

RCM ニュースレター

グラスルーツリサーチ レポート

January 2008

当資料に記載されている内容は、金融商品取引法に規定された「広告」に該当しますので、下記の事項をご確認ください。

金融商品取引業者の商号： アリアンツ・グローバル・インベスターズ・ジャパン株式会社

当社は、投資助言・代理業、投資運用業の業務を行う金融商品取引業者であり、登録番号は以下のとおりです。

関東財務局長(金商)第424号

社団法人 日本証券投資顧問業協会に加入

投資顧問契約および投資一任契約の対価とリスクについて

1. 対価の概要について

当社の提供する投資顧問契約および投資一任契約に係るサービスに対する年間報酬は、最終的にお客様との個別協議に基づき決定いたします。

投資一任契約に係る報酬以外に有価証券等の売買委託手数料、投資対象資産が外国で保管される場合はその費用、その他の投資一任契約に伴う投資の実行・ポートフォリオの維持のため発生する費用はお客様の負担となりますが、これらはお客様が資産の保管をご契約されている機関(信託銀行等)を通じてご負担頂くことになり、当社にお支払い頂くものではありません。これらの報酬その他の対価の合計額については、契約資産額・保有期間・運用状況等により異なりますので、表示することはできません。

2. リスクの概要について

投資顧問契約に基づき助言する資産又は投資一任契約に基づき投資を行う資産の種類は、お客様と協議の上決定させていただきますが、対象とする金融商品及びデリバティブ取引等は、様々な指標等の変動の影響を受けます。従って、投資顧問契約又は投資一任契約の対象とさせて頂くお客様の資産において、元本欠損を生じるおそれがあります。

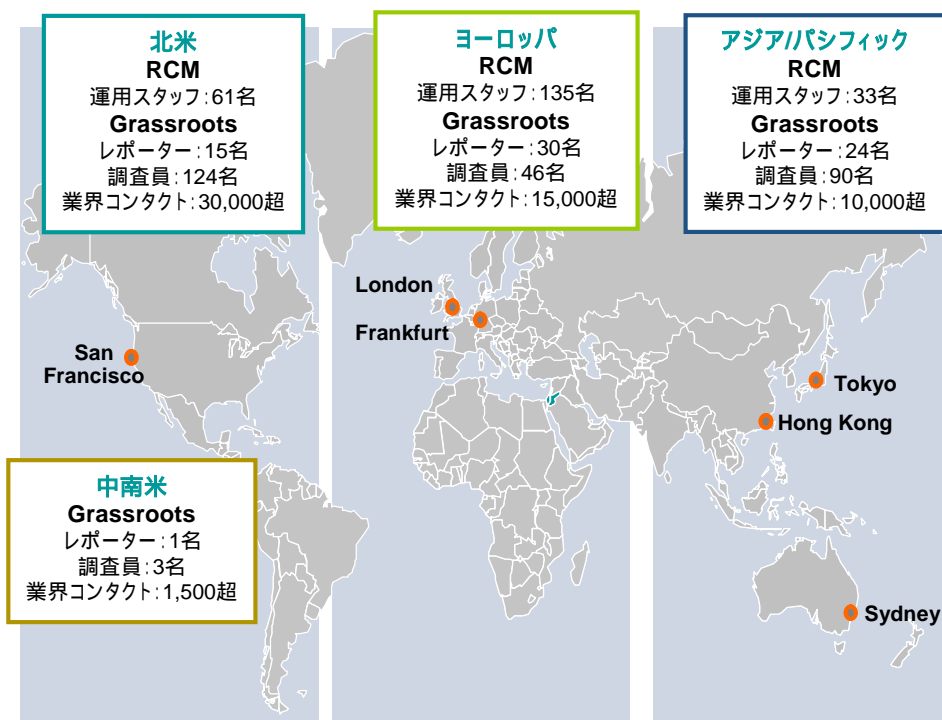
以上

RCMは、ドイツを本拠とするアリアンツ・グローバル・インベスターズのグローバル株式運用部門です。運用資産は1,644億米ドル、従業員数は587名(うち、227名が運用関連スタッフ)、サンフランシスコ、フランクフルト、ロンドン、東京、香港、シドニーに運用拠点を有しています。(2007年9月末現在 米ドル = 114.8円換算)

グラスルーツ・リサーチは、RCM独自の調査部門で世界中に300名以上の市場調査員/レポーターが、アナリストによるファンダメンタル・リサーチを補完するために、調査対象の収益機会及びリスクの両方について、通常の株式リサーチとは異なる側面から調査を行っており、20年以上の実績があります。

調査の中から毎月旬な情報をお届けします。

RCMとGrassroots® (グラスルーツ) リサーチについて



グラスルーツ・リサーチの流れ

アナリストやポートフォリオ・マネージャーからの依頼を受け、個別銘柄やセクターについての調査を行います。プロジェクト・マネージャーが調査を統括し、レポーターやフィールド調査員が業界(市場)の情報源~コンタクト~から、投資対象候補に影響を及ぼす市場トレンド、競合環境、ビジネス展開などに関する情報を収集しています。消費関連、小売り、医薬品、通信サービス、情報技術、レジャー産業などでは、グラスルーツが特に有効です。

グラスルーツ・リサーチの優位性

- ・ 独自性
- ・ 銘柄やセクターに対するポートフォリオ・マネージャーの確信度の向上
- ・ ファンダメンタル分析を補完

米 消費マインド

調査対象: 21歳以上の世帯主(平均年収67,000米ドル)(米)

“回答者の31%は今後数ヶ月間に貯蓄額を増やし、28%は貯蓄額を減らす予定”



調査によると、回答者の29%は米経済は安定していると感じており、52%は家計は安全だと答えた。同時に、それぞれ61%と25%が今後の見通しは悪化傾向にあるとした。回答者の20%は米経済の変化が今後数ヶ月間の家計に影響を及ぼすことを非常に危惧しており、13%が雇用環境や株式市場のボラティリティを大いに懸念している。回答者の19%が過去数ヶ月間の家計支出が増加し、36%が減少したと回答。過去数ヶ月間の家計支出に対して38%が厳しかったと感じており、11%が問題なかったと回答した。中でも、年収35,000米ドル以下の家計は大変困難な状況だった。家計支出増加の主要因として、ガソリン、エネルギー、食料、住宅ローンや家賃の値上げが挙げられた。住宅ローンを抱える回答者の17%で過去数ヶ月に返済額が増加し、15%が今後増加すると予測している。回答者全体の83%が住宅ローンや家賃が手取り月収に占める割合は半分以下で、平均は36%であった。今後数ヶ月において支出を抑える可能性のある項目として、外食、娯楽、衣料品、旅行が挙げられ、増やす可能性のある項目として旅行、家の修繕、衣料品、食料品が挙げられた。また、回答者の20%が今後6ヶ月以内に住宅購入を検討しており、23%が自動車購入を検討している。回答者の大多数が今後数ヶ月のクレジットカード利用額の変更は予定しておらず、31%は貯蓄額を増やす予定で、28%が減らす予定。

中 デジタルTVディスプレイ広告

調査対象: 広告スペシャリスト、大手企業役員(中)

“広告予算全体に占めるデジタルTVディスプレイ広告の割合は07年下半年で前年比平均7%増、08年は8%増の予測”



調査によると、07年下半年の広告予算は前年比で平均11%増、08年は値上げ、夏季オリンピックそして増収により17%増と予測された。さらに広告予算全体に占めるデジタルTVディスプレイ広告の割合は07年下半年で前年比7%増え、08年は8%増えと予想される。デジタルTVディスプレイ広告予算は対前年比で07年下半年で平均12%増え、08年は27%増える見込み。これはターゲット層に絞った広告、妥当な価格と広告スポンサーの関心の高まりを反映している。また、08年のオリンピックは予算決定の主要な原動力である。対前年比デジタルTVディスプレイ広告予算の割合は、07年下半年で9%増え、08年は製作コストの上昇、堅調な需要の伸びそしてオリンピック開催により15%の増加が見込まれている。デジタルTVディスプレイ広告のフォーマットとしてよく使われるのは、ネットワークLDC、屋外大型スクリーンLED等が挙げられた。08年は07年と同水準または屋外大型スクリーンLED予算を増やす見込みである。デジタルTVディスプレイの広告代理店として人気があるのは、広域のネットワークとブランド・イメージの良さからFocus Mediaが挙げられた。しかしFocus Mediaへの08年広告予算配分は横ばいで、Tulip Mediaへの配分増が見込まれている。

ご留意事項:
 グラスルーツ・リサーチはRCMの一部門です。情報及び見解は事実及びレポート及びフィールド調査員からのその他の情報に基づいています。レポート及びフィールド調査員は独立契約業者として、RCMにリサーチ情報を提供している、またはその関連会社がRCMの顧客のために執行される発注による手数料により収益を得ているブローカー・ディーラーの業務を行っています。RCMではこれらの情報源は信頼性があり、誠実な情報を提供すると考えていますが、情報の正確性や完全性を保証するものではありません。RCMは当資料の更新、変更、修正の義務、または、当資料の内容の変更や結果として正確性が失われた場合に受領者に通知する義務を負っていません。さらに、当資料に反映されていない情報をRCMが有している場合があります。RCM及びその関係会社は当資料に含まれる情報によって直接的あるいは間接的に発生した損失や損害に対する責任を負わないものとします。RCM及びその関係会社、役員、顧客は自己のアカウントに保有する当資料掲載銘柄または関連銘柄に影響を与える、または、影響を受ける場合があります。作成会社の事前の承諾なく、当資料の一部または全部を使用、複製、転用、配付等することを禁じます。
 RCMはサンフランシスコ、ロンドン、フランクフルト、東京、香港、シドニーに運用拠点を有する資産運用会社です。日本におけるRCMは、アリアンツ・グローバル・インベスターズ・ジャパン株式会社として前述のとおり登録しています。
 本資料は情報提供を目的として、当社(アリアンツ・グローバル・インベスターズ・ジャパン株式会社)の関係会社であるRCM Capital Management LLC(以下、RCM SF、または「作成会社」)が作成した英文資料を翻訳(または抄訳)したものであり、特定の証券や金融商品等の推奨や販売勧誘をするものではありません。翻訳(または抄訳)には正確を期していますが、必ずしも完全性を当社が保証するものではありません。また、抄訳の場合には、原資料の趣旨を必ずしもすべて反映した内容になっていない場合があります。本資料に記載されている内容は既に変更されている場合があり、また、予告なく変更される場合があります。本資料には将来の市場の見通し等に関する記述が含まれている場合がありますが、それらは資料作成時における作成会社の見解であり、将来の動向や結果を保証するものではありません。また、過去のパフォーマンスや動向は将来の収益や結果を保証するものではありません。作成会社の事前の承認なく、当該資料の一部または全部を使用、複製、転用、配付等することを禁じます。

Esprit(エスプリ、アパレルブランド)

調査対象: ブランド店バイヤー、セールス・マネージャー
 Esprit直営店、フランチャイズ店(米、欧、亜)

“Espritの強みとして、商品の質の高さとブランドへのこだわりが挙げられた”



調査によると、Espritブランドはコレクションの人気、サブブランドである『edc』、そしてアジアの購買力の上昇により、ほとんどの調査国で07年7-9月期の売上げは前年同期を上回った。イタリアでは大手デパート・チェーンで大改装があった関係で同期の売上げは減少した。edcに関してはほとんどの調査国で前年同期比で売上げを伸ばしたが、イタリアでは横ばい、スペインではまちまちだった。多くの調査国でedcブランドの売上げが全Esprit売上げの平均20-30%を占めると答えた。ほとんどの国ではEspritのブランド戦略や商品は過去12ヶ月間変わっていないと答えただけで、ベネルクス諸国、ドイツ、スカンジナビアや中国では新ブランド導入や商品幅の拡大によって上昇したと答えた。事実、Espritはほとんどの調査国で顧客の人気が高まっている。回答者はEspritの強みとして商品の質の高さとブランドへのこだわりを挙げた。スペイン、中国、インドでは競合他社に対して価格競争力では弱いと回答しており、米国、フランス、中国、韓国では弱点としてファッションとデザインが挙げられた。Espritはドイツ、スペイン、北京ではシェアを伸ばし、イギリス、上海、韓国、インドではシェアを落とした。

米 歯列矯正の需要

調査対象: 歯科治療機関(米)

“歯列矯正マーケットは不動産市場やその他の市場の不況の影響を受けていない”



調査によると、住宅市場の混乱は歯列矯正への需要に何ら影響を及ぼしていないことが明らかとなった。回答者は「従来同様、新規の患者を獲得中である。このマーケットは不動産市場やその他の市場の不況の影響を受けていないようだ」と答えた。カスタムメイドの矯正装置 Invisalign (Align Technology社)への需要は一般歯科医院で対前年比で平均ほぼ横ばいとなった一方で、需要がほぼ半減したにもかかわらず、歯科矯正医院では平均6%増加した。ある歯科矯正医は、「昨年一年間でInvisalignの需要が25%伸びた。Invisalignは従来の矯正装置の経験のない新しいターゲット層の開拓の切り口となった」と話す。Invisalignの夏季需要について、ほとんどの回答者で横ばいとなった一方で、従来の矯正装置への需要は上昇した。さらに、一般歯科医院(ほとんどが従来の矯正装置を扱っていない)でのInvisalignの過去2ヶ月間の需要は横ばい。一方、学校が始まる9月に一時的に需要が落ち込む傾向があるため矯正歯科医院でのInvisalign需要はまちまちで従来の矯正装置の需要は上昇した。今後の見通しとして一般歯科医院は来年のInvisalignの需要は患者の堅調な関心によって横ばいになると予想している一方、歯列矯正医院はInvisalignの需要はまちまちで従来の矯正装置の需要は伸びると予想している。Invisalignの価格は過去数ヶ月間変わらず、一般歯科は来年も変更はないと予想、矯正歯科は上昇すると予想している。