

Our Way to Innovation



応募区分: 中学部門

チームID: SL700133

チーム名: はとぽっぽの見えざる手

学校名: 豊島岡女子学園中学校2年、3年

メンバー: 佐々木 美怜亜 (リーダー・3年)

竈浦 さくら (3年)

宮木 祐奈 (2年)

指導教諭: 鈴木 健史先生

基礎学習

- 1 モノ（財）やサービスを（生産）し、（流通）させ、（消費）することを経済という。
- 2 経済活動を行う主な主体には、消費の主体である（家計）、生産・流通の主体である（企業）、行政サービスや公共財の提供などを通して一国の経済活動を調整する（政府）がある。
- 3 通貨には、紙幣や硬貨といった（現金通貨）と、預金口座を持っていれば支払いや受け取りができる（預金通貨）とがある。
- 4 我が国の少子高齢化とその影響に関する次の説明文のうち、誤っているものは？（d）
a. 日本の現在の年間出生数は、1985年と比べて約30%減少している。
b. 日本の人口は2008年をピークに減少傾向が続いている。
c. 少子高齢化による商品市場への影響にはプラスとマイナスの両面がある。
d. 生産年齢人口の減少により、日本全体の医療費の支出も減少する。
- 5 「女性が活躍する社会」に関する次の説明文のうち、誤っているものは？（b）
a. 「女性活躍推進法」では、女性の職業生活における活躍推進のために、事業者だけではなく、国や地方公共団体の責務が明確にされた。
b. 女性の労働力率を向上させるには、男女による役割分担を固定するのがよい。
c. 女性が活躍する社会の実現には、子育て支援などの対策が重要となる。
- 6 グローバル化の進展に関する次の説明文のうち、正しいものは？（b）
a. グローバルな課題への対応は、課題ごとに設置された各国際機関が取り組んでおり、一般の市民が果たす役割は少ない。
b. 先進国の企業が発展途上国に工場を建設した場合、途上国には雇用の創出や技術移転などの様々なメリットがある。
c. 貿易が自由化され、安い輸入品が国内に入ってくることは、消費者にとっても国内の生産者にとってもメリットになる。
d. グローバル化の進展による影響は、経済以外の分野ではあまり見られない。
- 7 2つ以上の国や地域間で締結する貿易などに関する協定としては、自由貿易を促進する（FTA）と、これにとどまらず知的所有権や労働力の移動などより幅広い分野での協力を規定する（EPA）がある。アメリカのトランプ政権が離脱を決定した「環太平洋経済連携協定（TPP）」は（EPA）の一つである。

- 8 GDP（国内総生産）に関する次の説明文のうち、正しいものは？ （ a ）
- a. GDPとは、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の合計額をさす。
 - b. GDPには、国内で働いている外国人の生み出した所得は含まれない。
 - c. GDPには名目GDPと実質GDPとがあり、常に、物価の変動分を反映させた実質GDPよりも名目GDPが上回っている。
 - d. GDPは国全体の経済規模を示す指標であり、国民一人あたりのGDPで比較することは意味がない。
- 9 ある商品の価格が上がれば需要量が減り、価格が下がれば需要量が増えることを（ 需要の法則 ）、ある商品の価格が上がれば供給量が増え、価格が下がれば供給量が減ることを（ 供給の法則 ）という。つまり、市場経済では、（ 価格 ）が消費者と生産者の行動に対するインセンティブとして機能している。
- 10 お金を貸し借りする「金融」の形態としては、借り手が貸し手から直接お金を融通してもらう（ 直接金融 ）と、銀行などの金融機関が仲介して貸し手と借り手を間接的に結びつける（ 間接金融 ）とがある。
- 11 日本の株主が企業の株式を所有する目的の組み合わせとして正しいものは？ （ b ）
- a. インカムゲイン — キャピタルゲイン — 元本保証
 - b. インカムゲイン — キャピタルゲイン — 株主優待
 - c. インカムゲイン — 為替差益 — 株主優待
- 12 株式を購入することは、その企業を資金面で応援することであり、株式投資は（ 社会参加 ）の一つの方法といえる。
- 13 株式投資や金融商品購入などのリスクに関する次の説明文で、誤っているものは？ （ c ）
- a. 銀行預金などの安全性の高い金融商品は、一般に株式投資に比べ収益性が低い。
 - b. 株式をはじめとする金融商品の主なリスクには、価格変動、為替変動、金利変動、信用リスク、カントリーリスクなどがある。
 - c. 安全性が高く収益性の高いローリスク・ハイリターンの金融商品を勧められたら、無理をしてでも購入しておく方がよい。
 - d. 投資に関わるリスクを減らす方法には、投資先を分散させることや、時間を分散して投資することなどがある。

要項

私達が今回日経 STOCK リーグに参加するにあたり注目したのは、「**今後日本の企業はどうやって成長し、どのような役割を担っていくのか**」ということである。近年日本経済は停滞し、投資家たちは海外の企業に目を向け始めている。そんな中で、日本企業が成長できる道はあるのだろうか。その問いに、私達が出した答えは「**イノベーション**」である。イノベーションは漠然とした概念であるが、私達はこれを「**消費者の潜在的な欲求に応え、他社と一線を画す製品・サービス・市場の開拓を意識的かつ積極的に行うこと**」と再定義し、日本の未来を創造するイノベーションをしている企業に投資することにした。

目次

基礎学習	…1～2 ページ
要項・目次	…3 ページ
1. はじめに	…4 ページ
2. 投資テーマの決定と考察	
2-1 投資テーマの決定	…4 ページ
2-2 イノベーションの定義と理想	…5 ページ
2-3 イノベーションに必要な要素	…5～6 ページ
3. ポートフォリオの構築	
3-1 スクリーニングの概要	…7 ページ
3-2 第1スクリーニング	…7～8 ページ
3-3 第2スクリーニング	…8～9 ページ
3-4 第3スクリーニング	…9～10 ページ
3-5 スクリーニング通過企業	…11 ページ
3-6 私達のポートフォリオ	…12 ページ
4. 私たちの投資企業	
4-1 投資企業の紹介	…12～19 ページ
4-2 株価の変動	…19～21 ページ
5. 企業訪問～GMO ペパボを訪ねて～	…22～23 ページ
6. 投資家へのアピール	…24～25 ページ
7. 日経 STOCK リーグを通して学んだこと	
7-1 イノベーションについて	…26 ページ
7-2 株式投資について	…27 ページ
7-3 社会全体について	…27 ページ
8. 終わりに	…28 ページ
9. 参考文献	…29 ページ

1. はじめに

本論に入る前に、私達のチームと目標について述べたいと思う。私達は2017年5月、私達の学校では珍しい、学年混合のグループを結成した。この背景には佐々木が昨年度、別のメンバーと日経STOCKリーグに参加した際の反省がある。昨年度、入賞作品に選んで頂いたことは嬉しかったのだが、メンバー全員が忙しく、納得のいく作品が作れなかったという後悔があった。そのため、今年度はじっくり時間を割いて話し合えるメンバーで参加したいと思い、新しい友人や後輩に声をかけ、今回のチームの結成に至った。昨年のメンバーはもともと仲が良く、性格や考え方も似ていたため、テーマもすぐにきまったのだが、多様なメンバーのいる今年のグループでは、テーマの決定だけに約1か月を費やすことになった。

それに焦りを感じたこともあったが、私達は逆に、このメンバーだからこそ達成できる目標を掲げた。それは、「**人と違うレポートを創る**」ことである。これは後に述べる私達のテーマとも深くかかわってくるが、学年、部活、文系理系、趣味、すべてが入り混じったこの3人にしか創れないレポートを書くこと。この目標の達成を目指し、私達はプロジェクトに取り掛かった。

2. 投資テーマの決定と考察

2-1 投資テーマの決定

その後、話し合いを続けていくうちに、テーマを決める方向性として、日本企業の成長を支えるものにしたい、という意見で一致した。そこで、日本の経済と企業について調べてみたところ、興味深いデータが見つかった。スイスのビジネススクールIMDによると、2017年の日本の国際競争力は世界で27位であり、欧米の先進国のみならず、中国、台湾、マレーシアなどのアジア諸国や、先進国の部類には属さない東欧諸国にも大幅に後れを取っているのである。このアジア諸国に日本が及ばない理由を企業関連で一つ上げるとすれば、価格競争に勝てないという点ではないだろうか。日本の人件費を下げることは現実的ではなく、この課題への解決策はいまだ見つかっていない。

そこで私達が、日本企業が今後成長するために必要だと考えたのが、「**イノベーション**」である。世界の一流企業はみな一般的にイノベーションと呼ばれる革新的なビジネスを行っているのだ。海外には、私たちの常識を覆し世界各国でヒットするアイデアを考えだしている企業が沢山ある。価格が高く、手間もかかるのに需要が高い製品として、有名な例を挙げると、Apple社のiPhoneなどがある。iPhoneといえば、今から9年ほど前に世界に衝撃を与え、今もなお進化し続けて高いブランド力を保っている製品である。一方で、日本でも優れた技術力を持つ企業は多いが、「誰の目から見ても新しく新鮮」なものを作り出している企業はあまりないように思われる。とすれば、非価格競争で戦っていかなければならない日本に必要なのは、このイノベーションを起こす力ではないだろうか。この意見が出た後、私達は自主学習を進め、最終的に今、社会で求められているイノベーションをもっと深く掘り下げ、**日本の未来を創造できるイノベーション**を投資テーマとすることに決めた。

2-2 「イノベーション」の定義と理想像

第1章で述べたように、投資テーマをイノベーションに決定した私たちは、その定義について考察することにした。イノベーションの定義は明確には定まっていないが、一般的には「技術革新」などと訳されることが多い。また、経済学者シュンペーターによれば、イノベーションは新製品の開発、生産技術の革新、新市場の開拓、新資源の獲得、組織の改革の5つの要素を持っているという。私達はこのような一般論に加え、自分たちならではの視点も織り交ぜ、私達の目指すイノベーションについて考えた。

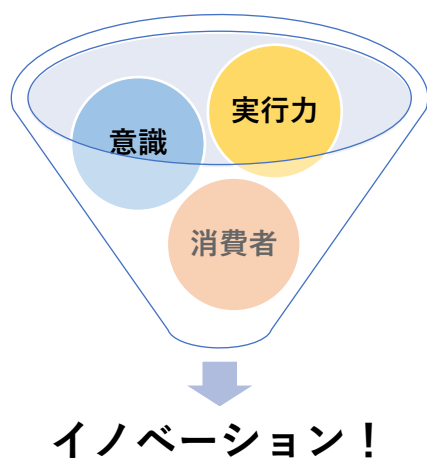
まず初めに私達は、イノベーションの実現のために、(図1)に表す三つの要素が不可欠だと考えた。

一つ目は、**消費者との関わり**を大切にするることである。というのも、私達の最終的な目標は、「日本企業の成長」であり、人々の心に訴えるイノベーションをすることである。そのためには技術という点のみならず、様々な点で他社と異なっていることが重要である。そして、消費者へのインパクトという点においても優れていなければならない。例えば、スティーブ・ジョブズは、コンピューターの中身のみならず、外見をなるべくシンプルで斬新なデザインにすることにこだわりを持っていたという。これは、消費者の表層的なニーズ(=当時求められていたのは性能の高さであった)に応えることはもちろんだが、「格好いいコンピューターが欲しい」という、声には出されない潜在的な欲求にも応え、予想を良い意味で裏切ることの必要性を表した良い例である。消費者の潜在的な欲求に応えるには、消費者や世界と常に関わり、世界が何を求めているのかを考えることが重要である。

二つ目は、社内で常に「**イノベーション**」を**意識すること**である。ただ、より良いものを作ろうとするだけでは、斬新なアイデアは出てこないと思われるので、自社の強みを理解し、他社と異なる長所を伸ばそうと試みる必要がある。また、イノベーションの一要素として新市場の開拓は欠かせないため、現在専門としていない分野・市場に対しても、常にオープンな姿勢を保ち、新しい意見を積極的に取り入れていくべきだ。

三つ目は**実行力があること**である。日本企業はリスクを恐れ、新しい事へ挑戦しない傾向にあるうえ、現場に立つリーダーの独創性が足りていないことが多い。二つ目の意識とも関わることであるが、リーダーに実行力がなければ新しい製品は生まれないのではないだろうか。私達は、実行力と独創性を兼ね備え、他者の意見に耳を傾ける能力がイノベーションを支えると考えた。

(図1)



以上の考察をまとめると、私達の目指すイノベーションとは「**消費者の潜在的な欲求に応え、他社と一線を画す製品・サービス・市場の開拓を意識的かつ積極的に行うこと**」である。これを行うことで、日本企業は新しい未来を切り拓くことができるのではないだろうか。

2-3 イノベーションに必要な要素

目指すイノベーション像が決まり、ただの「イノベーション」よりは具体的なテーマとなったが、このままでは企業のどこを評価すればよいのかわかりにくい。そこでイノベーションの実現に必要な要素について、細かく考える際に参考にしたのが、トム・ケリー&ジョナサン・リットマンの『イノベーションの達人！発想する会社を作る 10 の人材』（早川書房・2006）という本である。この本では、企業のイノベーションに必要だとされる 10 種類の人材を 3 つのグループに分けて解説している。

その 10 人のキャラクターの概要は下の（表 1）にまとめた通りだが、私達はこのキャラクターを今回は人材としてではなく、企業の能力と考え、目指すイノベーションに必要な要素を考えた。技術革新という意味でのイノベーションを表すのであれば、実験者やハードル選手のイメージがわくかもしれない。ただし、「消費者の潜在的な欲求に応える」という点においては、人類学者が情報収集の手段として重宝され、出来上がった製品を消費者に提供する際には第 3 のグループの 4 人が求められる。「市場の開拓」という観点から見れば、様々な分野を織り交ぜて新しいニーズを作り出す、花粉の運び手やコラボレーターが活躍する。そして、会社全体を積極的にイノベーションを行う方向に誘導するためには、行動力のある監督の存在が不可欠だ。

（表 1）

イノベーションに必要な 10 の人材・能力		
情報収集をする	人類学者	観察する
	実験者	プロトタイプを作成する
	花粉の運び手	異なる分野の要素を導入する
土台を作る	ハードル選手	障害物を乗り越える
	コラボレーター	横断的な解決法を生み出す
	監督	人材を集め、調整する
イノベーションを実現する	経験デザイナー	説得力のある顧客体験を提供する
	舞台装置家	最高の環境を整える
	介護人	理想的なサービスを提供する
	語り部	ブランドを培う

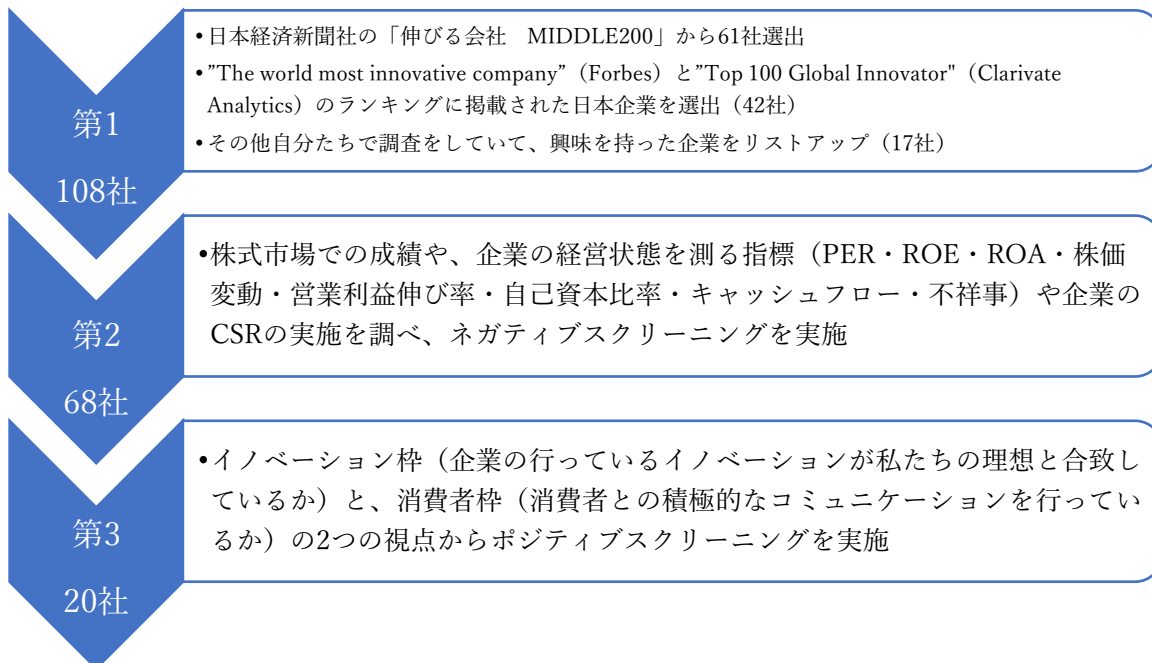
さらに、私達はもう 1 人のキャラクターをここに加えることにした。それは、「**クレイジーな人**」である。これは、私達にとって最も身近なイノベーションを行った、スティーブ・ジョブズ氏の言葉から思いついたものである。“The people who are crazy enough to think that they can change the world, are the ones who do.（自分が世界を変えられると信じているほどクレイジーな人こそが、本当に世界を変えられる）”という言葉は、まさに日本でイノベーションの事例が少ない理由を的確に言い表している。日本には、そういう「クレイジーな人」が多くないのだ。

ここまで、私達はイノベーションの必須要素として、11 人のキャラクターを挙げた。これらの能力を持つ企業なら、きっと日本の未来を創っていけると確信した私達は、以上で考察した内容を本レポートでの「私達の理想のイノベーションの定義」とし、これをもとに企業のスクリーニングを行うことにした。

3. ポートフォリオの構築

3-1 スクリーニングの概要

私達は、以下の第1～第3スクリーニングを用いてポートフォリオを構築した。（第1スクリーニングで企業の合計数が合わないのは、複数のランキングで重複した企業があったため。）



3-2 第1スクリーニング

「イノベーション」という言葉は、先述した通り一般的には定義もあいまいであり、この言葉をキーワードに企業をリストアップするのは困難である。そこで、私達は以下の3つの方法を使って企業を選出することにした。

○ 「伸びる会社 MIDDLE200」(日本経済新聞社) のランキングの利用

これは日本経済新聞社が新興市場に上場する中堅企業の成長力ランキングを調べたもので、テーマはイノベーションではないが、イノベーションは中小企業にも大きな可能性を与えると考えたので利用した。

この際、100人にアンケートを行い、「現在イノベーションが盛んだと思う業種」と「今後イノベーションが必要だと思われる業種」を調査したところ、前者は1位自動車関連 (20票)、2位電子機器 (19票)、3位IT関連 (16票) となり、後者は1位電子・精密機器 (15票)、2位医薬品 (14票)、3位サービス業 (12票) となった。

そこで私達はランキングから、「電機・精密・機械」「医薬品」「IT」「外食・サービス」の4業種のうち、上位20社 (20社未満の業種はすべて) を選出した。

○ 世界的指標の利用

私達の元々の目的が、世界を相手に戦える日本企業に投資することなので、世界的な指標を用いたいと思い、“The world most innovative company” (Forbes) と “Top 100 Global Innovator” (Clarivate Analytics) というアメリカの2つのランキングに掲載された日本企業全てをリストアップした。

○ その他

その他にもイノベーションに関連する企業を調べ、特に興味深かった企業を 17 社選出した。

以上の方法によりスクリーニングを行ったところ、第 1 スクリーニング突破企業は 108 社となった。
(選出した企業は 11 ページに示す。)

3-3 第 2 スクリーニング

初めに株式市場での成績や経営状態など、財務的視点・社会的視点からスクリーニングを行い、以下の指標を用いて、25 点満点で採点した。

○ PER

PER は (株価 ÷ 一株当たりの利益) の値で、株価の割安性を表す。

PER	～10 倍	10～20 倍	20～30 倍	30 倍～
得点	3 点	2 点	1 点	0 点

○ ROE (株主資本利益率) + ROA (総資本利益率)

ROE は (純利益 ÷ 純資産) の値 (%), ROA は (純利益 ÷ 総資産) の値 (%) で、どちらも資本をいかに効率よく利益につなげられているかを表す。どちらか一つでは判断材料として限界があるため、2 つの和を用いて採点した。

ROE + ROA	7%～	5～7%	3～5%	～3%
得点	3 点	2 点	1 点	0 点

○ 株価チャート

過去 10 年の間 (創業 10 年以内の企業は創業以来) の株価の動きを見た。

推移	大きく上昇	上昇傾向	横ばい	下降傾向	大きく下降
点数	4 点	3 点	2 点	1 点	0 点

○ 営業利益伸び率

2016 年 → 2017 年で営業利益が何%伸びたかを計算した。

伸び率	75%～	45～75%	15～45%	－15～45%	～－15%
点数	4 点	3 点	2 点	1 点	0 点

○ 自己資本比率

企業の総資本に占める自己資本の割合を表す。安定性を確保するため採用した。

基準との差	40%～80%	80%～	20%～40%	～20%
得点	3 点	2 点	1 点	0 点

○ キャッシュフロー

企業の資本の流れを表す。営業プラス、投資マイナス、財務マイナスの状態を基準とし、基準と符号の違うものの個数を調べて採点した。

基準との差	すべて同じ	1つ違う	2つ違う	3つ違う
得点	3点	2点	1点	0点

○ 不祥事

過去10年間（創業10年以内の企業は創業以来）の不祥事を調べ、社員個人による不祥事だが企業の名前が出てしまった企業は1点、企業全体としての不祥事が見受けられた企業は3点減点した。

○ CSR（企業の社会的責任）

今後成長を続け、また社会での認知度を上げるためにCSRは欠かせないと考え、ホームページ上にCSR活動の内容が公開されている企業に5点を加点した。

以上の基準により、第1スクリーニングを突破した108社のうち、11点以上となった68社を第2スクリーニング突破企業として選定した。

3-4 第3スクリーニング

最後に、「イノベーションについて（55点）」と、「消費者との関わりについて（10点）」に加え、私達メンバーの想いを反映させるため、推薦点（10点）も利用し、75点満点で第3スクリーニングを行った。この際、第2スクリーニングを突破した企業68社全社に、イノベーションに対する認識と取り組みなどに関するアンケートを送り、お返事を頂いた8社に関してはその内容、お返事を頂けなかった企業に関してはホームページ上などの情報をもとに、以下の基準で採点した。

○ イノベーションについて

➤ イノベーションに関する認識と意欲について（20点）

企業の考えるイノベーションの定義や認識が、私達の理想と合致しているか、イノベーションによって企業を成長させたいという意欲が伝わってくるかなどを総合的に判断し採点。基準は第2章で述べた私達の目指すイノベーションにどれほど合致しているかで採点。

➤ イノベーションに関連する取り組みについて（20点）

企業がイノベーションを意識して行っている事業・取り組みがあるかどうかを調べ、その斬新さや社会への貢献度を調べて採点。基準は第2章で述べた私達の目指すイノベーションにどれほど合致しているかで採点。

➤ 企業理念（10点）

企業理念として、イノベーションを意識的に掲げているかを評価。

➤ 新事業の展開（5点）

企業が常に新しい事業に目を向け、新事業の展開を試みていれば5点を加点。

○ 消費者との関わり

➤ 消費者とのコミュニケーション (5 点)

消費者とのオンラインコミュニケーションツールの有無や、イベント・アンケートの実施などを調べ、相対的評価を行った。

➤ 消費者への対応 (5 点)

一般消費者への対応の違いを図るため、私達がアンケートをお願いした際の、返信・回答の有無を採点した。(返信があれば+2 点、アンケートへの回答があれば+5 点)

○ 私達の推薦企業 (10 点)

私達が調査をするにあたって、この企業のイノベーションは素晴らしいと感じた企業を 1 人当たり 2 社選び、推薦点 10 点を加点した。以下に、私達が加点した企業を記す。(なお、企業の詳しい説明は 12 ページ以降を参照。)

➤ JINS (3046) By 佐々木

パソコンの利用者が増えていることに注目し、有害なブルーライトから目を守るブルーライトカットレンズメガネを販売し、メガネを必要としていなかった人を販売対象にしたり、今まで人々が感じていたメガネの煩わしさを減らす工夫をしているから。

➤ バルニバービ (3418) By 佐々木

飲食店業というイノベーションが一見難しい分野において、他の店では味わえない独特な雰囲気を作り上げることに力を入れており、斬新な発想を最大限利用しようとする姿勢がみられるから。

➤ 富士通 (6702) By 竈浦

“お客様を起点” にソリューションを考え“お客様の視点で動き”、“お客様の信頼に応える”ことを基本姿勢としている点に好感を持ったから。

➤ マキタ (6586) By 宮木

主に電動工具という 1 分野において、高齢者の多い園芸業界の業務を豊かな発想の機械で手助けし、業界全体における発展に大きく貢献していると思ったから。

➤ 三菱重工 (7011) By 宮木

人工衛星の打ち上げやロケットの研究開発などとともに身近な飛行機の部品等も製造しており、未だに不明な点の多い宇宙や航空業界に対する研究を引っ張っていっているように感じられるから。

➤ CYBERDYNE (7779) By 竈浦

これから高齢化社会が現在以上に進行し、介護される人もする人も増えていくうえで、それを補助する介護用ロボットは需要が増加すると思われるから。

以上の基準により、第 2 スクリーニングを突破した 68 社のうち、29 点以上となった 20 社を第 3 スクリーニング突破企業として選定した。

3-5 スクリーニング通過企業

以下(表2)に第1スクリーニングで選出した企業108社を掲載する(太字になっている企業が第2スクリーニング通過企業、色がついている企業が第3スクリーニング通過企業)。

(表2) 左から証券コード、銘柄名、第2スクリーニング得点、第3スクリーニング得点

2138	クルーズ	14	15	4572	カルナバイオサイエンス	4		6628	オンキヨー	7	
2160	ジーエスアイグループ	6		4575	キャンバス	4		6629	テクノホライゾンHD	17	6
2193	クックパッド	10		4576	デ・ウエスタン・セラピテクス研究所	7		6633	C&G システムズ	17	14
2406	アルテサロンHD	12	27	4579	ラクオリア創薬	7		6645	オムロン	19	40
2484	夢の街創造委員会	10		4582	シンバイオ製薬	5		6677	エスケーエレクトロニクス	19	4
2593	伊藤園	19	55	4583	カイオム・バイオサイエンス	1		6701	日本電気工業	7	
2928	RIZAP グループ	12	27	4584	ジーンテクノサイエンス	2		6702	富士通	15	30
3046	JINS	17	61	4585	UMN ファーマ	1		6723	ルネサスエレクトロニクス	17	27
3063	ジェイグループHD			4586	メドレックス	6		6724	セイコーエプソン	14	46
3069	アスラポート・ダイニング	14	0	4588	オンコリスバイオファーマ	1		6752	パナソニック	12	25
3133	海帆	4		4591	ビボビッグ	2		6758	ソニー	9	
3223	エスエルディー	4		4592	サンバイオ	4		6861	キーエンス	18	26
3329	東和フードサービス	11	4	4593	ヘリオス	5		6869	シスメックス	14	41
3418	バルニバービ	11	57	4661	オリエンタルランド	15	5	6954	ファナック	13	13
3633	GMO ペパボ	11	29	4755	楽天	10		6971	京セラ	17	28
3653	モルフォ	7		4901	富士フイルム	12	25	6988	日東電工	18	44
3665	エニグモ	15	5	4978	リブロセル	4		7011	三菱重工業	12	54
3674	オークファン	13	5	5108	ブリヂストン	21	20	7012	川崎重工業	11	15
3690	ロックオン	8		5401	新日鐵住金	14	26	7201	日産自動車	15	19
3692	FFRI	5		5406	神戸製鋼所	8		7203	トヨタ自動車	15	40
3697	SHIFT	11	6	5802	住友電気	15	28	7259	アイシン精機	17	5
3776	ブロードバンドタワー	8		6030	アドベンチャー	12	0	7267	本田技研工業	18	20
3782	ディー・ディー・エス	13	5	6072	地盤ネットHD	14	30	7309	シマノ	15	19
3824	メディアファイブ	15	5	6173	アクアライン	4		7733	オリンパス	10	
3825	リミックスポイント	8		6239	ナガオカ	8		7751	キヤノン	14	10
3830	ギガプライズ	13	11	6249	ゲームカード・ジョイコHD	14	6	7774	ジャパン・ティッシュ・エンジニアリング	12	25
3836	アバント	15	0	6264	マルマエ	11	15	7779	CYBERDYNE	12	30
3856	Abalance	12	26	6301	小松製作所	14	32	7951	ヤマハ	17	36
3857	ラック	12	25	6367	ダイキン	17	16	7984	コクヨ	20	55
3915	テラスカイ	11	10	6473	ジェイテクト	17	5	8113	ユニ・チャーム	16	4
3917	アイリッジ	5		6501	日立製作所	15	26	9020	東日本旅客鉄道	17	10
4004	昭和電工	14	19	6502	東芝	5		9432	日本電信電話	17	26
4063	信越化学工業	17	15	6506	安川電機	14	45	9433	KDDI	17	16
4288	アズジェント	8		6586	マキタ	17	34	9532	大阪ガス	14	23
4563	アンジェス MG	6		6625	JALCO HD	8		9983	ファーストリテイリング	11	48
4564	オンコセラピー・サイエンス	7		6627	テラプロープ	11		9984	ソフトバンク	16	54

3-6 私達のポートフォリオ

私達は、以上選定した第3スクリーニング通過企業20社を投資先と定め、得点の比率と近い比率で500万円を分配し、投資することにした。以下に私達のポートフォリオを示す。

ポートフォリオ名：Innovative Companies～Be Unique, Be Creative～

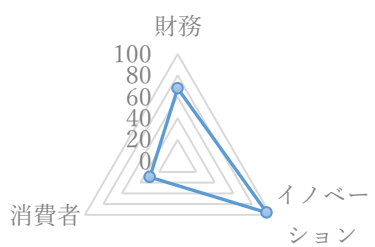
(表3)

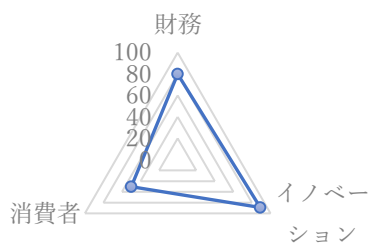
証券コード	企業名（銘柄名）	得点	購入金額（円）	構成比（％）
2593	伊藤園	74	322,245	6.44
3046	JINS	78	348,600	6.97
3418	バルニバービ	68	284,229	5.68
3633	GMO ペパボ	40	170,346	3.41
6072	地盤ネット HD	44	186,208	3.72
6301	小松製作所	46	197,344	3.95
6506	安川電機	59	246,750	4.94
6586	マキタ	51	220,430	4.41
6645	オムロン	59	247,680	4.95
6702	富士通	45	197,075	3.94
6724	セイコーエプソン	60	258,210	5.16
6869	シスメックス	55	231,930	4.64
6988	日東電工	62	263,280	5.26
7011	三菱重工業	66	282,762	5.65
7203	トヨタ自動車	55	232,716	4.65
7779	CYBERDYNE	42	207,200	4.14
7951	ヤマハ	53	226,350	4.72
7984	コクヨ	75	321,177	6.42
9983	ファーストリテイリング	59	253,800	5.08
9984	ソフトバンク	70	218,155	4.36

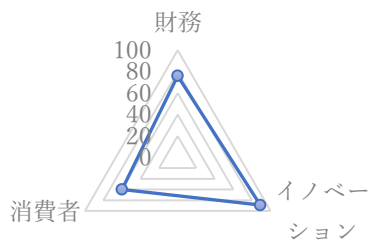
4. 私たちの投資企業

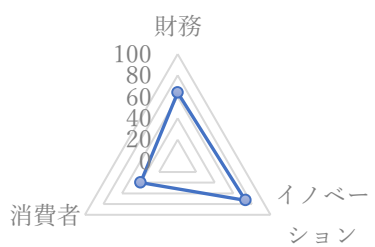
4-1 投資企業の紹介

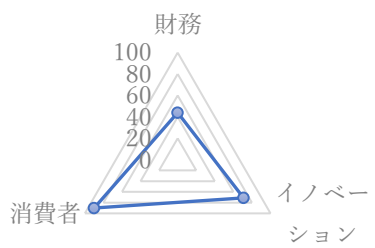
上記に私達のポートフォリオを掲載したが、ここでは1社ずつの事業内容と、イノベーションについて概要を得点順に説明する。なお、左下のレーダーグラフは「財務」が第2スクリーニングの得点率を、「成長性」が第3スクリーニングのうちの成長性分野の得点率を、「イノベーション」が第3スクリーニングのうちのイノベーション分野の得点率を表している。

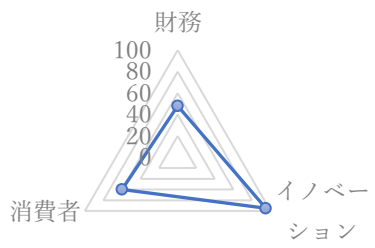
3046	JINS (78 点)		
第 2 スクリーニング	17 点	第 3 スクリーニング	61 点
「今までのメガネの常識を変えた会社。」近年、PC の利用が増え、それとともに PC によるブルーライトが目にもたらす悪影響が心配されているが、JINS はこのブルーライトをカットできる PC 作業用メガネを発売し、メガネが不要な人にメガネを売る、という新しい試みを始めた。また、メガネは作りに行ってから数日後にまた取りに行かなければならないという煩わしさを覆し、注文後 30 分でメガネが作れるというのも魅力だろう。			

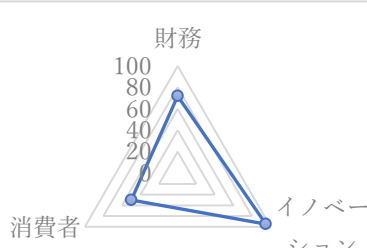
7984	コクヨ (75 点)		
第 2 スクリーニング	20 点	第 3 スクリーニング	55 点
コクヨのイノベーションは、一つ一つは小さくても、斬新なアイデアで消費者を惹きつけているのが特徴だ。針のないホチキス「ハリナックス」や「さらさら」「しっかり」の書き心地を選べるルーズリーフ等が代表例である。また、オープンイノベーションプラットフォーム「Wemake (ウィーメイク)」を利用し、ユーザーとの共同開発も行っており、消費者の隠れたニーズに応えるという意味で、最良のイノベーションといえるだろう。			

2593	伊藤園 (74 点)		
第 2 スクリーニング	19 点	第 3 スクリーニング	55 点
伊藤園では「茶ッカソン」と呼ばれる IT イベントが行われているが、これは「志のある人たちが集まり、お茶をたしなみながら、コミュニケーションを高め、イノベーションを生み出す場」としてシリコンバレーで行われたのが始まりである。このイベントにより、アメリカの一見緑茶にはなじみのない IT 産業の先端地域で「お〜い、お茶ブーム」がもたらされた例は、日本企業ならではの成果だったといえるだろう。			

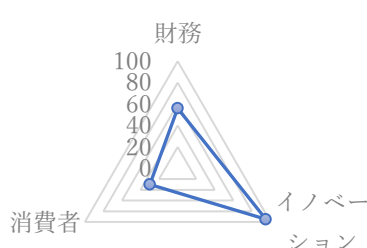
9984	ソフトバンク（70 点）		
第 2 スクリーニング	16 点	第 3 スクリーニング	54 点
ソフトバンクの行った身近なイノベーションとして有名なもの 1 つが「Pepper」である。一般向けのみならず、法人向けの「Pepper for Biz」も 2015 年から販売され、現在では様々な店舗で、ロボットが接客業務を担当している。また、利用者の生活パターンを分析し、最適なタイミングで広告を表示できるモバイル広告を作り出すため、シナラ・システムズと共同開発を行うなど、オープン・イノベーションも盛んに行っている。			

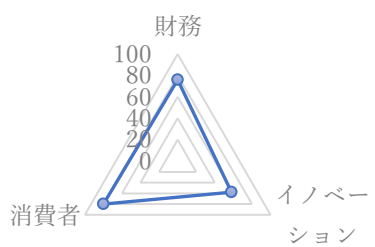
3418	バルニバービ（68 点）		
第 2 スクリーニング	11 点	第 3 スクリーニング	57 点
人の求める店の姿を形にする飲食店経営を手掛ける。同系列の店舗でも、地域に住む人々やロケーションの特長を生かし、画一的なチェーン店にはない空気感とおもてなしにこだわることで、1 店 1 店の個性を楽しむことができる。食はデザインとともに世に出るものという認識をし、ロゴやインテリアなど、すべてのデザインを自社で行うなど、バルニバービとしての独自性も高く、他の飲食店とは一線を引くサービスに努めている。			

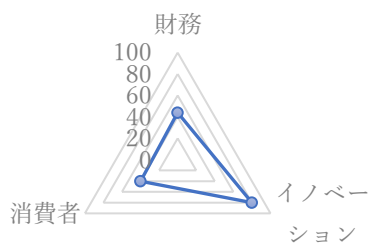
7011	三菱重工業（66 点）		
第 2 スクリーニング	12 点	第 3 スクリーニング	54 点
国内外の約 300 社からなる三菱重工グループの中心企業で、エネルギー開発や航空・宇宙開発、産業機械や防衛など幅広い分野で活躍している。2016 年 4 月には、技術とマーケティング、調達などの機能を横断的に融合させた「シェアードテクノロジー部門」が発足し、さらなる研究開発が進められている。また、2017 年 10 月には準天頂衛星「みちびき 4 号機」の打ち上げにも成功している。			

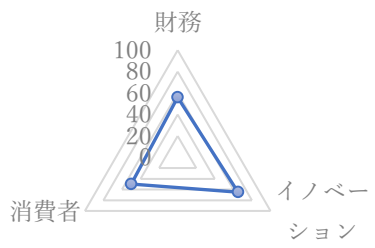
6988	日東電工（62 点）		
第 2 スクリーニング	18 点	第 3 スクリーニング	44 点
包装材料や半導体関連材料などを主に製造している三和グループ傘下の会社で、海外売上比率は7割を超えている。2017年10月には「Nitto・慶應義塾大学 光ケーブル共同研究センター」を開設し、プラスチック光ケーブル事業への参入を果たした。さらに、東北事業所とアメリカの日東電工アビシアの二つを拠点として、核酸医薬の少量合成サービス(OliGrow® Japan)も行っている。			

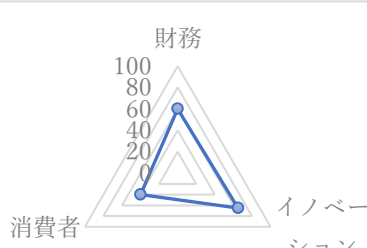
6724	セイコーエプソン（60 点）		
第 2 スクリーニング	14 点	第 3 スクリーニング	46 点
プリンターや情報関連機器、半導体等の電子デバイス部品の製造を行っている。「セイコーグループ中核3社」の一つとされ、時計の開発・生産も行っている。インクジェット、ビジュアル、ウェアラブル、ロボティクスの四つの領域でのイノベーションを目指している。また、時計技能競技全国大会や技能五輪国際大会などでは毎年数多くの社員が入賞をしており、受け継がれてきた高い技術力が証明されている。			

6506	安川電機（59 点）		
第 2 スクリーニング	14 点	第 3 スクリーニング	45 点
グループ経営理念を“その事業の遂行を通じて広く社会の発展、人類の福祉に貢献すること”に定め、モーションコントロールやロボット事業、システムエンジニアリングなどの将来性のある事業を主に行っている。中でもインバータ事業は大型空調やエスカレータ・エレベータなどの社会インフラで使われ、省エネに貢献している。			

6645	オムロン (59 点)		
第 2 スクリーニング	19 点	第 3 スクリーニング	40 点
センシング&コントロール技術を核とした健康機器や環境製品を主に展開する「オムロングループ」の中核企業の役割を担っている。主に個人向けには血圧計などのホームヘルスケア製品、法人向けには制御機器等を扱っている。また、2014 年からは制御技術を生かし卓球ロボットの開発も行っており、2017 年 10 月には卓球メダリストの水谷隼選手と対決している。			

9983	ファーストリテイリング (59 点)		
第 2 スクリーニング	11 点	第 3 スクリーニング	48 点
ユニクロは今までのアパレルブランドとはまったく異なる LifeWear（高品質でファッション性があり、着心地が本当に良い服）という、世界唯一の新しいカテゴリーの服を追求し続けている。また、高質経営を図り、パート・アルバイトの従業員を積極的に正社員に登用したり、店長ではなく個々の販売員が主役となる参加型チームマネジメントへの転換を行ったりと、ホスピタリティ溢れるサービスの提供を目指している。			

6869	シスメックス (55 点)		
第 2 スクリーニング	14 点	第 3 スクリーニング	41 点
臨床検査機器、試薬、ソフトウェアを開発していて、2015 年 10 月には研究開発の中核拠点「テクノパーク」内に、患者一人一人に最適な治療をはかる個別化医療の実現に向けてオープンイノベーションラボ（略称；SOLA）を設立している。また、2017 年だけでも全国発明表彰発明賞、文部科学大臣表彰開発部門科学技術賞の 2 つの賞を受賞しており、その技術力は高く評価されているといえるだろう。			

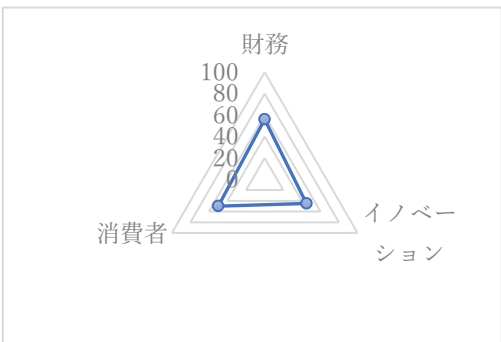
7203	トヨタ自動車 (55 点)		
第 2 スクリーニング	15 点	第 3 スクリーニング	40 点
トヨタグループの中核企業である自動車メーカー。人工知能技術の研究・開発拠点である TOYOTA INSTITUTE,INC. (TRI) では、シリコンバレーのイノベーターと協業して、オープンイノベーションに取り組んでいる。2017 年日本自動車耐久品質調査ではブランド別ランキング一位であり、2016 年には自動車世界トップシェアを獲得している。ダイハツ工業と日野自動車の親会社でもある。			

7951	ヤマハ (53 点)		
第 2 スクリーニング	17 点	第 3 スクリーニング	36 点
ピアノを筆頭とした楽器、音楽ソフトやバイク、電子デバイスなどを手掛けている。特に音声ソフト「VOCALOID」は好きな楽曲をソフトに歌わせることができ、オリジナル曲も沢山生まれるなど国内外で人気が高い。ピアノ教室なども行っていて、音楽界での知名度は非常に高い。音楽による福祉イノベーションの一環として、地域で活躍できる音楽スペシャリストの育成なども行っている。			

6586	マキタ (51 点)		
第 2 スクリーニング	17 点	第 3 スクリーニング	34 点
総合電動工具メーカーとして、充電式を含む電動工具、木工機械、エア工具、園芸工具などを主に製造・販売している愛知県の会社。新製品の開発も積極的に行っていて、国交省新技術情報提供システム (NETIS) の登録製品や、環境に配慮した製品も生み出されている。更に、業務清掃用の集じん機やリチウムバッテリーなど、幅広い分野の商品を扱っている。製品の生産・販売の 80%以上を海外で行っている他、留学生雇用にも力を入れている。			

6301	小松製作所（46 点）		
第 2 スクリーニング	14 点	第 3 スクリーニング	32 点
小松製作所では、イノベーションを「お客さまの現場により深く関わり、販売代理店やサプライヤーなどのパートナーと協力して、商品・サービスの領域に加え、工事（施工）などお客さまの事業そのものを効率化するソリューションの領域で新しい価値を創造し、お客さまに提供すること」と定義しており、オープン・イノベーションを目標に掲げて研究を行って、他団体との協力も推進するなど、幅広い分野での成長を目指している。			

6702	富士通（45 点）		
第 2 スクリーニング	15 点	第 3 スクリーニング	30 点
「Best Solution & Best Partner」をコーポレートメッセージとし、“お客様を起点”にソリューションを考え“お客様の視点で動き”、“お客様の信頼に応える”ことを基本姿勢としている。また、病院で主に使用される Wi-Fi を利用した IP 電話を開発したり、スマートフォンの電池持ち問題を解決する技術を開発したりするなどして、顧客のニーズに応えている。親しみやすい電車広告も一般消費者の興味を引くのに役立っている。			

6072	地盤ネット（44 点）		
第 2 スクリーニング	14 点	第 3 スクリーニング	30 点
「“生活者の不利益解消”という正義を貫き、安心して豊かな暮らしの創造をめざす」という経営理念の下、地盤解析を専門とする会社。不透明で分かりづらい住宅地盤業界の「見える化」を推進し、住生活エージェントとして専門的な知識やノウハウをもとに公正中立な立場で、生活者と供給者との情報格差を埋めるビジネスモデルを構築してきた。			

7779	CYBERDYNE (42 点)		
第 2 スクリーニング	12 点	第 3 スクリーニング	30 点
装着することによって身体機能を拡張・増幅・補助することができる世界初のサイボーグ型ロボット HAL を開発している。HAL を装着することにより身障者・高齢者の動きを補助することが出来、将来的には労働者の使用・エンターテインメントなどへの利用も視野に入れていると言う。筑波大学での研究を利用した大学発の企業で、日本において、海外よりも少ない事例の一つでもある。			

3633	GMO ペパボ (40 点)		
第 2 スクリーニング	11 点	第 3 スクリーニング	29 点
「もっとおもしろくできる」を企業理念に学生や若年層向けレンタルサーバーサービスの「ロリポップ!」や、ハンドメイド・手作り作品の通販・販売サイト minne (ミンネ)、使いやすさを特徴とするブログサービスの JUGEM (じゅげむ) など多岐に渡るサービスを提供している。また、P-1 グランプリやペパ研、ペパ研お産合宿、タンパク、社内勉強会など社員の創作活動を積極的に支援する環境が整っていることも特徴。			

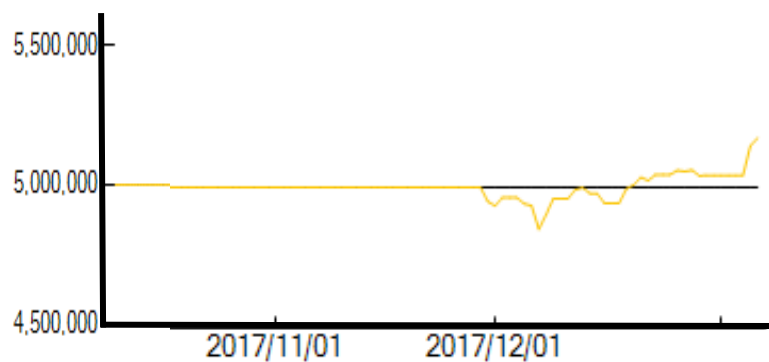
4-2 株価の分析

私達は 11 月 29 日に株を購入し（ソフトバンクのみ、購入日に株価が大きく変動し、システムの都合上購入できなくなってしまったため 30 日に購入）、1 月 5 日までの約 1 ヶ月間の変動を観察した。

1 ヶ月間で全体の所有額は約 4.64% 上昇して 4,926,487 円から 5,155,152 円（手数料など除く）となり、13 社が上昇、7 社が下落となった。なお、ベンチマークとなる日経平均の上昇率（4.92%）と比較すると 9 社がこれを上回り、11 社が下回った。私達のポートフォリオ全体の変動については（図 2）、個々の銘柄の変動については次ページの（表 4）に示す通りである。

全体を見た感想として、一部の企業の株価が大きく変動し、それに影響を受けやすいことが分かる。特に CYBERDYNE や小松製作所の株価上昇による効果が大きく、利益のうち約半分がこの 2 社によるものである。とはいえ、大きな損失が出た銘柄もなく、全体的にバランスのとれたポートフォリオができたと思う。

(図 2)



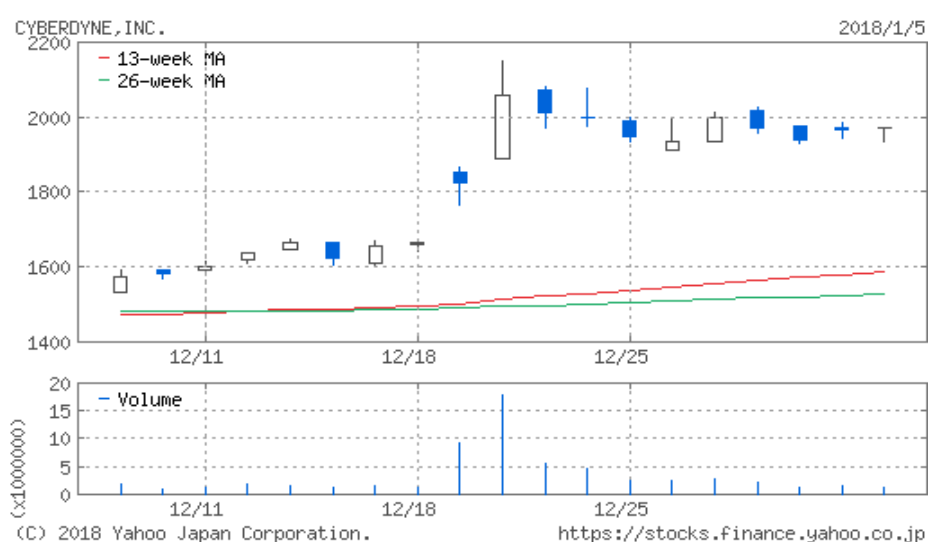
(表 4)

証券コード	銘柄名	11 月 30 日	1 月 5 日	変動率
2593	伊藤園	322,245	338,415	5.02
3046	ジンス	348,600	346,200	-0.69
3418	バルニバービ	284,229	277,200	-2.47
3633	GMO ペパボ	170,346	180,380	5.89
6072	地盤ネットホールディングス	186,208	183,678	-1.36
6301	小松製作所	197,344	239,456	21.33
6506	安川電機	246,750	247,690	0.38
6586	マキタ	220,430	229,360	4.05
6645	オムロン	247,680	257,760	4.07
6702	富士通	197,075	198,268	0.61
6724	セイコーエプソン	258,210	257,250	-0.37
6869	シスメックス	231,930	253,800	9.42
6988	日東電工	263,280	252,360	-4.15
7011	三菱重工業	282,762	299,391	5.88
7203	トヨタ自動車	232,716	249,216	7.09
7779	CYBERDYNE	207,200	276,220	33.31
7951	ヤマハ	236,350	254,040	7.48
7984	コクヨ	321,177	320,875	-0.09
9983	ファーストリテイリング	253,800	281,040	10.73
9984	ソフトバンクグループ	218,155	212,543	-2.57
合計		4,926,487	5,155,152	4.64

特に大きく（8%以上）上昇したのが、CYBERDYNE（33.31%）、小松製作所（21.33%）、ファーストリテイリング（10.73%）、シスメックス（9.42%）の4社となり、最も大きく下落したのが日東電工（-4.15%）である。その他の企業は緩やかな変動を継続していた。

このうち、小松製作所、ファーストリテイリング、シスメックス、日東電工については、変動の理由となり得る大きなニュースを見つけることができなかった。CYBERDYNEは12月19日、米国食品医薬品局（FDA）に、「HAL 医療用下肢タイプ」について、医療機器としての市販承認を取得したことを発表し、その直後から数日間にかけて3割近くの上昇を見せた（図3参照）。これは私達の目指すイノベーションの中の「新市場の開拓」につながると思われるので、イノベーションが株価に良い影響を与える一例だったといえるだろう。

（図3）CYBERDYNEの株価変動



今回の投資を通して学んだことは、先見性が必要だということである。CYBERDYNEの例も、米国での市販承認により今後も成長を続けると判断した投資家が多かったために、株価が上昇したと考えられる。つまり、利益をあげるという観点から見た際に重要なのは、他の投資家よりも先に、将来成長するであろう企業を見極めるということなのである。

しかし、STOCKリーグでの投資期間は約一ヶ月しかない。イノベーションは将来性のあるテーマであると同時に、実現に時間がかかるものであるから、数ヶ月、数年という単位で投資していくことで、よりイノベーションの効果が表れてくると思う。今後機会があればそのような長期的投資にも挑戦してみたい。

5. 企業訪問～GMO ペパボを訪ねて～

私達は主にインターネットや新聞などを用いて情報収集をしてきたが、実際にイノベーションを行う現場で働く方のお話を伺いたいと思った。そこで、投資企業 20 社に企業訪問をお願いし、受け入れてくださった株式会社 GMO ペパボ様を訪問させていただいた。

(訪問先： GMO ペパボ株式会社東京本社、訪問日時：12 月 14 日)

GMO ペパボについて

GMO ペパボはレンタルサーバーをはじめとするホスティングサービスなどを提供し、情報化社会が進む現代において、利用者が増えている企業である。iPhone が発売され、多くの人々がスマートフォンを携帯するようになってから 9 年が経ったが、その 9 年の間に、多くの人々がインターネットにつながるようになり、世の中の情報量は格段に増えたといえる。GMO ペパボのホスティングサービスは、その中でいかに効率的に、安全に情報を管理するかという点を重視したものだ。

GMO ペパボが提供する主な商品

- ✚ ロリポップ！…一般消費者向けの低価格レンタルサーバー
- ✚ ヘテムル…法人向けの高機能レンタルサーバー
- ✚ ムームードメイン…ドメイン取得サービス
- ✚ minne…国内最大級のハンドメイドマーケットサイト
- ✚ JUGEM…誰でも簡単に使える無料ブログ作成サービス

GMO ペパボの可能性と課題

ホスティングサービスの可能性として、これからの発展がほぼ確実で将来性があるという点が挙げられる。現段階で、多くの人と人がインターネットでつながっているが、今後 IoT が広まるにつれ、さらにインターネットやその基盤となるサーバーの需要は増えていくと考えられる。そのため、新サービスの開発に終わりはなく、これからさらに必要とされる分野であるといえるのではないだろうか。

それにつれて課題となるのが、サーバーの管理である。故障やウイルスの感染などへの対応は現在でも困難だとされており、今後サーバーの増加に伴って、故障予防のみならず、実際に故障した際に影響が出ないように対処する方法などを考案しなければいけない。この問題に関しては人工知能の利用が有効だとされているものの、2045 年問題など、人工知能に関しては心配の声も多い。そこで GMO ペパボは、人間の脅威となり得る「強い AI」ではなく、人間の指令に基づき一定の仕事をこなす「弱い AI」を開発することで、人工知能をより有効利用することを目指している。

GM0 ペパボのイノベーション

GM0 ペパボの一番の魅力はサービスの身近さと価格帯である。15 年ほど前からレンタルサーバーの提供は行われていたものの、その価格帯は月額数千円と、企業向けで、個人利用のためのサービスではなかったという。その際に、数百円という価格で一般人向けのホスティングサービスを展開したのが GM0 ペパボの前身となるペーパーボーイであった。価格を下げることには勿論技術革新が必要であるが、それによって消費者の生活に直接影響が与えられるわけではない（全く新しい価値の創造がなされていると言いはし難い）、というのが私たちが初めに考えていたことだった。しかし、価格を下げることでサービスの利用者が増え、インターネットが一般人の間にも普及したという点では、これは消費者の生活に大きな影響を及ぼしたイノベーションであるといえるだろう。

GM0 ペパボから学んだこと

GM0 ペパボは企業理念として「**もっとおもしろくできる**」というフレーズを掲げ、「インターネットで可能性をつなげる、ひろげる」ことをミッションだと考えている。イノベーションに関しても、一度新しいサービスを創るだけでなく、そこからさらに発展して、2 段階目、3 段階目のイノベーションを起こすことが可能だともおっしゃっていた。お話を伺って見て、全体的に**常に消費者に寄り添い、新しくおもしろいと思ってもらえるものを作ろうとするという姿勢**が強く感じられた。

インターネットの世界は、様々な課題を抱える一方で、これから大きく飛躍する可能性も持っている。利用人口や情報量もさらに増え、一人一台以上パソコンやスマートフォンなどの端末を持つようになるだろう。そういった時代において、GM0 ペパボは、将来的に確実に発展する事業だけでなく新事業の開拓にも積極的に取り組んでいる。それらのサービスは、一見消費者には見えない場所であっても、人々の生活に密接し、大きく貢献しているのである。

その一方で、「**大切なのは、変わらないことを見つめること**」であるともおっしゃっていた。GM0 ペパボが大切にしていることは「人と人の出会い」だという。コミュニケーションツールが時代と共に手紙からインターネットに変わっても、人が出会い、会話をするという根底にあるものは変わらない。だからこそ、技術の開発が進み、新しい市場を開拓してもなお、そんな「人と人が出会う」瞬間に今後もずっと立ち会えるサービスを提供することを目指している。

また、これから必要となる人材についても、新しい発想を取り入れる一方で、不変的なことに目を向けられる人が求められるとのことだった。時代が変わっていくのは必然的であり、それに対応する能力と共に、時代がどう変わっても生き残れる能力も欠かせない。今回企業訪問に伺って、一番私達も将来そんな人材になりたいと強く感じるとともに、イノベーションのもたらす可能性を再認識することができた。

6. 投資家へのアピール

全国の投資家に向けてのメッセージとして、私達のポートフォリオについて以下にまとめた。

私達のファンド名：

Innovative Companies～Be Unique, Be Creative～

投資企業一覧：

伊藤園・JINS・バルニバービ・GMO ペパボ・地盤ネット・小松製作所・安川電機・マキタ・オムロン・富士通・セイコーエプソン・シスメックス・日東電工・三菱重工業・トヨタ自動車・CYBERDYNE・ヤマハ・コクヨ・ファーストリテイリング・ソフトバンク

私達のテーマ：イノベーション

2017 年の日本の国際競争力（スイス・ビジネススクール IMD 調査）は世界 27 位、欧米のみならず、中国・台湾・韓国・マレーシアなどのアジア諸国にも後れを取った。Japan as No.1 と謳われた高度成長期や 1980 年代のバブル景気の時代以降、日本経済は停滞し、失われた 30 年に入ろうとしている。その一方で世界では新技術が次々と生み出される中、日本企業に成長の余地はあるのだろうか。そう考えた時、最も有効な手段が、**イノベーション**である。

イノベーションは通常、技術革新などと訳されることが多いが、私達は理想のイノベーション像を「**消費者の潜在的な欲求に応え、他社と一線を画す製品・サービス・市場の開拓を意識的かつ積極的に行うこと**」と定義し、消費者との関わり方・イノベーションに対する意識の高さ・行動力の有無などに着目した。これらは実際に企業がイノベーションを行って社会に貢献するために必要だと思われるからである。

さらに、イノベーションには、投資テーマとしての将来性も期待できる。長期的な視点で見ても、イノベーションを意識し、積極的に行っている企業は、「今社会の役に立つ能力」だけでなく、「今後も時代の先端を進み、成長し続ける能力」も兼ね備えているからである。

アジア諸国との価格競争に勝つのが困難な日本企業にとって、イノベーションとは残された数少ない道の一つである。即座に動く行動力と創造性を持った企業こそが、これからの日本の未来を担うことになるだろう。

スクリーニングの的確さ

私達がスクリーニングをするにあたり、注意した点が2つある。

一つ目は、安全性とチャレンジ精神のバランスである。安全性を重視しすぎたポートフォリオでは、テーマとしてイノベーションを掲げてでも中小ベンチャー企業などに十分な投資ができない。ところが、投資家という立場上、リスクの大きい企業ばかりに投資するのも困難である。そこで、私達は初めに安全性を重視した財務分析を行い、良質な経営を行っている企業のみを選考対象とした一方で、安全性評価分の配点を低めに設定し、あくまでイノベーションというテーマに沿った企業を積極的に選抜した。

二つ目は、企業に実行力があるかどうかである。イノベーションを目指していても、実際に取り組みを行っていないければ、社会に貢献するのは難しい。私達は過去に行われた事業や、経営陣の方針なども評価し、イノベーションを確実に実現できる企業を選ぶことを重要視した。

スクリーニング方法の詳細は第2～3章で述べたが、これらの2点を重視したことにより、投資に最適な Innovative Companies を選ぶことができたと思う。

何故今が投資のタイミングなのか？

経済協力開発機構（OECD）による世界経済成長率予想は2017年が3.6%、18年が3.7%、19年が3.6%とされているが、その一方で日本の経済成長率予想は17年が1.6%、18年が1.2%、19年が1.0%と下降が予測されている。日本と世界の差が広がっている今だからこそ、将来性のある日本企業に投資し、日本の経済成長を促すことが求められるが、その将来性が期待できるのが、私達の投資テーマであるイノベーションではないだろうか。

私達からのメッセージ

近年、日本経済の停滞に伴って、投資先を海外企業に向けている投資家も少なくないが、まだ日本企業にも大きな可能性が残されているということを忘れないで欲しい。海外の企業に比べ、現段階でも日本企業が優れている点は沢山ある。ホスピタリティ精神や安心感など、いつまでも変わることのない「日本ブランド」の長所を活かしつつ、新しい価値を創造して欲しい、ということが私達の願いだ。

日本企業のイノベーションは今後私達の生活を豊かにし、日本経済を発展させる大きな可能性を持っている。ところが、経済的負担の大きさやリスクを恐れる日本人の国民性から、イノベーションが生まれるのは容易なことではない。そんな中、私達投資家にできることは、イノベーションを行っている企業に積極的に投資し、日本の未来を創る一助となることだと思う。

7. 日経 STOCK リーグから学んだこと

7-1 イノベーション

初めに、私達の目指すイノベーションの定義とは、「**消費者の潜在的な欲求に応え、他社と一線を画す製品・サービス・市場の開拓を意識的かつ積極的に行うこと**」であった。これに関して、企業によっては差があった。訪問に伺った GMO ペパボでは、常に「イノベーション」を意識し、他のホスティングサービスと比べた自社の強みを最大限利用している。逆に調査中にアンケートを行ったある企業（企業名・業種の公開不可）からは、他社と違うという点に固執せず、常により良い製品を提供することのみを意識しており、それが結果として新しい価値の創造につながっている、という回答を頂いた。これはイノベーションには様々な形がある、ということ学ぶことができた一例だが、私達はやはりイノベーションを意識することが必要だと感じた。その点で、今回私達が選んだ投資企業には、自社ならではの長所を生かしたキャッチコピーを掲げているところが多かった。将来性という観点から見た際に、イノベーションを強く意識している企業の方が、この先時代がどのように変わっても、常に先端を進み、革新が続けられると思ったからである。

また、調査を続けていく中で、初めに触れたシュンペーターのイノベーションの分類が興味深いと感じるようになった。それらは、新製品の開発、生産技術の革新、新市場の開拓、新資源の獲得、組織の改革であったが、これらに分類される具体例を投資企業から見出すことができたのである。

まず新製品の開発について、これは多くの例が挙げられるが、コクヨの小さなアイディアを活かした文房具は有名だろう。大規模な技術改革を行わなくても、消費者に好かれる、イノベーション像の一例である。次に、生産技術の革新については第 3 章で述べたように、多くの企業が取り組み始めているオープンイノベーションが当てはまる。次に新市場の開拓については、JINS が今までメガネを必要としない消費者にブルーライトをカットするメガネを販売したことが、新資源の開拓としては三菱重工業が取り組んでいるエネルギーの革新が、組織の改革についてはファーストリテイリングの参加型チームマネジメント（店長だけでなく社員個人が販売の主役となるシステム）が挙げられる。

ここから、各企業がそれぞれにイノベーションの必要な分野を探し、より独自性の高い事業を行っていることがわかる。世間一般で言われる「狭義のイノベーション」はこの 5 つのイノベーションのうち新製品の開発と生産技術の革新のみをさすことが多いが、実際この 2 点において特別な革新を行ってなくても、企業の個性を作り出すことはできる。

イノベーションを行うにあたって大切なのは、自社が消費者に伝えたいこと、つまり消費者へのメッセージを明確にすることだと思う。**消費者が何を期待しているかを把握し、自社はそれにどうこたえることができるのかをアピールする。**イノベーションも、ある意味で企業と消費者のやり取りの在り方なのではないだろうか。

7-2 株式投資について

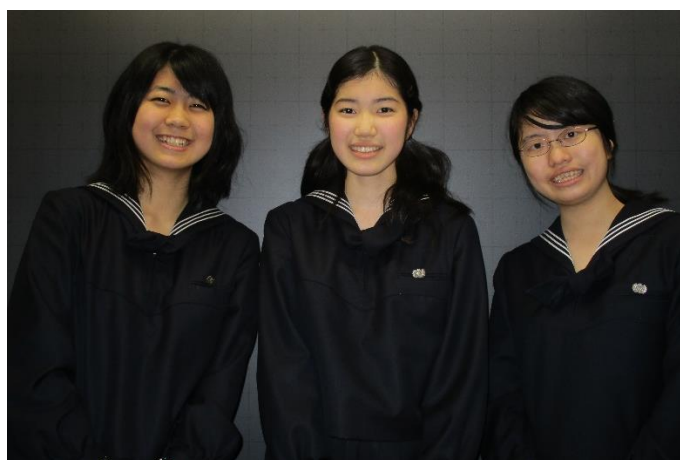
今回の STOCK リーグでは、将来性のあるイノベーションをテーマに選び、普段私たちが持っている消費者としての考え方だけでなく「投資家」としての視点も強く意識した。それにより、企業と消費者、投資家がどうつながっているのかや、投資家が企業をどう評価するのか、という点が分かりやすくなったように感じた。

また、今回私達が投資した企業の中には大企業もあったが、中小企業も多く入っている。確かに大企業の方が研究開発に費用をかけられるなど、メリットも多いが、中小ベンチャー企業にもそれに負けない、実行力と独自性、創造力がある。4-2でも述べた通り先見性を持ち、様々な企業1社1社の特徴を理解したうえで、投資する企業を選ぶことが大切なのではないかと感じた。

最後に、株式投資の意味についてだが今回私達はイノベーションという投資テーマを用いて考えたことで、株式投資の重要性にあらためて気づかされた。というのも、日本企業にはもっと実行力が重要であると述べたが、それを阻む要因の一つとして、中小ベンチャー企業の経済的な負担の大きさが挙げられるからである。株式投資はそういった問題を解決できる上、企業が行ったイノベーションの結果は消費者（あるいは投資家）の生活をより豊かなものにすることだろう。今回の STOCK リーグで私達が考えた投資の意味とは「**企業の新たな挑戦を支え、消費者と企業をつなぐコミュニケーションツール**」である。株式投資というシステムは今後も人々の未来を創る無限の可能性を持っているのだ。

7-3 社会全体について

今回の日経 STOCK リーグを通して、私達は各企業の熱意に感動させられることが多くあった。スクリーニングの段階からイノベーションへの意識を評価項目に入れていたが、アンケートや企業訪問を通じ、実際に企業の方からお話を伺って（GMO ペパボ以外の企業からは情報公開の許可が得られなかったため掲載は不可）、この事業にはこんな意図があって、そのためにこんな努力をしてきた、という企業の考えを知り、ますますこの企業を応援したいと思う気持ちが強くなった。企業が何を考えて商品を提供し、消費者がそれをどう活かし、投資家がそれをどう評価するのかという、社会全体の動きを、わずかながらに体感することができたように思う。7-1、7-2でも述べたが、壮大に見える社会も、人と人とのつながりで構成されており、私達もその一員であることに変わりはないのだ。



メンバーの写真：

左から亀浦、佐々木、宮木

8. おわりに

「はじめに」でも述べたように、私達は「人と違うレポートを創る」ことを目指し、この1年間 STOCK リーグに取り組んできた。何をもって「人と違う」とするのかは、人によって考え方が違うだろう。私達のレポートを見て、おおよそ主催者の提供するレポートフォーマット通りに書かれているという理由で、「人と同じだ」という人もいるかもしれない。それでも、私達はこのレポートに確かな満足感を抱いている。毎週顔を合わせ、長期休みもほぼ毎日登校し、全員が納得するまで話し合うことができた。イノベーションの定義や、目指すべき日本の将来に正解はないが、私達が出せる、いや私達にしか出せない最良の答えは見つけられたと思う。

また、テーマと直接関係はないが、今回の STOCK リーグでは、学ぶことの楽しさを実感できた。学校の授業はもちろんだが、自分達で主体的に考え、1つのことについて長い間考え抜くという体験は、今後の人生の糧になるだろう。納得できる答えが出せた時の快感は、他の何物にも代えがたい。

私達が日経 STOCK リーグから学んだことは数え切れないほどある。そのすべてをレポートに書くことはできないが、ここでメンバー1人1人の感想を記しておこうと思う。

私は今年が2度目の参加となったが、今年は満足できるレポートが書けて良かった、という言葉に尽きる。この2年間、一生懸命 STOCK リーグに取り組んだことは中学校での一番の思い出であり、このレポートは中学生生活の集大成だ。まだ知らないことも沢山あるが、この貴重な体験を活かして、日本の未来を創る一員となれるよう、今後も努力していきたいと強く思った。

中学3年 佐々木美怜亜

STOCK リーグとは何かさえも知らず面白そうだという理由から参加し、途中で心が折れそうになって他のメンバーに迷惑をかけたこともあったが、イノベーションという普段考えることのない大きなテーマについて考え続けるなど、STOCK リーグを通して学校だけでは学べないことを体験できた。今となってはこのメンバーと参加できたことをとても嬉しく思う。

中学3年 竈浦さくら

先輩方と違い全く経済の授業を受けたことがなく、何も知らない状態からのスタートだったが、STOCK リーグでスクリーニングや企業訪問を行っていきなかで、様々な企業のことを知ることができ、日本の社会全体についても学ぶことができたと思う。これから先経済の授業を受ける際も、STOCK リーグで学んだことを活かしていけたらいいと思う。

中学2年 宮木祐奈

最後に、私達はまだ中学生だ。この先、世界がどう変わっていくのかは分からないが、それと同時に、私達自身にも可能性は沢山ある。現代の日本には課題も多いが、むしろこの時代に生まれてよかったと思っている。この時代に生まれたからこそ、決められた道を歩くのではなく、自分達の力で新しい道を切り拓ける。そんな人材になれるよう、日々成長していきたいと思う。

9. 参考文献

○ 新聞・書籍

- 日本経済新聞
- 「イノベーションの達人！発想する会社を作る 10 の人材」トム・ケリー&ジョナサン・リットマン・早川書房（2006 年）
- 「もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『イノベーションと起業家精神』を読んだら」岩崎夏海・ダイヤモンド社（2015 年）

○ ウェブサイト

- 日本経済新聞社「日経電子版」
(<https://www.nikkei.com/>)
- IMD「World Competitiveness Yearbook 2017」
(<https://www.imd.org/research/books/world-competitiveness-yearbook-2017/>)
- Forbes「The World's Most Innovative Companies」
(<https://www.forbes.com/innovative-companies/list/>)
- Clarivate Analytics「2016 Top 100 Global Innovators」
(<http://top100innovators.stateofinnovation.com/>)
- Yahoo! Japan「Yahoo!ファイナンス」
(<https://finance.yahoo.co.jp/>)
- 第 1 スクリーニングで選出した企業 108 社のホームページ

※レポート本文中、スペースの関係上会社名から「株式会社」を省略した箇所がある。

最後になりましたが、これまでご協力いただいたすべての方々に心よりお礼申し上げます。
お忙しい中企業訪問を受け入れてくださった株式会社 GMO ペパボの社員の方々、
アンケートにお答えくださった企業の方々、先生方、同級生、
いつも応援してくださった先輩方、友達、家族、
このような貴重な機会をくださった主催者の皆様、
そして 1 年間丁寧にご指導くださった指導教諭の鈴木健史先生、有難うございました。
沢山の方々のご協力のもと、このレポートを完成させられたことを、嬉しく思います。