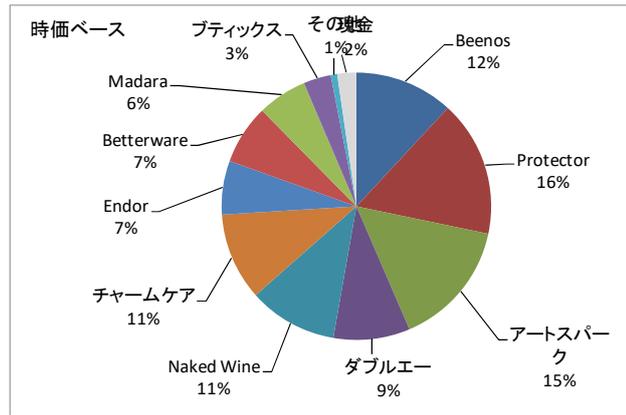
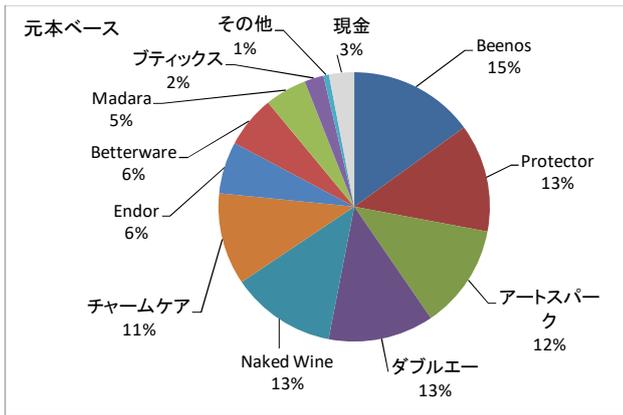
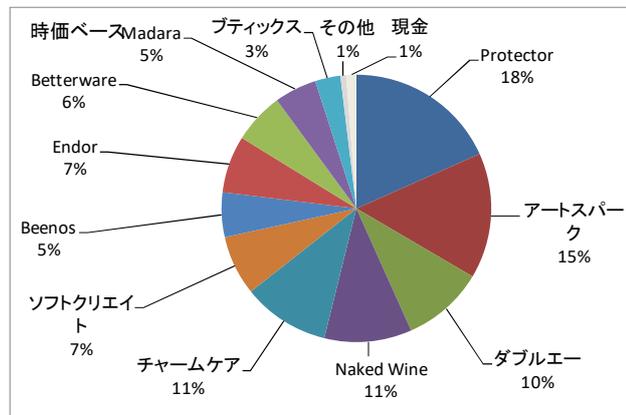
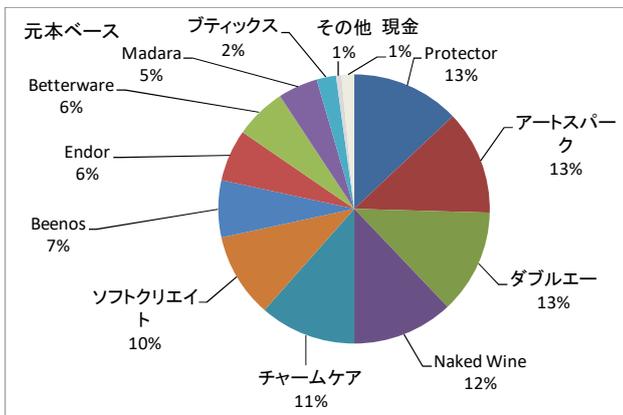


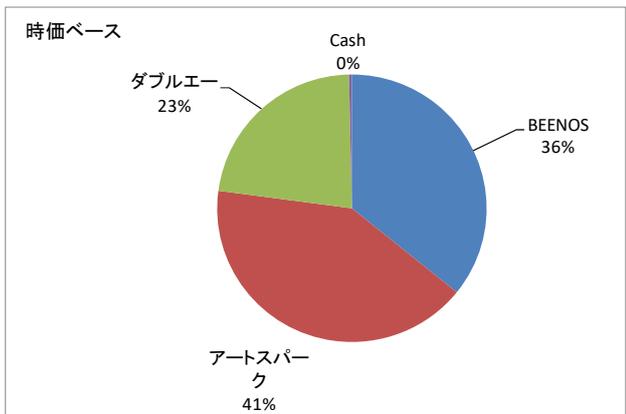
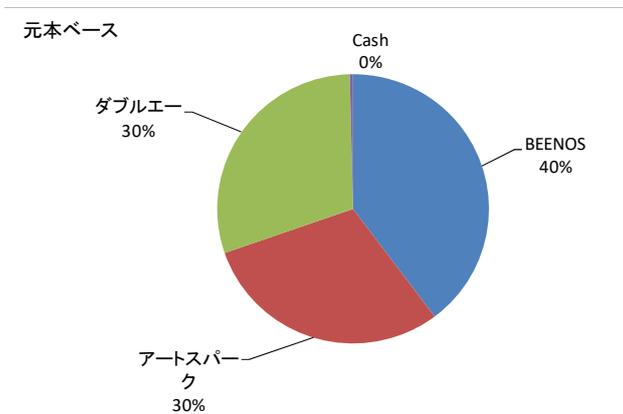
2021年6月末のポジション報告をお送りします。



比較のため、5月末のポートフォリオは以下の通りです。



私のポートフォリオは海外株が多く、かつ給与所得がない状況で大きく株価変動すると精神衛生上よろしくないという2点において、参考になりにくいかもしれません。そこで、アドバイスしている母親のポートフォリオを合わせて開示します。こちらは日本株のみで、かつ今後数年の生活に必要な余剰資金を投資している点で、皆様に状況が近いと思います。3社に投資しており、どの会社も今後3年間で企業価値が2倍以上になると思います。競争優位性、成長余地、経営陣の能力・意欲も高く、現在の株価でも取得をお勧めできます。



	取得単価	比率	時価	評価損益	3年後 時価から 価値予想	時価から 想定利益	年利 換算
3328 BEENOS	3,533	40%	3,780	7%	8,254	118%	30%
3663 アートスパーク	511	30%	836	64%	1,867	123%	31%
7683 ダブルエー	3,466	30%	3,105	-10%	8,305	167%	39%

## 今月の取引

**Beenos (追加購入) : 越境 EC 支援。本社 : 東京都品川区**

先月の新規購入から、一気に最大投資先にしました。噛めば噛むほど味が出るスルメではありませんが、調べれば調べるほど圧倒的な強さを感じるようになりました。物流コストを考えると、日本からの越境 EC を 1 社がまとめて請け負った方が効率良い訳ですから、自然に寡占状態に向かっていると思います。

最近、Beenos の越境 EC サービス (Buyee) を使って、メルカリから椅子 2 脚、アマゾンから四季報と化粧品を購入しました。子供の姿勢が良くなるバランスチェアなる商品を買ったのですが、アマゾンでは新品が 1 脚 4 万円、中古品が 2 万円、メルカリでは中古品が 1.2~1.5 万円で出品されていました。アマゾンの中古品はリサイクル業者の出品ですから割高になります。Buyee は現時点でメルカリから購入できる唯一の越境 EC サービスです。メルカリの価格優位性は大きく、また日本の個人出品者は業者かと思うほど迅速丁寧に発送してくれますから、Buyee にとっては「超」追い風になっていると思います。

2019 年 11 月に提携が始まり、メルカリの価値が海外購入者に浸透している段階だと考えます。相当伸び代があるのではないのでしょうか。その根拠の一つとして、以下のようなツイッターの書き込みがありました。海外の所得水準が上がる中、デフレが続く日本の物価水準は、国際比較でドンドン安くなっています。これまで分断されていた各国の EC・中古市場が越境 EC によって統合され、世界中で一番安い場所から購入するという時代になりつつあります。国際比較で割安かつ品質も良い日本の中古品への需要は高まり、結果として日本国内の中古市場価格が値上がりするでしょう。日経新聞で、「買い負ける日本」という連載がありました。日本の購買力が低下した結果、海産物などで競り負けているという内容でした。自由市場経済においては、流動性の高いものほど国際価格に収れんしていきます。逆に流動性の低い日本の不動産価格や人材は割安に放置されるという笑えない結果になり、長期デフレのダメージを実感します。物価が下がって喜んでいる場合ではありませんが、Buyee には好環境です。

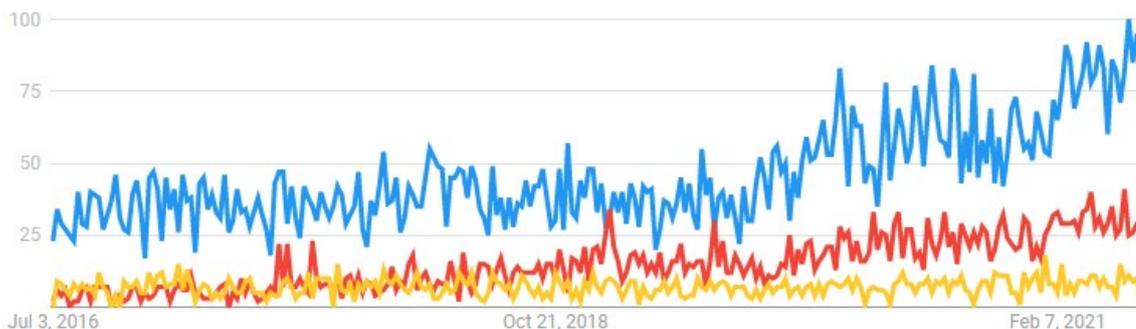


K.K@rocket @raindog99 · 1h

カメラ3台売ったら落札者がみんなBuyeeという複雑な結果に。ただ履歴より2割強高いから助かりますわ。

オリンパスμなんて海外で売れるのか！？てっきりコンパクト需要は国内のものかと。REDで売れるかな。

Google Trends での Buyee や競合サービス名の検索トレンドも右肩上がりです。青が Buyee、赤が zenmarket、黄色が fromjapan です。



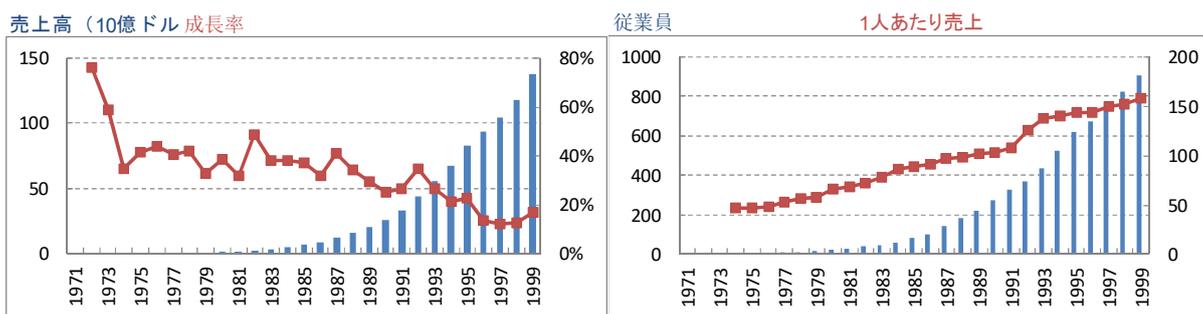
ソフトクリエイト (全部売却) : EC サイト構築。本社 : 東京都渋谷区

先月に売却を始めましたが、より良い銘柄に集中しようと全部売却しました。約1年間投資して-2%のリターンという典型的なブーメランになってしまいました。平均取得単価は2300円台。一時は株価2倍になって天にも昇る気持ちでしたが……。大手企業のECサイト開発受託していることは事実ですが、業界での競争優位性が改善しているのか悪化しているのか、結局よく分かりませんでした。特に、ShopifyやSalesforceなど海外発クラウド型ECシステムが日本に進出している中で競争力を維持できるのでしょうか？海外大手の開発力は桁違いに大きい(時価総額はソフトクリエイトが350億円、Shopifyは20兆円、Salesforceは25兆円)ですから、見通しにくいです。6月20日に売却が終わって、1年間付き合った彼女と別れたような気分になっていたら、6月21日に1.5%の自己株式取得と、マンスリーニュースという形でIR改善を発表しました。別れた彼女が急に可愛くなったみたいな話で、株価は10%ほど急反発。「迷った時ほど遠くを見ろ」という言葉を信じて。でも、もっと値上がりしたらどうしよう……。



### 生産性を継続的に上げることの大切さ

長期成長する企業の選球眼を磨こうと、過去の成功例を見返しています。芸術家の卵が、美術館に通って名画を鑑賞して模写するようなものです。特にアメリカ企業は過去からの年次報告書を開示していることが多く、参考になります。ウォルマートという小売企業(売上60兆円、日本最大のイオンは売上9兆円)をご存知でしょうか。2002年に西友を買収しての日本進出は上手く行かずに2021年に売却撤退していますが、世界最大の企業です。1970年に上場してから(創業ではありません)20年間も年率30%以上で成長した化け物のような会社ですが、特筆すべきは従業員1人当たり売上高が年率5%、既存店売上高が年率10%で上がり続けている点です。利益率は一定に保っていますから、生産性改善した分、顧客と従業員に還元していることが分かります。仮に利益率が一定の会社があったとしても、生産性が改善していない場合は従業員待遇を上げることができません。関係者全員が幸せになるために、配分原資を確保するためにも生産性の改善が必要不可欠だと理解できました。



## 質問コーナー&オンライン説明会

毎月一方的にレポートをお送りしていますが、何か質問があればメールしてください。次の月次レポートまでには回答します。また、半期に1度、6・12月にオンライン説明会を開催しようと思います。投資関連のことも何でも意見交換できれば嬉しいです。ご都合よければご参加ください。

7月3日(土) 日本時間午後9時 Google Meet (<https://meet.google.com/txz-cifz-hkj>)

長友 2021年7月1日@トロント

月次リターン(税引前)													
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年次
2014(概算)													23.0%
2015(概算)													18.7%
2016	0.0%	0.0%	1.0%	-0.4%	1.5%	4.1%	1.1%	-2.7%	1.3%	4.9%	6.7%	6.3%	26.1%
2017	-2.8%	2.9%	13.5%	-9.6%	-1.6%	5.6%	1.7%	9.5%	11.0%	2.2%	11.5%	-2.9%	45.8%
2018	16.0%	-10.7%	3.5%	0.8%	-1.3%	-0.3%	1.5%	7.0%	5.5%	-6.3%	3.7%	-10.0%	6.4%
2019	5.9%	6.7%	-1.9%	1.7%	1.2%	0.6%	5.8%	0.6%	0.8%	7.7%	3.4%	5.9%	45.5%
2020	0.0%	-5.8%	-10.6%	7.9%	3.3%	4.5%	-3.0%	5.8%	2.9%	3.2%	2.9%	0.5%	10.5%
2021	4.2%	5.5%	9.5%	6.2%	-0.7%	0.6%							27.7%

年次リターン(税引前)					
	ポートフォリオ	配当込TOPIX	TOPIX	配当込SP500	SP500
2014(概算)	23%	10%	8%	14%	11%
2015(概算)	19%	12%	10%	1%	-1%
2016	26%	0%	-2%	12%	10%
2017	46%	22%	20%	22%	19%
2018	6%	-16%	-18%	-4%	-6%
2019	45%	18%	15%	32%	29%
2020	11%	7%	5%	18%	16%
2021	28%		8%		14%
累計	486%	61%	49%	134%	132%
年率換算	27%	7%	5%	13%	12%
過去3年(年率換算)	20%	2%	0%	14%	12%
過去5年(年率換算)	26%	5%	3%	15%	13%

