



『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55号(2009年9月11日)

「優れた消費財メーカーを探せ」

経済ニュースなどで財とサービスという言葉を目にされることがあると思います。財とサービスとは私たちの満足を向上させてくれるものことで、このうち財とは目に見える製品をさし、サービスとは目に見えないもので、文字通り人が行なうサービス等のことをさします。また製造業とサービス業等といわれますが、目に見える製品や商品、すなわち財を作っている企業が製造業、目に見えないものを提供するものがサービス業と分類できます。

日本は国際的に製造業が強く、サービス業が弱いといわれていますが、以前ご案内した経済成長率から資本と労働の貢献分を引いた全要素生産性(TFP)の数値を見ても日本のサービス業は主要国の数値を下回っている状況にあります。

製造業が作っている財に関してもいくつか分類することができます。個人が家庭で使用するために買うものは消費財と呼ばれており、日用品や食品など身近なものがこれに当たります。また消費財の中でもテレビや車など長期間にわたり使用するものは耐久消費財と呼ばれています。一方で企業が生産や販売のために購入する財のことを生産財と呼び、そのうち原材料に当たるものが中間財、生産設備にあたるものが資本財といわれております。

日本企業は過去どちらかという生産財と耐久消費財において国際的な競争力を保有しておりました。しかし今後は個人向けの消費財メーカーに私どもは大きな可能性を見出しております。一般的に消費財の販売先は、不特定多数の個人であり広く分散しているため、マス・マーケティング中心に販売を行なう必要があります。そして個人顧客は法人と異なり製品に関する知識が豊富ではないため、イメージなどが重要な判断基準となる傾向が強いといわれております。

日本製品には生産財と耐久消費財で既に世界中で高品質というイメージが浸透しており、これから世界市場に進出する消費財メーカーには非常に有利な環境であるといえます。そして日本の消費財メーカーの多くはイメージだけではなく実際に優れた製品を製造しているため、実際に製品を手にした消費者から高い評価を得て売上を伸ばすということが起こる可能性があると考えられます。特に近年目覚しく個人の所得が伸びてきているアジアを中心とした新興国において日本製品の人気が増大してきているように見受けられます。

このような新興国において足場を固めつつある消費財メーカーは将来の成長に大きな期待が持てると考えられます。そしてこのような企業を探し出すことが投資における成功の秘訣のひとつではないでしょうか。

(注) 本コラムは、マネックス証券Web-Site「マネックスラウンジ」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。