

『ぱんだより』

※パンダからのお便りという意味で「ぱんだより」と名付けました。
 スパークスのアジア地域における情報発信レポート

第51号(2010年3月23日)「中国市場動向2010年2月」



全人代

今月約2週間にわたって、中国第11期全国人民代表大会(全人代)第3回会議が北京で開かれました。

世界的に注目されているこの全人代では、中国の2010年の経済目標などが発表されました。国内総生産(GDP)成長率の目標を8%程度とすること、雇用対策に433億元(5629億円)を拠出し、失業率を4.6%以下に抑えること、懸念されてきたインフレ率を3%程度に抑制することなど、明確な数字目標が掲げられました。

また、中央政府は不動産バブルを抑制しながら、引き続き金融緩和政策を維持し、安定的な経済成長を目指すとして発表しました。



出所: 中国全国人民代表大会公式サイト

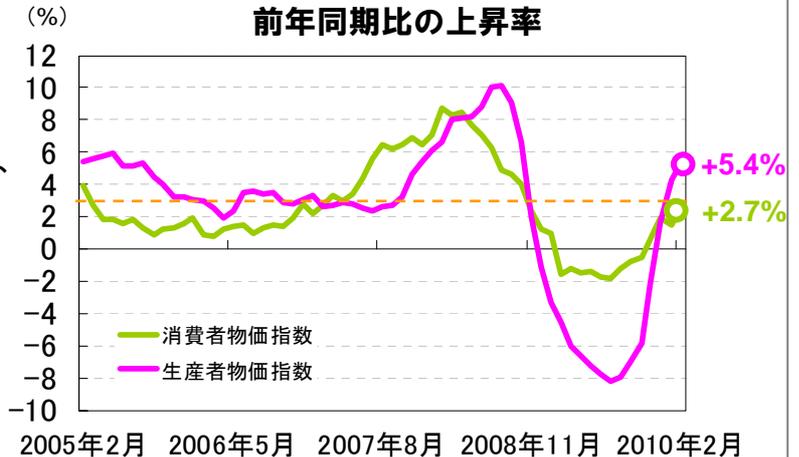
消費者物価指数、黄色信号?

中国国家統計局は、2月の消費者物価指数と生産者物価指数を発表しました。全人代での「インフレ率を3%程度に抑制する。」との発表もあり、今回の消費者物価指数は特に注目されましたが、前年同月比+2.7%と、目標上限ラインの+3%に迫る水準となったため、市場では本格的な金融引締めに対する懸念が浮上しています。

昨年末にはマイナス水準であった消費者物価指数は、今年に入り、前年同月比1月+1.5%、同2月+2.7%と非常に高い上昇率になったように思われます。

しかし、物価が一番上がりやすい「旧正月」が2010年は2月であったことに対し、2009年は1月であったため、懸念されているインフレは数字が表すほど深刻なものではないとの見方もあります。

中国消費者物価指数と生産者物価指数 前年同期比の上昇率



出所: 中国国家統計局、2010年3月12日現在
 スパークス・アセット・マネジメント作成



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。



『ぱんだより』

スパークスのアジア地域における情報発信レポート



中国内需拡大の恩恵を受ける日本企業

消費者物価指数の上昇から、中国の堅調な内需が窺われますが、今回は内需拡大により、注目されているデジタルカメラの市場を見てみたいと思います。

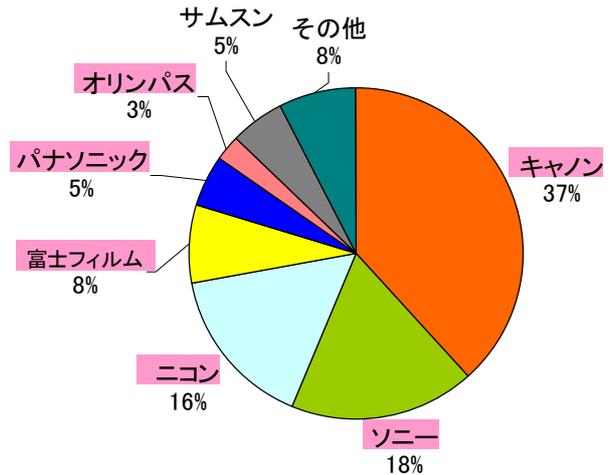
2009年、中国のデジカメの販売数は約970万台と既に日本と同じぐらいの市場規模まで成長しています。さらに、2010年においては1,100万台を超えるとの予想もあり、まさに巨大なデジカメ市場となっています。

世界の企業や地元企業など激戦状態にある自動車やテレビとは異なり、デジカメは、日本企業の一人勝ち状態となっています。右のグラフからも、中国の約9割の消費者が、日本のデジカメブランドを高く評価していることが窺えます。

魅力的な中国国内市場をめぐるには、各分野で日本企業が苦戦を強いられています。デジカメ市場における優位性の原点は、やはり日本の優れた技術力にあると考えられます。

さらに伸びていくであろう中国デジカメ市場に対し、日本企業は高いシェアを維持していけるのか、そして、その他の分野でも技術力を活かし、シェアを獲得できるのか、日本企業にとっての大きな課題のようです。

中国消費者から注目されているデジタルカメラのブランド (2010年2月)



出所: 互連消費調研センター (ZDC)
2010年3月12日現在
スパークス・アセット・マネジメント作成

《主要株価推移》 (各市場の直近1年間)



出所: FACTSET

(編集後記) 秋葉原での家電ショッピングは、日本に来る中国人観光客にとって定番コースとなっています。その人気の背景は、中国人が、同じ日本ブランドでも、日本で販売している製品が中国で販売している製品より品質がいいという先入観を持っているからのようです。

(告られタイ)



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。