

RCM ニュースレター

グラスルーツリサーチ レポート

2010年 春

【2010年1～3月期のリサーチ】

GrassrootsSMマーケット・モニター<市場のトレンド分析>

アジアとオーストラリアの銀行支店長予測

調査対象: 銀行支店長(アジア・オーストラリア)

“2010年第1四半期の前期比正味金利差益は、中国とインドで縮小している。”



調査によると、2010年第2四半期の銀行支店の貸出金額は、第1四半期に対して中国で平均7%、インドでは1%の減少が見込まれており、一方オーストラリアでは平均2%、韓国では6%の増加が予想された。2010年通年の貸出金額については、前年比でインドでは平均14%、韓国で6%、オーストラリアでは4%の増加になると見られており、一方中国では平均28%の減少が予測されている。

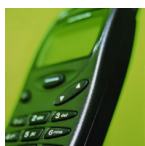
また、2009年第4四半期に調査対象の銀行支店が融資を行った産業/セグメントで上位を占めたのは、中国では基盤整備、中小企業および運輸業、インドでは不動産業、自動車産業および製造業、韓国では小売業、製造業およびサービス業、そしてオーストラリアでは不動産業、建設業および製造業であった。さらに、2009年第4四半期に最も増加した融資の種類としては、中国では中小企業向けローンと個人消費ローン、インドでは自動車ローンと住宅ローン、韓国では法人向けローンと中小企業向けローン、そしてオーストラリアでは個人ローンと中小企業向けローンであった。

2010年第1四半期の預金については、2009年第4四半期比でオーストラリアでは平均5%、韓国でも5%、インドでは1%の増加に対して、中国では平均6%の減少とのことである。中国のある支店長は、「インフレ期待から、一部の消費者は預金から資産管理商品に移行している。」と話している。また、2010年第1四半期の前期比正味金利差益は、中国とインドでは縮小、オーストラリアでは総じて安定しているが、韓国では意見がまちまちであった。

アメリカとアジアにおけるモバイルゲーム

調査対象: 携帯電話ユーザー(米国、アジア)

“香港と日本の回答者の半数以上は、今後1年間に有料モバイルゲームをダウンロードすることはないとしている。”



調査によると、全調査対象国で過半数の回答者が過去にモバイルゲームをダウンロードした経験があり、韓国はダウンロード率

が最も高く、アメリカがこれに続き、日本と香港は半数以下であった。過去半年間では、モバイルゲームをダウンロードした回答者の大半は、ダウンロード数は5ゲーム未満であり、人気のあるゲームのジャンルとしては、パズル/ボードゲーム、スポーツゲーム、カードゲームがトップ3を占めている。

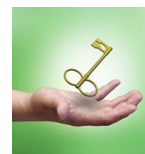
有料モバイルゲームをダウンロードした経験のある回答者の大半が、1ゲームあたりの料金が1米ドルから5米ドルであれば構わないとしている。有料モバイルゲームをダウンロードする予定のある回答者は、今後1年間にダウンロードに費やす金額を現在と同程度と考えている。一方、香港と日本の回答者の半数以上は、今後1年間に有料モバイルゲームをダウンロードすることはないとしている。

また、過去半年間に回答者がダウンロードした最も人気の高いモバイルゲームは、エレクトロニックアーツ(Electronic Arts)のテトリスであり、カムトゥーアス(Com2us)のプロ野球シリーズおよびGameVilのゼノニアとベースボール・スーパースター・シリーズも人気が高い。回答者の約半数は無料ゲームを好んでいる。友人や同僚からの推奨、ゲームプレイ、ゲーム格付け/レビューが、モバイルゲームの選択におけるトップ3の判断材料であった。今後半年間にダウンロードしたいモバイルゲームのトップ3は、テトリス、スーパーサッカー2010、Vancouver 2010とのことである。

スペインの不動産市場

調査対象: 不動産ブローカー(スペイン)

“2009年第4四半期のマンションと戸建の価格については、ほとんどのブローカーが前年同期比で下落したと話している。”



調査によると、2009年第4四半期のマンションの総売上は前年同期比で平均して一桁台後半の減少、戸建てについては2桁の減少だったことが明らかになった。加えて、同4四半期のマンション売上の前年同期比については、見込みに対してまちまちの結果であったが、戸建てについては約2/3の回答者が想定通りだったとしている。

2009年第4四半期のマンションと戸建ての価格については、ほとんどのブローカーが前年同期比で下落したと話している。さらに、1/3のブローカーが戸建ての競売物件、1/3強がマンションの競売物件を取り扱ったと話している。競売取引を行ったとするブ

一カーは、競売取引による売上は平均して総売上の1/5を占めたとのことである。

また、昨今厳しさを増す貸出条件、失業、景気の不透明感および継続的な高価格が、不動産取引の主な不成約要因になっているとのことである。あるブローカーは、「銀行は融資をしてくれない。少なくともここ数年と同じペースでは融資を行っていない。審査を厳格化し、顧客選別を厳しくしている。その他にも価格の問題がある。顧客は価格下落を待ち続けているが、個人的意見としては、それほど下がることはないだろう。遅かれ早かれ、中古マンション/戸建ての価格が若干調整されて、新築物件の価格は安定するだろうが、バランスがとれるまでにはまだまだ時間を要するだろう。」と話している。

アメリカにおける無農薬食品・自然食品の小売傾向

調査対象：自然・無農薬食品の独立系小売店およびスーパーマーケットチェーン(米)



“過去3か月間に最も売上の伸びた無農薬/自然食品は、農産物、食肉および乳製品とのことである。”

調査によると、2/5の店舗で無農薬/自然食品の需要が3か月前より増えていることが明らかになった。さらに半数が1年前より需要が伸びているとしている。一方、ほぼ半数の店舗が3か月前と需要は変わらないとしており、1/3の店舗が1年前との比較でも需要に変化はないと答えている。

また大半の回答者によれば、無農薬/自然食品から従来の食品へ転換する顧客は3か月前または1年前と比べて増加していない、とのことである。しかし半数の店舗が、顧客は過去3か月間に全米ブランドの無農薬/自然食品からプライベートブランドやストアブランドに落としており、変化はないと回答した店舗は1/3であった。ある回答者は、「当店の独自ブランドは品質も良く、また顧客の節約志向からも売上が伸びてきている。」と話している。

過去3か月間に最も売上の伸びた無農薬/自然食品は、農産物、食肉および乳製品とのことである。過去3か月間に最も売上の落ちた食品についてのコメントは殆どなかったが、一部の店舗では加工食品とシリアル売上が減少していると話している。

また無農薬/自然食品の価格については、1/3の店舗が過去3か月間に上昇したと話しており、1/4は1年前と比較して上昇したとしている。ある店舗は、「卸売価格は年々上がっている。」と話している。一方、1/3の店舗は、無農薬/自然食品の価格は過去3か月間横ばいであるとしており、半数は1年前と比べても同程度であると述べている。

ご留意事項:

グラスルーツ・リサーチはRCMの一事業部門です。掲載された情報及び意見は、レポーター及びフィールド調査員からもたらされた事実ないしその他の情報に基づいたものです。レポーター及びフィールド調査員は、RCMないしその関係会社に、RCM顧客のために執行される売買発注による手数料収入を得てリサーチ情報を提供するブローカー・ディーラーと独立した契約を結ぶことで、業務を行っています。RCMは、情報源について信頼性があり、誠実に情報提供を行っていると感じていますが、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は負っていません。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おいて当資料掲載銘柄または関連銘柄に影響を与えたり、影響を受けたりする場合があります。

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、シドニーに拠点を有する資産運用会社です。

本資料は情報提供を目的として、当社(RCMジャパン株式会社)の関係会社であるRCM Capital Management LLC(以下、「作成会社」)が作成した英文資料を当社が翻訳(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す。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。証券投資はお客様自身の判断と責任において行ってください。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、配付または第三者へ開示等はご遠慮ください。