

『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8号(2008年4月25日)

「新興国で高まる日本製品の人気」

今後、新興国の成長の恩恵を受ける可能性の高い企業に投資を行なって参りますが、果たして日本企業は新興国で勝ち抜くことが可能なのでしょうか。

日本には高い技術を持った企業が多く存在することは、以前にも何度かご説明させていただきました。しかし、それだけではありません。現在、日本製品は中国等の新興国で非常に高く評価され、人気化しているのです。

中国において、どこの国の商品が好きかという調査を行なったデータがありますが、それによると、日本は、第1位となった自国の中国製品につぐ第2位で、中国での日本製品への高い支持と人気がわかります。ちなみに、3位以下はアメリカ、ドイツ、フランスという順番でした。(零点市場調査有限公司、2006年)

現在、中国は「世界の工場」から、所得の向上により「世界の消費地」へと大きく変化し始めています。2007年の「通商白書」によると、中国において自動車などの耐久消費財の購入層となると考えられ、いわゆる中間層と位置づけられる年収3,000ドル以上の人口が1995年には1,000万人だったものが2005年には1億6,000万人と日本の総人口よりも多くなるまでに急拡大しています。そして今後もさらに拡大していくことが予想されています。

既に日本の上場企業の海外における地域別売上高は、2000年と2007年を比べてみると北米向けが1.36倍、欧州向けが1.64倍になったのに対してアジア向けの売上高は2.52倍と他の地域よりもはるかに大きく成長しております。

このように成長著しいアジアの新興国において日本企業は着実に地盤を固めてきております。その中でも特に国内の激しい競争を勝ち抜き、高い技術力を身につけた、新・国際優良企業の売上、利益は大きく成長する可能性が高い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。



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。