

STOCK リーグ レポート

個人発、企業経由で社会行き

子育て市場応援ツアー

Team SL20785

一橋大学 2 年

佐藤有希(リーダー) 尾崎ルツ 高橋友紀

指導教諭：荻布知三

500 万円銘柄一覧

ベネッセ・コーポレーション	80 万	高島屋	60 万
ピジョン	60 万	東陶機器	50 万
コンビ	40 万	和光堂	40 万
阪急電鉄	30 万	日立製作所	30 万
三洋電機	20 万	日本トイザらス	20 万
日産火災海上保険	20 万	花王	20 万
ユニ・チャーム	20 万	西松屋チェーン	10 万

テーマの設定

私達は「投資家としての立場で企業に働きかけることで、社会に貢献できるのではないか」という問題意識を出発点に活動を開始した。つまり、本来の企業の役目である「社会へ良質なサービスを提供する」ことに努めている企業に投資することで、より良い社会を築けるのではないかと考えたのである。私達は良質なサービスの提供が求められている分野の一つとして、育児市場に注目した。今日、様々な点で育児の環境が整備されていないため、育児にストレスを感じている親が多い。それゆえ、民間企業に良質なサービス提供が期待されている。こうして、近い未来にやってくるかもしれない育児という仕事を応援してくれる企業探しが始まった。

銘柄選定のプロセス

私達はまず以下のような銘柄選択の基準を定めた。

- (1) 良質な製品・サービスを提供しているか
- (2) 育児に関する社内制度は整備されているか
- (3) 社会貢献を重視した経営を行っているか

PER・ROE・配当利回りは参考程度に留めた。

以上の基準を満たす企業を探すため、私達はフィールドワークと主にインターネットを使った情報収集を行った。多少の株価変動や表面的な情報に振り回されないことがないよう、十分納得できるだけの徹底した調査に努めた。

1. フィールドワーク

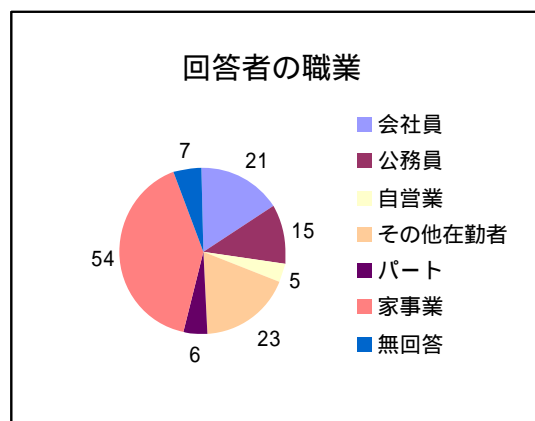
まず、私たちは実際に育児にどのような問題点があるのかを探るため、現在育児をしている方々へのアンケートとデパート調査を行った。

アンケート調査

対象：0～6歳の子供を持つ方

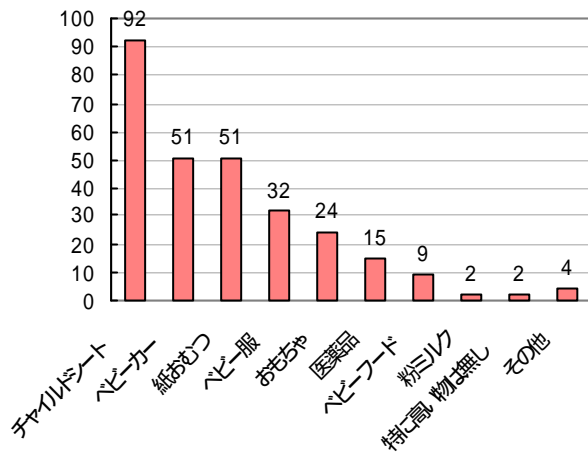
有効回答数：131

平均年齢：33（男性：40 女性：32）

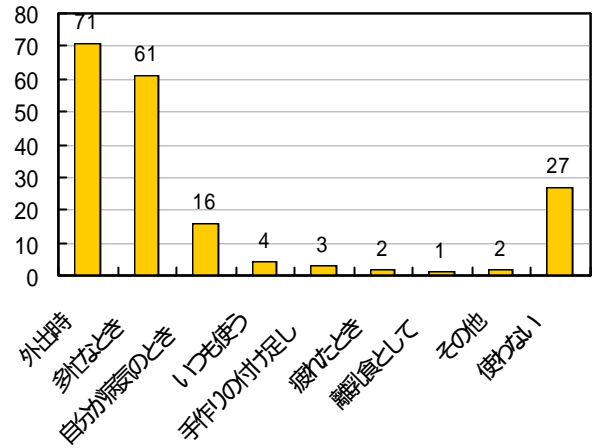


1. 育児用品に関する質問

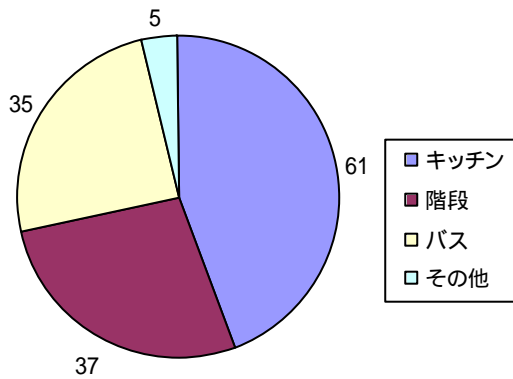
1 - A. 値段が高いと思う育児用品 (複数回答可)



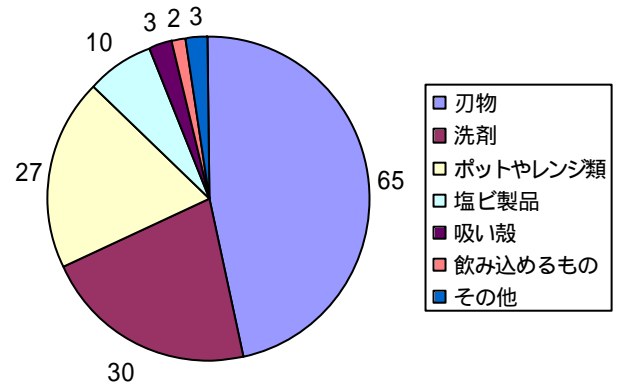
1 - B. ベビーフードを使用する時 (複数回答可)



1 - C. 家の中で子供にとって最も危険だと思う場所 (一つ選択)

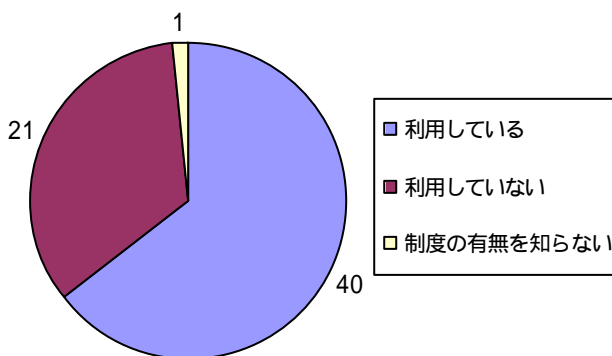


1 - D. 家の中で子供にとって最も危険だと思う物 (一つ選択)



2. 職場環境に関する質問

2-A. 会社の育児休業制度を利用していますか



民間企業またはその他の機関に勤める方のみ

2 - B. 「利用していない」と答えた理由

制度が整備されておらず、会社に変革に対し消極的であるから	4人
仕事の性質上、休むと復職が難しく、利用を控えたから	4人
制度はあるが会社が浸透を促進せず、従業員の任意によるから	2人
正社員でないから	2人

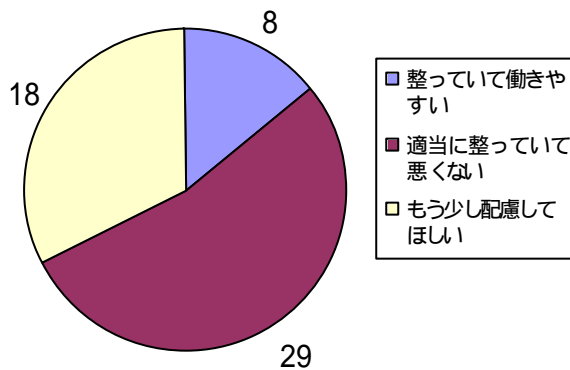
その他：妻が取れたから、妻が専業主婦であるから、転職して間もないから、出産退職して再就職したから仕事をしていなかったから、など。

2-C．現在職場において整備されている点（複数回答可）

2-D．現在職場において整備の望まれている点（複数回答可）

	C	D
1 育児期間と妊娠中の短時間勤務	36	18
2 休業中の経済的支援	16	21
3 転勤や部署移動の配慮	14	11
4 事業所内託児施設の設置	3	17
5 休業中の社内情報の提供や復職訓練	8	8
6 企業文化変革のための意識改革	1	8
7 仕事と育児を両立させるための情報提供	1	4
0 制度無し	6	0

2-E．現在の職場環境に対する評価



<備考>

もう少し配慮してほしい、と答えたのが公務員では13人中2人であったのに対し、民間企業に勤める人では42人中16人であった。この結果から、民間の方が育児に対する配慮がなされていないことが窺える。

その他の質問

3-A．利用したいと思うデパートのサービス（複数回答可）

ベビー休憩室	100
ベビーカー貸し出し	76
託児サービス	42
離乳食レストラン	32
育児相談サービス	8
ベビーサークル	6

3-B．育児情報を得るために利用する媒体（複数回答可）

雑誌	70
本	35
知人友人	19
ホームページ	13
テレビ	8
自分の親	3
児童館	1

デパート調査

実施日：2001年9月15日(土)

デパート名	店舗名	ベビーカー貸出し台数	託児サービス	ベビー休憩所	育児相談サービス	離乳食レストラン	ベビーサークル
高島屋	新宿	35	無	有	無	無	有
	日本橋	20	有(1800円/h)	有	有	有	有
	立川	35	無	有	無	無	有
	横浜	65	無	有	有	有	有
伊勢丹	吉祥寺	14	無	有	無	無	無
	新宿	60	無	有	有	無	無
	立川	50	無	有	有	無	無
三越	吉祥寺	7~10	無	有	有	無	無
	銀座	0	無	有	無	無	無
	日本橋	30	無	有	無	無	無
西武	池袋	100	有(1000円/h)	有	有	無	有
	有楽町	0	無	無	無	無	無
東武	池袋	80	無	有	有	有	無
東急	吉祥寺	26	無	有	無	無	無
松坂屋	銀座	4	無	有	無	無	無
松屋	銀座	5	無	有	無	無	無
阪急	有楽町	2	無	無	無	無	無
京王	新宿	7	無	有	無	無	無
小田急	新宿	15	無	有	有	有	無
大丸	東京	6	無	有	無	無	無
そごう	横浜	40	有(300円/h)	有	有	有	無

2. 各銘柄選定理由

ベネッセ・コーポレーション

読者参加型の育児・家庭生活関連雑誌は根強い支持を得ている。HP上では「ワーキングマザー白書」アンケートなどを行い、その結果を活かしたサービスを提供している。また、HPにおいて同じような問題意識をもつ女性同士が情報を交換し、体験を共有する場を提供している。絶対数の不足が深刻な保育園事業にも進出し、注目されている。

社内制度は非常に整っている(平成11年度「ファミリーフレンドリー企業」労働大臣優良賞)。育児休業制を早期に導入したほか、短時間勤務制、事業所内託児施設、育児サービスを受ける際の経済的援助、再雇用制などがある。利用者は管理職・男性にまで及び、仕事と家庭の両立を支援している。

高島屋

「利用したいと思うデパートのサービス」で、ベビー休憩室とベビーカー貸し出しを半数以上の人を選んだ(アンケート 3-A 参照)結果をふまえ、どの店舗もベビーカー貸し出し、ベビー休憩室が充実していた高島屋を選んだ(デパート調査参照)。通路にもゆとりがあるなど、細かな点でも気配りが感じられた。赤ちゃんに適したオリジナル商品の開発にも取り組む。

社内制度は妊婦勤務・出産休暇・育児休職・育児勤務・社員再雇用制度がある。

また、男女共同参画に対する企業姿勢を表明するなどして、企業市民として継続的に社会に貢献する姿勢を保っている。

ピジョン

日本を代表する育児用品メーカーであるピジョン。1993年にはそれまで蓄積された育児ノウハウを活かし、(1)ベビーシッターサービス「ピジョンウエンディ」、(2)保育・託児施設「ピジョンランド」、(3)チャイルドケアセンター「キッズワールド」を展開。(1)では対象年齢層が幅広く、資格を持っている人か子育て経験者が担当するので、安心だ。(2)では保育時間が自由に設定でき、いつでも誰でも入園できる。ほとんどが駅に近い場所にあるため、忙しい親には助かる。(3)では多様なプログラムを提供する。

「赤ちゃんの幸せを願い、平和で豊かな社会であってほしい」という信念の元、昭和 50 年代初めには「男のための育児大学」を開催するなど、常に新しい育児情報を発信している。

東陶機器

東陶のベビーキープ、オムツかえシートは多くのデパートに採用されていた。その他、子供にも高さを合わせられる洗面台や、間口が広く段差のないお風呂場、水深の浅い浴槽などを商品化している。バス・階段などの危険性について人々が意識し始めるなか(アンケート 1-C 参照)、こうした商品は子供の安全のために重要だ。

社内制度は非常に整っている(平成 11 年度「ファミリーフレンドリー企業」労働大臣努力賞)。育児休業者に対する情報提供や教育訓練を実施し、さらに働きやすい環境作りについて検討した結果をハンドブックにまとめて管理職に配布している。管理職も育児休業制を利用し、この三年間で利用者全員が復職している。製造業界は育児休業制導入率、育児休業取得者率、勤務時間短縮措置導入率の全てについて平均を下回る(平成 12 年度女性労働白書より)なかで、この取り組みは高く評価できる。

また、東陶はギャラリー間や TOTO 出版も主催している。こうした建築界での広いつながりから家庭生活の様々な局面に対応できる基盤形成が期待できる。

コンビ

「値段が高いと思う育児用品」として、チャイルドシートに不満が集中した(アンケート 1-A 参照)理由の一つが「成長に合わせて買い替える」必要があるからだと解釈した。

コンビの「プリムキッズ」は比較的安価な割に、対象年齢 1~11 歳頃までと、長く使えることが最大の売りだ。成長に合わせた調節が可能で、2003 年からの運輸省新型式指定規準も満たしている。また、乳児用の「プリムベビー」も国土交通省のチャイルドシートアセスメントで最高評価の「優」であった。情報発信のための「こども未来研究所」の設立、SOS に 24 時間対応するダイヤルサービスの提供、ユニ

セフへの協賛・支援などにも積極的である他、昨夏からはユニチャーム・和光堂とともに総合ベビーサイト「ベビータウン」を形成。「母のようにこどもを愛そう」という姿勢が鮮明だ。

和光堂

「ベビーフードをいつ使用するか」の結果を踏まえ（アンケート 1-B 参照）「外出時」に便利なベビーフード作りに最も積極的な企業を選択しようと思い、以下 5 社の月齢 7 カ月の和食を購入した。

製造社名	値段	大きさ(c?)	備考
明治乳業	330 円	551.368	種類少ない
キューピー	268 円	409.536	種類豊富
雪印乳業	248 円	340.216	箱が開けにくい
和光堂	198 円	408.672	スプーン付き、種類豊富
ピジョン	298 円	393.588	種類少ない、同じものが 2 個入っている

値段は購入価格

和光堂の細やかな心遣いと経済的配慮に驚いた。また、食育講座、赤ちゃんのスキンケア相談、離乳食レシピ集を独自に行っているほか、「ベビータウン」（コンビ参照）を運営するなど、子供を持つ家庭を経済的・精神的に支援している。

阪急電鉄

各駅にエレベータ、エスカレータ、授乳室（専門のスタッフ常駐）を設置し、連結されるショッピングモールへは屋根とスロープを渡している。駅改札の間口も広い。こうした施設の充実度を実際にベビーカーで町に出た人の体験談と共に HP 上で公開し、子育て中でも物理的・心理的に外出しやすくする状況作りに貢献している。

阪急百貨店でも育児をする親向けのサービスを展開しており、グループ全体で育児を支援していく姿勢が明確だ。外出時の育児にまつわる社会環境の整備に関心の高い企業として、阪急電鉄を推した。

日立製作所・三洋電機

「家の中で子供にとって最も危険だと思う場所は」という問いに対して、最も多くの方がキッチンを選んだ（アンケート 1-C 参照）結果をふまえ、キッチンの安全に配慮した「Induction Heating」を製造する両企業を選んだ。

育児制度を見ると、日立製作所には育児休業制、労働短縮勤務、育児在宅勤務制度がある。また、事業所によっては、保育園の送り迎えをしている社員は自家用車による通勤が無条件に認められ、会社の無料駐車場が借りられる。三洋電機では、ベビーシッター割引券が利用できる。育児短時間勤務制度もある。

日立製作所は財団活動が活発で、社会連帯の意識を高め相互扶助の精神を養う視点から研究と実践に取り組んでいる学校に教育資金を贈呈したり、その他にも幼児教室・母親教室の主催、教育セミナー等を行っている。三洋電機はプロ野球オールスターゲームに交通遺児を招待するなど、長期的で堅実な社会福祉文化活動を行っている。

日本トイザラス

子ども用品全般を扱う小売店舗チェーン。トイザラス・カードを通じて店頭でのキャンペーン・イベント情報等を発信したり、店内では幼児向け、親向けのイベントを開催するなどして顧客とのコミュニケーションを深める努力をしている。オンラインショップの充実も忙しい親にとっては頼もしい。

トイザラス横浜店では、店とトイレの出入り口に危険物を探査するセンサーが取り付けられており、危機管理に徹底していた。また店内の通路はゆとりがあり、快適に買い物できるように整備されていた。このような点からも「顧客第一」の姿勢が窺える。

日産火災海上保険

最も多く挙げられる子育ての辛さの1つが「子供の将来の教育にお金がかかること」である。そこで、子供のための良質な保険を提供している企業として、この企業を選んだ。ケガや育英費用を補償する(1)積立こども総合保険と(2)ちやいど24があり、(1)に加入すると、ベビーシッターサービス利用割引の特典があり、(2)にも電話による育児相談、医療情報の提供をするサービスが付いている。他の保険会社のこども保険と比べて一番サービス内容が整っていた。

昨年の米国テロ事件後には経営の甘さを批判されたが、信頼される優良な企業を目指して着実にサービス拡充を行い、中堅名門損保として地歩を固めてきた経営姿勢は評価に値すると判断した。

花王

育児関連用品として紙おむつとウェットティッシュがある。日本で初めて不織布の加工技術を紙おむつに用い、敏感な赤ちゃんに配慮した商品を開発するほか、燃やしてもダイオキシンの発生しない素材を用いるなど、環境にも気を配る。

社内制度としては育児休業制に加えて、在宅保育サービス割引券などの経済的援助、フレックスタイム制の導入などを行っている。

消費者の視点から技術革新を進め、着実に利益をあげながらさらなる開発で利益を還元していく姿勢が徹底されている。育児関連製品は花王の事業の一角にすぎないが、幅広く手掛けている商品全てに花王のいう「モノのバリアフリー」が広がれば、家事の負担を全般的に減らすことができると考えた。

ユニ・チャーム

育児関連用品では紙おむつとウェットティッシュを開発。従来からの天然素材コットンを使用した赤ちゃんの肌にやさしいものと通気性を重視した2つの紙おむつがあり、成長段階によって二種を使い分けることができる。キャラクターにも気を配っている。また、子供のトイレトレーニング用ウェットティッシュ、トイレトレーニング機も開発する。「ベビータウン」(コンビ参照)も運営。

社内制度では、育児休業制とほぼ全社員にフレックスタイム制を導入するほか、従業員側からの提言の実現も積極的に試みている。99年には「女性が生き生き働くユニ・チャーム」、00年には「企業内保育園の設置」が話し合われた。「育児の負担軽減と育児のすばらしさ、喜びの提供」に全社を上げて取り組んでいる。

西松屋チェーン

子供用品全般を扱う独立系チェーン店。全国 38 都道府県に 250 店舗と急成長している。実際に訪れてみて、広さと明るさに圧倒された。

「今、日本の物価は他の諸国と比べてまだまだ高すぎる状況にある。この高すぎる物価を現在の 2 分の 1、いや 3 分の 1 に引き下げ、世界水準以上の消費生活が楽しめる豊かな日本にしたい」

私たちは西松屋のこの言葉に 10 万円を投資したといっても過言ではない。アンケートでは「高いと思う育児用品」に、5 個 6 個と選んだ人も多い。家計の現状を考え、西松屋を推した。

ストックリーグを通して学んだこと

1.社会的責任投資の意味

私達は今回、このストックリーグに「投資家としての立場で企業に働きかけることで社会に参加し、多少なりとも貢献できるのではないか」という問題意識を出発点にして参加した。

現実の株式投資では、機関投資家による一定期間の株式の保有によるキャピタルゲインを目的とした投資が主流であり、個人投資家は特に日本においては目立たない存在である。しかし、単なる資産運用の道具として、企業のミクロ的な分析に基づいて短期的に売買しても、投資家にとって目先の利益目標は達成されるかもしれないが、マクロに内包されたひずみ～多分に根源的なもの～が広がっていく危険性がある。いや、気づいてもフリーライドを狙って他者に依存しようとし、自らの行動を変えないのかもしれない。こうした姿勢の怖さは、バブルでよく知られた所であろう。

このような現状を打破する突破口の一つが「社会的責任投資」であると思う。つまり、投資の基準を企業の「社会への貢献度」に置くのである。こうした価値基準に基づいて投資をすることは投資する者にとって長い目で見て安全な資産運用法になり、そしてまた社会にとっても内包されるひずみが不必要に拡大するのを防ぐ一つの方法にもなる。株式が個人だけでなく社会のものでもあることを考えると、個人投資家は社会的責任を果たしている企業の株を所有することで、株を所有することに伴う社会的責任を果たすことになるのだろう。

2.分散投資の意味

「Don't put all your eggs in one basket」。これは、私財を一カ所に集めておくと、もしそこが当てにならなくなった時、全てを失ってしまうハイリスク回避を訴えた諺である。私達は、以下の四つの籠を設定し、各 3~4 個の卵を投入した。

(1)家の中の生活環境形成に関わる商品を作る企業：東陶・日立・三洋

(2)家の外において商品・サービスを提供する企業：阪急・高島屋・日本トイザラス・西松屋

(3)育児に関わるソフト(情報や育児サービスなど)を提供する企業：ベネッセ・ピジョン・日産火災海上保険

(4)育児に関わるハード(育児用品や食品など)を提供する企業：コンビ・花王・ユニチャーム・和光堂
それぞれのカテゴリーの中では選定基準をどれだけ満たしているかによって、金額を変えた。

育児関連株は、雅子妃の懐妊で異常なまでの高騰を見せていたが、敬宮愛子内親王誕生以降、軒並み下落してしまった。この下落は一時的に私達を落ち込ませたが、一般に育児関連と見なされない(1)と(2)（日本トイザラス・西松屋を除く）の株に大きな変動がなく、分散投資の重要性を身をもって知ることができた。

3.調査中に考えたこと

まず、今回のアンケートに協力をしてくださった方々に感謝の辞を述べたい。丁寧なコメントやアドバイスまで書いてくださった方もいた。このアンケートのために貴重な時間を割いてくださったことに、大変感謝している。

企業のリサーチの際に役立ったのが各企業のHPであったが、企業によって情報開示度がまちまちであったため、企業によって情報の偏りが発生してしまった。今後、個人投資家の情報源として、ますますHPの役割は大きくなっていくだろう。企業に積極的な情報公開を期待したい。

4.今後の課題

私達は企業の社会への貢献度を基準に株式投資をしたが、実際には確実なキャピタルゲインを数値の分析によって得ようとする人も、また別の姿勢で臨む人もいるだろう。ここでもし私たちが、社会的責任投資が利益につながるという因果関係を論理的に証明できれば、多くの投資家に企業を理念をも含めて選択していくインセンティブを生み出すだろう。しかし、例えば大企業であるから社内制度を整える余裕があるのか、社内制度を整えて従業員の能力が最大限に発揮される環境を持ったことで大企業に発展したのかといったこと一つをとっても、厳密にどちらなのか証明できていない。

私たちは育児に材を採って、投資家として社会にできることを考えたが、それが果たして実社会で機能するか否かという部分、すなわち投資家のインセンティブの問題にまで踏み込めなかったことは、このレポートの残した課題である。

参考文献・HP

鈴木勘一郎、加藤康之(2001)：『株式投資の科学』角川書店

女性に優しい企業リスト：<http://www.taoworks.com/woman/list/>

チャイルドシートアセスメント情報：<http://www.mlit.go.jp/jidosha/carinf/crs/default.htm>

日本労働研究機構：<http://www.jil.go.jp>

財団法人 21世紀職業財団：<http://www.jiwe.or.jp>

国立社会保障・人口問題研究所、少子化情報ホームページ：<http://www1.ipss.go.jp/index.htm>