



『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43号(2009年3月13日)

「メジャーリーグでも通用する日本製品」

このほど惜しくも、2位での1次ラウンド通過となってしまったワールド・ベースボール・クラシック(WBC)ですが、今後の試合にむけて「侍ジャパン」の活躍に日本中がますます盛り上がっていくことが予想されます。

日本の代表選手の中にも多くのメジャーリーガーが参加していますが、彼らが使用しているバットやグローブ等は日本製品がほとんどです。野球の本場のアメリカでプレイしているメジャーリーガーではありますが、こと野球用品に関しては、アメリカ製よりも日本製が人気ようです。

日本企業は非常に高い品質にこだわっており、また細かな部分にもこだわりを持つ職人気質を持っていますので、やはり職人的なこだわりをもつプロ野球選手の高い要求にも耐えられる製品を作り出すことができるのではないのでしょうか。

近年数多くの日本人プロ野球選手が、メジャーリーグで活躍しており、その活躍が多くの国で放映されることで、使用している野球用品も目にする事になり、ブランド力の向上に大いに貢献しています。

これからWBCの2連覇に向け、日本代表の更なる活躍が期待されますが、既にユニホーム等のWBCグッズの売れ行きが好調に推移しており、今後一段の売れ行き増加、ブランド力の向上が見込めるのではないのでしょうか。そのためにも、できるだけ多く試合ができるよう、勝ち進んでもらいたいというのが、メーカー側の目論見ということも言えると思います。

さらに現在日本人のスポーツ選手は、野球だけではなく、サッカーやゴルフ、テニスなど多くのスポーツにおいて世界で活躍しており、スポーツ用品メーカーにも多くのチャンスがあります。

過去にタイガーウッズがナイキのゴルフ用品を使用したことで、ナイキのゴルフ用品のシェアを大きく押し上げたという例がありますが、実際に日本人選手が海外で活躍するのと歩調を合わせるように、日本のスポーツ用品メーカーの海外売上は増加しているように思えます。

(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。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。