



『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45号(2009年4月10日)

「中国の化粧品市場」

現在中国の化粧品市場の規模は約1兆3,000億円に上ると推定され、また非常に早いスピードで成長を続けていて、近い将来に約1兆5,000億円規模である日本の化粧品市場を上回る巨大な市場になることがほぼ確実といわれております。

このような巨大な市場で大きな成功を果たす企業の業績は、今後大きな飛躍が期待できるのではないかと考えております。

有名化粧品ブランドを傘下にもつ日本の生活消費財メーカーは、現在3割程度の海外売上高比率を2020年ごろには4割から6割に引き上げる長期目標を検討しているとも報じられています。その中でも最優先する国として中国をあげています。

さらに自社だけの成長にこだわらず積極的なM&A(合併・買収)も行なうことで成長を遂げようとしており、前述の化粧品ブランドや海外企業などを近年傘下に組み入れ、生活消費財メーカーの持つ技術力と買収先企業のブランド力を結びつけ、高いシナジー効果を生んでおります。

また昨年には日本の大衆医薬品メーカーが中国の化粧品市場に参入を始めました、これは日本の製薬企業としては初めてのことでありますが、同社は薬用リップクリームの製造・販売で既に中国市場に参入しており、中国のリップクリーム市場で約9割のシェアを誇っています。また目薬の販売も行なっており、中国に目薬をさす習慣を根付かせたとも言われております。大衆医薬品において既に中国で構築済みの製造拠点や販売網を活かして、巨大な中国の化粧品市場に打って出ようという戦略です。

もちろん既に中国には、世界を代表する欧米の有名化粧品ブランドが数多く展開し、日本企業の強力なライバルとなっていますが、日本製品が高品質であるとのイメージは中国においても、高く認知されており、今後海外の有力企業との競争にも十分対抗していけるのではないのでしょうか。

私どもは、海外売上高比率が約3割を超えてくると、海外市場における売上高、利益が急拡大する傾向が高いと考えております。これらの企業は今後中国を中心に海外での売上が大きく伸びる「新・国際優良株」といえるのではないのでしょうか。

(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。