

香港株式市場フラッシュ

”ブランド価値上昇が著しい中国企業”

リサーチ部 李一承

Tel: 03-3666-0707

E-mail: icheng.lee@phillip.co.jp

2020年7月13日号(2020年7月10日作成)

”グローバルブランド TOP100 のブランド価値が 5 兆 USD“

世界最大の広告代理店である英 WPP 社とグループ会社である Kantar 社が 6 月 30 日、世界におけるブランド価値を測る年次調査 BRANDZ [TM]「グローバルブランド TOP100」を発表した。BRANDZ [TM]とは世界最大のブランド資産のデータベースで、世界中 380 万人以上の消費者アンケート結果から集められるブランドと、当該企業の財務実績、業績の分析を組み合わせた唯一のブランド評価調査である。データベースには、消費財、耐久消費財、サービス、店舗など、400 種類以上の多岐にわたるカテゴリにおいて、約 120,000 点ものブランドの結果が含まれている。ブランド価値ランキングの発表は今年で 16 回目を迎える。

アマゾン・ドット・コム (AMZN) が今年も首位を堅持し、ブランド価値が前年比 32% 増の 4,158 億 USD となったほか、アップル (AAPL) が同 14% 増の 3,522 億 USD、マイクロソフト (MSFT) が同 30% 増の 3,265 億 USD、アルファベット (GOOG) が同 5% 増の 3,236 億 USD と GAFA 企業が後に続く。アマゾンのブランド価値は 1 年で 1,000 億 USD 近く増加し、TOP100 社増加分の約 3 分の 1 を占めた。一方で、フェイスブック (FB) が 2 ランク後退の 8 位となり、ブランド価値は同 7% 減の 1,471 億 USD となった。TOP100 社のブランド価値が同 6% 増の 5 兆 USD となり、ほぼ日本の GDP 規模に並ぶ水準だ。

2020年と2019年のブランドTOP100ランキング

2020年 ランキング	ブランド	2019年 ランキング	ブランド
1	アマゾン	1	アマゾン
2	アップル	2	アップル
3	マイクロソフト	3	グーグル
4	グーグル	4	マイクロソフト
5	ビザ	5	ビザ
6	アリババ	6	フェイスブック
7	テンセント	7	アリババ
8	フェイスブック	8	テンセント
9	マクドナルド	9	マクドナルド
10	マスターカード	10	AT&T

出所: Kantar社資料をもとにフィリップ証券作成

”グローバルブランド TOP100 に中国企業 17 社ランクイン“

TOP100 社のうち、中国企業が前年に比べ 2 社増加の 17 社がランクインした。アリババグループ (BABA、9988) のブランド価値が前年比 16% 増の 1,525 億 USD となり、1 ランク上昇の 6 位となったほか、テンセント (700) も同 15% 増の 1,509 億 USD となり、1 ランク上昇の 7 位に食い込んだ。TOP100 社でブランド価値の増加幅が最も大きかった中国企業 3 位の貴州茅台酒 (600519) のブランド価値が同 58% 増の 537 億 USD となり、17 ランク上昇の 18 位にランクインした。唯一の IoT エコシステムのブランドとして格付けされた家電メーカーのハイアールのブランド価値は同 15% 増の 187 億 USD となり、13 ランク上昇の 68 位にランクインした。

なかでも注目されるのは、初の TOP100 入りで 79 位 (ブランド価値 168 億 USD) にランクインした「TikTok・抖音」だ。TikTok は世界最大のユニコーンとして知られるバイトダンス社が運営するモバイル向けショートビデオのプラットフォームのこと。様々なショートムービーを撮影できる TikTok のなかでも、人気を博しているのが「ダンス動画」で、ダンスに使われている曲も注目度が高い。そうしたなか、中国 4 億人会員向け「ライブコマース」生中継通販のツールとして、同社は TikTok でアリババや JD・ドットコムが支配するネット通販市場に切り込んでいる。コロナ禍対策の一環として、中国流の「ライブコマース」は俄かに日本でもうねりを見せ始めている。

”中国ブランド TOP10 の顔ぶれが 10 年間で様変わり“

中国ブランド TOP10 に連なる中国企業は、IT 関連の民営企業が躍進する一方で、国営企業のブランド価値が相対的に縮小している。2011 年首位だったチャイナ・モバイル (941) が 5 位に後退したほか、2 位だった中国工商银行 (1398) が 4 位に後退。3 位だった中国銀行 (3988) は TOP10 外に順位を落とした。2011 年の中国 TOP10 は上位 7 社が国営企業だったが、その中で 2020 年にランキング入りしたのは 3 社に過ぎなかった。

中国企業のブランド価値ランキング変遷

	2011年	2020年
1位	チャイナ・モバイル	アリババ
2位	中国工商银行	テンセント
3位	中国銀行	貴州茅台酒
4位	中国建設銀行	中国工商银行
5位	チャイナ・ライフ	チャイナ・モバイル
6位	中国農業銀行	中国平安保険
7位	ペトロチャイナ	華為
8位	テンセント	JD・ドット・コム
9位	Baidu	Meituan
10位	中国平安保険	中国建設銀行

出所: Kantar社中国企業ブランドTOP10よりフィリップ証券作成
注: 黄色部分は中国の国営企業

”企業ブランド価値を株価のインデックスでみると“

Kantar の TOP100 社ブランド・インデックスでは、コロナ禍を反映した 2020 年 4 月の株価パフォーマンスを組み込んだ評価データを使用している。2006 年 4 月を起点としてみると、S&P 500 の上昇率が 120% であるのに対し、TOP100 社の株価ポートフォリオの上昇率が 173% となる。TOP10 社の株価ポートフォリオの上昇率は 285% となり、S&P 500 の上昇率の約 2.4 倍に達する。

Kantar の企業ブランド・インデックスを通して、企業ブランドの価値が株価 (株価指数) と正の関係を持つことが分かる。高いブランド価値を持つ企業の株式価値は株式市場において高く評価され、結果的に企業の収益性を高めるとの好循環にある。優れたブランド価値を持つ企業に対し株価が相対的に割高となってしまったとしても、一時的な過大評価とはいえない面もあろう。企業のブランド価値が株式投資において重要な指標であること改めて実感されるところだろう。

【レポートにおける免責・注意事項】

本レポートの発行元: フィリップ証券株式会社 〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町4番2号

TEL:03-3666-2101 URL: <http://www.phillip.co.jp/>

本レポートの作成者: 公益社団法人 日本証券アナリスト協会検定会員、国際公認投資アナリスト 笹木和弘
フィリップ証券 リサーチ部 アナリスト 李 一承

当資料は、情報提供を目的としており、金融商品に係る売買を勧誘するものではありません。フィリップ証券は、レポートを提供している証券会社との契約に基づき対価を得ております。当資料に記載されている内容は投資判断の参考として筆者の見解をお伝えするもので、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。投資に関する最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また、当資料の一部または全てを利用することにより生じたいかなる損失・損害についても責任を負いません。当資料の一切の権利はフィリップ証券株式会社に帰属しており、無断で複製、転送、転載を禁じます。

<日本証券業協会自主規制規則「アナリスト・レポートの取扱い等に関する規則 平 14.1.25」に基づく告知事項>