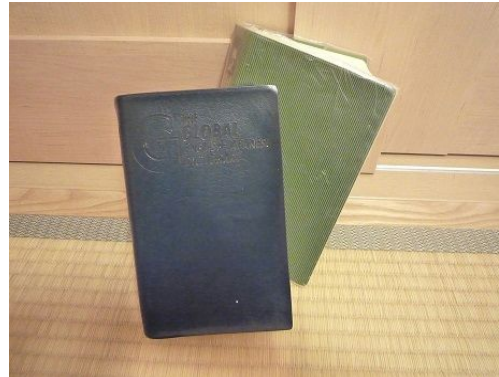


Real×*Future*

～"質感"で彩る未来～



応募区分
ID

高校
SL500328
愛媛県立松山東高等学校 1 年
チーム名 ゆかしひがし
メンバー ◎杉田ひな子
青野沙耶
今村千春
指導教員 三好千聖

■ 要 旨

日本は今、経済のソフト化・サービス化により情報やサービスが重要視され、モノのもつ価値が軽くなってきている。しかし、そんな今だからこそ、モノが持つ「質感」を大切にすべきではないだろうか。私たちは、企業を調べ、指標に従って点数化することで、「質感」を未来に伝えるポートフォリオを作成した。多様な質感のニーズへ応えていくことは新たな市場の可能性につながる。特に、無機質な印象のあるデジタル機器にこそ「質感」を融合させることでさらなる成長が期待できるだろう。

また、「質感」は顧客が直接触れて五感で感じるものであるため、企業は商品の安全性を重視し、顧客との信頼関係を築く必要がある。最終的に、私たちは「企業と顧客との信頼関係を軸に、より質の良いモノを選んで買う」ということが本当に豊かな社会のあり方であるという結論に達した。

■ 目 次

要旨

【STEP1】

経済・株式投資学習内容を確認してみよう

【STEP2】

1. 暮らしや社会と経済の関係.....	4
[1-1] 社会的課題が経済や企業活動へ及ぼす影響.....	4
2. 投資テーマの決定.....	4
[2-1] 企業に関する記事や情報.....	4
[2-2] 投資テーマと選定理由.....	5
[2-3] コラム～日本に伝わるオノマトペ～.....	6
3. ポートフォリオの作成.....	7
[3-1] 企業スクリーニング.....	7
[3-2] ポートフォリオ.....	15
[3-3] 各企業の銘柄の値動き.....	26
4. 投資家へのアピール.....	27
5. 日経ストックリーグを通して学んだこと.....	28
6. 参考文献.....	29

【STEP 1】経済・株式投資学習内容を確認してみよう

【1-1 身近な暮らしから経済を考える】

- 「経済」とは、私たちの生活に必要な「財（モノ）」や「サービス」を（生産）し、（流通）させ、（消費）することをいう。
- 「財（モノ）」には、自分でお金を払って自分で消費する（私的財）と、不特定多数の人たちが利用する（公共財）がある。
- 経済活動を行う主体としては、生産と流通の主体である（企業）、財やサービスを消費する主体である（家計）、国民から税金を徴収し公共財の供給などを行う（政府）がある。
- 自分たちが必要とする品物を自分たちの社会で賄う自給自足型の経済とは異なり、より生産効率を上げるための現代の経済活動の基本原理は（分業）と（交換）である。
- 財やサービスの取引（交換）の手段として使われるお金（通貨）には、紙幣や硬貨などの（現金通貨）と、銀行口座などに預けてある（預金通貨）の2種類がある。
- 経済活動には、「限られたお金と時間をどう使うのか」という判断（意思決定）が常に求められる。その意味から、「経済とは（選択）である」と言うことができる。

【1-2 社会の変化から経済を考える】

- 土地や株などの資産価格が高騰し、日本中が好景気に沸いた1980年代後半から1990年頃までの状況を（バブル景気）という。
- 日経平均株価が最も高かったのは（1989）年の（38,915）円で、いまだにこの株価がピークである。
- 出生率の低下などで子どもの数が減少し、人口構成に占める65歳以上の割合が急速に進んでいる状況を（少子高齢化）と呼び、日本が直面している大きな課題の一つである。
- 国の経済を成長させるためには、①（労働）の投入量を増やす、②（資本）の投入量を増やす、③技術革新を促し（生産性）を高める、ことが必要となる。
- 人口減少社会である日本では、（女性が活躍）する社会の実現が重要課題となっている。その際、労働力の確保という観点だけではなく、多様な働き方・生き方を選択できるような支援が必要となる。

【1-3 グローバルな課題から経済を考える】

- グローバル化の進展に伴い、多くの企業が世界規模で事業展開することで、（モノ）、（カネ）、（ヒト）、（情報）の動きや取引が活発化し、地球の一体化が進んでいる。
- 「経済のグローバル化」がもたらすメリットとデメリットを、それぞれ3つ以内で書き出してみよう。

メリット	デメリット
貿易	安い輸入品と国内生産者との競合
海外投資	失業と空洞化
技術移転	国固有の文化が忘れられてしまうこと

- 2つ以上の国や地域間で、貿易などに関して締結される包括的な協定として、（自由貿易協定(FTA)）と（経済連携協定(EPA)）がある。
- 投資しやすい環境整備と投資家や投資財産の保護を目的に、投資に関して二国間で締結する協定を（二国間投資協定(BIT)）という。
- 地球環境問題、人口問題、感染症対策など、人類共通のグローバルな対応が必要となる課題を（グローバル・イシュー）という。

【1-4 経済の動きを読み解くための基礎知識】

- 「一定期間に国内で生産されたモノやサービスの付加価値（もうけ）の合計額」のことを（GDP）といい、実際に市場で取引引きされている価格に基づいて推計された値の（名目GDP）と、そこから物価の変動分を取り除いた値の（実質GDP）の2種類がある。
- 市場経済では、消費者・生産者の行動に対し（価格）が（インセンティブ）として機能している。

- 例えば、1ドルを何円と両替できるのかといった、自国通貨と外国通貨の交換比率のことを（ 外国為替相場 ）という。
- 政府は（ 財政政策 ）によって景気の安定をはかり、中央銀行（日本銀行）は物価の安定を目指して（ 金融政策 ）を行っている。
- 金融の形態は、金融機関を通すか通さないかによって、（ 直接金融 ）と（ 間接金融 ）の2通りに分けられる。

【1-5 知っておきたい株式投資の基礎知識】

- 世界で最初の株式会社は（ 1602 ）年にオランダで設立された（ 東インド会社 ）で、日本では商法に基づいて設立された株式会社としては（ 1883 ）年の（ 日本郵船 ）が第一号である。
- 株式を所有することで得られる金銭的な利益には、（ 配当金(インカムゲイン) ）と（ 売却益(キャピタルゲイン) ）とがある。
- 銀行預金と株式投資を比べた場合、一般に、元本が保証されている銀行預金は（ 安全性 ）に優れ、株価の値上がり期待できる株式投資は（ 収益性 ）に優れている。
- 株式投資に伴うリスクとは、「（ 期待通りのリターン ）が得られるかどうかかわからない度合」のことで、株価が日々変動する（ 価格変動 ）リスク、外貨預金などをする際の（ 為替変動 ）リスク、外国企業に投資する場合、その国の政治・経済状況の変化による（ カントリー ）リスク、企業の金利負担の増大を招く（ 金利変動 ）リスク、投資先企業の経営状態の悪化に伴う（ 信用 ）リスクなどがある。
- 投資のリスクを小さくするためには、（ 投資先 ）と（ 時間 ）を分散させることが重要である。

【STEP2】レポートフォーマット

1. 暮らしや社会の変化と経済との関係

【1-1】社会的課題が企業や経済へ及ぼす影響

課題	選んだ理由	経済や企業活動への影響
経済のソフト化、サービス化	現代では社会のあらゆるところに見られ、これからの企業のあり方を左右するから。	データをやり取りするのでコストが低い。「モノ」の価値の低下を招くことがある。情報機器をうまく活用→成長の期待
女性の活躍	女子高生として、自分たちに大きく関わりのある問題だから。	日本の人口が減少に転じた現在、女性の労働力を活かすことができれば経済にとって大きな利益となる。
環境問題	地球規模で、企業も含め社会が一体となって取り組むべき問題だと感じたから。	企業の活動が環境の悪化に影響を与えている面もある。天然の素材では素材の悪化にもつながる。

2. 投資テーマの決定

【2-1】企業に関する記事や情報

分野・企業	日付	出所	内容（概要）	選んだ理由
紙製品関係	7月15日	話し合い	紙でできた糸を使った服や靴下。	紙製品は古くからあるものだが、消臭効果のある紙の糸で靴下を作るなどこれからも進化すると思ったから。
リアル、質感	7月27日	日本経済新聞電子版	触った感じをリアルに感じられる商品やサービスが人気。	実体を持たない物が増える中、こうした質感の良さが見直されるべきだと思ったから。
ハウス食品グループ本社株式会社	10月22日	イグノーベル賞の話題	辛味がなく切っても涙が出ない玉ねぎ「スマイルボール」を開発、発売開始。	「こんな物が欲しかった！」という物を作り出す力を感じたから。以前からカレールーなどの商品を身近に感じていたから。

【2－2】投資テーマと選定理由

＜投資テーマ＞

「質感」を大切にせる企業

＜テーマ選定理由＞

私たちは、STOCKリーグの学習に参加するにあたり、興味が持てることをテーマにしたいと思い、まずそれぞれが自分の好きなことを自由に出し合った。そこで浮かび上がってきた3人の共通点が本が好きなことであり、本に触れる感覚が好きだという意見も挙がった。さらに話し合ううちに、『舟を編む』（三浦しをん著）という小説に登場する、辞書づくりの中で紙をめくるときの「ぬめり感」を追い求める人々の話が出た。最近では電子書籍が増えているが、私たちはこのような「質感」を感じることができなくなるのは寂しいことだと思った。

しかし、考えてみると、私たちが紙の本の良さを認識したのは電子書籍が登場してからである。「質感」を持たない物に出会って初めて、今まで気づいていなかった「質感」の価値に気づいたと言える。現在は情報化が進み、実体を持たない物が増えてきている。その中で、「質感」を持たないバーチャルな物が多くなるほど、逆に「質感」の大切さが認識され、人々に求められる分野になるのではないかと私たちは予想した。

また、メンバーのうち2人が服飾部に所属しているのだが、服飾部の活動の中で布を選ぶときには、目で見て手で触ってきちんと確かめることを大切にしている。その中で、さまざまな布に出会い、どのようにこうした「質感」を作り出しているのか、どのように求められている「質感」を知るのか、不思議に思うことがあった。そして、多種多様な「質感」を生み出し続ける企業には、独自の工夫やこだわりがあり面白いのではないかと考えた。

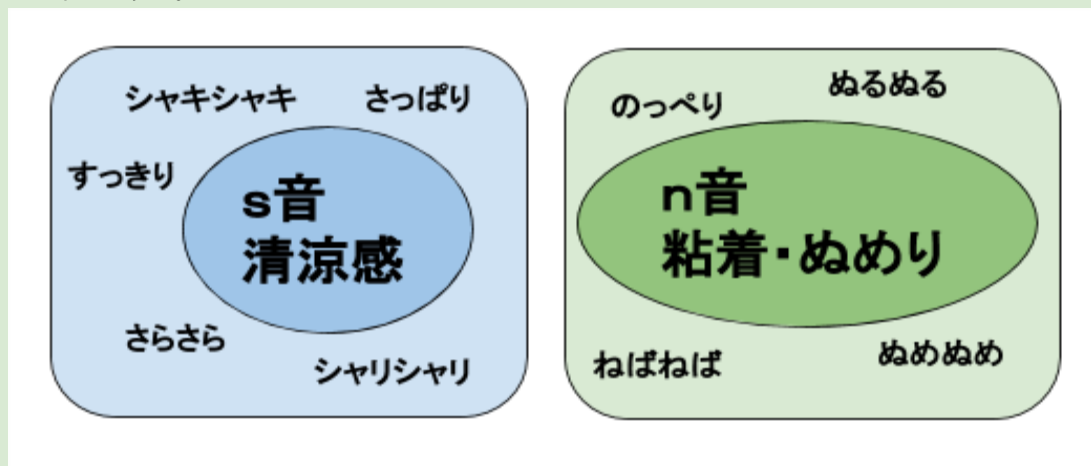
これらのことより私たちは物に触れることで感じる「質感」を大事にする企業を調べたいと思い、テーマとして設定することとした。なお、このレポートで使う

「質感」という言葉は、商品に直接触れ、視覚・触覚・聴覚・嗅覚・味覚の五感で感じる感覚のことを指す。また、辞書的な意味では不快な感覚も含むが、ここでは心地良いと感じる感覚のみを指す。

【2－3】コラム～日本に伝わるオノマトペ～

日本に伝わるオノマトペ
～繊細な質感への愛～

「オノマトペ」とは、日本語で「擬態語・擬声語」という意味の、物の状態や動きなどを音で象徴的に表した言葉である。オノマトペは一つ一つの音が豊かなイメージを持ち、それらを組み合わせることで繊細な質感を表すことができる。下に示すのは音の持つ質感のイメージの例である。



また、「ふわふわ」の「ふわ」を例にとると、
「ふわ」＋「っ」→「ふわっ」 「ふわ」＋「ん」→「ふわん」
「ふわ」＋「り」→「ふわり」 「ふわ」＋「ふわ」→「ふわふわ」
といったさまざまな展開が可能である。

さらに、「ふわ」の間に長音や撥音「ん」を入れて「ふうわり」、「ふんわり」、複数の要素を組み合わせ「ふわっふわ」というように、基本となる要素「ふわ」を展開することでより細かいニュアンスが伝わる。加えて、最近では「もち」と「ふわ」という異なる2つの基本要素を組み合わせ「もちふわ」、「ふわ」と「とろ」を組み合わせ「ふわとろ」というように、伝えたい質感に合わせて次々と新しいオノマトペが作り出されている。

このように多くの質感を表すオノマトペがあることは、日本人が微細な質感の違いを大切にしている感性を持っていることを示している。私たちは、日本人が潜在的に持つ質感へのこだわりを発掘し、「かゆいところに手が届く」商品を作っていくことが、新たな市場を生み出し経済を活性化させるために必要なのではないかと考える。

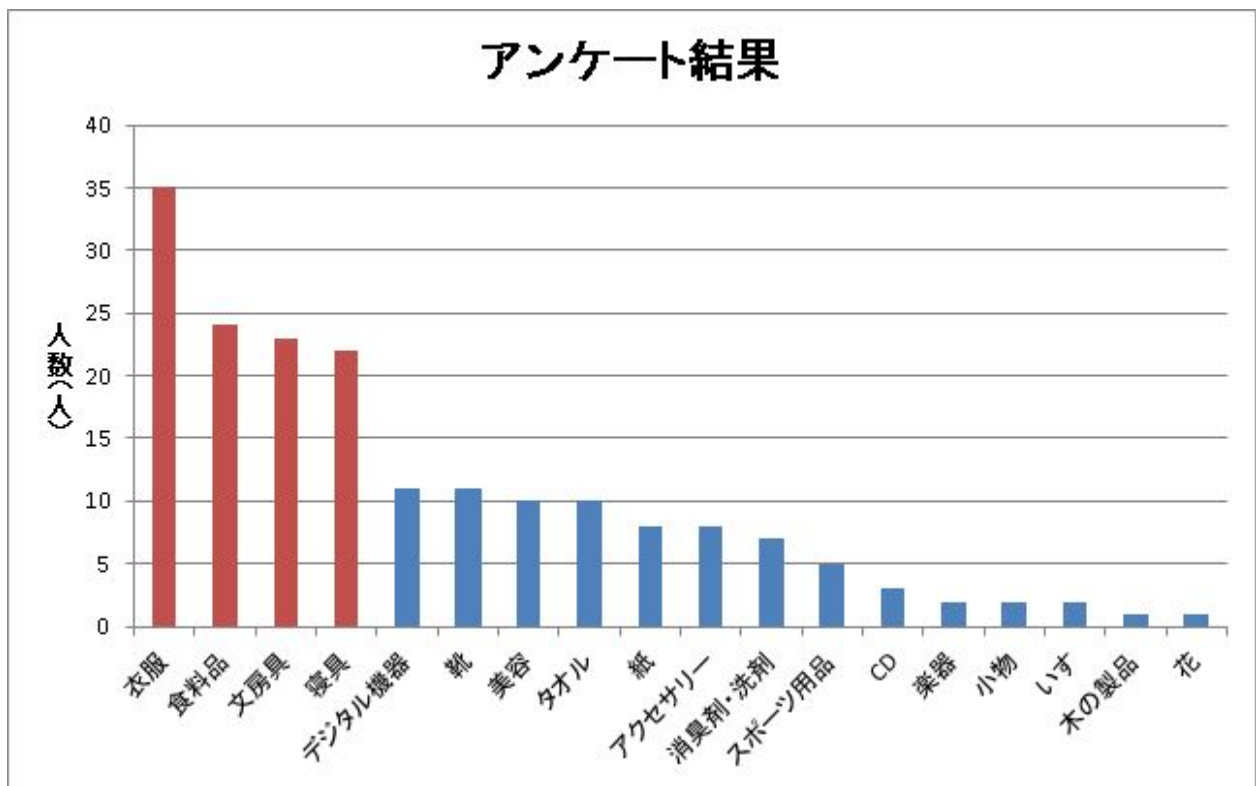
3. ポートフォリオの作成

【3－1】企業スクリーニング

第一スクリーニング

私たちは、まず人が良い「質感」を求める商品は何かを調べるため、本校の生徒80名を対象に、複数回答も可として「あなたが質感を重視して買うものは何ですか」というアンケートを行った。（アンケート実施日2015年7月21日）

その結果、1位衣服、2位食料品、3位文房具となった。このアンケート結果を元に、赤色で示している製品を取り扱っている業種（食料品、繊維製品、紙・パルプ）を選ぶことにした。また、話し合いの結果、ベビー用品も肌が敏感な赤ちゃんに向けた商品であるため質感にこだわっていると考え、ベビー用品を取り扱っている業種も加えることとした。



次に企業を選ぶにあたって、マスメディアなどでもよく取り上げられている女性の活躍や女性の雇用問題に注目し、女性雇用に力を入れている会社を支援したいと感じた。その根拠は3つある。

①メンバー全員が女性

話し合いの中で、身近に感じられる企業を応援したいという意見が出たことから共通点である女性に観点をおいた。私たちが将来社会に出た時、女性が男性と同じように働くことのできる社会であってほしいという思いも込めている。

②女性は質感に敏感

Monell Chemical Senses Center という研究センターのまとめから、絶対的とは言えないが、全体として女性のほうが男性より五感が優れており、質感に敏感であるとわかった。

Monell Chemical Senses Centerによるまとめ（英文は引用、訳は単語に忠実に訳した。）

Sight[視覚]	According to a 2012 City University of New York study, they are better able to distinguish between subtle shades of primary colors (red, green, yellow, and blue) than men. [2012年ニューヨーク市立大学の研究によると、女性は男性より原色（赤、緑、黄、青）の微妙な違いを区別することができる。]
Touch[触覚]	People with smaller fingers have a finer sense of touch (or tactile acuity) [指が小さい人ほど、優れた感触の感覚を持っている。（または、触覚の鋭さを持っている。）]
Hearing[聴覚]	Women of all ages have better hearing at frequencies above 2,000 Hz. [どの年齢の女性も2,000Hz以上の周波数を聞く、優れた聴覚を持っている。]
Smell[嗅覚]	A study published in the November 2014 issue of PLoS ONE found that post-mortem female brains had, on average, 43 percent more cells and almost 50 percent more neurons in their olfactory centers (the part dedicated to smelling and odors) than male brains. [2014年11月のPLoS ONEの問題において公表された研究では、女性の脳には、嗅覚中枢の細胞が男性よりも平均で43パーセント、神経細胞はほぼ50パーセント以上も多く存在することが判明した。]
Taste[味覚]	About 35 percent of women (and only 15 percent of men) can call themselves “supertasters,” which means they identify flavors such as bitter, sweet, and sour more strongly than others. [女性の35%（男性ではたったの15%）が苦い、甘い、酸っぱいなどの味覚の感受が普通の人よりも優れた「スーパー味覚者」である。]

③ダイバーシティの拡大

現在世界ではダイバーシティが拡大している。ダイバーシティとは「人材と働き方の多様化」を意味する言葉である。先にも書いたように、私たちには身近に感じられる企業を選びたいという思いがある。人間は十人十色で一人一人の思いに完璧に寄り添うことは難しい。けれど今までの「男性が働く」という時代では女性の思いに応えることはできない。そこで、世界でも拡大しているダイバーシティの考えを元に女性の持つ力の大きさを知ってほしい。

実際に私たちのメンバーのうちの一人が「カピバラさん」というキャラクターが大好きなのだが、この「カピバラさん」というキャラクターは女性だけのチームで生み出された。ヒットまでには5年ほどかかったものの女性だけのチームの粘り強いチャレンジが実を結んだ。

以上のことから私たちは女性を観点として入れることにした。そのため、内閣府男女共同参画局による「女性の活躍見える化サイト」に掲載されている企業の中から、先で書いた業種で活躍する企業を83社ピックアップした。ピックアップした企業は、第二スクリーニングの結果とともに示す。

第二スクリーニング

「質感」について採点をする前に、女性雇用・財務・CSRの3つの観点で企業の採点を行い、数を絞り込んだ。

女性雇用（10点）

採用理由.....第一スクリーニングで書いた理由から。

採点方法.....内閣府男女共同参画局「女性の活躍見える化サイト」の記載をもとに、数値に応じて点数をつけた。
「女性の働きやすさ」は、企業のホームページや女性雇用に関する報告書等を見て評価した。

・従業員の女性比率

詳細.....全従業員のうち、どれだけの割合で女性の従業員がいるかを見る指標。

採用理由.....少子高齢化により生産年齢人口が減少している現在の日本には、女性の労働力は欠かせないから。

3点	40%～
2点	20～40%
1点	～20%

・管理職の女性比率

詳細.....全管理職（部下を持つ職務以上の者またはそれと同等の地位にある者）のうち、どれだけの割合で女性の管理職がいるかを見る指標。

採用理由.....女性の管理職がいることで、女性従業員が自由な発想で意見を言える環境を作ることができるから。

2点	12%～
1点	6～12%
0点	～6%

・女性登用目標

詳細.....具体的な女性登用目標を設定しているかどうかを見る指標。

採用理由.....明確な目標を設定することで、女性が働きやすい職場の実現が近づくと考えられるから。

2点	複数の登用目標がある
1点	一つ登用目標がある
0点	登用目標がない

・女性支援制度・取り組み

詳細.....女性を支援する制度や取り組みがあるか、またそれが活用されているかを見る指標。

採用理由.....女性が企業の中で活躍するには、女性が安心して出産・育児ができるような制度や、子育て中の女性を支援する取り組みなどが必要だから。

3点	制度・取り組みがしっかりしており、活用度も高い
2点	制度・取り組みがあり、ある程度活用されている
1点	制度・取り組みに関する記載がない

財務（15点）

採用理由.....企業として積極的な活動を行うには、土台となる安定性や経営の効率性が必要であるから。

また、私たちが信頼して投資できる優秀な企業を選ぶために重要な指標だから。

採点方法.....日本経済新聞社『日経会社情報 2015秋号』をもとに財務指標の数値に応じて点数をつけた。

・自己資本比率

詳細.....総資本のうち、自己資本の割合がどれだけあるかを見る指標。

「自己資本比率（％）＝自己資本÷総資本×100」で求める。

採用理由.....自己資本が十分であれば外部からの援助に頼らず積極的に事業を展開することができ、新たな市場を発見・創造していくことができるから。また、安定性が高く倒産しにくいといえるから。

3点	60％～
2点	30～60％
1点	～30％

・自己資本利益率（ROE）

詳細.....株主が出した自己資本を用いて企業が株主のためにどれだけの利益をあげたかを見る指標。

「自己資本利益率（％）＝当期純利益÷自己資本×100」で求める。

採用理由.....企業に投資する上で、どれだけ利益を効率的に得られるかということは重要だから。

4点	15％～
3点	10～15％
2点	5～10％
1点	～5％

・株価収益率（PER）

詳細.....会社の利益と株価の関係から、株価の割安性を見る指標。

「株価収益率（倍）＝株価÷一株あたり当期純利益」で求める。

採用理由.....会社の現時点での利益に対し、株価が割安であるときに株を買ったほうが良いから。

3点	～20倍
2点	20～30倍
1点	30倍～

・一株あたり純資産（BPS）

詳細.....企業が発行している発行済株式総数に対してどれだけの純資産があるのかを見る指標。

「一株あたり純資産（円）＝純資産÷発行済株式総数」で求める。

採用理由.....企業の技術力や収益力などがどの程度評価されているか見ることができるから。

4点	4000円～
3点	2500～4000円
2点	1000～2500円
1点	～1000円

・株主優待

詳細.....株を買った時に株主優待があるかどうかを見る指標。

採用理由.....株主優待があると多くの人が魅力を感じ、その企業の株を長期保有する可能性が高いから。また、株主優待で商品を一度体験することで商品の良さを知り、実際に商品の購入にも結びつくと考えられるから。

1 点	優待あり
0 点	優待なし

CSR（15点）

採用理由.....企業が社会と共に成長を続けていくためには、地域社会や従業員・顧客などと良い関係を築くとともに地球規模でのさまざまな問題にも取り組んでいくことが必要だから。

採点方法.....各企業のホームページを見て評価・採点した。全体のテーマが「質感」であるため、質感の実現に必要な素材を生み出す自然を守るための環境活動と、社会貢献の2つの分野から主に項目を選んだ。

・ホームページの充実度

詳細.....CSR活動全体のホームページの記載の充実度を評価した。

採用理由.....企業の社会的責任をきちんと全うしている企業を応援したいから。

1 点	充実している
0 点	充実していない

・自然保護

詳細.....植林や生態系の保護などの活動を行っているかどうかを評価した。

採用理由.....心地良い質感の実現には良い素材が大切であり、天然の素材を育む自然を守る必要があるから。

3 点	社員が直接活動を行っている
2 点	活動資金を援助している
1 点	活動を行っていない

・リサイクル

詳細.....自社の商品や、ペットボトルなどのリサイクル活動を行っているかどうかを評価した。

採用理由.....「物を大切にする」という姿勢が、商品の質感を大切にする姿勢につながっていると考えたから。

3 点	社内・社外ともに活動を行っている
2 点	社内でのみ活動を行っている
1 点	活動を行っていない

・地球温暖化防止

詳細.....二酸化炭素排出量の削減など、地球温暖化を防止する活動を行っているかどうかを評価した。

採用理由.....近年地球温暖化が進む中、企業が率先して温暖化防止の取り組みをすることが重要だから。

2 点	数値目標を立て、効果的な活動を行っている
1 点	活動を行っている
0 点	活動を行っていない

第16回日経STOCKリーグ：レポートフォーマット（12/30）

・地域貢献

詳細.....地域清掃など、地域社会に貢献する活動を行っているかどうかを評価した。

採用理由.....地域から信頼されることによって、地域に根ざした活動を行うことができるから。

3 点	定期的に精力的な活動を行っている
2 点	イベントなど不定期で活動を行っている
1 点	活動を行っていない

・外国への支援

詳細.....主に発展途上国への支援活動を行っているかどうかを評価した。

採用理由.....企業にとって、日本だけにとどまらないグローバルな視点での問題意識を持つことは大切だから。

3 点	自社の製品・技術を生かした支援を積極的に行っている
2 点	支援を行っている
1 点	支援を行っていない

採点の結果、第一スクリーニングで選び出した 83 社から 32 社(下の表の色つきの企業)に絞り込んだ。

2001 日本製粉株式会社	2801 キッコーマン株式会社	3600 株式会社フジックス
2002 株式会社日清製粉グループ	2802 味の素株式会社	3861 王子HD株式会社
2003 日東富士製粉株式会社	2805 エスビー食品株式会社	3863 日本製紙株式会社
2004 昭和産業株式会社	2809 キュービー株式会社	3880 大王製紙株式会社
2109 三井製糖株式会社	2810 ハウス食品グループ本社株式会社	3895 ハビックス株式会社
2201 森永製菓株式会社	2811 カゴメ株式会社	3941 レンゴー株式会社
2204 株式会社中村屋	2819 エバラ食品工業株式会社	3944 古林紙工株式会社
2206 江崎グリコ株式会社	2871 株式会社ニチレイ	3950 ザ・バック株式会社
2209 井村屋グループ株式会社	2875 東洋水産株式会社	3955 株式会社イムラ封筒
2216 カンロ株式会社	2877 日東ベスト株式会社	4188 株式会社三菱ケミカルHD
2220 亀田製菓株式会社	2897 日清食品HD株式会社	4452 花王株式会社
2229 カルビー株式会社	2902 太陽化学株式会社	4526 理研ビタミン株式会社
2266 六甲バター株式会社	2910 株式会社ロック・フィールド	4912 ライオン株式会社
2267 株式会社ヤクルト本社	2922 株式会社なとり	5122 オカモト株式会社
2268 B-Rサーティワンアイスクリーム株式会社	3002 グンゼ株式会社	5331 株式会社ノリタケカンパニーリミテド
2269 明治HD株式会社	3101 東洋紡株式会社	6454 マックス株式会社
2270 雪印メグミルク株式会社	3106 倉敷紡績株式会社	7936 株式会社アシックス
2282 日本ハム株式会社	3201 ニッケ 日本毛織株式会社	7956 ビジョン株式会社
2284 伊藤ハム株式会社	3401 帝人株式会社	7984 コクヨ株式会社
2501 サッポロHD株式会社	3402 東レ株式会社	7987 ナカバヤシ株式会社
2502 アサヒグループHD株式会社	3405 株式会社クラレ	8016 株式会社オンワードHD
2503 キリンHD株式会社	3407 旭化成株式会社	8022 ミズノ株式会社
2580 コカ・コーライーストジャパン株式会社	3512 日本フェルト株式会社	8040 株式会社東京ソワール
2593 株式会社伊藤園	3514 日本バイリーン株式会社	8111 株式会社ゴールドウイン
2594 キーコーヒー株式会社	3529 アツギ株式会社	8113 ユニ・チャーム株式会社
2611 攝津製油株式会社	3571 株式会社ソトー	8114 株式会社デサント
2613 株式会社J-オイルミルズ	3583 オーベクス株式会社	8130 株式会社サンゲツ
2678 アスクル株式会社	3591 株式会社ワコールHD	

第三スクリーニング

質感をテーマに32社の企業にアンケートを行い、アンケート結果とホームページを参考にして採点した。企業によっては、企業秘密などの理由で回答をいただけないところもあったので、その場合は各企業のホームページから指標を元に採点した。企業秘密になるため素材や製法についてホームページに記載をしていない企業は、それを考慮して話し合い点数をつけた。

〈アンケートの文面〉（アンケート実施日2015年10月9日）

- 1 （質感）をテーマに調べていくうちに、御社の××という商品に興味を持ちました。その商品の質感をよくするために、素材や製造法等でこだわったことはありますか。
- 2 顧客の質感へのニーズはどのようにして調べていますか。また、顧客の望む質感はどのように考えていますか。
- 3 私たちは、オノマトペは製品を開発、または宣伝していく上で有効な手段だと考えているのですが、御社ではどのような場面でオノマトペを使用していますか。下記の中から選んでください。
・顧客のニーズの調査 ・商品開発、改良 ・宣伝 ・その他（ ） 使用していない
- 4 私たちは、素材や製品の（質感）については、女性のほうが敏感ではないかと思っていますが、実際はどのような割合になっているのでしょうか。商品開発に携わる方の男女比を教えてください。

質感 1（9点）

・品質・安全性

詳細.....安全・安心な製品を作っているか、品質保証がしっかりしているかを評価した。

採用理由.....「質感」は顧客が直接商品に触れ、五感で感じるものであるため、企業は商品の品質や安全性に細心の注意を払うとともに、万一不具合が起きた場合のための対応策を考えておくことが求められるから。

3点	不具合が起きた場合の対応姿勢を明示している
2点	品質・安全性を守るため具体的な活動を行っている
1点	品質保証への考え方・姿勢が明示されている

・素材

詳細.....商品に使用する素材への工夫やこだわりがあるかを評価した。

採用理由.....他の企業や他の商品にはない質感を作るために、素材へのこだわりが大切だと考えたから。

3点	選び抜いた素材や、自社独自の素材を使っているなどこだわりが強い
2点	素材について明記している
1点	素材に関する記述がない

・製法

詳細.....商品の製法に工夫があるか、自社独自の製法を持っているかを評価した。

採用理由.....素材と同じく、他と違う質感を作るため、独自の製法や技術を持っていることが大切だから。

3点	自社独自の製法を持っている
2点	製法について明記している
1点	製法に関する記述がない

質感2（11点）

・ニーズの把握

詳細.....顧客の求めるニーズを積極的に調査し、細かく把握する姿勢があるかを評価した。

採用理由.....求める質感のニーズは顧客一人ひとり異なるため、調査をすることで細かいところまでニーズを把握し、商品開発に反映させることが必要だから。

3点	顧客の意見を積極的に取り入れる調査を行っている
2点	調査を行っている
1点	社内でどのようなニーズがあるか考えている

・経営理念

詳細.....経営理念に独自性があるか、共感でき心に残るものであるかを評価した。

採用理由.....良い経営理念を掲げる企業は、事業を展開する上でも軸がぶれることのない良い企業だと思うから。

2点	理念に独自性があり、共感できる
1点	理念が明確で興味を惹かれる
0点	理念がわかりにくい、共感できない

・伝統と革新

詳細.....長年受け継がれてきた技術や精神（伝統）と新しいことに挑戦する姿勢（革新）があるかを評価した。

採用理由.....長年受け継がれてきたものを大切にしながらも、時代に合わせ改善していくことは、企業がより躍進していくためには欠かせないと考えたから。

3点	伝統と革新ともにある
2点	革新のみある
1点	伝統のみある
0点	どちらもない

・顧客への対応

詳細.....顧客の疑問や不満の声に真摯に対応し、それを次につなげていく姿勢があるかを評価した。

採用理由.....顧客の存在を一番に考え、常に顧客から学ぶという姿勢は企業にとって大切だから。

3点	顧客からの指摘を次につなげる姿勢が見られる
2点	「よくあるご質問」のように顧客の疑問を解決しやすくするものがある
1点	電子メールや電話での問い合わせ先を明示している

以上、3段階のスクリーニングにより、投資先を決定した。

【3－2】ポートフォリオ

[ポートフォリオ（ファンド）名]

TOUCH！—質感に触れ、人々を感動させる企業—

証券コード	企業(銘柄)名	購入金額(円)	構成比 (%)
2229	カルビー株式会社	248,040	5.0
2269	明治ホールディングス株式会社	238,100	4.8
2270	雪印メグミルク株式会社	244,269	4.9
2282	日本ハム株式会社	245,593	4.9
2805	エスビー食品株式会社	246,075	4.9
2810	ハウス食品グループ本社株式会社	244,659	4.9
2871	株式会社ニチレイ	249,406	5.0
2910	株式会社ロック・フィールド	242,990	4.9
3002	グンゼ株式会社	250,571	5.0
3401	帝人株式会社	250,021	5.0
3402	東レ株式会社	249,088	5.0
3405	株式会社クラレ	251,183	5.0
3591	株式会社ワコールホールディングス	249,816	5.0
3861	王子ホールディングス株式会社	250,416	5.0
3941	レンゴー株式会社	245,952	4.9
3950	ザ・パックス株式会社	247,464	4.9
4452	花王株式会社	248,031	5.0
7936	株式会社アシックス	245,608	4.9
7956	ピジョン株式会社	246,840	4.9
7984	コクヨ株式会社	244,315	4.9
	現金	61,500	1.2

カルビー株式会社



やめられない・とまらない！

概要・選定理由

- ・商品のトレーサビリティについて明記してあり生産者、品種、産地、工場について深く知ることができ安心。
- ・商品の新しい食べ方を提案し、新しい価値を創造。
- ・「ウーマン・オブ・ザ・イヤー 2016」ベストマーケッター賞を受賞。
- ・2015年の4～9月営業で最高益を確保。(10月23日 日本経済新聞より)

明治ホールディングス株式会社



まろやか！チョコ・牛乳

概要・選定理由

- ・牛乳の商品開発では、あじわいこだわり製法を念頭に掲げ、口当たり、後味などについて吟味。
- ・日本チョコレート・ココア協会や世界カカオ財団、ソース・トラストを通じたカカオ生産国や農家への支援、また独自の取り組みを進めカカオ生産国とのパートナーシップを図る。
- ・商品の販売を通じて環境や乳牛の健康にも配慮した酪農のあり方を支援し、酪農家とのパートナーシップを図る。

雪印メグミルク株式会社

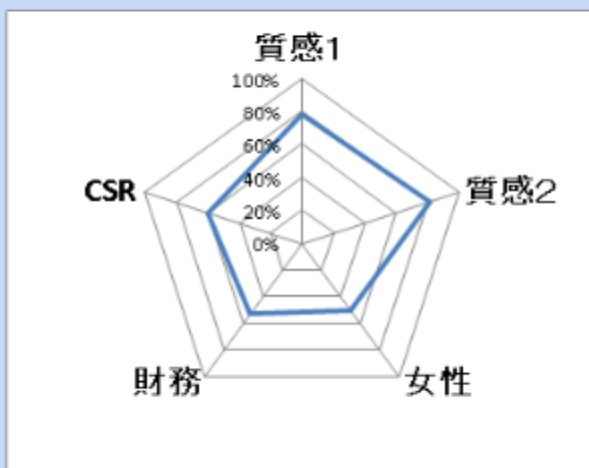


のどごしさらり

概要・選定理由

- ・商品そのものの質感へのこだわりだけでなくパッケージ、デザインなどの質感への強いこだわり。
- ・消費者への調査による徹底したニーズの把握。
- ・ミルクを生産する酪農家の方の牧場通信がHPに記載されており安心。また、国内で生産されているため安全性への信頼感。
- ・合計得点が低めだが、質感1、2が高めであるため質感を重視し選んだ。

日本ハム株式会社

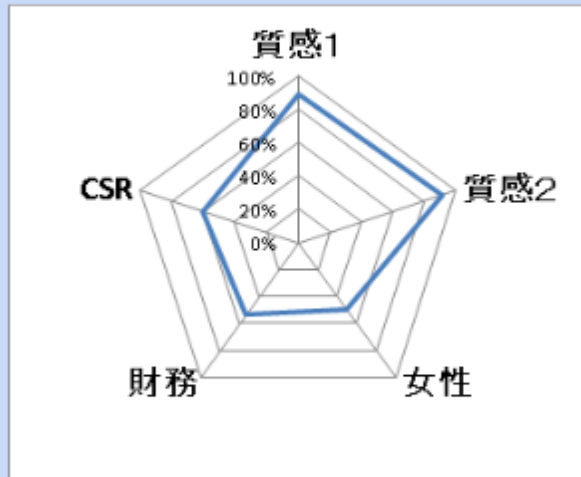


パリッとシャウエッセン

概要・選定理由

- ・独自のモニター制度や店頭で顧客の声を調査し、商品に反映させる。
- ・商品の原材料の生産地、製造工場について分かりやすく記載。
- ・品質保証に関する外部認証を取得し、品質保証水準を継続的に向上。
- ・品質保証体制を自らの視点だけでなく、外部の視点で客観的に評価。
- ・中央研究所では新分野の開発に取り組んでおり、商品開発研究所では加工食品に関する独自の研究開発に取り組む。

エスビー食品株式会社



風味豊かなスパイス&ハーブ

概要・選定理由

- ・長く使う調味料だからこそ、容器の形状やさわり心地を重視。
- ・香辛料売場にタカトミー製おはなしロボット「OHaNAS」を設置し、スパイスの説明やレシピを提案。
- ・今までにない楽しい売場の提案を実施。顧客にスパイスの良さを届ける。
- ・顧客の声を生かした製品について写真つきで多くの例をHPIに掲載。

ハウス食品グループ本社株式会社



とろ〜りカレー・シチュー

概要・選定理由

- ・季節ごとのレシピの提供やCMなど、自社の商品を顧客に強く発信。
- ・切っても涙が出ない、生でも辛い玉ねぎ「スマイルボール」の開発でイグノーベル賞を受賞。
- ・研究開発の中で、製品開発だけでなく容器包装開発も項目を設け、内容を示している。
- ・食育理念を実現するため、多くの食育活動を行う。
- ・CoCo壱番屋を子会社化し、海外への進出を図る。

株式会社ニチレイ

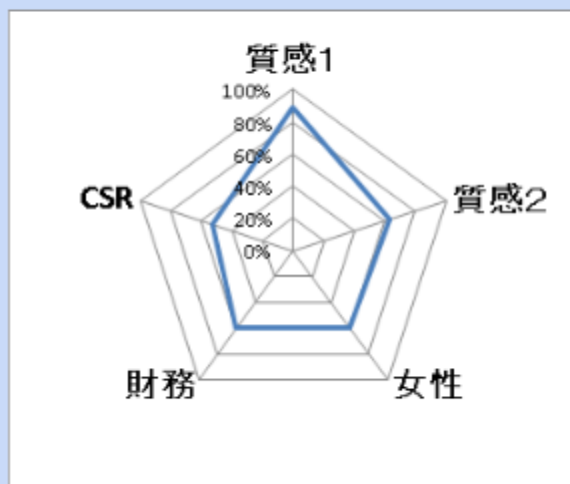


冷凍だから美味しい

概要・選定理由

- ・原産地や時期を限定していくことで、素材を生かす。
- ・実際のレストランのシェフの意見を参考にすることによって、おいしさの向上に努める。
- ・冷凍だからこそできる美味しさを目指し、新たな商品を提案。
- ・「法令を守り、かつ美味しさを伝える商品パッケージ」にこだわる。

株式会社ロック・フィールド

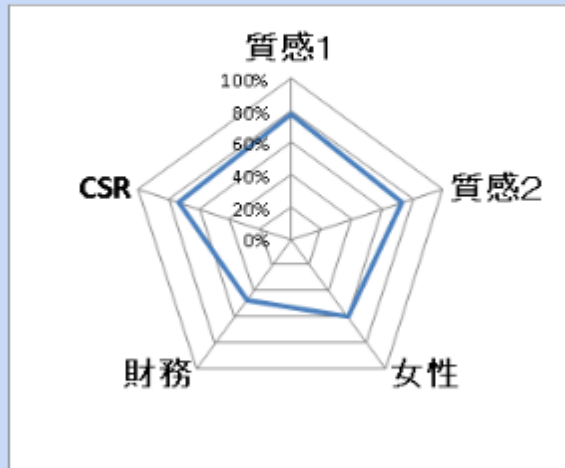


シャキシャキフレッシュサラダ

概要・選定理由

- ・一つ一つの野菜に対して生産地にこだわり、食感や香りを重視。
- ・ジャガイモの皮むき・芽とりや葉野菜の水洗いを、人の手で丁寧に行う。
- ・優良外食産業表彰において、農林水産大臣賞を受賞。
- ・カルビーと共同開発した国際野菜のおいしさを生かしたチップス「Veges Energy」を発売。
- ・1日分350グラムの野菜が摂取可能なRF1の健康サポートサラダ「KaRaDa SALAD」を販売。

グンゼ株式会社

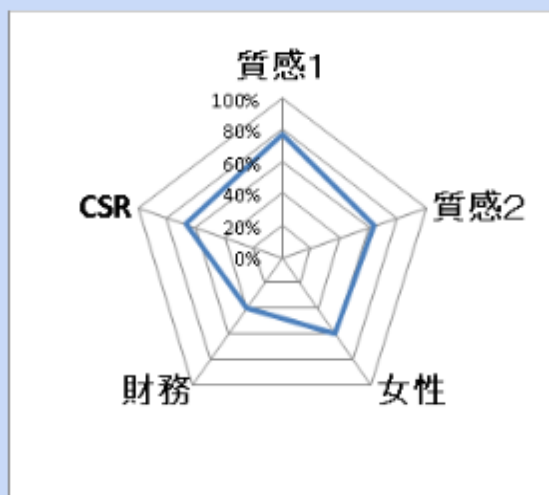


もこもこぽかぽか バウンドヒーター

概要・選定理由

- ・インナーウェアなど、長時間肌に直接触れている商品に対して、縫い目がない、さらっとして冷感があるといった快適さにこだわる。
- ・羽毛のような弾力性と保温性をもつグンゼオリジナル新素材「バウンドヒーター®」を開発。
- ・メンズインナーブランド「YG」・「SEEK」が「2015年度 グッドデザイン賞」を受賞。
- ・女性総合職が一同に会する「女性きらきらフォーラム」を開催、2015年度からは両立支援もスタート。

帝人株式会社

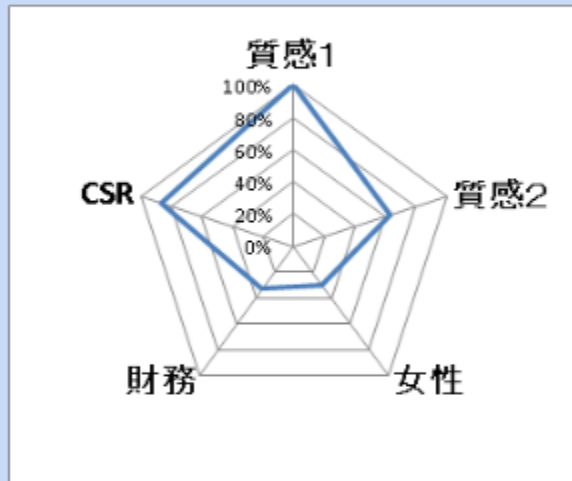


やわらかい、なのに丈夫

概要・選定理由

- ・高い技術力、ほかの企業にない高い品質の素材を持つ。
- ・柔らかく、滑りにくい超極細ポリエステルナノファイバー「ナノフロント®」など注目の最新技術が多数。
- ・化粧品ウェア「ラフィナン®」の開発と展開。
- ・世界ではじめて実現したケミカルリサイクル技術(古くなったポリエステル製品から、石油からつくるのと同じ高純度なポリエステル原料を精製することが可能)を開発。
- ・「上海国際バグフィルター除塵技術・設備展」に出展。大気汚染が進む中国での事業展開の可能性。

東レ株式会社

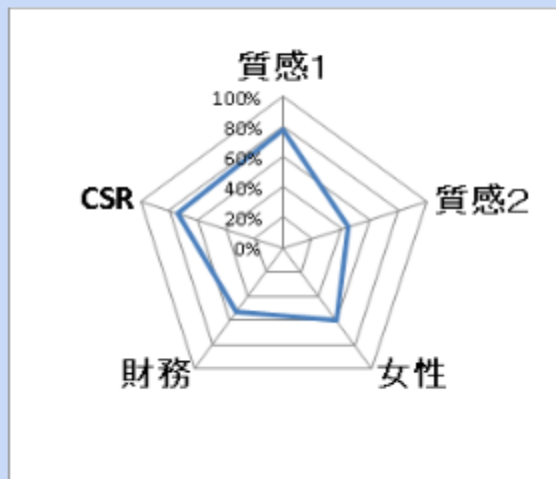


ユニクロを支える先端技術

概要・選定理由

- ・全社の技術開発のヘッドクォーターとしての役割を担う「技術センター」を中心に、高い技術を駆使した高機能繊維を持つ。
- ・合成繊維の高機能性と天然繊維の質感を融合したユニバーサルユニフォーム素材「ペントス®UF」の販売を開始。
- ・技術力を生かし、繊維、情報通信材料・機器、炭素繊維複合材料、環境・エンジニアリング、ライフサイエンスなどさまざまな分野への事業展開。
- ・ファーストリテイリングと高機能繊維使用の衣料品取引を5年間で1兆円にすることで合意。

株式会社クラレ



未来を創る新素材

概要・選定理由

- ・高分子化学・合成化学の技術をベースに、関連する周辺技術・ノウハウを融合することで作り上げた独自の品質。
- ・技術開発が多く革新的。
- ・機能性と質感を併せ持つ付加価値の高いポリエステル繊維を発信。
- ・「私たちは、独創性の高い技術で産業の新領域を開拓し、自然環境と生活環境の向上に寄与します。」という使命に共感した。

株式会社ワコールホールディングス

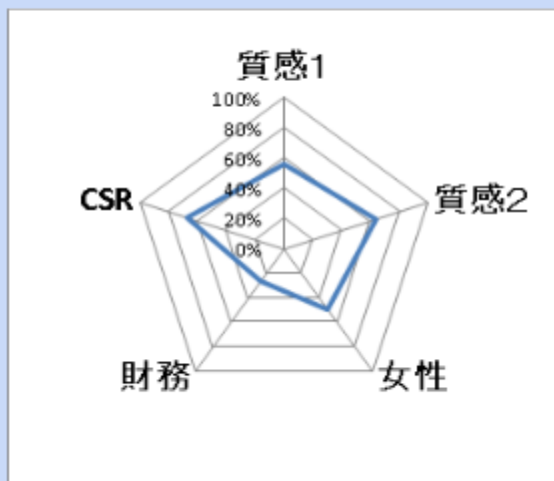


女性の価値観・個性を尊重

概要・選定理由

- ・日本での生産も外国での生産も、熟練の職人の手によって行い、妥協せずより良い質感を目指す。
- ・現地の人の意見を重視し、その土地ならではのニーズに応える。
- ・「人間科学研究」を行い、顧客の求める価値を発見・創造。
- ・下着から女性の姿勢をサポート。
- ・乳がんの早期発見・早期治療を支援する「ピンクリボン活動」への取組。

王子ホールディングス株式会社

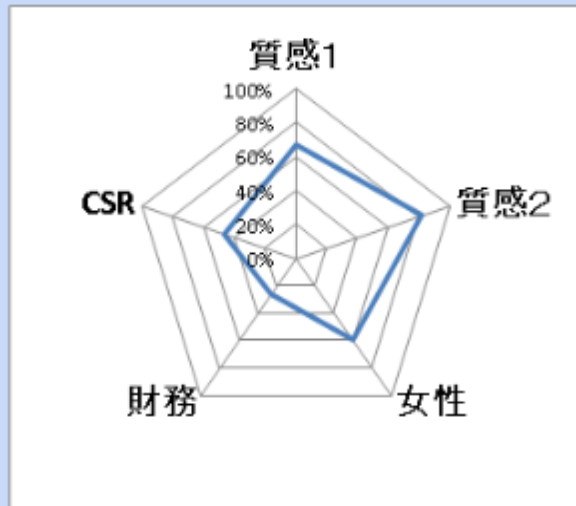


しっとりふんわり極上の肌触り

概要・選定理由

- ・商品に合わせて厳選したパルプを使用し、最適なパルプ配合で心地良い肌ざわりを実現。
- ・王子ペーパーライブラリーを作り、従来以上にダイレクトに顧客と交流し情報交換している。
- ・新しい技術を見出し、フィルム、不織布、木質資源を駆使した最新素材などの開発を推進。
- ・原料となる木材資源を育てている。
- ・全体として得点は高くないのだが、業種としてパルプ・紙製品を入れたいという意見があり、業種の中で得点が高かったため入れることにした。

レンゴー株式会社

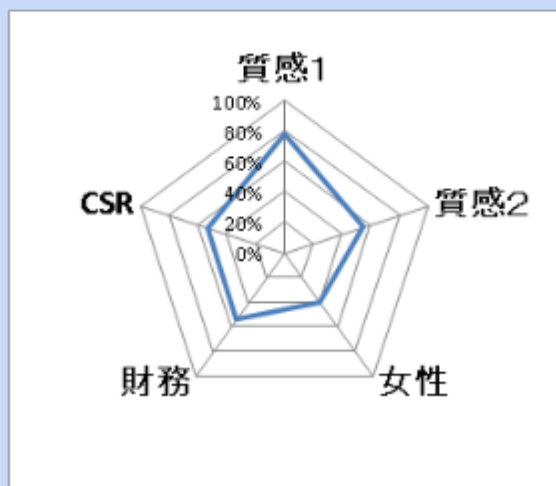


素朴で優しい紙の風合い

概要・選定理由

- ・シンプルな製法で優しい質感を実現。
- ・梅炭パウダーを漉き込んだ抄紙系（細く切った和紙で作る）、「PRUBONE®」を開発。紙の持つ繊維としての良さを発信。
- ・エコプロダクト2015への出展。「段ボールマルシェ～レンゴーの“Less is more.”が集う市～」をテーマに、人にも環境にも優しいパッケージを紹介。
- ・日本で初めてダンボールを商品化し、ダンボールと命名した企業である。
- ・ベトナムやタイなど東南アジアへの展開を進める。

ザ・パック株式会社

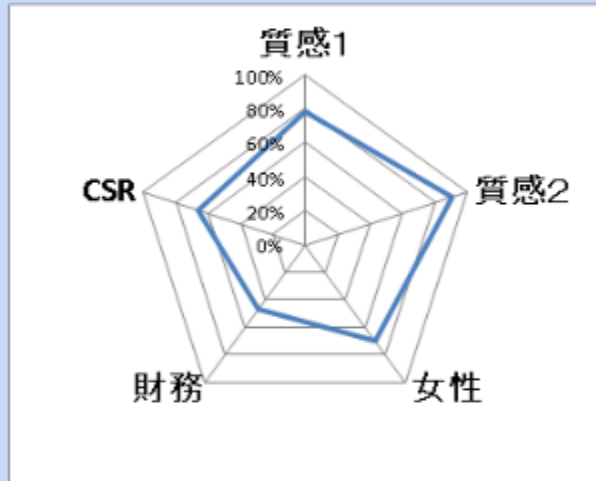


洗練されたデザイン

概要・選定理由

- ・特殊印刷、表面加工を研究・開発することで差別化を図り、他社にない質感を作る。
- ・クライアントの感性に敏感に反応し対応。
- ・包装資料館を設立し、総合パッケージメーカーとしてパッケージの歴史や最新トレンドを日々収集、研究を重ねている。
- ・今までの伝統を大切にしながらも革新的に事業を進めていく姿勢が見受けられる。

花王株式会社

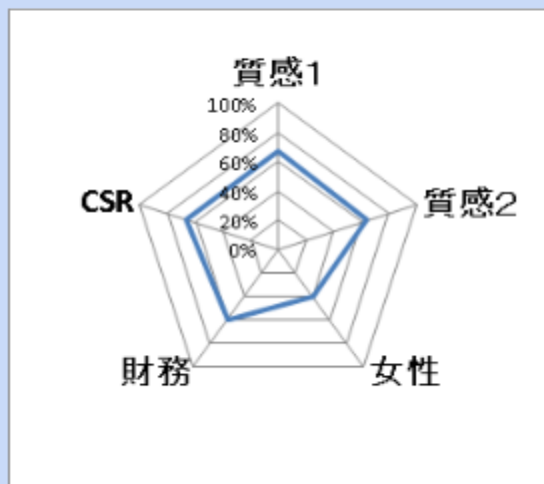


仕上がりふわっと

概要・選定理由

- ・独自の技術を生かし、肌に優しい紙オムツや、衣服を柔らかく仕上げる柔軟剤など使いやすさと質感の良さを実現。
- ・消費者と直接交流を行い、ニーズの把握に努める。
- ・研究開発部門では革新的な商品の開発に取り組む。
- ・環境を重視しており企業の社会的責任を果たしている。
- ・業績が上昇。今期最高の純利益を記録。

株式会社アシックス

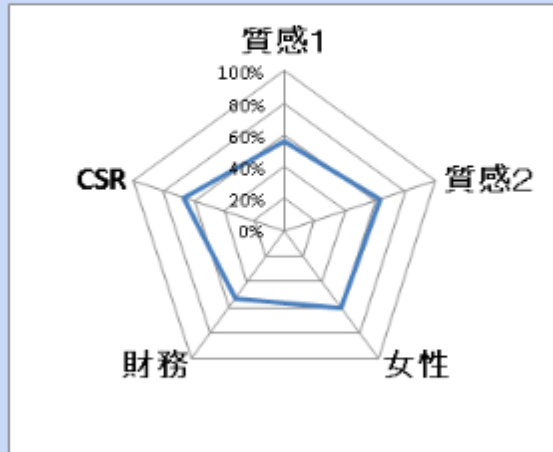


ぴったりフィット

概要・選定理由

- ・靴のデザインや、フィット感・履き心地といった質感を重視。
- ・スポーツ工学研究所という施設を作り日々調査を続けている。
- ・人間の運動動作に着目・分析し、独自に開発した素材や構造設計技術を用いる。
- ・アスリートのみならず、世界の人々の可能性を最大限に引き出す技術や製品、サービスを継続的に生み出している。

ピジョン株式会社

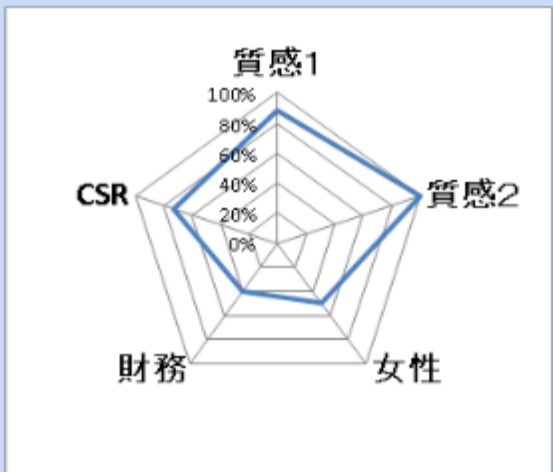


赤ちゃんの幸せのために

概要・選定理由

- ・赤ちゃんの肌に優しい質感を目指す。
- ・ママのだっこをカタチにした、優しい乗り心地のベビーカー「Premige」を新発売。
- ・妊娠中や育児中の女性を対象にしたイベントで女性を支援。
- ・働きながら子育てをする顧客を対象に、保育・託児・ベビーシッター等の子育て支援事業を展開し、女性が働きやすい環境づくりに努める。
- ・「愛をはぐくむは愛のみ」、「瞳の中にはいつも消費者」という理念に共感した。

コクヨ株式会社



しっかり派？ さらさら派？

概要・選定理由

- ・顧客が望む書き心地を調査し商品化した「しっかり書けるルーズリーフ・さらさら書けるルーズリーフ」に代表されるように、顧客のニーズを丁寧にキャッチし、製品に反映させる姿勢が評価できる。
- ・教育施設向け事業サイトが「第3回Webグランプリ企業グランプリ部門企業部門」において「企業BtoBサイト賞 優秀賞」を受賞。
- ・環境配慮に欠けている自社商品にバツを付ける「エコバツマーク」を採用。
- ・ユニバーサルデザインの製品の販売。

【3-3】各企業の銘柄の値動き

日本ハム株式会社 2015/06/22～2015/12/22



2015年10月26日にWHOの傘下であるIARCが加工肉に発癌のリスクを高める作用があると発表。10月下旬から11月上旬にかけての株価の下落はこの発表を受けて、売り上げが落ちることが懸念されたのではないかと見られる。

東レ株式会社 2015/06/22～2015/12/22



東レは2006年からファーストリテイリングと提携し、新機能性素材「ヒートテック」などを提供している。ユニクロは今秋、ヒートテック素材を使った商品を過去最多の320種に増やし販売も伸びており、また店舗数もアジアなどへの出店により大幅に増えている。冬季の事業への期待感から株価が上昇していると予想できる。

4. 投資家へのアピール

現代は、電子マネーや電子書籍に代表されるように、実体を持たない情報やサービスを商品化し売買する時代である。そんな時代だからこそ、私たちは「直接触れるもの」の質感に目を向けるべきだと思います、このポートフォリオを作成した。このポートフォリオのアピール点は、大きく次の3つである。

①新たな市場の可能性

コラムで述べたように、日本には質感を表現するオノマトペの種類や数がとても多い。日本人は質感に対して少しの差異でも敏感に感じ取り、表現しているといえる。これは、商品に対しても一人ひとりが異なるニーズを持っているということである。私たちは、世の中にはまだ表面化していない多様な質感のニーズが存在していると考え、それを細かく把握し、商品の開発に結び付けていくことで、新たな市場が開けるだろう。

また、私たちの行ったアンケートによると、紙の質感として、マットな質感や、ざらついた質感が好まれるようになったそうだ。これは「エシカル」（環境・社会貢献に配慮する様）という社会の価値観の流布によって、オーガニック、ソフトな印象をもたらす質感に好み移行したことを示す。このこともニーズを掘り起こせる一例と言えるだろう。

デジタル機器との融合

新たな市場として、最初に本校の生徒を対象に実施したアンケートの結果、「デジタル機器」と答えた人が一定数いたことに着目したい。私たちは、「デジタル」と聞くと、「硬く、無機質なもの」というイメージから、質感とは相容れないものだと考えていた。しかし、生徒はスマートフォンやイヤホンなどのデジタル機器を選ぶ際に質感を重視すると答えた。私たちは、この結果から無機質に思えるデジタル機器にこそ、心地良い「質感」を求める人が多いのではないかと考えた。その実際の例として、木でできたスマホカバーやキーボード、時計などが販売されている。

また、9月8日にキャノン株式会社は照明の方向や見る角度で変化する物体の光沢感、立体感、透明感などの「質感情報」をデジタルカメラで取得し、プリントで忠実に再現する質感画像処理技術を開発したことを発表した。木でできたデジタル機器が「デジタル機器に質感をプラスする」、いわば「デジタル×質感」という考え方なら、これは「質感を作り出すためにデジタル機器をプラスする」、つまり「質感×デジタル」という考えだ。

情報化が進む現代では、デジタル機器の需要はますます増えていくと予想される。成長が期待されるこの分野と組み合わせ、多様なニーズに合わせて商品を開発することで、「質感」の良さも改めて社会に認知されていくだろう。質感とデジタル機器の融合。この可能性は無限大に広がっているはずだ。

②株式投資未経験者・初心者と呼び込む力

2016年1月より、政府はNISA（＝少額投資非課税制度）の非課税投資枠を年間100万円から年間120万円に引き上げるなど、個人の株式投資を促進しようとしており、今まで投資をしていなかった人も投資を始める動きが出てきている。だが、いざ株式投資を始めるとなると、名前も事業内容も知らないような企業に投資しようと思う人がどれだけいるだろうか。もちろん、最終的には自分なりに企業調べをし、正しい知識を身につけた上で投資するのが一番である。しかし、株式投資初心者のうちは何の企業に投資すべきか分からず悩む人も多いだろう。

そこで、私たちのポートフォリオの出番だ。私たちが投資した企業の商品は、主に食料品、繊維製品、パルプ・紙製品、文具など、誰もが日常的に使うものだ。だからこそ、このポートフォリオは、年齢や性別、職業を問わず誰にでも自然と親しみを感じさせる。「この商品知ってる！ 見たことある！」という思いが生まれれば、企業や株式投資を身近に感じる事ができ、それが株式投資への入り口となるのではないだろうか。また、食料品はディフェンシブ銘柄と呼ばれる景気変動に左右されにくい業種である。このような業種の株価は急激な高騰や下落がないので株式投資のリスクを懸念している人にとっては手が伸ばしやすい。私たちのポートフォリオは「株って怖い」「お金の話をするなんて……」と思っている株式投資未経験者や、始めたばかりでどうすべきか分からない初心者と呼び込み、日本経済の活性化へつなげる力を持っていると思う。

③高い安全性と品質の良さをもち、信頼できる

私たちは、ポートフォリオの作成の中で「その企業が信頼できるかどうか」を重要な観点においた。

事例：タカタ株式会社のエアバック

企業の信頼についてタカタ株式会社のエアバックについて注目したい。これは、タカタ株式会社が製造したエアバックが異常破裂し国内外で事故が起こった事件である。かつてタカタはエアバックの開発にいち早く着手し特別功労賞まで受賞していた。しかしエアバックの事故により信頼を大きくなくすことになってしまった。また、タカタ株式会社だけでなく国外からの日本製品の信頼も低下することになってしまい日本の自動車産業は大きく打撃を受けた。

これほどまでに、企業の信頼は商品と大きなかわりを持っている。また、一つの企業の信頼は日本全体の信頼にもつながっている。私たちは、このニュースに大きな衝撃を受けたため、自分たちがポートフォリオを作るときには信頼の置ける企業を選びたいと考えた。

さらに、「質感」は顧客が直接商品に触れて感じるものであり、不良品があればすぐに顧客に影響が出る。特に食料品や繊維製品では、私たちの生活に大きく関係するもので命にもかかわってくる。商品を使うということは言い換えるならば、顧客は自分たちの生活を企業に預けているといえる。その中で顧客が何を基準に商品を選ぶのかというとその企業への信頼が一番大きいのではないだろうか。投資家にとっても、自分の大切なお金を投資するのだから企業への信頼感が大切だと思う。私たちはこのような考えのもと、品質管理の姿勢がしっかりしており、顧客とのつながりを大切にする、「信頼できる」企業を選んだつもりである。

5. 日経STOCKリーグを通して学んだこと

私たちが学んだことは大きく分けて二つある。

一つ目は、今までぼんやりと「企業」という大きなまとまりとしか見ていなかったが、今回その中に誇りを持って働く一人一人の社員の姿を見ることができたことだ。また、企業調べをするにあたっては、業績や自分の興味のあることだけを見るのではなく全体を見るさまざまな視点を学んだ。

私たちの班はたくさんの企業へアンケートを送らせてもらった。それは初めての体験で不安も大きかったが、各企業の方から心のこもったお返事をいただいた。最も感銘を受けたのは、商品に対する熱意や顧客への誠実な態度だ。特に、私たちのたった1、2行の質問に1ページほどにわたってびっしりとお返事をしていただけたことには感動した。いままで顧客としての立場からしか企業を見ることはなく、商品を見る時も「あの商品はおいしい。」「この商品は肌触りがいい。」など商品に対する意見を持つことしかなくその背後にある企業を意識することはなかった。アンケートの回答では全ての企業が消費者視線を重視し、自社で開発される質感に相当のこだわり、自信があった。確かにうわべは真似できても、着心地や味わいは真似できない。

二つ目は、「私たちの行動が社会につながっている」と実感できたことだ。私たちは最初、「株価って、私たちと関係ないところで動いているんじゃないの?」、「ただの高校生にできることってあるの?」という思いを抱いていた。しかし、それはこの学習で吹き飛ばされた。私たちは、選んだ企業の株を買ったときや株価が上下するのを見ていたとき、とてもわくわくしていたのだ。小さな出来事やニュースにも敏感に反応する株価を見てみると、「私たちの行動が株価に影響を与えることがある」と感じた。私たちの行動は、社会という大きな海の前ではほんの小さなさざ波のようなものかもしれない。それでも、周りを巻き込んで進むうち、徐々に大きな波となり、社会を変える力になるのだと思う。

2016年からは、未成年を対象とし年間80万円までの投資枠が非課税となる「ジュニアNISA」の制度が始まる。また、2015年6月、公職選挙法の一部改正により選挙権が与えられる年齢が満18歳以上に引き下げられた。政治と経済は密接に関係しお互いに影響し合っているため、経済を知るには政治にも無関心ではいられない。選挙権年齢の引き下げ、ジュニアNISAの制度、さらにこの日経STOCKリーグの学習。私たちは、これらは全て「頑張れ、日本の若者!」というエールだと受け止めている。私たちは、与えられたこのチャンスを生かし、社会の問題を主体的に考え行動を起こしていく必要があると思う。静かな海は、そのままでは何も変わらない。私たちがさざ波を一つ、二つと起こすとき、小さく、しかし確実に、社会が変わり始めるのだ。

株式投資において、「損を少なく、利益を多く」という考え方は非常に大切なことであり、その視点を忘れてはならない。しかし、ただお金を殖やすというだけではなく、株式投資によって企業を応援し、経済を支え、社会をより良い方向へ変えていくことができるとしたら、それは素晴らしいことだと思う。未来を創る世代である私たちはこの思いを大切に、経済と積極的に関わっていききたい。まとめとして、私たちがこの学習から学んだ「お金を稼ぐ」だけでなく株式投資の意義を述べたい。

「企業に投資することは、自分の考えるより良い未来へ投資すること」。

最後になりましたが、今回日経STOCKリーグのレポートを書くにあたり、お忙しい中ご協力いただいた各企業の皆様、最初から最後までどんな意見も否定せず受け入れて私たちを支えてくださった三好先生、本当にありがとうございました。そして、何より一緒に頑張ってきた仲間たちへ。みんなとSTOCKリーグに参加できて良かった。「三人寄れば文殊の知恵」を実感するくらい毎日たくさん意見が出て、たくさんの発見があったね。本当に楽しかったよ、ありがとう。

6. 参考文献

・書籍・雑誌

- 日本経済新聞
- 『日経会社情報 2015秋号』（日本経済新聞社）
- 『感じる言葉 オノマトペ』（角川選書）（株）KADOKAWA 小野正弘著
- 『舟を編む』（株）光文社 三浦しをん著

・参考にしたウェブサイト

- 日本経済新聞電子版<http://www.nikkei.com/>
- Monell Chemical Senses Center <http://www.monell.org/>
- 内閣府男女共同参画局「女性の活躍見える化サイト」
<http://www.gender.go.jp/policy/mieruka/company/mierukasite.html>
- 日本製粉（株）<http://www.nippon.co.jp/>
- （株）日清製粉グループ<http://www.nisshin.com/>
- 日東富士製粉（株）<http://www.nittofujico.jp/>
- 昭和産業（株）<http://www.showa-sangyo.co.jp/>
- 三井製糖（株）<https://www.mitsui-sugar.co.jp/>
- 森永製菓（株）<http://www.morinaga.co.jp/>
- （株）中村屋<https://www.nakamura.co.jp/>
- 江崎グリコ（株）<https://www.glico.com/jp/>
- 井村屋グループ（株）<http://www.imuraya-group.com/>
- カンロ（株）<http://www.kanro.co.jp/>
- 亀田製菓（株）<http://www.kamedaseika.co.jp/>
- カルビー（株）<http://www.calbee.co.jp/index.php>
- 六甲バター（株）<http://www.qbb.co.jp/>
- （株）ヤクルト本社<http://www.yakult.co.jp/>
- B-Rサーティワンアイスクリーム（株）<http://www.31ice.co.jp/>
- 明治HD（株）<http://www.meiji.co.jp/>
- 雪印メグミルク（株）<http://www.meg-snow.com/>
- 日本ハム（株）<http://www.nipponham.co.jp>
- 伊藤ハム（株）<http://www.itoham.co.jp/>
- サッポロHD（株）<http://www.sapporobeer.jp/>
- アサヒグループHD（株）<http://www.asahigroup-holdings.com/>
- 麒麟HD（株）<http://www.kirin.co.jp/>
- コカ・コーラ・イーストジャパン（株）<https://www.ccej.co.jp/>
- （株）伊藤園<http://www.itoen.co.jp/>
- キーコーヒー（株）<http://www.keycoffee.co.jp/>
- 攝津製油（株）<http://www.settsu-seiyu.co.jp/>
- （株）J-オイルミルズ<http://www.j-oil.com/>
- アスクル（株）<http://www.askul.co.jp/>
- キッコーマン（株）<http://www.kikkoman.co.jp/>
- 味の素（株）<http://www.ajinomoto.co.jp/>
- エスビー食品（株）<https://www.sbfoods.co.jp/>
- キューピー（株）<http://www.kewpie.co.jp/>
- ハウス食品グループ本社（株）<http://housefoods.jp/index.html>
- カゴメ（株）<http://www.kagome.co.jp/>
- エバラ食品工業（株）<http://www.ebarafoods.com/>
- （株）ニチレイ<http://www.nichirei.co.jp/>
- 東洋水産（株）<http://www.maruchan.co.jp/index.html>

第16回日経STOCKリーグ：レポートフォーマット（30/30）

- 日東ベスト（株）<http://www.nittobest.co.jp/>
- 日清食品HD（株）<https://www.nissin.com/jp/>
- 太陽化学（株）<http://www.taiyokagaku.com/>
- （株）ロック・フィールド<http://www.rockfield.co.jp/>
- （株）なとり<http://www.natori.co.jp/>
- グンゼ（株）<http://www.gunze.co.jp/>
- 東洋紡（株）<http://www.toyobo.co.jp/>
- 倉敷紡績（株）<http://www.kurabo.co.jp/>
- ニッケ日本毛織（株）<http://www.nikke.co.jp/>
- 帝人（株）<http://www.teijin.co.jp/>
- 東レ（株）<http://www.toray.co.jp/aboutus/>
- （株）クラレ<http://www.kuraray.co.jp/>
- 旭化成（株）<https://www.asahi-kasei.co.jp/>
- 日本フェルト（株）<http://www.felt.co.jp/>
- 日本バイリーン（株）<http://www.vilene.co.jp/>
- アツギ（株）<http://www.atsugi.co.jp/>
- （株）ソトー<http://www.sotoh.co.jp/>
- オーベクス（株）<http://www.aubex.co.jp/>
- （株）ワコールHD<http://www.wacoal.jp/>
- （株）フジックス<http://www.fjx.co.jp/>
- 王子HD（株）<http://www.ojiholdings.co.jp/>
- 日本製紙（株）<http://www.nipponpapergroup.com/>
- 大王製紙（株）<http://www.daio-paper.co.jp/>
- ハビックス（株）<https://www.havix.co.jp/>
- レンゴー（株）<http://www.rengo.co.jp/>
- 古林紙工（株）<http://www.furubayashi-shiko.co.jp/>
- ザ・パック（株）<http://www.thepack.co.jp/>
- （株）イムラ封筒<http://www.imura.co.jp/>
- （株）三菱ケミカルHD<http://www.mitsubishichem-hd.co.jp/>
- 花王（株）<http://www.kao.com/jp/>
- 理研ビタミン（株）<http://www.rikenvitamin.jp/>
- ライオン（株）<http://www.lion.co.jp/ja/>
- オカモト（株）<http://www.okamoto-inc.jp/>
- （株）ノリタケカンパニーリミテド<http://www.noritake.co.jp/>
- マックス（株）<http://www.max-ltd.co.jp/>
- （株）アシックス<http://www.asics.com/jp/ja-jp/>
- ピジョン（株）<http://www.pigeon.co.jp/>
- コクヨ（株）<http://www.kokuyo.co.jp/>
- ナカバヤシ（株）<https://www.nakabayashi.co.jp/>
- （株）オンワードHD<http://www.onward.co.jp/>
- ミズノ（株）<http://www.mizuno.jp/>
- （株）東京ソフール<http://www.soir.co.jp/>
- （株）ゴールドウイン<http://www.goldwin.co.jp/>
- ユニ・チャーム（株）<http://www.unicharm.co.jp/index.html>
- （株）デサント<http://www.descente.co.jp/>
- （株）サンゲツ<http://www.sangetsu.co.jp/>