焉を指摘する人もいますが、これは時期尚早でしょう。昨年後半からの小売価格の下げ止まりは、震災などによるサプライチェーンの分断による調達難や輸入コストの上昇(原材料の上昇+中国などにおける人件費上昇に伴う加工コストの上昇)によるもので、原材料コストの下落を受け、今期下期より再度小売価格が下落に転じる可能性は高いと見られます。

デフレが終わらない中で、消費関連企業が成長を持続させていくには、高齢化・女性の就業率上昇などの社会構造の変化や人口移動などの対応力が鍵を握ります。キーワードは、シニア、女性、都市型店舗です。

2010年の日本の65歳以上の人口は2960万人で総人口の23%ですが、2030年にはこの比率が29%まで拡大すると見込まれています。いわゆるシニア層の拡大です。シニア層は、豊富な貯蓄を背景に勤労世代に比べ消費支出の伸びが高く、一方勤労世代は、賃金の抑制や社会保障コスト負担の増加などにより、消費支出の伸びはシニア世代と比べて低くなると予想されます。シニア世代はこだわり消費で価格よりも質を重視する傾向が強く、若年層はコストパフォーマンスを重視し、より低価格志向になっている印象を持ちます。シニア層の取り込みが成長には不可欠と考えます。

もうひとつが、小売の店舗フォーマットの変化です。バブル崩壊後、小売企業は郊外大型店の出店を各社加速させ、成功してきました。しかし、人口移動やライフスタイルの変化によりこれが大きく変化する可能性があります。都市部の地価の下落や高齢化世帯の増加に伴い、地方から都市部へ、郊外から街中への人口移動がより進み、小売の主戦場が都市型店舗に変わる可能性が高いと考えます。高齢者層は生活のライフラインの観点から、若年層は車の保有比率の低下などのライフスタイルの変化からみて、郊外型店舗に比べ都市型店舗が優位になる可能性が高いと考えます。



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73号(2012年6月29日)



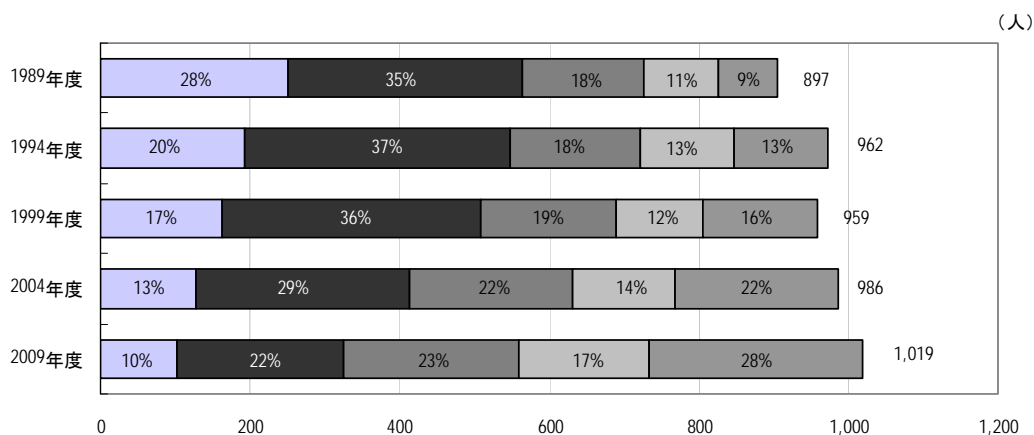
このような変化にいち早く対応しているのが、コンビニ最大手のセブンイレブンです。コンビニ自体が、そもそも立地が街中の小型店舗中心であり構造変化の恩恵を受けやすいロケーションにあります。その中で同社は、積極的にシニア層・女性層を取り込む戦略をとっています。実際店舗に行くと、チルド製品の取り扱い拡大やセブンプレミアムなどオリジナルPB増加、低カロリー弁当の販売、宅配食事サービスなどのシニア、女性層の取り込みを意識した商品が並んでいます。コンビニ＝独身・単身者の利用が多いイメージは昔の話で、現在のコンビニ利用者は中高年がメインユーザーです。同社の年齢別の平均客数を見ると40歳以上が45%、うち50歳以上が28%をしめています。シニア・女性層を取り込むことにより、出店ペースを加速させ再成長期を迎えようとしています。

セブンイレブンの既存店は年明け以降もプラスを維持しているのに対し、低価格の代表業種である、すきや・吉野家などの牛丼チェーンの既存店が年明け以降急悪化しています。

価格だけの訴求には限界がきているのかもしれない。

セブンイレブン：年齢別の1日1店舗あたりの平均客数

□ 20歳未満 ■ 20-29歳未満 ▨ 30-39歳未満 □ 40-49歳未満 ■ 50歳以上



出所：シティグループ証券

※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。



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。