



『スパークス 日本株長期投資のすすめ』

スパークスの株式投資、株式市場などに対する見方を紹介するコラムです。

第47号(2009年5月8日)

「アジアで普及する紙おむつ」

現在100年に一度の世界同時不況といわれ企業業績も大きく落ち込んでおりますが、そういった環境下でも元気な企業は存在しています。日本で代表的な日用品メーカーもその中の一つです。

この日用品メーカーの09年3月期の連結決算は売上高、営業利益、純利益ともに過去最高の数字となりました。この好決算には主にアジアを中心とした新興国での成長が大きく寄与しております。同期の国内売上高は2.3%の増収、営業利益は-2.7%の減益であった一方で、アジア地域においては10.4%の増収、16.7%の増益と売上利益ともに二桁の成長を遂げております。

同社はインドネシアにおいて07年12月より低価格の紙おむつを発売し、既に高いブランドが浸透していた同社の商品を買いたくても買えなかった人に提供することで売上を大きく伸ばし、インドネシアにおける09年3月期の売上は42.0%の増益と非常に大きなものとなりました。

そして今後同社は中国市場においても低価格の商品を投入することを計画しております。同社の中国の参入都市は09年3月期において既に262箇所にとり、さらに10年3月期には378箇所への参入を見込んでいます。既に足場を築きあげた中国市場にインドネシアで成功した低価格の紙おむつを投入することで一気に市場を開拓する考えです。

新興国において紙おむつは高級品と考える人がまだ多いといわれていますが、低価格品を投入することで今まで利用していなかった人々までも開拓することができ、さらにそういった人々が経済発展により所得が向上することで、より利益率の高い高級品を使い、同社の収益が向上すると考えられるのではないのでしょうか。

現在のインドネシアの人口は約2億3千万人、中国は約13億人おり、さらに年間出生数はインドネシア約442万人、中国約1730万人と日本の約109万人を大きく上回っています。この国々の赤ちゃんが、今後紙おむつを利用するようになれば、その潜在市場はとてつもなく大きい事は容易に想像できます。

今期の同社の海外売上高比率は36.0%で、営業利益の32.6%を海外部門で稼いでいますが、今後この比率はさらに高くなる事が想定されるため、アジアを中心とした海外で大きな飛躍が期待できる企業になるのではないかと考えております。

(注) 本コラムは、マネックス証券Web-Site「マネックススラウンジ」の「マネックスメール」に掲載されている「スパークス・アセット・マネジメントの『SPARX Way』」をもとにスパークスが作成したものであります。また、上記は株式投資に関して理解を深めていただくためのものであり、特定の有価証券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。