

ファンドマネージャーの眼

ファンドマネージャー独自の視点で市況を分析



『市場創出の力』

2017年6月23日

エクイティ運用部

「当社の技術力を生かしてハイエンド商品を伸ばしていきます!」、企業に取材に行くと担当者が自信を持ってこう言うケースを多く見てきた。しかし待てよ、実際に人々の生活を一変させた商品、それは必ずしもハイエンド商品であったのだろうか?いまの人々の生活に当たり前のように浸透しているスマートフォン。そのスマートフォンの普及においては米 Apple 社の iPhone のヒットが大きかったように感じる。しかしながらスマートフォンの代表ともいえる iPhone が米国で登場したのは 2007 年である。その数年前には既にスマートフォンと呼ばれる機能を持った携帯電話があったことはあまり知られていないように思う。筆者も 2006 年頃に日系民生機器メーカーのスマートフォンと同等の携帯電話端末を使用していたが、そもそも知名度もなく、全く売れていなかったように思う。また、便利ではあったが使いにくさもあった。操作性が悪い、アプリがない。それらが大きな不満であった。その状況が変わったのは iPhone の登場であった。大型タッチパネルを採用したことによる操作性の改善、そして後にアプリを提供するプラットフォームの運営も開始した。これらの変化は良い意味でアイディアの勝利であり、技術力の結果ではないように感じる。その後、スマートフォンはカメラやパソコンなど既存の電子機器の市場を次々と駆逐していった。画像に特化したカメラや、CPU の性能などで勝るパソコンなど、スマートフォンも個々の部品単位ではハイエンドな部品は使われていたが、カメラなどの特定の用途に特化した電子機器の専門分野における性能では劣っていたにも関わらずである。そもそも、米 Apple 社は市場の創出力ではずば抜けているように感じる。携帯音楽プレーヤーの iPod も二番煎じではあったが音楽プレーヤーの代名詞ともいえる存在であった。機能だけでなくデザインやブランド力、そして人々の生活にいかに入り込んでいくかの道筋づくり、それらがとても優れていたように思う。

一方、それこそがいまの日本の企業に欠けている点であるようにも思う。世界的なスタンダードとなる商品を作り、新たな市場を創出する力が欠如しているのではないか。技術力があることは重要なファクターであると思うが、それよりも重要なことは人々の生活に不可欠となる新しい価値を生み出すことではないだろうか。市場がない製品を世に出すこと、それは成長性などが未知数であり、企画書に書く数字も困るのかもしれない。しかし未知数の事業を育成し、世界的な企業に成長していく企業が日本からも登場してくれたらと期待したい。また、ファンドマネージャーにおいても同様ではないかと思っている。目に見える過去の企業業績や短期的な業績動向の分析を精緻に行い投資判断を下すことよりも、数字には見えない企業の特徴や、マネジメントの考え、商品構成などを基に中長期において大きく伸びる可能性がある企業を見つけ、いち早く投資することが、ファンドマネージャーの価値につながっていくのではないかと考える。何よりもファンドマネージャーやアナリストにとっては AI (人工知能) という数字の分析における圧倒的なライバルがいるのであるから。

<本資料に関してご留意いただきたい事項>

■本資料は、あくまで情報提供を目的としたものであり、一部主観及び意見が含まれています。最終的な投資判断は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また、ファンドマネージャー等の実際の運用等に何ら制限を加えるものではありません。■本資料は、当社が信頼できると判断した情報を基に作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■投資信託の取得の申込みに当たっては、投資信託説明書(交付目論見書)をお渡ししますので必ず内容をご確認のうえ、投資判断はお客様ご自身で行っていただきますようお願いいたします。