第21回日経ストックリーグ

理想の部屋

~CREATING OUR IDEAL ROOM~



応募区分:高校

チーム ID: SL2002965

チーム名:まっくろくろすけ

学校名:慶應義塾ニューヨーク学院(高等部)

学年:12年(高校3年相当)

メンバー:大野哲平(リーダー)、押川采慧、塚本雄太郎、善萌莉

指導教員:Winthrop Baylies

【基礎学習】

- 私たちの生活に必要な財やサービスを([1] 生産)し、([2] 流通)させ、 ([3] 消費)することを経済という。財やサービスには、代金を払った人だけが消費を 独占できる([4] 私的財)と、政府が税金等を使って提供する([5] 公共財)とが ある。
- ② 経済活動を行う主な主体には、消費の主体である([6]家計)、生産・流通の主体である([7]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([8]政府)がある。
- ③ 成年年齢の引き下げに関する次の説明文のうち、<u>誤っているもの</u>は? ([9] b)
 - a. 成年年齢の 18 歳への引き下げに先立って、選挙権年齢の引き下げが行われた。
 - b. 成年年齢の引き下げに伴い、飲酒や喫煙、競馬などの公営競技に関する年齢制限も 引き下げられた。
 - c. 親の同意なしで、携帯電話の契約を結んだり、高額商品を買うためのローンを組ん だりできるようになる。
 - d. 成年年齢引き下げ後は、いったん結んだ契約を取り消すことができる「未成年取消権」の行使はできなくなる。
- |4| 日本の人口の年齢構成の推移を見ると、総人口に占める 65 歳以上人口の割合を示す ([10] 高齢化率) は上昇傾向にあり、2000 年の 17.4%から 2018 年には([11] 28.1) %まで増加している。
- |5| 日本では、「働き方改革関連法」が成立し、2020年4月から、同じ企業・団体で働く正規 雇用労働者と非正規雇用労働者(有期雇用労働者、派遣労働者等)の間で不合理な待遇差を設 けることを禁止する([12]同一労働同一賃金)の導入が進められている。
- [6] 「仮想空間と現実空間を高度に融合させたシステムによって経済発展と社会的課題の解決を両立する社会」として注目されている未来社会([13] Society 5.0)を実現するための主な中核技術に、「IoT(internet of Things)」と([14] AI)がある。
- 7 グローバル化の進展に関する次の説明文のうち、<u>正しいもの</u>は? ([15] d)
 - a. 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。
 - b. 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。
 - c.「環太平洋経済連携協定(TPP)」は、アメリカの離脱により各国の署名が遅れている。
 - d. 近年の日本の国際収支をみると「投資収益」が大幅な黒字を計上している。

8 「持続可能な開発目標(SDGs)」の 17 の目標のうち、今回、グループで設定した投資 テーマと特に関連が深い目標を挙げ(3つ以内)、その主な理由を記述してください。

関連の深い SDGs の目標	その主な理由
12 つくる責任・つかう責任	適切な量で良質な製品を、透明性の高い工程で製品を作る
	ことが企業には求められているから。一方、消費者は
	「買いすぎ」「使いすぎ」を避け、リサイクルやリユース
	に協力することが求められているから。
15 陸の豊かさを守ろう	企業は木材等を入手するとき、森林や生態系などの環境に
	及ぼす影響を考慮し、慎重に資源を使うことが求められて
	いるから。

- 「ESG 投資」で重視する3つの要素の組み合わせとして、<u>正しいもの</u>はどれか?([16] b)
 - a. 環境 科学 成長
 - b. 環境 社会 企業統治
 - c. 効率 公正 企業統治
- 10 GDP (国内総生産) に関する次の説明文のうち、誤っているものは? ([17] a)
 - a. GDPとは、一定期間に国民全体として生産したモノやサービスの付加価値の合計 額をさす。
 - b. GDPとは、一定期間に国内で生産したモノやサービスの付加価値の合計額をさす。
 - c. 実質GDPとは、名目GDPから物価の変動による影響を差し引いたものである。
 - d. 2019年(暦年)の日本のGDPの額は、名目GDPが実質GDPを上回っている。
- 11 株式投資のリスクを少なくする方法には、([18]投資先)を分散させることや、投資する([19]時間)を分散することなどがある。
- 12 「投資信託(ファンド)」に関する次の説明文のうち、誤っているものは? ([20] c)
 - a. 投資信託は、分散投資の考え方から生まれた金融商品の一つである。
 - b. 投資信託では、多くの投資家から集めた資金をまとめて運用している。
 - c.投資信託では、それぞれの投資家からの要望を受けて投資先の選定を行っている。
 - d. 投資信託は、元本が保証されている金融商品ではない。
- 13次のうち、現在の企業価値(株価)が割高か割安かを判断するための指標は? ([21] d)a. ROEb. 自己資本比率c. 純利益d. PER
- | 14| 「日経アジア 300」は、アジアの 11 の国・地域を対象に、 ([22] 時価総額)、 ([23] 成長性) などを基準に選定した約 300 社の有力企業で構成されている。

■要 旨

「部屋は自分の心を映す鏡」という言葉があるように、部屋は人間の精神状態と深く関係している。新型コロナウイルスの感染対策として、部屋で過ごす時間が増えたことにより、住環境の居心地の良さがより重要になった。今回私たちは「理想の部屋」というテーマで、アンケートやスクリーニングを通して、商品自体の良さだけでなく、消費者の責任として環境や地域貢献などの観点からも企業を厳選した。日経 STOCK リーグに参加する前、私たちは投資に関して何も知らなかったが、これから社会に出ていく一人の人間として、私たちの思う、そして私たちにできるニューノーマルな生き方に向けた投資について考えることができた。

■目次

0.	はじめに				• •		•	• •	•	•	•	•	•	•		5
1.	投資テー	マについ	て													
	1 - 1	投資テ-	-マ決定	の背景	₹••			•			•		•		•	5
	1-2	投資テ-	-マの決	定理由	∃••			•			•		•		•	6
	1-3	投資テ-	ーマの研	ff究・・	•			•			•		•	•	•	7
2.	ポートフ	ォリオの	作成													
	2-1	スクリ-	ーニンク	で概要	₹••			•			•		•	•	•	11
	2 - 2	第一ス会	クリーニ	ング・		•		•			•		•	•	•	11
	2 - 3	第二ス会	クリーニ	ング・				•			•		•	•	•	13
	2 - 4	第三スク	クリーニ	ング・	•			•			•		•	•	•	14
	2 - 5	第四ス会	クリーニ	ング・				•			•		•	•	•	16
	2 — 6	投資配金	分の決定	· · ·				•			•		•	•	•	17
	2 — 7	銘柄の約	紹介・・					•			•		•	•	•	19
3.	投資結果	の分析														
	3-1	運用結果	果・・・					•			•		•		•	27
	3-2	個別銘	丙の値動	き・・	•			•			•		•	•	•	27
4.	投資家へ	のアピー	ル・・				•			•		•	•		•	28
5.	日経 STC	CK リー	グで学ん	んだこ。	٤.		•					•		•	•	29
6.	さいごに						•			• •		•	•			29
7.	参考資料						•					•	•			30

■ 0 はじめに

題に入る前に、私たちのチームについて紹介したいと思う。私たちが通う学校はアメリカ合衆国ニューヨーク州郊外にあり、9割に上る生徒が親元を離れ寮で暮らしている。チームの内、塚本と善は日本から来て寮生活を送る「寮生」で、押川と大野は毎朝自宅から学校まで通っている「通学生」である。現在は新型コロナウイルスの影響で全てオンライン授業となっているため、2020年3月に学校が閉鎖されてから今に至るまで、私たちは一度も顔を合わせていない。そんな中、離れていながらも新しいことに挑戦しようと、日経 STOCK リーグのチームが結成された。



■1 投資テーマについて

「1-1]投資テーマ決定の背景 ∼500 万円をどう投資するか?~

もし現実世界で「500万円を好きなように投資しろ」と言われたら、あなたならどうするだろうか? 成長株に投資して一攫千金を狙う。好きな企業に投資して応援する。様々な意見があると思うが、私たちの認識は「500万円で社会の役に立ちたい」というものである。もちろん、投資を行うのだから資金を増やしたいとは考えている。しかし、株式投資に一切触れたことがない私たちがリターンを優先しても、不本意な結果に終わってしまうだろう。したがって、今回の投資は利益を得ることよりも「社会貢献」の観点を重視して行うことにした。

社会の役に立ちたいと言っても、どう投資をすれば良いか分からなかった。まず、社会にはどのような問題があるか、皆でアイデアを出し合った。「コミュニティ」「日本」「アメリカ」「世界全体」という4つのベクトルから合計で98個の問題点が挙げられた中、全員の興味を引いたのがコミュニティの問題点、特に「家での過ごし方」についてだった。そこで、家にいるときの問題点を深掘りすると自室での問題点が多いことが分かり、それを解決する「理想の部屋」というテーマに決定した。このテーマは人々の不満を解消し、生活を便利にすることから「社会の役に立ちたい」という私たちの思いにも合致していた。

また、ESG 投資を先生から教わり、興味を持った。従来の財務情報に加えて、環境(E)・社会(S)・企業統治(G)を考慮して投資するのは、まさに社会の役に立つ投資である。消費者としても ESG に取り組んでいる企業の製品をなるべく買いたいと思った。

[1-2]投資テーマの決定理由

投資テーマ:「理想の部屋」を作ろう。

【テーマ決定理由】

「理想の部屋」というテーマに決定した理由は、自分たちの実体験によるものである。寮生活をする塚本と善は、約8畳の部屋をルームメイトと分け合っている。そのため、予算やスペースが限られている中でも、ルームメイトに配慮しながら快適な部屋をつくることが求められ、家具の配置や収納に苦労した経験がある。他のメンバーも、そんな寮生を見て一人部屋を持つことのありがたみに気づいたり、寮生から教えてもらった、スペースを有効活用する方法を実践したりと、自分の部屋を見直す機会が多かった。そんな中、新型コロナウイルスの影響を受けて突然オンライン授業に移行し、部屋で過ごす時間が格段に増えたことで、部屋がこれまで以上に重要な空間になった。

オンライン授業を受けていると、やはり不便やストレスを感じる場面があった。

- 目・背中・腰が痛い
- 作業に集中できない
- 家族に気をつかう

- 運動不足になる
- ON と OFF の切り替えが難しい
- ストレス発散の場がない

友人や SNS の声を聞いていると、オンライン授業で同じ思いをしている人が多いことが分かった。内容は「背中や腰が痛い」や「作業に集中できない」などが多かったが、中には「うつ状態になった」など深刻なものもあり、早急に解決しなければならない。ここで、「理想の部屋」というテーマは社会的な需要を押さえたテーマであることを確信した。

【理想の部屋とは?】

「理想の部屋」と言っても何をイメージするかは千差万別である。「理想の部屋」を定義することで、 私たちの基準を明確にする。

私たちが考える「理想の部屋」の定義

自宅でオンライン授業を受ける高校生が「おうち時間」を過ごす中で、消費者とし ての「知る責任」を果たし、「選ぶ権利」を行使することで作り上げる、快適さと 健康を考慮した部屋。

「知る責任」は、国際的な消費者運動の機関である国際消費者機構(IC)が提唱した、消費者の責任の一つ。与えられた情報を鵜呑みにするのではなく、消費者の行動が環境や社会全体に与える影響を自覚した上で、情報を得るため積極的に行動しなければならないということである。

「選ぶ権利」は、国の消費者政策の基本方針を定める「消費者基本法」に定められている消費者の権利の一つで、自分の意思で商品やサービスが選択、購入できる機会が保証されているということである。

[1-3]投資テーマの研究

私たちは「理想の部屋」というテーマで企業選びをする前に、二つのことを行った。

①高校生へのアンケート調査

②非営利団体・有識者へのインタビュー

①【アンケート調査の結果】

独りよがりな投資にならないように、本校に通う生徒たちをはじめとする、オンライン授業を受けたことのある高校生を対象に、理想の部屋について調査した。

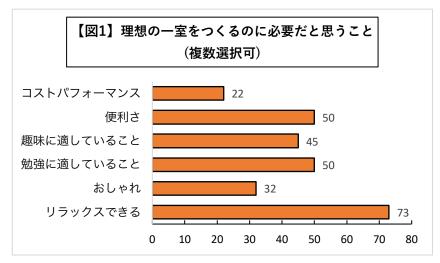
アンケート調査の目的: 高校生が「理想の部屋」についてどのように考えているかを理解し、彼らと

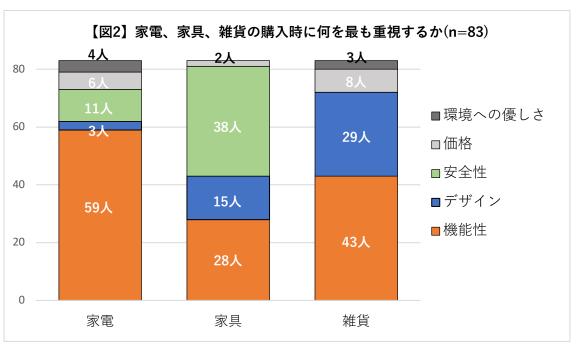
私たちの認識のズレを埋めるため

対象: オンライン授業を受けたことのある高校生

人数:83人

期間: 2020 年 8 月 9 日 ~ 2020 年 9 月 1 日 形式: Google Form にて、選択回答+自由回答





自室で使えるもので、コロナの影響を受けて新しく購入した商品(カッコの中は票数)

家電:空気清浄機(5)、ウェブカメラ(4)、ゲーム機(3)、モニター(2)、キーボード(2)、マウス、スマホ 用プリンター、PC、タブレット、イヤホン

家具:机(3)、椅子、ハンモック

雑貨(その他):筋トレ・運動グッズ(5)、製菓道具(2)、ブルーライトカットメガネ、除菌ボックス、

本、植物、花

今欲しい家電、家具、インテリア雑貨(カッコの中は票数)

家電:小型冷蔵庫(9)、自分用テレビ(3)、小型扇風機(2)、パソコン(2)、(小型・大型)スピーカー(2)、たこ焼き機、プロジェクター、延長コード、ライト、机に置けるクーラー、アレクサ、モニター、トースター、スピーカー、電気ポット、スマホ、ロボット、事務用コピー機、3D プリンター、マッサージチェア、ワッフルメーカー、ホットサンドメーカー、壁に貼る LED ライト

家具:勉強・オフィス用机(6)、座り心地の良い椅子(5)、クッション(4)、(体に良い)一人用ソファ(4)、棚(3)、鏡台ドレッサー(2)、ベッド(2)、収納グッズ(2)、遮光カーテン、絨毯、ウォールラック

雑貨(その他):フィギュア、観葉植物、自動ゴミ箱、服、アロマディフューザー、テープライト、飾る

貝殼

【図2】の結果から傾向をまとめ、考察をすると以下のことが分かった。

傾向	考察
「機能性」は 家電、家具、雑貨の全て において重	「機能性」を重視するのは、高校生が商品を買う
要視されている。	ときに持つ普遍的な価値観である。
家具の購入 では、「価格」や「環境への優しさ」	長時間使用する前提があり、買い替え周期も長い
を重視せず、安全性に重きを置く人が多い。	からではないか。
家電の購入では、革新性を重視する声が多い。	家電は他に比べて技術的な進化が速く、新機能を
	使用することでより便利になるからではないか。
インテリアや家具 では、デザインに大事にする声	インテリアや家具は、機能面における技術的な進
が多かった。	化が遅いからではないか。
「環境への優しさ」は 家電、家具、雑貨の全て に	環境意識が低いことが分かる。実際にお金を出す
おいて、あまり重要視されていない。	となると、ハードルが上がるのではないか。

アンケートの結果をスクリーニングに生かしたいと考えた私たちは、上記の特徴を第三スクリーニングの定性評価に適用した。例えば、アンケートでは商品の「機能性」や「デザイン」が家具、家電、雑貨の全てのカテゴリで重視されていたため、それをスクリーニングの項目に加えることにした。

新しく購入した商品や今欲しい商品に関しては、運動系や PC 周辺の製品が目立つのが印象的であり、 やはりオンライン授業を受ける高校生も「作業の効率化・健康・ストレス解消」に関連する商品を購入し ている。同時に、マッサージチェアや観葉植物など、疲労やストレスを軽減する商品も人気である。

②【非営利団体・有識者へのインタビュー】

A. 国際消費者機構への Eメールインタビュー 8/16/2020

私たちが投資をするのはアジア圏の企業だが、消費者が持つ本質的な意識のトレンドは、欧米からアジアに流れているように感じる。したがって、未来を予測して長期的な視点で投資をするには、欧米の消費動向やニーズを知っておくべきだと考えた。そこで私たちは、歴史があり有力な団体である国際消費者機構のイギリス本部にEメールで問い合わせをしたところ、質問に対する明確な回答をする代わりに、複数の重要な参考資料を提供頂いた。今回はその参考資料に基づいて、回答を自分たちで作成した。

2020年の消費にはどのようなトレンドがあるか?

2020 年の消費行動は、新型コロナウイルスの影響を受け、大幅に変化した。ヨーロッパでは、コロナ禍の経済状況を悲観的に捉える声が多く、お金を使う基準が厳しくなっているという。そこで、消費者は商品を製造している企業の「信頼」を最も重視し、具体的にはサステナビリティや労働環境など、企業理念への共感が購入につながるケースが多い。この傾向は女性や若い世代で特に顕著である。

「良い消費者」とはどのような消費者か?

「良い消費者」の定義は人によって異なり、明確なものを決めることはできないが、「良い消費者」の 特徴はいくつか挙げられる。例えば、リサイクルに参加する消費者は、自分の消費活動が環境に与える影響を理解していて、協力的だと言えるだろう。また、商品を購入する前に「本当に必要か」ということを 一度考えることで、結果的に無駄遣いを避け、家計や環境に優しい消費につながる。

B. Consumer Rights Japan への E メールインタビュー 9/13/2020 担当者:加藤エイミー様

次に、日本と海外の消費者における傾向の違いを知るべく、日本を拠点に活動する一般社団法人 Consumer Rights Japan に問い合わせた。Consumer Rights Japan の主な活動は、子どもなどの弱い立場の消費者を守ること、地球に優しく持続可能な消費を推進することである。英語でやりとりを行ったため 以下は日本語訳である。

日本は世界的に見てトップクラスの経済大国だが、他国と比較して消費者にどのような特徴があるか?

日本はアジア内で最も発展した国で、大量消費社会として知られている。日本の消費者行動は、他の国とやや異なると感じる。具体的には、日本人は家でスリッパを履くなど、自国の気質やライフスタイルにあった独自の製品を好む傾向にある。また、ロボットスタイルの接客や製品が目立ち、AI 犬「AIBO」をはじめとした、動物・人間型ロボットを好意的に思っている。商品の開発方法としては、消費者の声を反映する消費者団体が、企業、開発者、研究機関に積極的にアプローチをすると、より満足度の高い製品が生まれるだろう。

そして、未成年の消費者に対する法整備が行われていないのは、日本の消費社会の問題点である。善悪の判断基準がしっかりとしてない未成年をターゲットにし、欺瞞的な宣伝やマーケティングを意図的に行っている企業は実在する。EU やブラジルが行っているように、それらを制限する ISO(ガイドライン)が日本にも必要である。





イメージ画像 1. 犬型ロボット イメージ画像 2. ロボットスタイルの接客

画像出典 1:us.aibo.com

画像出典2:日経ビジネス

iii. 有識者への ZOOM インタビュー 11/4/2020 担当者: 山本様

私たちのテーマの根幹でもある ESG 投資に関して、もっと詳しく知りたいと考えた。そこで本学院の卒業生で、大手投資銀行グループの NY 本社、リスク部門にて ESG 投資に携わられている方に ZOOM インタビューをした。そこから学んだことを以下にまとめた。

ESG 投資とは?

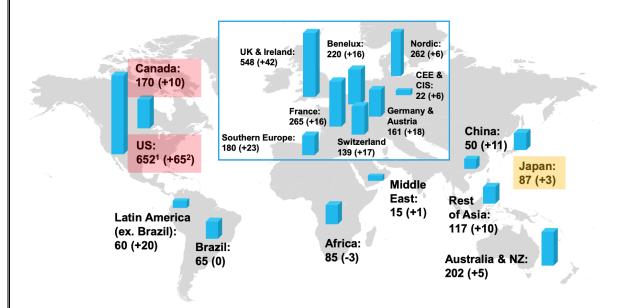
ESG 投資は、環境(E)、社会(S)、企業統治(G)に取り組むことにより、投資で利益を生み出すという考え方。 近年では、環境保全を求める運動、差別をなくす運動、そしてそれを可能にする企業の健全な運営が社会から 求められている。さらにヨーロッパでは、中央銀行が民間に金融機関に対し、投資をするときに ESG を考慮す るよう提案するなど政策としてのプレッシャーもあり、ESG 投資が世の中の「当たり前」になりつつあるとい う。

新型コロナウイルスで ESG 投資は加速したのか?

まず前提として、新型コロナウイルスにより世界経済は低迷した。先行きの見えない状況の中では、全体的に多くの投資家が消極的になりがちである。したがって、他の投資と逆行して ESG 投資が加速したとは言えないが、他の投資手法と比べて落ち込みが少なかった。ESG 投資のリターンは必ずしも高くないことを踏まえると、これは驚くべきことであり、今後経済が回復するとこれまで以上の人気が見込めるかもしれない。

ESG 投資における日本と欧米の違いは?

下の地図¹は、PRI と呼ばれる、機関投資家たちが ESG について責任を全うするように公表された、投資原則の署名機関数を示している。PRI に署名する機関投資家は、一般的に ESG 投資に積極的だと認識される。



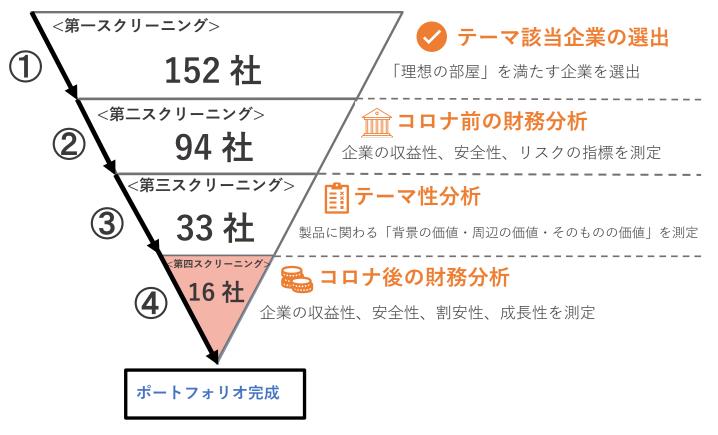
全体の署名機関数は 3300 程度であり、その内、<mark>黄色</mark>で囲まれた日本の投資機関は 87、すなわち全体の 3%に満たない。青線で囲まれたヨーロッパや<mark>赤色</mark>で囲まれた北米と比較すると、その差は一目瞭然である。日本の経済規模を考えると、87 という数はあまりにも少なく、ESG 投資に対する意識の違いが見られる。

¹ 出典: »PRI update Q4 2020 » P.33 2020 年 8 月 25 日時点の署名機関数を示す

■ 2 ポートフォリオの作成

[2-1]スクリーニングの概要

スクリーニングの対象は、東京証券取引所に上場する製造業と日経アジア 300 に掲載されている企業である。スクリーニングの概要を以下に示す。



新型コロナウイルスが企業に与えた影響を鑑み、私たちは財務スクリーニングを「コロナ前」と「コロナ後」の二回に分けて行った。もちろん、私たちが投資をするのはポストコロナの世界だが、実際には「一時的に」うまくいっている企業も存在し、それは長期投資を前提としている私たちにとっては適していないと考えた。したがって、まずは「コロナ前」の業績による企業のスクリーニングを行い、その後「コロナ後」の業績でスクリーニングを行うことで、長期的に存続する企業に投資できると考えた。

[2-2]第一スクリーニング 152 社

第一スクリーニングでは「理想の部屋」というテーマのもと、まずは部屋をデザインする際に必要となってくる家電、家具、雑貨を製造している企業をピックアップした。各企業のサイトによる主観的評価とそれ以外のサイトでの客観的評価を総合的に見て企業選定を行うことで、最終的に152社を第一スクリーニングの企業として選んだ。製品を製造している企業に直接投資することを重視し、小売り業者や販売のみを行っている企業はスクリーニングの対象から除き、実際に製造販売を行っている企業に厳選した。

日経アジア企業については、東南アジアやインドなどの経済成長が著しい国々の企業が多数上場していて、今後の投資への期待があるということから含めることにした。選定過程においては、企業の信頼性や社会の評価を考慮した。

日経企業の内訳(128社)

カテゴリのアルファベットはそれぞれ、

A=家電 B=家具 C=雑貨 である。

証券	ALC:	カテ	証券		カテ	証券	mex-	カテ	証券	her.	カテ
番号	銘柄名	ゴリ	番号	銘柄名	ゴリ	番号	銘柄名	ゴリ	番号	銘柄名	ゴリ
2678	アスクル	С	4967	小林製薬	С	6755	富士通ゼネラル	Α	7885	タカノ	В
2685	アダストリア	С	4985	アース製薬	С	6757	OSGコーポレーション	Α	7887	南海プライウッド	В
2726	パルグループ	С	5909	コロナ	Α	6758	ソニー	Α	7951	ヤマハ	Α
2769	ヴィレッジバンガード	С	5943	ノーリツ	Α	6794	フォスター電機	Α	7958	天馬	В
2777	カッシーナ	В	5956	トーソー	С	6803	ティアック	Α	7959	オリバー	В
2790	ナフコ	В	6367	ダイキン工業	Α	6810	マクセル	Α	7962	キングジム	С
3002	グンゼ	С	6448	プラザー工業	Α	6839	船井電気	Α	7965	象印	Α
3050	DCM	С	6454	マックス	С	6897	ツインバード工業	Α	7971	東リ	С
3093	トレファク	С	6460	セガサミー	Α	6916	アイ・オー・データ機器	Α	7972	イトーキ	В
3140	イデアインタ	С	6501	日立製作所	Α	6932	遠藤照明	В	7974	任天堂	Α
3169	ミサワ	В	6502	東芝	Α	6952	カシオ計算機	Α	7975	リヒトラブ	С
3189	ANAP	С	6503	三菱電機	Α	6971	京セラ	Α	7976	三菱鉛筆	С
3191	ジョイフル本田	В	6507	シンフォニアテクノロジー	Α	7259	アイシン精機	Α	7984	コクヨ	С
3421	稲葉製作所	В	6628	オンキヨー	Α	7453	良品計画	С	7987	ナカバヤシ	С
3501	住江織	С	6629	テクノホライゾン	Α	7482	シモジマ	С	7989	立川プラインド工業	В
3504	丸八	В	6630	ヤーマン	Α	7483	ドウシシャ	Α	7992	セーラー万年筆	С
3542	ベガコーポレーション	В	6632	JVCケンウッド	Α	7506	ハウスオブローゼ	С	7994	オカムラ	В
3551	ダイニック	С	6634	ネクスグループ	Α	7519	五洋インデックス	С	7997	くろがね工作所	В
3560	ほぼ日	С	6645	オムロン	Α	7577	HAPINS	С	8057	内田洋行	В
3564	LIXILビバ	С	6670	MCJ	Α	7603	マックハウス	С	8118	キング	С
3938	LINE	Α	6676	メルコ	Α	7739	キヤノン電子	Α	8130	サンゲツ	С
4452	花王	С	6701	日本電気	Α	7751	キヤノン	Α	8144	電響社	Α
4465	ニイタカ	С	6702	富士通	Α	7752	リコー	Α	8184	島忠	В
4523	エーザイ	С	6723	ルネサンスエレクトロニクス	Α	7769	リズム時計工業	Α	8186	大塚家具	В
4558	中京医薬品	С	6724	セイコーエブソン	Α	7800	アミファ	С	8218	コメリ	С
4574	大幸薬品	С	6727	ワコム	Α	7806	MTG	Α	8227	しまむら	С
4665	ダスキン	С	6731	ピクセラ	Α	7818	トランザクション	С	9434	ソフトバンク	Α
4755	楽天	С	6737	EIZO	Α	7832	パンダイナムコ	Α	9766	コナミ	Α
4902	コニカミノルタ	Α	6740	ジャパンディスプレイ	Α	7840	フランスペッド	В	9827	リリカラ	С
4912	LION	С	6750	エレコム	Α	7846	パイロット	С	9843	ニトリ	В
4925	ハーバー研究所	С	6752	パナソニック	Α	7867	タカラトミー	Α	9876	コックス	С
4951	エステー	С	6753	シャープ	Α	7874	レック	С	9983	ファーストリテイリング	С

日経アジア企業の内訳(24社)

証券番号	銘柄名	カテゴリ	証券番号	銘柄名	カテゴリ	証券番号	銘柄名	カテゴリ
@000333/SZ	美的集団	Α	@035420/KO	ネイバー	Α	@500696/INI	ヒンドゥスタン・ユニリーバ	С
@000651/SZ	珠海格力電器	Α	@051900/KO	L G生活健康	С	@BDMS/TL	BGH	С
@2308/TW	台達電子工業	Α	@066570/KO	LG電子	Α	@CPALL/TL	CPオール	С
@2317/TW	鴻海精密工業	Α	@068270/KO	セルトリオン	Α	@DELTA/TL	デルタエレクトロニクス	Α
@2330/TW	TSMC	Α	@500096/INI	ダブール・インディア	С	@UNVR/JK	ユニリーバインドネシア	С
@2382/TW	広達電脳	Α	@500820/INI	アジアン・ペインツ	В	@S63/SP	STエンジニアリング	Α
@2474/TW	可成科技	Α	@532424/INI	GCPL	С			
@2498/TW	宏達国際電子	Α	@532281/INI	HCLテクノロジーズ	Α			
@005930/KO	サムスン電子	Α	@507685/INI	ウィプロ	Α			

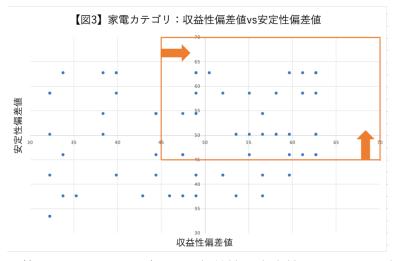
[2-3]第二スクリーニング 152 社→94 社

第二スクリーニングは、コロナ前の会社の財務状況を簡単に把握する目的で行った。初めての投資であるため、独自の指標を用いずに、一般的な企業価値を判断する材料に使われている主要な指標を用いた。 データには、新型コロナウイルスが流行する直前の連結決算 12 か月データを使用した。

尚、スクリーニングの対象となった会社は主に製造業である。製造業の中でも、業種によって景気にばらつきがあるものの、それらはスクリーニングの結果に影響するほど重大なものではないと考えたため、各指標の製造業における平均値²を元にして、各企業の収益性・安定性を点数化した。

種類	指標	説明	加点基準例
	ROA	企業が総資産をいかに効率的に運用して、利益を生み出した	1 0≤X<1.5 ~
	ROA	かを表す	5 6≤X
	ROE	企業が自己資本をいかに効率的に運用して、利益を生み出し	1 0≤X<3 ~
収益性	KOL	たかを表す	5 12≤X
以金庄	営業利益率	売上高に対する当期営業利益(売上総利益から人件費や設備	1 0≤X<3 ~
	古未削益学	費などを引いた結果)の割合を示す指標である	5 12≤X
	純利益率	売上高に対する当期純利益(最終的な支払いを済ませた結	1 0≤X<2 ~
	祀们益华	果)の割合を示す指標である	5 8≤X
	自己資本比率	企業の自己資本、すなわち返済する必要のない資本の比率を	1 20≤X<30 ~
安定性	日じ貝本比率	示し、中長期の財務的な安全性を表す	6 70≤X
女走住	<i>β</i> 値	市場平均に対するそれぞれの銘柄の値動きを示すことで、個	1 β>1.5 β<-1.5~
	ho ⊫	別銘柄の相対的なリスクが分かる	$3 0 \le \beta \le 1 - 1 \le \beta \le 0$

上記の指標をもとに、企業の収益性偏差値と安定性偏差値を家電、家具、雑貨などのカテゴリに分けて算出し、グラフで表した。【図3】のように、収益性をX軸、安定性をY軸とし、両方の軸の値が45以上の企業を基準として企業の選定を行った。家電だけでなく、家具と雑貨でも行った。



例外として、単純に財務指標が悪く株価が下がっている企業は、財務悪化の原因を調べれば将来的な先行投資が利益に繋がり、かつ割安で株価を買うことができる利点があるという分析から、過去5年間のデータで偏差値45以上であった場合は、第二スクリーニング突破企業に含めた。そのため、パナソニックやソニーが、例外として第二スクリーニングを通過した。

第二スクリーニングでは、収益性と安定性のどちらかが極端に悪い場合が多く見られた。収益性偏差値と安定性偏差値を同時に比較し、両方が 45 以上の企業を選ぶことで、投資のリスクを軽減することができると考えている。最終的に 94 社が第二スクリーニングを突破した。

² 日本取引所グループ 調査レポート 2019 年度(2019 年 4 月期~2020 年 3 月期)

[2-4]第三スクリーニング 94 社→33 社

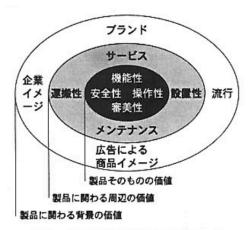


図1 消費者がとらえる製品イメージ 出典:熊本県工業技術センター研究報告

「理想の部屋」を作るにあたって最も大切なことは、消費者の視点から企業の本質的な価値を理解することだと考えている。私たちが選出した企業は、消費者に販売した製品から売り上げの大部分を生み出している。したがって、財務面以外の企業価値を測るには、全て製品と関連付けて評価をするべきだと考えた。「消費者の視点による製品評価項目の抽出方法」³によると製品価値は左の表の通り、①製品に関わる背景の価値、②製品に関わる周辺の価値、③製品そのものの価値が複合的に作用して評価されているという。私たちはその3つの視点を、自分たち独自のスクリーニングに組み合わせた。

①製品に関わる背景の価値: "広告戦略による商品イメージや、ブランド、企業イメージなど商品にかかわる背景価値"

②製品に関わる周辺の価値:"製品本来の機能ではないが、設置性や運搬性、アフターサービスやオプションの可能性など周辺の価値"

③製品そのものの価値: "機能性、操作性、審美生、安全性など製品そのものが持っている価値"

重要度について

第三スクリーニングの点数化で各指標を効果的に反映させるにあたり、それぞれの重要度を数値化した。まず、①製品に関わる背景の価値、②製品に関わる周辺の価値、③製品そのものの価値の重要度を順に30%、20%、50%と、合計が100%となるように重要度を決めた。そして、高校生を対象にとったアンケート結果を参考に、①、②、③の中で、それぞれの合計が100%になるように配分を決めた。例えば、①「製品に関わる背景の価値」の場合、全体の重要度が30%、下記の表に記載されている「環境」の配分が18%である。もし企業 A の評価が5 段階中 4 点だった場合、 $4 \times 0.18 \times 0.3 = 0.216$ 、つまり「環境」という指標は、合計得点を示す5 点中 0.216 点を占めているということだ。細かい加点基準は「加点基準例」として一部省略されているが、各項目の評価は全て5 段階または3 段階の評価基準を設けて行った。

① 製品に関わる背景の価値 (全体の30%)

	指標		加点基準例	配分	理由
	3	環境	1環境保全活動を一切行っていない 〜 5環境保全に関する賞の受賞	18%	地球を守る動きが広まることで、環境に配 慮した製品が求められる世の中に変わりつ つあるから。
ESG	社	労働 環境	Openwork(vorkers.com)の口コミを見て星 の数で判断	5%	ステークホルダーと適切な信頼関係を築く
	会 会	地域活動	1 地域活動を一切行っていない ~ 5 地方自治体と災害などに関する協定を結 んでいる	7%	ことで、企業の一層の活躍が期待できるから。企業の社会的な立ち位置は製品のブランドイメージに繋がるから。

³ 佐藤達哉ほか (2002-10), 熊本県工業技術センター研究報告 P.24

	 企業統治	1 監視委員会や社外監査役の設置がない~	6%	良い製品を製造していても、ガバナンスが
	正未加加	5 監査・監視委員会に議決権がある	070	弱ければ不祥事が起きてしまうから。
		1 企業理念に「客」や「暮らし」という言		消費者のニーズと企業の理念が合致するこ
	企業理念	葉が含まれていない ~	4%	とで、企業が消費者に寄り添った製品を製
		5両方含まれている		造販売できるから。
△	不祥事	1過去5年間に致命的な不祥事あり ~	11%	不祥事は消費者からの信頼を失い、不買運
企業イ	1\1+ 	5過去5年間に不祥事なし	11/0	動などを招く恐れがあるから。
イメ		1 企業の公式 SNS がない ~		SNS を通じて消費者と繋がることで、企業
リジ	広報活動	5 フォロワーが 1000 人を超える公式 SNS	15%	SNS を通じて消貨者と繋がることで、正来 が消費者にとって身近に感じられるから。
ν		が3種類以上ある		が用具有にとうで対処に感じられるから。
		1企業広告が一切ない ~		製品や企業の存在を戦略的に宣伝すること
	広告	5 新聞やテレビを含む複数の媒体に広告を	9%	でブランドイメージが上がり、それが消費
		出している		者からの認知や売り上げに繋がるから。
	技術力	1技術開発が一切見られない ~	9%	技術力の向上を怠ると、競合他社に遅れを
企	לל נווידעד	5技術に関する偉大な賞を受賞している	9 /0	とってしまうから。
企業努力		1 HP がない ~		幅広い年代さらに世界中の消費者に支持さ
力	HP	5バリアフリー対応など、Web アクセシビ	12%	れるには、HP がお年寄りにも見やすく、多
		リティが充実している		言語対応している必要があるから。
海	拠点	1 外国(本社以外の国)への進出計画がな	4 %	外国に進出することで、製品が外国の人の
外	進出計画	い ~ 5 外国に拠点を持っている	4 /0	手に届き、ビジネスチャンスが広がるから

② 製品に関わる周辺の価値 (全体の20%)

	指標	加点基準	配分	理由
サ ー	購入前 サポート	1購入前に製品について相談できる窓口がない ~ 5設置代行、組み立て、配達のサービスがある	10%	購入前のサービスが充実していることは消 費者に安心感をもたらし、結果的に購入に 繋がるから。
ビス	購入後サポート	1 購入後のサポートに関する記載が一切ない ~ 5 カスタマーサポート、保証、返品制度がある		アフターサービスの充実は、購入後の満足 度に直結するから。
オ	オンライ ン対応	1 オンラインで製品を販売していない ~ 5 自社のオンラインストアがある	20%	オンライン販売を利用することで、消費者 は手軽に商品を購入することができるか ら。
^ンラインス	オンライン品揃え	1 オンラインで製品を販売していない ~ 5 オンラインでそのカテゴリ(家電、家具、雑貨)の製品を一通り揃えることができる	35%	オンライン上で購入の選択肢が多いことで、消費者も買ってみようという気になるから。
トア	レビュー	大手通販サイト(楽天市場、Amazon.com等)から代表的な商品を3つ選び、1~5で表される星の数の平均値を取る。 *販売していなければ1点。	10%	人々はオンラインで買い物をするとき、 一般的にレビューを参考にする傾向がある から。

③ 製品そのものの価値 (全体の50%)

指標	加点基準	配分	理由
価 格	1 他社の製品と比較して、数倍の価格帯である ~ 5 他社の製品と比較して、平均的な価格帯である	15%	予算が限られている高校生にとって、価格 がリーズナブルであることは重要だから。
品質	1 品質に関する記述が HP に一切ない ~ 5 品質 ISO に認定されており、取り組みに対する成果が明記されている	20%	品質の高さは消費者の満足度に直結し、そ の取り組みを明記することで消費者から安 心感や信頼を得ることができるから。
安 全 性	1-安全性に関する記述が HP に一切ない~ 5 事故時の対応、安全確保への取り組み、取 り組みに対する成果が明記されている	10%	製品を使用するにあたって、事故はあって はならない。最悪の場合販売を中止しなけ ればならず、企業に損害をもたらすから。
革 機 新 能 性 の	1-機能が複雑で、操作しづらい(しづらそう) ~ 5業界をリードする先進的な機能がある	20%	類似した商品が様々な企業から展開されている中、機能の革新性が高いことで、他の企業と差別化を図ることができるから。
審美生 の	1 デザインに審美生や洗練さが一切感じられない ~ 5 毎年複数の製品がグッドデザイン賞を受賞している	20%	デザインの美しさはいち早く消費者の目に 止まり、多くの場合それが購入基準の一つ になっているから。
健 康	1体に害がある ~ 5人々が健康な生活を 営むために、大きく貢献している *もし企業の事業内容が「健康」とは無関 係な場合は3点。	15%	健康的な製品への需要は高まっている。継続的に使用しても問題がないことが重要だから。

重要度を計算し全体得点を示す 5 点満点中の得点を算出した後、家電・家具・雑貨の各カテゴリにおけるそれぞれ上位 35%を選出した結果、最終的に 94 社が 33 社に絞り込まれた。

[2-4]第四スクリーニング 33 社→16 社

第四スクリーニングは、「コロナ後」の財務状況を把握する目的で行った。33 社の大半は3月を決算期としているため、コロナ後の財務データが十分に集まっていない。そこで、最新の四半期データと業績予想を駆使し、現在できる最大限の財務分析を試みた。データは、企業から発表される決算短信を用いた。

種類	指標	説明	加点基準例
	予想 ROA	企業が総資産をいかに効率的に運用して、予想利益を生み出	1 0≤X<1.5 ~
収益性	JAS KOA	しているかを表す	5 6≤X
	予想 ROE	企業が自己資本をいかに効率的に運用して、予想利益を生み	1 0≤X<3 ~
	了您 RUE	出しているかを表す	5 12≤X
	自己資本比率	企業の総資本に対する自己資本の比率を示し、財務の中長期	1 30≤X<40 ~
安全性	日じ貝本ル学	的な安全性を表す	5 70≤X
女主性	負債比率	企業の自己資本に対する負債の比率を示し、財務の中長期的	1 60≤X<75 ~
	只 俱	な安全性を表す	5 X≤15

	予想 PER	将来の収益に対して株価がどの程度割安、または割高かを測	1 20≤X<25 ~
割安性	J/波 FER	定する。	3 X≤15
刮女庄	実績 PBR	会社の純資産に対し、株価の水準が適当であるかを表す。	1 1.0≤X<1.5 ~
	天順 I DIN	低い方が割安とされ、値上がりに期待できる。	3 X≤0.5
	売上高前年	売上において、対象の年の数値に対する一年前の数値との比	1 -10≤X<0 ~
成長性	同期比	率。	3 10≤X
以文注	営業利益前年	営業利益において、対象の年の数値に対する一年前の数値と	1 -10≤X<0 ~
	同期比	の比率。	3 10≤X

全ての数値を点数化した後、家電・家具・雑貨の各カテゴリにおける上位 50%を選出した結果、最終的に 33 社が 16 社に絞り込まれた。

[2-5]投資配分の決定

選定された 16 銘柄の投資比率を決めるにあたり、軍資金 500 万円の内、スクリーニングの点数による 投資配分を 400 万円、効率的フロンティアによる投資配分を 100 万円とした。このような投資配分に決定 した理由は、一定の利益性を保ちながらも自分たちの「理想」を実現する企業により多く投資するためで ある。効率的フロンティア曲線の作成には私たちなりに全力を尽くしたが、初めての試みであるため、完 壁ではない。したがって、効率的フロンティアによる投資配分を 100 万円とし、残りの 400 万円をスクリーニング配分に充てた。

A. スクリーニング配分

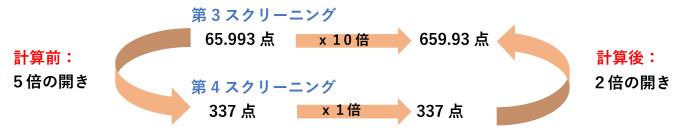
軍資金 500 万円の 80%を占める、第 3 ・第 4 スクリーニングの合計得点による投資配分を、「スクリーニング配分」と名付ける。以下の公式によって、各企業のスクリーニング配分を算出した。

a社の配分額をY_aとし、第3・第4スクリーニングの合計得点をX_aとすると、

$$Y_a = 400万円 imes \frac{X_a}{996.93}$$

(996.93 は各銘柄の第3、第4スクリーニングの合計得点の総和)

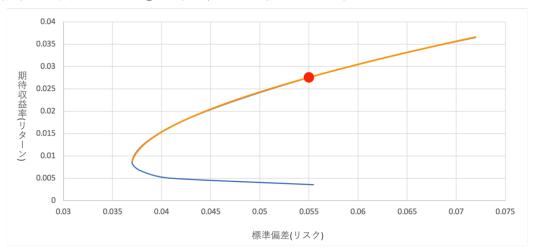
第3スクリーニング(定性評価)の合計点は約66点、第4スクリーニング(財務評価)の合計点は337点で、5倍程度の開きがある。これでは、企業の財務面ばかりが配分額に反映されてしまう。私たちは、企業の財務情報よりも、定性的な指標をより強く評価したいと考えた。そこで、第3スクリーニングの点数を10倍した。その結果、各銘柄の第3・第4スクリーニング合計点の総和が996.93点となった。図を以下に示した。



B. 効率的フロンティア配分

軍資金 500 万円の内、20%は効率的フロンティアに基づいて配分を求めた。効率的フロンティアとは、 分散投資がされたポートフォリオのリスクとリターンを比較した結果、導き出される最も効率的な投資比 率の集合のことである。リスクとリターンの計算には、各銘柄における 2015 年 12 月から 2020 年 11 月の月次変化率を使用した。リスクには株価変化率の標準偏差、リターンには株価変化率の平均値を使用した。

効率的フロンティア曲線の作成には、Excel のソルバー機能を用いて、16 銘柄の組み入れ比率を少しずつ変化させた。比率を変化させるたびに算出されたリスクとリターンの数値を使い、下のグラフを作成した。オレンジ線の部分が「投資可能な領域」である。グループ内でリスクとリターンのバランスを協議した結果「投資可能な領域」の中で、赤点の組み入れ比率に 100 万円を配分することにした。



[2-6]ポートフォリオ一覧

日本企業 14 社、韓国企業 2 社の計 16 社に、以下のような構成で投資することになった。

ポートフォリオ名:オンライン授業を支える!「理想の部屋」ファンド

証券コード	企業名	市場	カテゴリ	購入額(円)	構成比(%)
4967	小林製薬	東証一部	生活雑貨	484,380	9.83
7974	任天堂	東証一部	家電	465520	9.44
6645	オムロン	東証一部	家電	425,700	8.64
2790	ナフコ	東証 JASDAQ	家具	351,708	7.14
9843	ニトリ	東証一部	家具	323,325	6.56
6448	ブラザー工業	東証一部	家電	297440	6.03
005930/KO	サムスン電子	韓国取引所(KRX)	家電	295,210	5.99
6630	ヤーマン	東証一部	家電	295,236	5.99
4912	ライオン	東証一部	生活雑貨	280731	5.7
6737	EIZO	東証一部	家電	280,280	5.69
8218	コメリ	東証一部	生活雑貨	270,112	5.48
6727	ワコム	東証一部	家電	265,236	5.38
7962	キングジム	東証一部	生活雑貨	257,600	5.23
7984	コクヨ	東証一部	生活雑貨	256610	5.21
3542	ベガコーポレーション	東証マザーズ	家具	235,077	4.77
051900/KO	LG生活健康	韓国取引所(KRX)	生活雑貨	144,632.00	2.93
				4,928,797	100

[2-7]銘柄の紹介

4967 小林製薬 家電

家具 雑貨

事業内容

医薬品、芳香剤、サプリメント、日用雑貨品などの分野で、多様な 商品を提供している企業。消費者の希望に応える商品を追求するこ とで「あったらいいな」の実現を目指す。

テーマとの関連性

高齢者でも開けやすいアルミパウチの開発など、ユニバーサルデザインという、誰にでも使いやすく設計されたデザインの充実に取り組んでいる。ユニバーサルデザインと使いやすさの両立を目指し、製品の改良を行っている。



イチオシ商品



商品名:Sawaday 香 Stick イングリッシュガーデン

参考価格:415 円

商品説明:ハーブをまとめ上げたグリーンフローラル調の香りが、スティッ

クを通して部屋全体に広がり、明るく爽やかな部屋を作り上げる。

使用例:ずっと同じ部屋にいると、精神的にストレスを感じてしまうことが

ある。気分を入れ替えリフレッシュしたいとき。

画像出典:小林製薬 公式 HP

7974 任天堂

家電

家具

雑貨

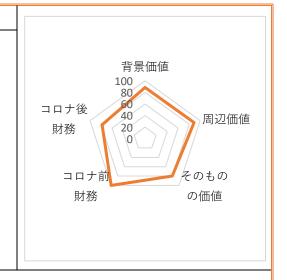
事業内容

家庭用ゲーム機やソフトの開発、製造販売を行う企業。

世界のユーザーへ、かつて経験したことのない楽しさを提供することを最も重視している。

テーマとの関連性

子供が使用するゲーム機には「みまもり設定」を導入し、保護者が プレイ状況を知ることができるプログラムを設置。さらに、入院中 の子どもたちのためにゲーム機の貸し出しを行なうなど、子どもに 関するプロジェクトを積極的に行なっている。



イチオシ商品



商品名:Nintendo Switch

参考価格: 29,980 円

商品説明:気分転換にゲームをプレイすることができる。複数人で対戦

もでき、様々な楽しみ方がある。

使用例:手軽に空き時間を楽しみたいとき。リモートで、友人とおうち

時間を楽しく過ごしたいとき。

画像出典:任天堂 公式 HP

6645 オムロン

家電

家具

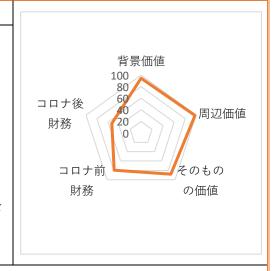
雑貨

事業内容

ヘルスケア商品だけでなく、駅の自動改札機や工場のセンサーな ど、複数の事業を世界中で展開する企業。「事業を通じて社会的課 題の解決や人々の生活の向上に貢献する」ことで、企業価値の向上 を目指している。

テーマとの関連性

工場周辺の清掃活動や植木のボランティアを従業員が一丸となって 行なったり、「太陽の家」という、身体障がい者のための訓練施設を 設置したりし、積極的に地域社会に貢献している。



イチオシ商品



商品名:クッションマッサージャー

参考価格: 7,980 円

商品説明:マッサージ機能とヒーター機能を搭載した小型のクッション。 体勢を変えることで肩・腰・ふくらはぎなど、色々な部位をほぐせる。 **使用例**:勉強やデスクワークで凝った肩や首を手軽にほぐしたいとき。

雑貨

画像出典:オムロンヘルスケアストア

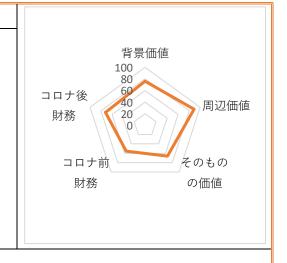
2790 ナフコ 家電 家具

事業内容

一般向けの家具やインテリアをはじめ、業務用にも対応できる、品揃えが豊富な企業。「店はお客様のためにある」をキャッチコピーとし、消費者に感動を与え続けられるように研究を重ねている。

テーマとの関連性

まちづくりや交通対策を円滑に行うために、鹿児島県と地域貢献協定を締結している。また福岡県でも、災害時に物資供給などの支援を行うために協定を結んでいるなど、九州地方における地域貢献に積極的。



イチオシ商品



商品名:アイピーシーヒノキフリーラック 3段

参考価格:1,958 円

商品説明: 国産ひのき材を使用した高さ 60cm ほどの棚。シンプルな設計

のため、組み立てが簡単。

使用例:配布される教科書やプリントを整理し、机周りをスッキリさせ

たいとき。

画像出典:ナフコオンラインストア

9843 ニトリ 家電 家具

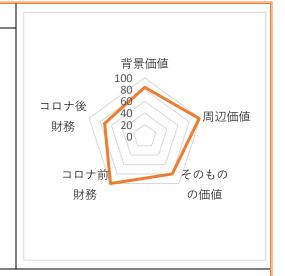
事業内容

主に家具、インテリア用品の企画・製造・販売を中心とした小売事業を展開する企業。「値段以上」をキャッチフレーズに、購入しやすい価格で人々がより快適に過ごせるような家具を、豊富に取り揃えている。

テーマとの関連性

ランドセルの製造において、ペットボトルを原料にしたリサイクル 繊維を使用するなど、環境に配慮した製品をつくっている。

紙資源を大切にするために社内で紙資料を削減、店舗で帳票を電子 化することで紙の消費を約45万枚削減した。



イチオシ商品



画像出典:ニトリネット

商品名:システムベッド(デニッシュTWW/WH)

雑貨

参考価格: 69,900 円

商品説明:机、ベッド、収納が一体型になっている。単品使用もできるため、組み合わせ次第で子どもから大人まで長く使うことができる。

使用例:部屋の空間を有効に使い、無駄を省きたいとき。狭い部屋でも

快適に過ごしたいとき。

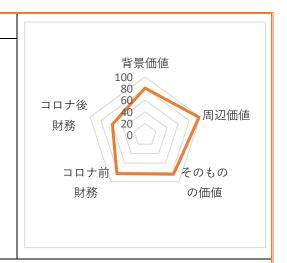
6448 ブラザー工業 家電 家具 雑貨

事業内容

プリンターや複合機の製造をはじめ、工業用ミシン、通信カラオケシステムなど、機械・通信分野での強みを生かし多様な事業を展開する企業。変化が目まぐるしい現代に優れた価値を提供するために、「柔軟性・小回り力・コスト競争力」を意識している。

テーマとの関連性

水素を活用し、エネルギーを削減することで二酸化炭素の排出量を30%削減することに成功。使用済みインクカートリッジを回収し、リサイクルすることでゴミを削減している。



イチオシ商品



商品名:インクジェットプリンター DCP-J988N

参考価格: 29,800 円

商品説明:通常の 10 倍の量を収納できる、大容量インクカートリッジを搭載している。インク残量を印刷可能枚数で表示することで、交換の目安が分かる。

使用例:電子ファイルで送られてくる参考書などを印刷するとき。

画像出典:ブラザー工業 公式 HP

@005930/KO

サムスン電子

家電

家具

雑貨

事業内容

家電製品やスマートフォンのみならず、半導体チップの製造や AI シ ステムなどの事業を展開する韓国の総合電子機器メーカー。世界各 地に研究所や販売拠点を保有し、最先端の製品をグローバルに展開 することで、社会に貢献することを目指している。

テーマとの関連性

国内の事業所に温室効果ガス低減設備を導入し、温室効果ガスの排 出量を二年間で31%削減した。また、六フッ化硫黄を削減する事業 の国連承認を取得した。



イチオシ商品



商品名:Galaxy Tab A **参考価格:**33,600 円

商品説明:10.1 インチという大画面ながら、手頃な価格なのが特徴。

Kids Home 機能を搭載し、教育アプリが充実している。

使用例:宿題や調べ物を行いたいとき。

画像出典:Samsung Galaxy 公式 HP

6630

ヤーマン

家電

家具

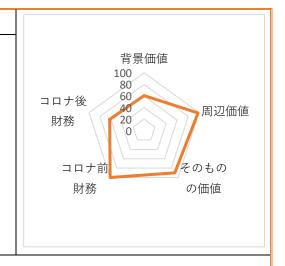
雑貨

事業内容

主に美容健康機器の開発・製造・販売や、化粧品の輸入販売を行う 企業。「高機能、高効果な商品を通じて、一人でも多くの方に理想 の美しさを」という思いを掲げている。

テーマとの関連性

美容機器の製造のため「表情筋研究所」を設立し、表情筋や笑顔に 関する研究を行っている。独創的な技術を生み出すには社員一人ひ とりの発想が大切だと考え、研究員には年功序列の枠を超えてチャ ンレジさせる環境を整えている。



イチオシ商品



商品名:ビューティクル **参考価格**: 17,600 円

商品説明:カール・ストレート・ボリュームの 3 種類の用途があるヘアアイ

ロンで、誰でも気軽かつ本格的にヘアセットができる。

使用例:オンライン授業や友人とのビデオ通話にあたって、髪をセットした

いとき。忙しい朝に寝癖を簡単に直したいとき。

画像出典:ヤーマンオンラインストア

4912 ライオン 家電 家具 雑貨

事業内容

トイレタリー用品や医薬品などを手掛ける大手生活用品メーカー。 商品開発だけでなく、啓発活動やコミュニケーションを通じて一人 一人の「心と身体のヘルスケア」に取り組んでいる。

テーマとの関連性

植物原料を使うことで、地球温暖化や循環型社会の実現などの環境問題に取り組み、2019年には国内の温室効果ガス排出量を53%削減するなどの実績を挙げている。



イチオシ商品



商品名:NANOX 衣類・布製品の除菌・消臭スプレー

参考価格:420 円

商品説明:除菌・抗菌効果、抗カビ効果、消臭効果があり、気になる衣

服や布製品にスプレーをすることで、清潔に保つことができる。 **使用例**:朝起きた後の寝具や外出した後の衣服にスプレーする。

画像出典:ライオン 公式 HP

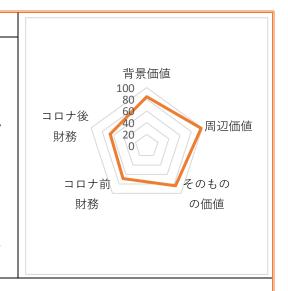
 6737
 EIZO
 家電
 家具
 雑貨

事業内容

高品質、高機能のディスプレイ装置を製造販売している企業。 オフィスや家庭用のみならず、ヘルスケアや鉄道、アミューズメントなど様々な分野に事業を展開し、映像を通じて豊かな社会の実現を目指している。

テーマとの関連性

目が疲れにくい最適な画面輝度や表示設定への自動設定機能搭載な ど、身体的ストレスの低減に貢献している。取得した国際マネジメ ント規格を当社の品質管理システムに取り込むことで、品質の向上 に努めている。



イチオシ商品



商品名:22.5型フレームレスモニターFlexScan EV2360-WT

参考価格: 32,973 円

商品説明:自動調光機能により目に優しく、モニターの高さを変えること

ができるため、疲れにくい姿勢で作業できる。

使用例: オンライン授業を受けるとき。宿題に取り組むとき。

画像出典:EIZO 公式 HP

8218 コメリ

家電

家具

雑貨

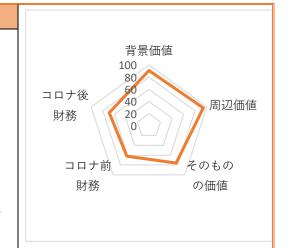
事業内容

主に植物、園芸、インテリア用品を扱うホームセンターを全国的に 展開している。客が求める「近さ・安さ・品揃え」の全てを満たす ことで、人々の快適な暮らしをサポートする企業。

テーマとの関連性

コメリ災害対策センターを設け、災害時に地方自治体の要請を受けると、物資を必要な場所まで供給する活動を行なっている。

国内木材の利用を積極的に行うことで、国内林業の活性化や温暖化 対策に取り組んでいる。



イチオシ商品



商品名:フィットするハニカムゲルクッション

参考価格:1,480 円

家電

商品説明:二重のハニカム構造が体圧を分散させ、腰への負担を軽減する

ため、長時間座ったまま作業を行える。

使用例:オンライン授業を受けるとき。勉強するとき。

家具

画像出典:KOMERI.COM 公式 HP

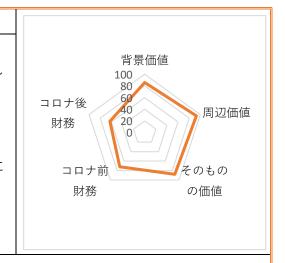
ワコム

6727 事業内容

パソコンの周辺機器、特にペンタブレット関連の分野をリードしている企業。デジタルペンの技術を通して、「デジタルで描く・書く」体験を提供している。

テーマとの関連性

数多くの特許を取得し、その上に膨大な技術的知識を製品開発に活かすことによって、日本、世界ともに圧倒的シェアを占める。 使用済みになった液晶ペンタブレットや小型充電式電池を回収 し、再資源化するサービスを行なっている。



イチオシ商品



ワコムストア購入特典 Intelligence Page 1

商品名: Wacom one 液晶ペンタブレット 13 + 替え芯/フィルム

参考価格: 42,900 円

商品説明:紙に書いているような感覚でタブレットに書き込んだり、 PC を操作したりできる。デジタルでの作業ならば、やり直しも簡単。

使用例:授業の板書を取るとき。手書きの課題をデジタルで制作するとき。

画像出典:Wacom 公式 HP

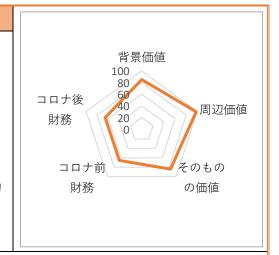
7962 キングジム 家電 家具 雑貨

事業内容

オフィス、家庭用の文具を製造販売しているメーカー。「人と情報活用」をテーマに、品質やデザインに凝った商品を数々生み出し、「新たな文化の創造」をもって社会貢献を果たしている。

テーマとの関連性

電子文具「テプラ」において、ラベルの余白や無駄をなくす工夫をすることで、3Rに貢献している。 CO_2 排出量が少ない天然ガス自動車で商品の運搬を行うことで、環境への負担を軽減している。



イチオシ商品



商品名: クリアファイル カキコ **参考価格**: 600 円 (20 ポケット)

商品説明:袋状ではなく、上下についたクリップで書類を挟む仕組み。

ファイルに挟んだまま書類に書き込むことができる。

使用例:授業のプリントを収納するとき。

画像出典: King Jim 公式 HP

7984 コクヨ 家電 家具 雑貨

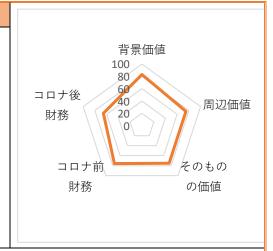
事業内容

事務用品やオフィス家具などを製造している企業。

客の「はたらく」「まなぶ」「くらす」が豊かになるような商品や サービスを提供している。

テーマとの関連性

「オール紙シリーズ」という、製品の全てを紙で作ったファイリング用品など、環境に配慮した商品を開発している。東日本大震災で親を亡くした学生たちを支援する「みちのく未来基金」にサポート企業として支援を続けている。



イチオシ商品



商品名:ツールペンスタンド〈Haco・biz〉

参考価格: 3,300 円

商品説明:ペンや電卓、文具などを立たせて収納する。中身が一目でわか

り、卓上がすっきりする。

使用例:デスク周りをすっきりさせたいとき。

画像出典:KOKUYO 公式 HP

3542

ベガーコーポレーション

家電

家具

雜貨

事業内容

実店舗販売を行わず、インターネット上でのみ家具・インテリアを 販売している。創業当初、社員 2 名で挑戦を続けてきた精神を忘れ ず、「無くてはならない」企業となるように最高のサービスを提供し 続けている。

テーマとの関連性

豊田スタジアムにて開催されたトップリーグオールスター「FOR ALL チャリティマッチ 2016」で、東日本大震災復興(特にスポーツ 復興サポート)のため、着る毛布「Groony」 2000 枚を観戦者に配布した。



イチオシ商品



商品名:アーム可動式のオフィスチェア F102 G1129

参考価格:14,990 円

⁻ **商品説明:**背面が弾力性のあるメッシュになっており、熱が籠りにくい。

腰をサポートする機能があり、長時間の作業も快適に行える。 **使用例**:オンライン授業を受けるとき。勉強をするとき。

画像出典:LOWYA 公式通販 HP

051900/KO LG 健康生活

家電

家具

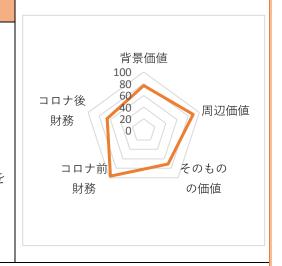
雑貨

事業内容

韓国ソウル市に本社を置く会社で、化粧品や日用品を販売する消費 財メーカー。「イノベーション」「ニーズの先取り」「高い目標設 定」をキーワードに、LG健康生活ならではの商品を開発している。

テーマとの関連性

オーガニック化粧品の開発や地域企業とコラボ商品を製造するなど、「顧客・社会・環境」の3つの観点から社会的価値のある製品を開発している。ソウル大学病院と共同で、顔面欠損症で生まれた子供たちに整形手術を提供する「OHUI美顔キャンペーン」を行なっている。



イチオシ商品



商品名:ジェネレーティブ アイクリーム

参考価格: 18,600 円

商品説明:高栄養のクリームが目元を優しく包み込み、深い栄養を届ける。

肌にハリをもたらす。

使用例:オンライン授業で酷使した目の疲れを取りたいとき。

画像出典:LG 生活健康 公式 HP

投資結果の分析

「3-1」ポーフォリオ運用結果

1/7 時点の評価額	今までの最高額	今までの最低額
5,038,239 円	5,038,239 円	4,844,522 円

11/27 の購入後、12 月初旬には 4,850,000 円台まで下がった。その後 12 月中旬には、家電業界の 好調により 5,000,000 円台まで回復したものの、小林製薬やナフコなどの大型株とヤーマン等の下落 により 4,840,000 円台となり、固定期間の最低額となった。年末の大納会には、全体的な株価好調と ともに評価額もやや回復し、1/7にはポートフォリオの最高額である5,038,239円まで上昇した。

ヤーマン(6630)



任天堂(7974)

68,000 株価上昇の要因として、12/15 に発表された GoTo トラベル一斉停止により、巣ごもり 66,000 消費関連に物色資金が集中したことと、 65,200 Switch「ファミリートレーナー」の発売日 64,000 が 12/17 であったということが挙げられる 62,000 60,000 58,000 56.000 ゲーム機"Nintendo Switch"をはじめ 54,000 中国ゲーム市場での好調ぶりが 海外投資家の需要に対する買いにつな 52.000 がっていると見られる。 IHSMarkit Chartworks 12/7 10/5 10/26 11/2 11/9 11/16 11/24 11/30 12/14 12/21

チャート出典:日経 SmartChartPLUS

■4 投資家へのアピール

時代の潮流に乗っている投資

新型コロナウイルスは世界中の人々の生活を大きく変えた。学校、職場、娯楽の多くがオンラインに置き換えられるなど、我々のライフスタイルは急激な変化を遂げ、現在それが定着化しつつある。その点、「理想の部屋」はそのライフスタイルの変化を受けて実行した投資アイデアであり、人々の需要と一致している。また、下のグラフに示されている住宅ローンの低金利が、人々の住宅購入を後押ししているほか、菅政権は省エネ住宅購入者を対象に、最大 100 万円分のポイント付与を検討しているなど、「理想の部屋」という投資テーマは、政策や低金利の二次的な影響の波に乗れる可能性を秘めている。

新規借り入れ:変動金利の最低金利推移



出典:価格.com「住宅ローン 金利比較」

単なる「巣ごもりテーマ株」ではない

我々が投資した企業は、単に「巣ごもり消費」の流行に乗り、偶然業績を伸ばしている企業とは一味違う。我々が選定したのは、「コロナ前」も「Withコロナ」もうまく経営をしている堅実な企業ばかりである。第二スクリーニングと第四スクリーニングでは、それぞれコロナ前とコロナ後の財務状況を調査し、危機を乗り切る体力(安全性)と危機に対応できる実力(収益性)を持った企業を選出した。第三スクリーニングでは企業の定性的な特徴について、ESGなどの「背景的な価値」、カスタマサポートなどの「周辺的な価値」、製品の質に注目した「そのものの価値」を企業同士で比較することで、購買者から見た本質的な「企業価値」の測定を試みた。その結果、「Withコロナ」から「Afterコロナ」を経ても、生き残る素質を兼ね備えた企業を選出することができた。

日本経済を応援する投資

現在の日本経済は産業構造の高度化した段階にあり、第二次産業の拠点の多くは海外に流れた。産業の空洞化は雇用の減少を招き、日本企業は新しい形の成長を強いられた。地方では若者が都市部に出ていくことで過疎化が発生し、多くの地域経済が苦戦している。地域振興による低迷からの脱却は、企業なしには難しい。それと同時に、企業の発展は、その地域の住民との信頼関係があって成り立つものだ。私たちは第三スクリーニングの過程において、地域経済への貢献度や環境活動、さらには次世代に向けての継承活動を行っている企業に着目した。また、画期的なアイディア性やクリエイティビティーにも目を向け、今までにない新しいものを日本で作るというところにも焦点を置いた。

■5 日経ストックリーグで学んだこと

今回の日経ストックリーグへの参加を通して、グループワーク中の議論で生まれた多様な価値観や考えに加えて、我々の生活と遠いようで常に隣にある経済のあり方について学ぶことができた。はじめての株式投資で最初は右も左も分からなかったが、学習教材を読んだり、投資の入門書を読んだりしているうちに、少しずつ「株式投資のいろは」が分かるようになる過程が新鮮で、非常に楽しかった。

また、新型コロナウイルスの影響を受け、メンバー同士が一度も顔を合わせることがなく、全て LINE や ZOOM を通してレポート作成を行った。リモートでのレポート作成は難しく、どうコミュニケーションを十分に取るかが常に私たちの課題だった。時差がある中でもお互いのスケジュールを合わせて、最低でも週に一回はビデオ通話をすることで、レポート作成に全力を尽くすことができた。皆の力を合わせることができなければ、ここまでたどり着かなかったと思う。

この日経ストックリーグで学んだことは大きく分けて2点ある。

1. 株式投資の複雑性

株価の値動きには、企業の業績、為替、金利、国際情勢など、数え切れないほど多くの要因が絡んでいることが分かった。株式投資で利益を生み出すには、企業の経営状況や製品価値を理解するだけでなく、適切なタイミングで銘柄を購入するために世界のニュースを把握し、未来を予測する力が必要であり、いかに株式投資は複雑で難しいかに気づかされた。

2. 主体的に行動することの重要性

非営利団体や有識者にインタビューをするなど、自ら主体的に行動をすると、インターネット検索では知ることができなかった情報や学びを得られることが分かった。海外に住んでいることを弱みと考えるのではなく、テクノロジーを駆使し日本からではリーチしづらい人や団体と話をすることで、日本国内では得られなかった視点を持てることを改めて実感した。

■6 さいごに

ポートの序盤で、自分たちが投資する目的は「社会の役に立つこと」だと述べた。実際に株式 投資を経験してみて、銘柄決定後も投資先の企業の IR を見たり、新商品をチェックしたり と、気づけば企業たちの「ファン」になっていた。今回は仮想資金での投資だったが、いつか 実際のお金で投資したい、そんな思いが強くなっていった。

2021 年 1 月現在、NY では感染者増加に備えて規制が強化されたり、日本でも再度緊急事態宣言が発出されたりなど、世界中で新型コロナウイルスの感染拡大が予断を許さない。そのような状況になった今、我々の自粛生活を支える企業たちを応援したいという気持ちが改めて強まった。今回投資した企業たちとは、消費者としてはもちろん、今後株主としても一緒に成長していきたい。

最後になりましたが、アンケートにご協力くださった高校生の皆様、学習の手助けをしてくださった社会人の方々、そして 6 月から 11 月までの間アドバイスを下さったベイリーズ先生。本当にありがとうございました。

また、日経 STOCK リーグを開催してくださった日本経済新聞社様、野村ホールディングス様に厚く御礼申し上げます。

■7 参考資料

参考書籍・論文・レポート

——— (2019) "The Trust Opportunity: Exploring Consumers' Attitudes to the Internet of Things" Consumer International and Internet Society

—— (2019-4) "Artificial Intelligence: Consumer Experiences in New Technology" Consumer International

----- (2020) "PRI Update 2020 Q4" PRI. P.33

——— (2020-10) "Navigating the Pandemic: A Multispeed Recovery in Asia "International Monetary Fund. 足立 武志(2019)『ファンダメンタル投資の教科書』ダイアモンド社.

佐藤達哉ほか (2002-10), 『消費者の視点による製品評価項目の抽出方法』熊本県工業技術センター研究報告 過去の日経 STOCK リーグ受賞作品

参考 URL

JPX. 『2019 年度決算短信集計【連結】《合計》(市場第一部・市場第二部・マザーズ・JASDAQ)』.2020.

https://www.jpx.co.jp/markets/statistics-equities/examination/nlsgeu000004v2vb-att/renketsu_goukei2019.pdf, (参照 2021-1-5)

PwC Japan グループ. 『世界の消費者意識調査 2020』. 2020.

https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/consumer-insights-survey.html, (参照 2021-1-5)

価格.com『住宅ローン 金利比較』. 2020.

https://kakaku.com/housing-loan/rate/, (参照 2021-1-5)

小国裕梨恵『コロナが誘う戸建て需要 大和ハウスなど株価堅調』日本経済新聞社. 2020-12-17 https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGD00003_X11C20A2000000/, (参照 2021-1-5)

企業 HP

小林製薬 https://www.kobayashi.co.jp/

任天堂 https://www.nintendo.com/

オムロン https://www.omron.co.jp/

ナフコ http://www.nafco.tv/top/index.html

ニトリ https://www.nitori.co.jp/

ブラザー工業 https://www.brother.co.jp/

サムスン電子 https://www.samsung.com/us/

ヤーマン https://www.ya-man.com/

ライオン https://www.lion.co.jp/ja/

EIZO https://www.eizo.co.jp/

コメリ https://www.komeri.com/top/CSfTop.jsp

ワコム https://www.wacom.com/ja-jp

キングジム https://www.kingjim.co.jp/

コクヨ https://www.kokuyo.co.jp/

ベガコーポレーション https://www.vega-c.com/

LG 生活健康 http://www.lghnh.com/global/