

テーマ

LIVE を楽しもう

～ ついでに環境問題～

STOCK LEAGUE

ID 番号 : SL401053

神奈川県立相原高等学校

チームリーダー : 3年 牧野 夏子

チームメンバー : 3年 牧 里子

3年 山本 かおり

指導教諭 : 正木 伸芳

購入した銘柄

- | | | |
|-----|---------|----------|
| 1. | 日立マクセル | (80 万円) |
| 2. | 三菱自動車工業 | (50 万円) |
| 3. | 東芝 | (100 万円) |
| 4. | クリムゾン | (20 万円) |
| 5. | ローソン | (70 万円) |
| 6. | 大倉工業 | (10 万円) |
| 7. | 三井物産 | (10 万円) |
| 8. | NTT | (60 万円) |
| 9. | 東京電力 | (50 万円) |
| 10. | KDDI | (50 万円) |

テーマ決定理由

ライブと環境の関係

ある日、自分の好きなバンドが出演するライブが北海道で行われると知って、神奈川に住む私はがっくりと肩を落しました。仕方なく家でライブの生中継番組を観ましたが、それは今まで野外フェスティバルというものの存在を全く知らなかった私にとっては衝撃的な映像でした。

北海道の緑豊かで広大な風景の中で、音楽という誰もが気持ち良く気軽に耳にできるものが実に自由を楽しめ、伸び伸びとしていました。張り巡らされたテントや数々のテイクアウト食の店、そしてアーティスト達が登るステージの盛り上がりは、まさにお祭り。この美しき開放感は、人の心をも解放してくれるに違いありません。

後日、関連情報を調べているうちに、あのときライブの生中継をしていた金髪のラジオDJが、実はすぐ環境問題に気を配っている事を知りました。「あの派手な風体でそんな事考える人に見えない」と思いましたが、どうやらあの野外フェスの開放感の秘密はこの環境問題への配慮にあったようです。すでに現在の企業のほとんどが「経済・環境・社会」の調和がいかに大事なものかを知っていますが、このライブでのゴミ問題の対処は海外アーティストにも絶賛されるほど。会場の雰囲気の良いのも、A SEED JAPAN という非営利団体をを中心に様々な企業（スポンサー）の支持によって、瓶類の持ち込み禁止の徹底や特殊なゴミ袋の配布、リユースカップ・食器の利用といった環境に対して気分の良いライブが展開されているからだといわれています。

こういった、細かい事でも「参加者全員」が協力しない事には成り立たない環境問題に注目した例のラジオDJは、「ライブという楽しい空間を利用して、環境という堅苦しい問題についても人々の意識を促す」というコンセプトを打ち出しました。この人が派手な風体をしている理由が、ここで明らかになったのです。楽しみながらも、少しずつ、一人で、そしてみんなでできる事を教えようと言うのです。

今、企業が率先して環境問題に取り組んでいるのは当然です。しかし、個人の環境へのスタイルは、企業任せになりすぎてはいませんか？と思います。エコ関連の商品が売られていたら、とりあえず買ってはいるけど、ついゴミはその辺に捨ててしまったり、食べ物を買いすぎて腐らせたとか、電気・テレビをつけっぱなしに、軽々しくエアコンをつけたり、まだ使えるものも飽きたらすぐゴミにしたり。言い出したらキリがないほど、個人でできる節約の範囲は広いのです。「けちくささ」を気にして細かい事は言えないと思っている人もいるでしょうが、そのけちくささの一つ一つがどんなに大事かは、企業の製品からなかなか読み取れません。そこは人間が生身の自然に触れ、自分の感覚で気付くしかないのです。

親しみやすく、人との一体感を持てる『ライブ』によってなら、自然に親しみが少ない若者達にも伝わりやすいのではないだろうか。少しずつ話題にのぼらせる事が環境対策として重要だと思うのです。「この行動を起こすと、どういう結果になるのか？」を想像することこそ、良くない行動を思いとどまらせるために必要なことです。ラジオを聞いて、絵のない言葉だけにさらされながら想像力を培うことも、立派な環境対策に繋がれるのではないかと思います。

このような環境問題に対する試みは、世界各地において増えていくべき活動です。それをすでにリードして、一企業の身から人々によりリアルにわかりやすく表現していける企業は、今後の社会でも絶対に必要かつ中心的なものになると思います。よって私たちは「環境問題をより外側に向けて広く発信している会社」は今後もどんどん伸びていくと考え、「楽しみながらの環境意識向上」をテーマにポートフォリオを展開していくことにしました。

購入銘柄決定まで

1. 野外フェスにおける自然との共生と NGO の活動

イベントにより多少の違いはあるものの、野外フェスの共通の魅力といえば、「雄大な自然の中でじっくりと音楽と共生する」ことにあります。ここには係員の誘導も、整備された道もあります。数多く展開するショップと、アミューズメントの数々、どこに何があるのか、来場者たちとの情報交換も欠かせません。来場者の中には、この大自然の会場に来るまでに助け合い、知り合った人たちもいることでしょう。自然をいたわり、環境に目を向けることが出来る人は、人をいたわることも考えられるようになるのではないのでしょうか。音楽好き同士が思い思いのスタイルで楽しめる場では、日常の生活からはなかなか得られない感覚が得られることは必至です。

最近では、野外フェスのボランティアの格好も工夫され、元気のいいボランティアが資源を回収して歩くこと自体を「かっこいい」活動として演出することにより「私もやってみたい」という気軽なノリで参加しやすくしています。お揃いの T シャツを全員が身に着けることで会場内で広くアピールすることも、こうした「活動自体の面白さ」を伝えることも、環境対策として非常に有効だと感じました。この T シャツの製作に携わったのが購入した銘柄の一つであるクリームゾンです。

また、野外フェスでは、リサイクルキャンペーンも盛んに行われています。回収されたペットボトルをリサイクルしてキャンペーンバックを作り、ボランティア活動に利用しています。このキャンペーンバックの製造に協力したのが購入した銘柄である大倉工業と三井物産です。



2. 自然を重視した企業

野外フェスのスポンサーとして出資している企業の主なものに、東芝・日立マクセル・NTT ドコモ・三菱自動車工業・ローソンなどがあります。調査の結果、それらの企業はもちろん自社製品開発の中でも環境保全に重点を置いていましたが、中でも気になった取り組みが、資材の「グリーン調達」というものです。

GNP（グリーン購入ネットワーク）とは、資材を購入する企業の側が、取引先・調達品を調査し、積極的に環境保全に取り組んでいる取引先から減量化・長寿化・再資源化・分解化・処理容易・省エネルギー性等を考慮した環境負荷の少ない製品・サービス等を調達することです。私たちは、これを環境活動の必需性を広く産業界に伝える取り組みと考えました。調査される側も、どこを改善すべきなのかを読み取ってほしいと思います。



3. 様々な形で実践される環境広報

大倉工業とともにごみゼロナビゲーションにペットボトルリサイクルの協力を行っている三井

物産には、野生鳥獣の保護・エコツアーのフィールドとしても有効となる広大な社有林があります。全国に 48 ヶ所、面積は日本全体の国土面積の約 1000 分の 1 にあたる 35,000ha で、企業の所有する森林面積としては全国第 4 位です。ここを日本野鳥の会に開放したり、学生の総合学習に使用させたり、その自然を生かす術は多種多様です。

4、芸術に乘せて『感動』与える『環境』活動

近頃は音楽界でも国境を越えたライブが目立っています。特にアジアへの進出は目を見張るほどです。中国語やハングルに決して詳しくないミュージシャンが、カタコトでも音楽の力で繋がっている様は見えて気持ちの良いモノです。

その思いから生まれたのが、アーティストが主体となって環境対策を伝える『Artist's power』です。坂本龍一さんやGLAYのTAKUROさん、NPO法人「エコロジーオンライン」などにより立ち上げられた環境問題・自然エネルギー啓発プロジェクトを推進する団体で、コンサートなどで使用する電気に自然エネルギーを活用するなど、地球環境問題への意識喚起や自然エネルギーの普及を目指し幅広い連携をはかっています。

プロジェクト参加アーティストの一人である桜井和寿さんの言葉を引用すると、「意識をどこに持って行くかで筋肉の付き方は変わっていくらしい。...Artist's power を通じて、未来を支える筋肉をつけるための「意識」を高めていきたいと思う。一緒にどうですか？」というのが趣旨。これは、私達の今回のテーマに沿った非常に画期的なものだと感じました。

そこで、活動へ全面的に参加・協力している『自然エネルギー株式会社』と、それらを含む活動を全体的に支援している『東京電力』に注目しました。

以上のことを調べた結果、購入銘柄決定のキーワードを以下のように設定しました。

- (1) イベントそのものの場所を提供する企業
 - (2) 様々な方面から人のライフスタイルに影響を与える企業
 - (3) 環境に対し他の企業と友好的に活動している企業
- これらをもとに、具体的な購入銘柄を決定しました。

5、キーワード別購入銘柄

- (1) イベントそのものの場所を提供する企業

先に述べた様に、野外フェスが気持ち良いのは環境配慮が徹底されているから。エコ製品そのものからは読み取りづらい、環境そのものへの意識を芽生えさせるイベント・場所・環境作りをしている企業として、まずはそれぞれのフェスティバルのイベントスポンサーを選びました。

- 1) 東芝・・・100 万円

家電製品の大手である東芝は、もちろんエコ商品である生ゴミ処理器やおなじみの電球などで順調に伸びを見せている他、オフィス用に、消せるトナー「e-blue」という製品を発売しています。消去装置により一度に大量の紙のトナーを消去可能で、使用済み用紙を回収して繰り返し使う OA 用紙のリユースを可能にしています。これにより、東芝の実績では紙購入量が約 60%削減でき、CO2 排出量は約 50%削減されました。違和感なく、それこそ当たり前、紙の再利用をシステム化することは使用する側にとっても『繰り返し使う』意識の根

付けやリユースの面白さを感じさせそうで、とても特徴的な印象でした。FM ラジオでの音楽放送にも積極的で、今後に期待できる将来性をも兼ね備える頼もしい企業だと思います。

2) 日立マクセル・・・80 万円

フジロックフェスティバルのスポンサーである日立マクセルは、「環境との調和」を経営の最重要課題の一つとして環境保全に取り組むと共に、事業活動や社会貢献活動を通じて企業市民としての役割を果たせる取り組みを積極的に行っていくことを宣言しています。製造業という環境負荷の多い事業から、いかに環境保全に貢献するかを課題としていましたが、昨年 11 月には製造事業所や研究所に続き本社営業部門でも「ISO14001」を取得しました。昨年 3 月からは新規事業も発足させ、ますます電気機器製造業を環境と結びつけてくれることが期待できます。

3) 三菱自動車工業・・・50 万円

三菱は「ハートビートモーターズ」という言葉をよく聞くように通り、普段から音楽ライブに関しての取り組みはかなり多く、ラジオ・音楽ライブ・本業の全てをこなしています。

そして自動車といえば今話題なのはエコカーです。小型乗用車「コルト」はグリーン購入法適合品に指定され、今後益々音楽と環境のコラボレーションが期待される企業です。



4) ローソン・・・70 万円

音楽イベントではよくスポンサーを務め、店内でもよく最新の曲を流しているローソンは、環境会計を取り入れ環境報告書の発行や富士山の緑化に力を入れたりと積極的な活動をしています。

「コンビニといえば大量消費」というイメージがありますが、2001 年 4 月に「食品廃棄物リサイクル法」が施行され、2005 年までに食品廃棄物排出量の 20%を減量もしくはリサイクルすることが義務付けられました。それに伴い、ローソンの一部店舗では実験的に食品廃棄物リサイクル施設を保有している廃棄物処理取引先と協力し、堆肥化などのリサイクルを行い契約農家に配っています。また、生ごみ処理機(減容型)の全店導入も視野に入れて、実験導入をはじめています。

環境の敵とも思われがちなコンビニですが、老若男女多くの人が来店する場所として、店員一人一人の「できることから、ひとつずつ」の環境への精神を強く前面に打ち出し、業界に広めていく役割を担うことを期待しています。

5) NTT・・・60 万円

NTT の環境活動は古く、1972 年東京 23 区において古電話帳を回収して古紙を利用することから始まりました。今では全国で回収率を 50%にまで拡大し、古電話帳から新しい電話帳を作成する循環型リサイクル(クローズドループリサイクル)を実施しています。

更に、私たちが目に止めたのは代表取締役の三浦惺氏の環境に対する考え方です。彼らは世界に先駆けて、環境保全の目安となる”ものさし”を世の中に提示することで世界の電気通信産業全体の低減に貢献していこうというのです。これまで NTT 東日本の事業活動の中での環境負荷低減を中心としていたのに対し、これからはエリアを大きく広げて社会全体に影響を与える環境負荷を考えなければならない、とより大きな視野を持ってリーダーシップを

取る勢いがあります。このような、環境をリードする会社こそ今後より重要な役割を担う事になるのではないのでしょうか。

(2) 様々な方面から人のライフスタイルに影響を与える企業

環境という話題そのものを少しずつ人々に浸透させるべく、環境活動のイメージの変化はもちろん、人間としての社会での格好良い暮らし方のアイデアを提供している企業を探しました。

1) クリムゾン・・・20万円

ボランティア達の制服であるTシャツ作りに携わってくれた企業です。制服が格好良い学校に人気があるように、ファッションに敏感な若者はより格好良いスタイルが大好きです。環境活動をより憧れの対象のようにデザインすることも、立派な環境活動の一環だと思います。

通常扱っているファッションの中でも『PIKO』は有名で中高生への人気浸透抜群です。JASDAQ 市場に上場したのは昨年ですが、日々業績を伸ばしているようです。

2) KDDI・・・50万円

大手携帯電話メーカーである KDDI は、「ユビキタスは人生を生き生きとさせる大きな可能性を持っているのだということをわかりやすくコミュニケーションする」ことを念頭に置き、「人と人、人と社会をグッドデザインに変えていく」集団として『Designers KDDI』という言葉を使っています。今の流行にありがちな、最初のインパクトだけで飽きちゃうものは作る意味がないと言い、使っていくうちに新しい気づきが生まれてくるものが良いデザインだと言います。なんでも使い捨てのように使用されていく中で、愛着のわく長く使えるものを生産することはものすごく意義があると思います。

携帯電話による新しいコミュニケーションとライフスタイルをデザインしようという KDDI の姿勢は、人を生き生きさせるという環境への取り組みに通じるものがあります。人と社会の良い関係は必ず良い環境に繋がる。逆も然りです。



3) 東京電力・・・50万円

自然エネルギー株式会社の支持の他、電力会社の大手なだけに電気の正しい知識を人々に伝えることに力を入れている東京電力のような、正しい知識をまじめに伝える大企業の実在は重要だと思います。家電製品の製造業と消費者との間に位置する第3者的な企業の実在は、公平さを考えても必要な事だと思います。

(3) 環境に対し他の企業と友好的に活動している企業

いまや環境問題は個々の企業単位での問題ではありません。企業間の連携、個人個人での互いの協力が必須です。自社の製品でより広く社会貢献が出来るように努力している企

業を選びました。

1) 三井物産・・・10万円

三井物産が掲げる環境への取り組みは、パートナーシップです。ディーゼル車用排ガス浄化装置の開発、長年課題だった PCB 処理事業、都市ごみ焼却灰処理によるエコセメント事業。これらの事業は、数多くの企業とのコラボレーションによって実を結びました。野外フェスでのペットボトル・プラスチックなどのリサイクル事業も、このコラボレーションによる活動です。パートナーと力を合わせることで実現させる環境の輪、この波紋が大事だと思います。

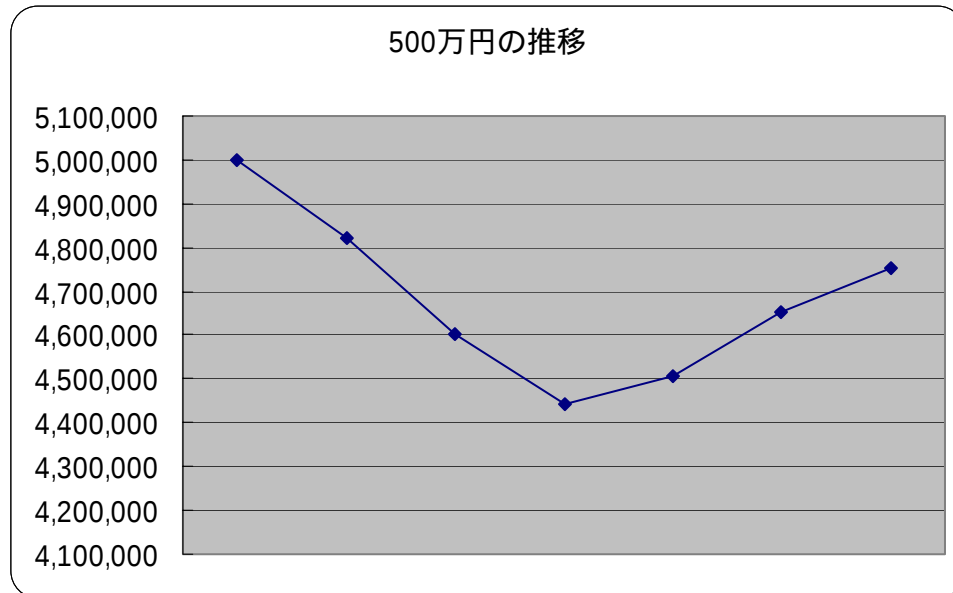
2) 大倉工業・・・10万円

ごみ袋の製作として音楽イベントでお世話になったのがこの大倉工業。最先端の技術を駆使した環境対応型製品も数多く、ラミネート製品、シュリンクフィルム（カップ麺や文具を収縮包装する）、リキッドパック（液体包装容器の総称）、アグリマテリアル（農業用の機能性フィルム）等があります。長年培ってきたフィルム加工技術および木材加工技術を基盤として技術を進化させ、自動車産業分野、医療・福祉分野、電子情報材料分野などの、社会的ニーズが大きく、かつ高成長が見込まれる分野を事業ドメインとして展開していくさまは、今後の成長を大いに期待できます。



投資の結果

実際の 500 万円の推移は、個々の企業別には株価の上昇しているところもありましたが最終的には下がる結果となりました。しかし環境問題は今後の社会に密接に関わってくるもので、長い目で見るといいと思います。この結果に落胆せず、常に環境に意識を向けられる企業にこれからも注目していきたいと思います。



感想

私達は、経済や先進技術について敷居が高いとか、難しいとか考えて敬遠しがちでした。ましてや株なんてものは変動の仕組みもよくわからないし、お金を持った投資家だけがやる金儲けの一つだという認識がありました。ストックリーグを始める前も、何をどうして良いものか、メンバー間で長い事悩みました。

株を買うにあたり重要だと思った事は、今世界にどんなブームの波が現れ始めているのか、どんな新しい試みが支持を集め始めているのかを様々な視点から読み取る事です。音楽の世界にも食べ物の世界にも必ずある時代の流れに株価は特に敏感で、すでにブームが絶頂に達したものはあとは坂を下るしかないから、今まさに本格始動しようという分野こそ支持して育てていくべきです。その手段がこの株なんだなと実感しました。

しかも、以前は単価が大きくまとまった資金がないと株を買うのは難しかったのですが、今は個人投資家も気軽に投資できるよう、徐々に単位を引き下げているそうなので、今までより一層社会に生きる私達の投資が経済や景気に影響を与えていくのだと思います。

様々な観点から企業を調べていくことで、今までの企業イメージとは違った印象を持ったメンバーや、一つの分野を突き詰めて調べる事でその分野の最先端技術を知って感動するメンバーもいました。こうして考えると投資のために情報収集することも投資をすることも、考えていたより楽しいものだと感じました。

今回ストックリーグに参加して、投資に対する印象を全員で一転させられました。株を通じて社会経済に関与する事は社会の一員として有意義な生活を送るために重要なことだと思います。多くのことを学ばせていただきました。今後は株について身近に感じ、生活の中に取り入れていきたいと思っています。