



しとく?すとっく ～食を備蓄で明るく～

中学部門

SL2200246

STOCK×FAMILY

横浜サイエンスフロンティア高等学校附属中学校

3年

◎森川 ◎寺門 ◎寺島 ◎山崎

平野先生

0 | 基礎知識

1. 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. 経済の主体には、生産・流通の主体である[6] 企業、消費の主体である[7] 家計、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主体である[8] 政府 がある。
3. 通貨には、紙幣や硬貨などの[9] 現金通貨 と、銀行などに預けられており振替などで決済手段として機能する[10] 貯金通貨 とがある。
4. 2022 年からの成年年齢の引き下げに関する説明文のうち、誤っているものは？[11] d
- 成年年齢の引き下げにより、18・19 歳は父母の親権から離れ、親の財産管理権が及ばなくなった。
 - 成年年齢の引き下げにより、男女とも 18 歳から結婚が可能になった。
 - 親の同意なしで、携帯電話の契約を結んだり、アパートを借りたり、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った。
 - 成年年齢引き下げ後に、いったん結んだ契約を取り消すためには「未成年取消権」の行使が必要になった。
5. 日本では人口減少が進む中、性別や年齢、言語や宗教など多様な視点を有する人たちが構成される組織のほうが強さを増すという[12] ダイバーシティ の重要性が指摘されている。
6. 2020 年に署名された RCEP(地域的な包括的経済連携)は、日本や中国、韓国など東アジアを中心に[13] 1 5 国が参加し、世界の人口と GDP のおよそ[14] 3 割を占める世界最大規模の自由貿易圏である。
7. 1. 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？[15] 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。
 - 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。
 - 「環太平洋経済連携協定 (TPP)」は、FTA (自由貿易協定) の一つである。
 - 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	その理由
3 すべての人に健康と福祉を 	誰もが簡単に使うことができる保存食品。でも保存食品が普及することで、飢餓が増えている国や、ヤングケアラーなどの生活が大変な人でも栄養の高い食事をみんなが食べることができ健康になれると考えたから。
5 ジェンダー平等を実現しよう 	老若男女問わず使用することができる保存食品。よって、「女性が料理を行う」という今ある考えがなくなり、男女関係なく過ごしやすい世界へとなっていくと考えた。
12 つくる責任 つかう責任 	近年、食品ロスが問題となっている。しかし、保存食品は長期保存がきくため、普及することで食品ロスの大幅な削減につながると考えたから。

9. 「ESG 投資」で重視する 3 つの要素の組み合わせとして、正しいものはどれか？

[16] b

- 経済 — 科学 — 成長
- 環境 — 社会 — 企業統治
- 効率 — 持続可能性 — 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

- 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金額をさす。
- 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金額をさす。
- 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。
- 2021 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. 投資のリスクを小さくする方法には、「長期」、「分散」、[18] 設立 の 3 つが重要とされている。分散投資は[19] 資産 や、[20] 地域、[21] 時間 を分けることで安定した収益が期待出来る。

12. 「積立投資」に関する次の説明文のうち、誤っているものは？[22] c

- 積立投資は、定期的に株式などの金融商品を購入する投資の方法の一つである。
- 積立投資には定量購入と定額購入の 2 つがある。
- 積立投資は、元本が保証されている投資方法である。



- d. ドル・コスト平均法では、株価が高いときには少ない数しか株を買えないが、
株価が下がれば購入できる株が多くなり平均的な購入価格を抑えることができる。

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どれか。[23] d
a. ROE b. 自己資本比率 c. 純利益 d. P E R

1 | 要旨

現在、新型コロナウイルスの影響で私たちは家の中にいる時間が格段に長くなっており、家にいる時間を過ごす中で必ず必要かつ大きな負担となるのは家事の存在だ。その中でも日々の料理は献立決めから調理、後片付けまでの様々な工程が含まれる特に大変な家事の一つであるといえる。

しかし、こういった大変さは料理の中で冷凍食品やレトルト食品、缶詰やフリーズドライといった「保存食」を用いることで負担を減らすことができる。現におうち時間が増えている昨今で保存食は需要が増加、大きく発展しており、冷凍ギョーザやレトルトカレーの他にも減塩メニューや糖質オフ、ヴィーガン向けのものまで幅広いものが揃っている。

他にも保存食は料理の負担軽減だけでなく、食材を加工してから提供し、長く保存がきくので規格外によって廃棄されてしまう野菜などを減らすフードロスへの貢献、災害食への活用など、様々な場面での活用が期待されている。

また現在関心が高まっているプラスチック問題や食品添加物への不安の声、健康への関心の高さに商品の工夫で挑戦している企業は多く、今後国内でも国外でも大きく発展していく分野の一つといえるだろう。

そこで私たちは保存食の普及による少子高齢化が進む中で増えていくであろうヤングケアラーの負担軽減、女性の社会進出の促進など、「保存食で様々な人を支援する」ことを主なテーマとし、その過程で食品ロスや災害食といった幅広い分野での活用を行うことを目標とした。

本レポートは昨年の本コンテストに参加した時に感じた反省点を踏まえた上で行った、保存食に関する人々の意識調査や企業アンケート、企業の選定、株価の分析といった一連の投資活動をまとめたものである。

2 | 目次

0 基礎知識	・・・ 2	5 スクリーニング	
		5-1 第1スクリーニング	・・・ 11
1 要旨	・・・ 3	5-2 第2スクリーニング	・・・ 11
		5-3 第3スクリーニング	・・・ 13
2 目次	・・・ 3		
		6 資産配分	・・・ 14
3 昨年の反省	・・・ 4	7 銘柄紹介	・・・ 15
4 テーマ研究		8 株分析	
4-1 今の日本に必要なこと	・・・ 5	8-1 投資をする前に	・・・ 22
4-2 保存食とは何なのか	・・・ 6	8-2 投資した結果	・・・ 23
4-3 冷凍食品に関する学校でのアンケート	・・・ 7		
4-4 冷凍食品の利便性調べてみた	・・・ 8	9 投資家へのアピール	・・・ 27
4-5 企業ヒアリング	・・・ 9		
		10 ストックリーグを通して・謝辞	・・・ 28
		11 引用文献・参考文献	・・・ 29



3 | 昨年の反省

私たち 4 人は昨年、初めてストックリーグに参加した。投資が何なのかも分からずに試行錯誤しながらも、個人の精一杯を尽くして株式投資、レポート作成を行った。しかし、初めてだったこともあり、上手くいかなかったことが多くあった。その反省点を各自まとめ、今年の活動に生かすことにした。



テーマの軸がブレた



4人の中で、テーマに対する考え方が違っていたのが原因。まず、“**何**”を解決するために投資するのか、という最終目標を定める。その次にどう投資するとその目標を達成することが出来るのかを考えることにした。



企業ヒアリングを充分に行えなかった



スケジュール管理を怠ったこと、ヒアリング内容が抽象的すぎて分かりにくかったことが原因。**年間のスケジュールを決めて、それ通りに動く必要がある**。そして、速めに企業の方々へ依頼をすること、**内容を具体的に分かりやすく企業の方に伝える**ことにした。



テーマ研究が浅い



自分たちが疑問に思った範囲のことしか調べなかったのが原因。**テーマの定義から歴史、世論から企業からみた需要まで多くの視点からテーマについて徹底的に調べる**。その段階で**利点と欠点を把握し、スクリーニングに生かせるようにする**。



投資家へのアピールが弱い



投資家へのアピールに何を書けばいいのかが具体的に分からなかったことが原因。入賞レポートをくまなく見たところ、**自分たちの投資に賛同を集められるようプレゼン**するような形で書けばいいことを学んだ。参考にしながら、私たちのテーマの世の中への影響をもとに、アピールすることにした。



株分析がデータに基づいていない



投資期間が短かったことが原因。自分たちの資金が増えたり減ったりした理由を考えることはできたが、売買することは出来なかった。投資する前にも分析を行い、**株式投資を通して株の上下を予測できるようになりたい**。そして、増減した理由を投資したタイミングと結びつけて考えたい。

レポートのデザインや、文章力に悪い部分は少なかったので全体的に内容が浅いことが 1 番の欠点だと分析した。自分たちがしたいことを具体的に、かつ貪欲に調べてテーマについて深く理解することが私たちの課題だと考えた。これらを意識し、今年の投資活動を行った。



4 | テーマ決定

4-1 | 今の日本に必要なこと

私達がテーマを考えるに当たって昨年の反省を生かしてテーマの軸をしっかりと定めるため、最初に今の日本の課題とその解決策を考え、「この投資の目的」を決めることにした。

課題として挙げられたのは、少子高齢化、女性の社会進出などだ。話し合いを重ねる中でこれらの共通の原因として挙げたのが「家事」である。

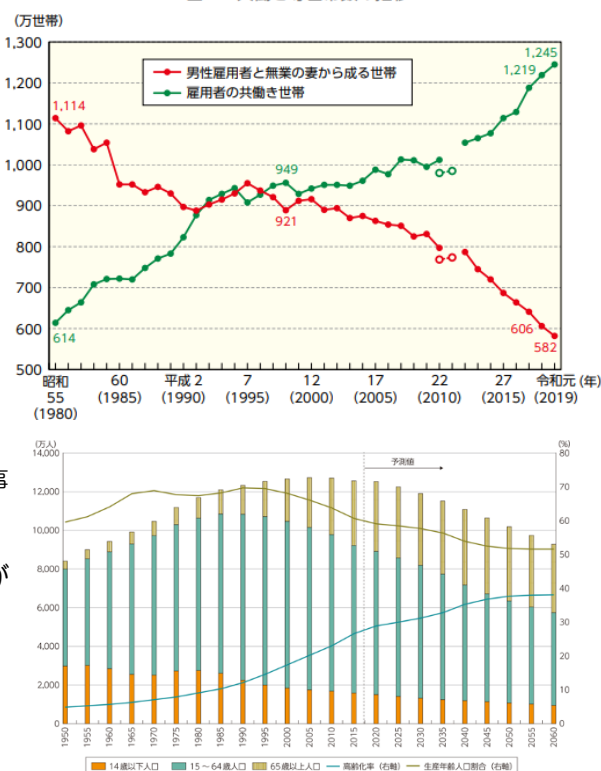
女性の社会進出に伴い、共働き世帯の数は年々上昇している。1980年と比べると約2倍ほど上昇していることが分かる。共働き世帯が増加すれば家事へ割ける時間が減少する。家事の負担軽減は女性の社会進出を支援するために必要なことである。また共働き世帯だけでなくひとり親家庭への支援にもつながるだろう。

日本において少子高齢化はとても大きな課題であり、日本は65歳以上の人口割合が世界で最も高い。高齢になると体力が落ちるため家事の負担が大きくなる。

また、少子高齢化による「ヤングケアラー」の増加も考えられる。家事負担の軽減は、ヤングケアラーと呼ばれる子供たちを助けることにもつながると考えた。

家事の中で「料理」の分野が一番進歩の幅が広く、家事の中で一番の負担になると考えた。そして料理の負担を減らすためには冷凍食品やレトルト食品といった「保存食」に投資を行うのがいいと考えた。他にも料理の負担を軽減する方法は家電などあるが、そのなかでも「保存食」の発展は家事負担軽減だけでなく環境課題や宇宙開発など、様々な分野に影響すると考えたので「保存食で様々な人を支援する」というテーマで投資を行うことを決めた。

図2 共働き等世帯数の推移



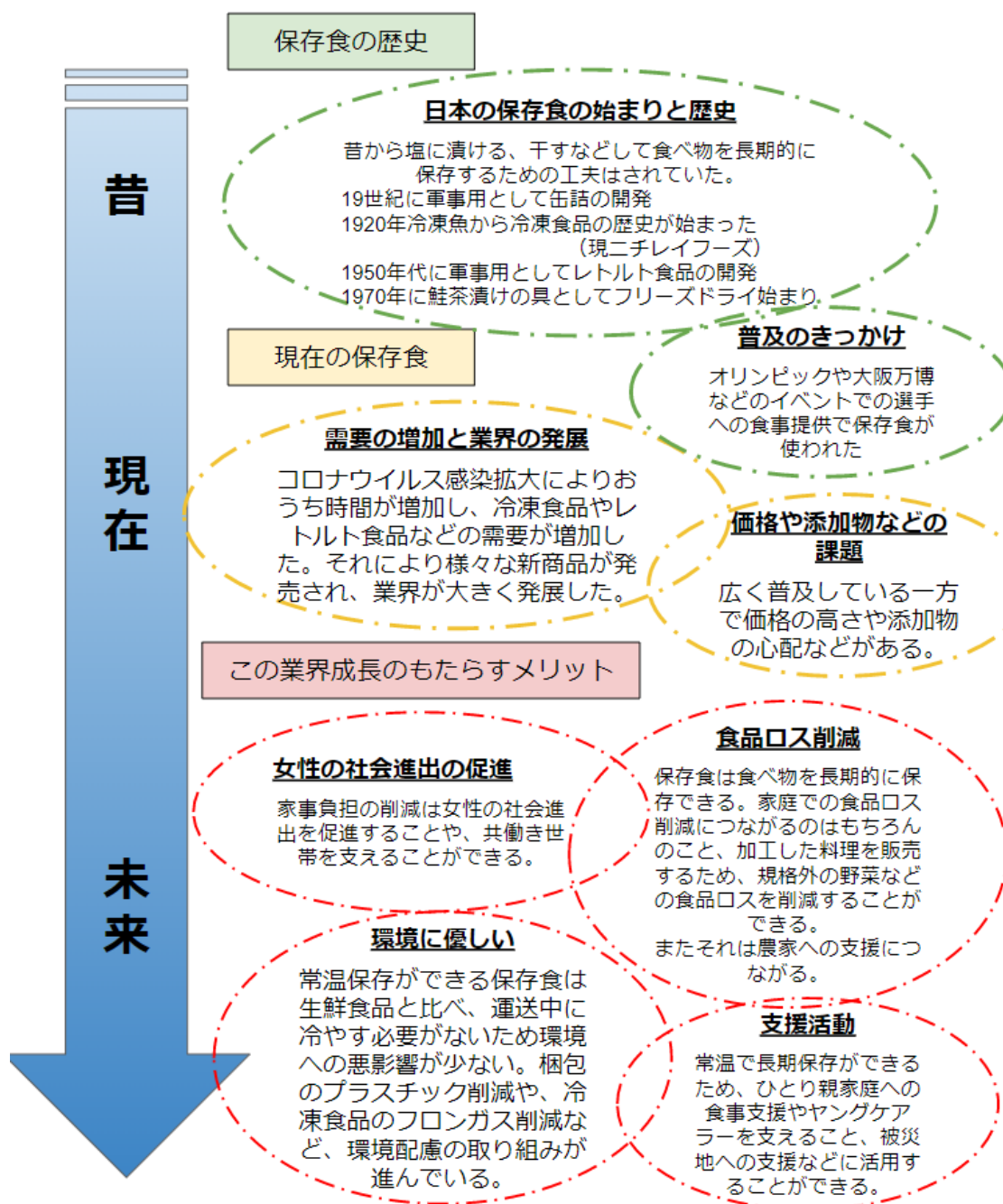
4-2 | 保存食とは何なのか？

1) 保存食とは

保存食は、比較的長期間にわたって食料を貯蔵するために、加工や処理を施した食品のことをいう。本来、保存食は常温で長期的に保存できるようにしたものを指すが、このレポートでは保存食は「冷凍食品、レトルト食品、缶詰、フリーズドライ食品」

全てを含めることとした。以下このレポートでの「保存食」はこれらを指すこととする。

2) 保存食の歴史



4-3 | 冷凍食品に関する学校でのアンケート

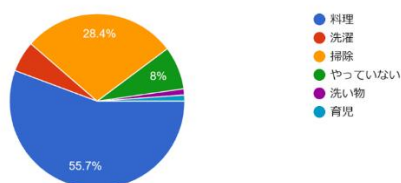
保存食の中でもお弁当等で普段利用する場面が多いであろう冷凍食品について、学校内で主に生徒とその保護者に対してアンケートを行った。目的は「実際の冷凍食品の利用率を見る」「現在大きな負担となっている家事を調べる」「冷凍食品に対する世論を見る」である。

アンケート結果

Q1, 家事の中で最も大変だと感じるものは何ですか？

最も大変だと感じる家事として 55.7%の人が料理という回答をした。

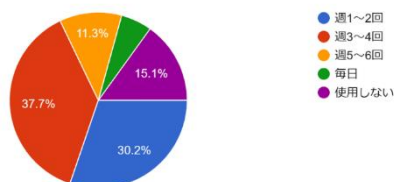
家事の中で何が一番大変ですか？（料理、洗濯、掃除など）
88 件の回答



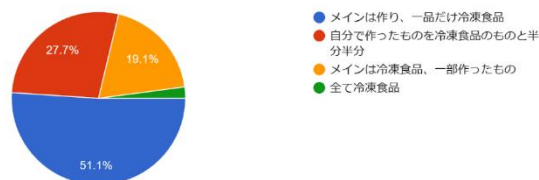
この結果から自分たちの当初の予想通り日頃家事を行っている多くの人たちにとって料理が大きな負担の一つとなっていることがわかる。

Q2, お弁当にどれくらいの頻度で冷凍食品（市販）を使用しますか？お弁当に冷凍食品を利用する場合、お弁当のどのくらいの割合が冷凍食品（市販）ですか？

お弁当にどれくらいの頻度で冷凍食品（市販）を使用しますか？
53 件の回答



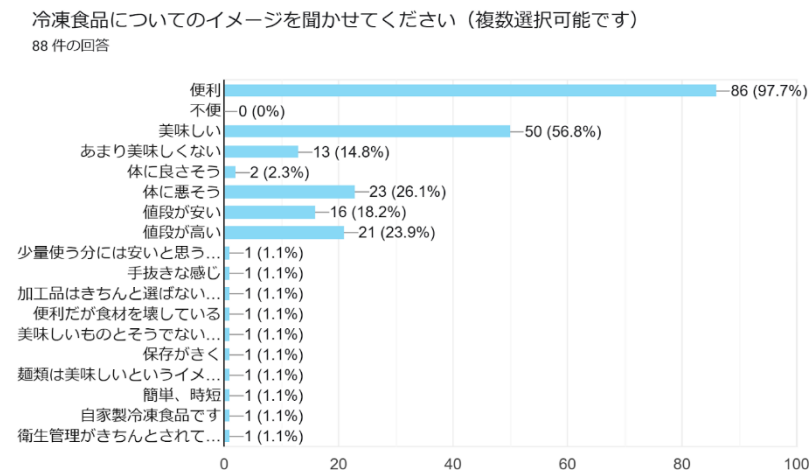
お弁当で冷凍食品を使用する場合、お弁当のどのくらいの割合が冷凍食品（市販）ですか？
47 件の回答



結果として冷凍食品を使う頻度としては週 1, 2 回と週 3, 4 回が 30.2%と 37.7%で多い。また冷凍食品を使う場合でもメインは自分で作り、一品程冷凍食品を使う場合が 51.1%と最も多くなっている。このような結果から、冷凍食品は多くの人にとっては食事のメイン的な立ち位置では無くあくまでも困ったときに出す「お助けアイテム」的立ち位置であることがわかる。



Q3、冷凍食品に対してどのようなイメージを持っていますか？



冷凍食品に対するイメージとしては「便利」というものが97.7%と圧倒的に多く、不便だと思う人はいなかった。しかし便利だとは思いつつも「体に悪い」「値段が高い」といったイメージも多く、多くの量を冷凍食品でカバーするといったことには抵抗ある人が多いことが考えられる。

Q4、冷凍食品に対して「ここが変わったら良い!」と思うポイントがありますか？

全体的には「値段が高い」「温めムラがある」「プラスチックトレイがかさばる、切り取りにくい」「食品添加物を減らしてほしい」等といった声が多く上がっていた。これらの中で食品会社が改善可能であるのはトレイと食品添加物の2つであり、これらのことから冷凍食品がより普及するためには冷凍食品の製造会社がプラスチックトレイや食品添加物の改善を行っていくことが必要であると考えた。

4-4 | 冷凍食品の利便性調べてみた

私たちは、保存食品は時短であり、割安であることがメリットだと考えている。この考えが果たして本当なのかを検証するために、スーパーに行って実際に値段を調査することにした。今回は、同じメニューのお弁当を全て手作りで作った場合と全て冷凍食品で作った場合で比較する。公平性を保つために、どちらの食品も私たちの学校の最寄りのスーパーで買うものとする。手作りの場合のレシピ、調理時間はインターネットに上がっているものとした。また、勝者を色で塗りつぶした。

<値段部門>

安い方が勝者 (■)

手作り	VS	冷凍食品
91	白米	91
94	卵焼き	60
41	唐揚げ	116
118	鮭	90
7	ブロッコリー	44
62	青菜の胡麻和え	33
152	カットフルーツ	136
565	合計	570

<時間部門>

短い方が勝者 (■)

手作り	VS	冷凍食品
2min	白米	2min
10min	卵焼き	1min
30min	唐揚げ	1min
10min	鮭	1min
12min	ブロッコリー	1min
10min	青菜の胡麻和え	1min
5min	カットフルーツ	1min
79min	合計	8min



値段部門は僅差で手作りの方が安い、5円差である。それに対して、時間部門では1時間以上の差をつけて冷凍食品の勝利である。手作りは昨晚の夕食の余りを使用した場合でも、10分を超えることが多いだろう。よって、この検証で冷凍食品はいかに時間の短縮を行うことができるのかを証明することが出来た。

4-5 | 企業ヒアリング

保存食について企業側の考え方を聞くことでより深い所から保存食の価値を理解したり、分野の特色を把握したりするために電子メールを用いたアンケートとZOOMを用いた企業ヒアリングを行った。

企業アンケート

企業アンケートは電子メールを用いて計8社にお願いした。そのうちの2社がアンケートにご協力してくださった。回答の掲載の許可を頂けた井村屋の回答を一部抜粋して掲載する。

井村屋（冷凍食品）（一部抜粋）

2、御社はゆであずきを中心とした食品事業を行っていて、冷菓事業も行っていると思います。いつから冷菓事業を始めましたか？また、そのきっかけはなんですか？

→冷菓事業は1963年から始めました。「ゆであずき」「あずきバー」などのイメージが強いかもしれませんが、当社は「ようかん」からスタートしまして、その後はビスケットやキャラメル、カステラなど様々な食品を製造してきました。冷菓につきましても、事業多角化の1つとして参入しました。

3、御社ならではの取り組みや製品を開発するうえでのこだわり、その他意識されている点はありますか？

→他社の真似をせず常にオリジナリティを追求する「特色経営」、
変えるべきことは勇気をもって変え、変えてはいけないことは頑なに守る「不易流行」
これらは井村屋グループの経営ポリシーであり、その考えは商品開発においても同様です。

4、「あずきバー」は食品添加物を使用していないとのことですが、食品添加物を使わなかった理由はなんですか？

→「ぜんざいを固めたようなアイス」という発想から出来上がった商品だからです。
(ぜんざいにはアイスのような添加物を通常は使用しません)

6、今後冷凍食品やレトルト食品、缶詰食品の需要はどのようになっていくと予想されますか。また今後の展開について考えていることはありますか？

→今後も需要は増加すると考えており、特に冷凍食品については利便性ととも最近ではおいしさについても正しく認知されつつあります。
当社には「冷凍和菓子」というカテゴリーがあり、専門店のようないちいち和菓子を冷凍することで長期保管を可能にしています。スーパーなどではまだまだあまりメジャーなカテゴリーではありませんが、当社の祖業である和菓子の製造技術に加え、アイスや肉まん・あんまん製造で培った冷凍技術を組み合わせた「冷凍和菓子」は当社の特色の1つであると考えており、今後展開を強化していきたいと考えています。

ZOOMでの企業ヒアリング

ZOOMによる企業ヒアリングでは、主に以下の二点について伺った。

①冷凍食品が広まったきっかけ

②学校アンケートで意見が多く挙げられた「プラスチックトレイがかさばる、切り取りづらい」「食品添加物に対する不安」の二点に対する対策



味の素株式会社	冷凍食品・レトルト食品	
依頼理由		
- 商品を食べる機会が多く、自分達と関わりが深い - 紙パッケージの開発など、容器に対する意識の高さ		
日時	2022/12/22	
担当	今村史佳様	

①近年では 2021 年に開催された東京オリンピックで、選手へ提供したことで選手が SNS を通じて拡散されたことで認知が広まったことや、コロナによって家で食事をする機会が増え、手間を省くために冷凍食品が活用され始めた。

②食品添加物について：使用する場合はパッケージの欄に各添加物の説明を記載するようにしている。プラスチック容器について：プラスチックトレイは製品の形を保ったり、向きを保ったりなど商品の均一性を持たせる役割を担っているため、完全に無くすことは難しい。またパッケージを小さくしすぎてしまうと商品が埋もれてしまったりしてしまう。しかし紙パッケージを開発したり、トレイを薄くしたりなど、日々環境保全のために開発を進めている。

+ α

- 冷凍食品の需要予測…日本の冷凍食品の消費量は欧米に比べて少ない。そういった点では日本は伸びる余地があるといえる。しかし冷凍食品の利点として作りたてを冷凍することでおいしいまま保存できるということが挙げられるが、そういった点で言えば日本は国土が狭い分新鮮なものが手に入りやすい為、欧米ほど伸びるとは言い切れない。
- 味の素株式会社が考える冷凍食品として大切なところ…冷凍食品はあくまでも自分たちの生活の「手助け」となる存在。日頃の料理で少し使用することで時間を創出し、その時間をいろんなことに活用してもらおうということが冷凍食品として大切なところだと考えている。

株式会社 ニチレイフーズ	冷凍食品
依頼理由	
お弁当用の商品が多く、 アンケートを踏まえた質問をしやすい	
日時	2022/12/22
担当者	佐藤友信様

①業務用のものは昭和 39 年の東京オリンピックの際に野菜が一気に消費され相場が上がるのを防ぐ為に野菜を冷凍して保存していたことで広まった

②食品添加物について：子供が食べることが多いお弁当用のものは親の不安を拭うために食品添加物を使っていないマークをパッケージに入れている。また元々冷凍することで保存がきくようにはなっているので、必要最低限の食品添加物の量にしている

プラスチック容器について：トレーを小さくしたり、プラスチックの配合を変えたり等の改良を多く施している。しかし切り取りやすくしようとするとパッケージ内でバラバラになるなど、多くの課題が挙げられる。



+ α

・これからの展開や目標…これからの時代に向けて環境のことや女性の社会進出について考えなければいけないことが多くある。その為社内の若い人達を集めてプロジェクトを立ち上げるといった手段等を用いて時代に対応する商品作りを目指していきたい。

・製品に対するこだわり、工夫…冷凍することで食べ物をおいしいときにおいしいまま保存できる。だから製品を製造する際には原料となる野菜等はその時に一番おいしい産地から仕入れることで日本の旬関係なくいつでもおいしいものを用いて商品を製造できるようにしている。

ZOOM を用いたどちらの企業も冷凍食品が広まったきっかけとして冷凍食品に不安があった人たちが災害時やコロナによって冷凍食品を初めて食べ、それによって「意外とおいしい」と価値が見直されたことが挙げられた。またこれからの時代において食のトレンドや世間の考え方に合わせた改良を重ねていくことを意識しているという点も挙げられ、これによってこれから災害やイベント等によって大きく変化していく社会に必要な柔軟性がある分野であると知ることができた。また冷凍食品は食の「メイン」としてではなく、**イベントや日頃の家事を「支える」存在としてとらえている**ことから、自分たちの保存食によって様々な人々を支援するというテーマと企業の考え方のつながりを見ることができた。

5 | スクリーニング

5-1 | 第1スクリーニング

私たちは、冷凍食品やレトルト食品などの保存食を作っている企業に投資することにした。食品企業を全て通過させたほうが、ホームページを見るなどして一つ一つ確認でき、漏れがなくなると考えた。その結果、**128社が第1スクリーニングを通過**した。

5-2 | 第2スクリーニング

昨年は第2スクリーニングでは自分たちのテーマに沿っているものに絞り、第3スクリーニングで財政面から絞った。しかし、第2スクリーニングで絞った企業全ての財政面の値が低かった。それでは、損しにくい投資をする、ということを前提に置くとあまり良い投資ができていないと言えないと考えた。そこで、今回は同じ食品業界のなかで財政面の値が良いのものをを見つけるために最初に財政面からスクリーニングを行うこととした。

冷凍食品、保存食品をつくっている企業を投資の対象としたかったためこの指標を入れた。

指標

区分	基準	点数	調べ方
冷凍食品、保存食品をつくっているか	作っている	5	各企業のホームページの「製品情報」から確認する。
	作っていない	0	



安全性、成長性、収益性、割安性の4観点から指標を決めた。成長性は新型コロナウイルスが広まる3年前と広まっている現在を比べた数値となっている。それぞれの数値は財務分析専用サイトである ザイマニより引用した。

指標		指標の説明
安全性	自己資本比率	返済義務のないお金がどれくらいあるかを表している。そのため、数値が高いほうが健全性が 高い といえる。
	安全余裕率	「現在の売上高」と「損益分岐点における売上高」がどれだけ離れているかを表す。よって、経営にどれだけ余裕があるかを表している。そのため、数値が 高い ほうが良い。 損益分岐点における売上高とは 利益が0になる売上高のこと。売上高－費用＝0になる。
成長性	売上高成長率	売上高がどのくらい伸びているかを表す。よって、数値が 高い ほど成長しているとわかり、今後の成長にも期待できる。
	営業CF成長率	営業CFがどのくらい伸びているかを表す。よって、数値が 高い ほど成長しているとわかり、今後の成長にも期待できる。 営業CFとは 収入と支出の差額のこと
	EPS成長率	EPSがどのくらい伸びているかを表す。よって、数値が 高い ほど成長しているとわかり、今後の成長にも期待できる。 EPSとは 企業が一株あたりどれくらいの純利益を生み出しているかを見る。
収益性	CFマージン	お金を作り出す力をはかっている。よって、数値が 高い ほどお金をたくさん作り出すことが可能であるということに繋がる。
	EVA	企業の本質的な収益力を実額で測定して出た数値。よって、数値が 高い ほうが良い。
割安性	ミックス係数	純資産と当期純利益の両方で株価の割安性を測定する指標。よって、数値が 低い ほうが株価が安いということになる。

偏差値

それぞれの指標の食品業界中央値(ザイマニより引用)を偏差値50として、各企業の数値を偏差値で表した。偏差値はその企業がどれくらい突出しているのかが一目でわかるので、その企業の強みを知ることができる考えた。また、資産配分を決める際に活かすことができると考えた。

偏差値の求め方

(各企業の数値－平均点)÷標準偏差×10＋50

対象となるデータのばらつきを表すものである

求め方

- ①すべての企業の数値の平均値を出す
- ②各数値から平均値を引いた値(偏差)を求める
- ③②で求めた偏差を2乗する
- ④③で求めたすべての企業の値を合計する
- ⑤④の合計を企業の総数で割って分散を求める
- ⑥⑤で求めた分散の正の平方根を求める

⑥で求めた値が標準偏差である。



点数

「ミックス係数」以外の指標は数値が高いほうが良いとしていたが、「ミックス係数」は数値が低いほうが良い。なので、点数のつけ方を変えた。偏差値が低いほうの点数が高くなるようにして、階級の幅は等しくなるようにした。

指標	偏差値	点数	指標	偏差値	点数	指標	偏差値	点数
自己資本比率 安全余裕率 CFマージン EVA	70以上	5	ミックス係数	30未満	5	売上高成長率 営業CF成長率 EPS成長率	70以上	5
	60以上70未満	3		30以上40未満	3		60以上70未満	3
	50以上60未満	2		40以上50未満	2		50以上60未満	2
	50未満	1		50以上	1		50未満	1
	値なし	0		値なし	0		値なし	0

私たちは、冷凍食品、保存食品がもっと普及するなど、今後の成長に期待している。よって、成長性を確かめることができる「売上高成長率」と「営業CF成長率」、「EPS成長率」の点数は2倍にした。

第二スクリーニングを行った結果、128社から約半分の61社に絞った。

5-3 | 第3スクリーニング

第3スクリーニングでは、第2スクリーニングで絞った61社からよりよい保存食品にするための工夫をしている企業、お客様の声を生かしている企業、また、現在の日本の流れにあっていいる企業を選定した。ユニークな商品が続々と発売されていく中で、まだまだ保存食品を買うことに対して抵抗がある人はたくさんいると思う。私たちは、そこが保存食品の一つの課題と考え、解決していくことが必要だと考えた。そこで学校で行ったアンケートの回答をもとに指標を決めた。また、今の日本に求められていることも考えながら指標を決めた。

商品について

区分	基準	点数	採用理由	調べ方
冷凍食品、保存食品をつくっているか	作っている	5	保存食品を作っている企業を投資の対象としているため。	各企業のホームページの「製品情報」から確認する。
	作っていない	0		
食品添加物を使用しているか	使用していない	3	アンケートを行った際に「食品添加物を減らしてほしい」という声が多く上がっていたため。	各企業のホームページの中で「添加物」と検索する。
	使用している	0		
食品添加物についての説明があるか	包装に説明がある	3	「食品添加物＝体に悪い」というイメージをなくすために、なぜ使用しているかなど購入してくれる方々に説明が必要のため。	各企業のホームページでパッケージの説明が書かれているところを確認する。
	HPIにのみ説明がある	2		
	何もない	0		
再現性	★4.5以上	3	人が作った料理としての再現度が高いほうが保存食品を扱いやすくなると考えたため。	Amazon.comより、企業の人気商品の星の数を参考にする。星の数が大きいほどお客様の満足度が高いということである。
	★4.0以上★4.5未満	2		
	★4未満	1		



今の日本に求められていること

区分	基準	点数	採用理由	調べ方
ESG投資	構成銘柄に含まれている	2	ESG投資が注目されている。 ESG投資の対象となる企業は「持続可能な社会の実現に取り組んでいる」ことである。よって、投資企業を通じて社会貢献ができると考えたため。	MSCIジャパンの資料（下記）の構成銘柄に含まれているか探す。
	構成銘柄に含まれていない	0		
宣伝性	0日～5日前	3	Twitterの利用者が増えている。そんなTwitterをどのくらい活用することができているかを見ることができれば、宣伝性も図れると考えたため。	Twitterの最新ツイートから10件前の投稿がされた日を比較する。
	6日前～10日前	2		
	11日以上	1		
	Twitterをやっていない	0		
事件などの問題が発生していないか	何もない	2	安心して保存食品を使用するには、問題がないことが大切なため。	インターネットにて「企業名 事件」と検索する。
	過去に問題が発生している	0		
研究施設が充実しているか	充実している	2	より良い製品にしていくためには研究施設が必要であるため。	各企業のホームページにて研究について書かれているページを探す。
	研究施設がない	0		
新型コロナウイルスに対応できているか	オンラインイベントが開催されている	3	新型コロナウイルスが広まるなど、緊急事態が起きた際の対応力をみるため。今後、何が起こるかかわからないので対応力が求められていくと考えたため。	各企業のホームページでイベントを調べる。また、通販サイトがあるか調べる。
	オンラインショップ 対面イベントがある	1		
	何も行っていない	0		
環境に対応しているか	専用のページがある	3	今の企業にはSDGsが求められているため。	各企業のホームページに環境について説明があるページ、記述を探す。
	ホームページに記述がある	2		
	何もない	0		

MSCI ジャパン ESG セレクト・リーダーズ指数とは

米国 MSCI 社提供の「MSCI ジャパン IMI 指数」の構成銘柄から、各業種で相対的に優れた ESG 評価の銘柄を選定したものである。2022 年 6 月時点で 305 社の日本企業が選定されている。

6 | 資産配分

私たちの目標に合った企業に投資するため、第 3 スクリーニングの結果を重視する。そして、財務分析を行った第 2 スクリーニングの結果も含め、この式を作成した。

$$\frac{\text{その企業の得点}}{\text{第2スクリーニングの20社の合計点}} \times 200\text{万} + \frac{\text{その企業の得点}}{\text{第3スクリーニングの20社の合計点}} \times 300\text{万}$$

この式をもとに、投資金額を設定した。

企業名	投資金額	投資配分率	企業名	投資金額	投資配分率
アヲハタ	274220	5.48	キューピー	260541	5.21
東洋水産	277306	5.55	セイヨー	237523	4.75
グリコ	245114	4.90	なとり	237523	4.75
味の素	298822	5.98	ニチレイ	252868	5.06
キッコーマン	278890	5.58	ピエトロ	214505	4.29
エスビー食品	255872	5.12	ユーグレナ	237523	4.75
フジッコ	235939	4.72	理研ビタミン	222178	4.44
カゴメ	269715	5.39	ハウス食品	278972	5.58
サッポロホールディングス	272801	5.46	マルハニチロ	217591	4.35
エバラ食品工業	214505	4.29	永谷園	217591	4.35

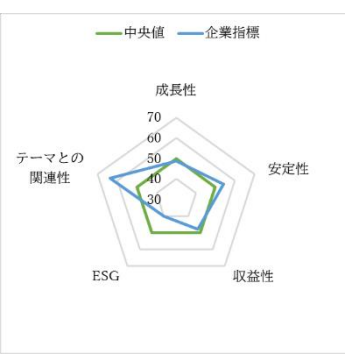
7 | 銘柄紹介

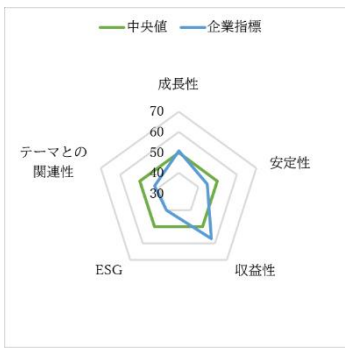
証券コード	企業名	製造製品分野
	おすすめ商品の写真	投資金額（割合（小数点第二位を四捨五入））
<u>事業内容：</u>		各スクリーニングの指標別レーダーチャート
<u>テーマとの関連性、選定理由</u>		（成長性、安定性、収益性、テーマとの関連性、ESG での第二スクリーニング各指標偏差値数値のポートフォリオ企業内偏差値）

2802	味の素	冷凍食品・フリーズドライ ¥298822（6%）
事業内容： 調味料、冷凍食品、ヘルスケア テーマとの関連性、選定理由： 冷凍食品製造の大手であり、世界各地にある製品開発・生産・販売拠点を武器に、世界各地の消費者のニーズに応える製品を製造、提供している。このような各地の消費者に寄り添う開発方針と、紙容器の開発、CDP「気候変動 A リスト(最高評価)」に 3 年連続で選定等、環境面に配慮した取り組みが評価された。また経済面では過去を上回る営業 CF の創出と持続的な成長を目指す方針を示しており、安全余裕比率と営業 CF 成長率の二つの数値にそれらが顕著に現れていることが投資理由の一つとなった。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性 中央値 企業指標

2875	東洋水産	冷凍食品・フリーズドライ ¥277306（5.5%）
事業内容： 即席麺、冷凍食品、水産食品 テーマとの関連性、選出理由： 「マルちゃん」として即席麺に特に力を入れており、その製麺技術を活かした焼きそばやうどん、ライスバーガーや冷凍枝豆などの冷凍食品の製造、販売を行っており、テーマとの深い関連性が見られた。また小学生を主な対象とした出張授業や夏休み中の工場見学、稚魚の放流活動等地域との関わりに積極的であるところも評価された。環境面では産業廃棄物の 18.7%削減や再資源化率 99.9%等、実績として高い数値が出ている点が注目された。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性 中央値 企業指標

2811	カゴメ	冷凍食品・レトルト食品																		
		¥269715（5.4%）																		
事業内容：食品事業、飲料事業、農業事業、業務用事業、通販事業 テーマとの関連性、選出理由：レンジ調理食品や冷凍野菜の製造、販売を行っている。レンジ調理食品は「糖質想い」シリーズ等栄養面に気を遣った商品を製造しており、冷凍野菜では基より力を入れている野菜事業を活かした商品の製造を行っている。保存食で心配される栄養面に特に力を入れた商品開発と、従業員の健康管理に関する宣言等 ESG への関連性も高い為将来の健康意識に合った企業として投資することとなった。		— 中央値 — 企業指標 <table border="1"><thead><tr><th>テーマ</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>50</td><td>60</td></tr><tr><td>安定性</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>30</td><td>40</td></tr><tr><td>ESG</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>50</td><td>60</td></tr></tbody></table>	テーマ	中央値	企業指標	成長性	50	60	安定性	40	50	収益性	30	40	ESG	40	50	テーマとの関連性	50	60
テーマ	中央値	企業指標																		
成長性	50	60																		
安定性	40	50																		
収益性	30	40																		
ESG	40	50																		
テーマとの関連性	50	60																		

2871	ニチレイ	冷凍食品、レトルト食品																		
		¥252868 (5.1%)																		
事業内容：加工食品事業、水産事業、畜産事業、低温物流事業、不動産事業、バイオサイエンス事業 テーマとの関連性、選定理由：チャーハン等の米飯類やお弁当用、食卓用の惣菜、麺類といった数多くの種類の冷凍食品を製造、販売している。特に冷凍チャーハンは数ある冷凍食品の中でも特に高い人気を誇っており、冷凍食品分野での認識の広さと製品の信頼性が高く評価された。また電子レンジで温めても解けない氷を用いた製品の開発といった技術力、開発力や添加物に対する明確な表記といった消費者意識という点も理由の一部である。そういった企業努力が売上高の推移や安全余裕比率といった数値にも現れていることから採用した。		 <table border="1"><caption>Figure 1: Comparison of Company Performance and Central Values</caption><thead><tr><th>テーマ</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>40</td><td>55</td></tr><tr><td>安定性</td><td>35</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>30</td><td>45</td></tr><tr><td>ESG</td><td>25</td><td>40</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>20</td><td>35</td></tr></tbody></table>	テーマ	中央値	企業指標	成長性	40	55	安定性	35	50	収益性	30	45	ESG	25	40	テーマとの関連性	20	35
テーマ	中央値	企業指標																		
成長性	40	55																		
安定性	35	50																		
収益性	30	45																		
ESG	25	40																		
テーマとの関連性	20	35																		

2872	セイヒョー	冷凍食品																		
		¥237523（4.8%）																		
事業内容：氷菓、冷凍食品 テーマとの関連性、選定理由：冷凍食品の中でも冷凍和菓子や冷凍枝豆、冷凍ミカンを製造している。冷凍和菓子では新潟の伝統菓子である笹団子や三角ちまき、大福を製造しており、郷土の伝統の普及に尽力している点、本来冷凍してしまうと堅くなるはずの餅を解凍した時に柔らかい触感を維持するという技術力が注目された。またそういった冷凍和菓子に対して、自然解凍することでそのまま食べられるという簡単さから非常食・保存食としての認識を企業自身が持っているという点でもテーマとの関連性が見られたことから採用することとなった。		 <table border="1"><caption>Figure 1: Comparison of Company Performance and Central Values</caption><thead><tr><th>テーマとの関連性</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>45</td><td>55</td></tr><tr><td>安定性</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>35</td><td>45</td></tr><tr><td>ESG</td><td>30</td><td>40</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>40</td><td>50</td></tr></tbody></table>	テーマとの関連性	中央値	企業指標	成長性	45	55	安定性	40	50	収益性	35	45	ESG	30	40	テーマとの関連性	40	50
テーマとの関連性	中央値	企業指標																		
成長性	45	55																		
安定性	40	50																		
収益性	35	45																		
ESG	30	40																		
テーマとの関連性	40	50																		



1333	マルハニチロ	冷凍食品、 レトルト食品、缶詰																		
		¥217591（4.4%）																		
事業内容：漁業、養殖、加工食品、食肉製造 など テーマとの関連性、選定理由：主に冷凍食品や缶詰などの製造を行っている。冷凍食品の他にもレトルト食品や缶詰、業務用フリーズドライを製造しているという点で本テーマとの関連性の深さが見られた。特にお弁当用の冷凍食品に注力しており、一大事業である食肉製造、漁業や養殖業、輸出入によって構築された物流ネットワークや技術力を活かした豊富な商品のバリエーションや、製造方法だけでなく魚の持続可能な養殖方法の研究等の環境への配慮も理由として大きい。財務の面では売上高の安定と経常利益率、営業利益率の向上が注目された。		<table border="1"><caption>Radar Chart Data (Estimated)</caption><thead><tr><th>Category</th><th>Central Value (Green)</th><th>Company Indicator (Blue)</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>55</td><td>45</td></tr><tr><td>安定性</td><td>60</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>45</td><td>35</td></tr><tr><td>ESG</td><td>40</td><td>30</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>65</td><td>55</td></tr></tbody></table>	Category	Central Value (Green)	Company Indicator (Blue)	成長性	55	45	安定性	60	50	収益性	45	35	ESG	40	30	テーマとの関連性	65	55
Category	Central Value (Green)	Company Indicator (Blue)																		
成長性	55	45																		
安定性	60	50																		
収益性	45	35																		
ESG	40	30																		
テーマとの関連性	65	55																		

2810	ハウス食品	レトルト食品																		
		¥278972（5.6%）																		
事業内容：香辛食品、調理済食品、スナック テーマとの関連性、選定理由：レトルト食品の他にもカレールー等、様々な「料理の手助けアイテム」を製造しており、レトルト食品ではレトルトカレーの国内シェアNO.1を誇っている。多くのCMを使った高い宣伝力と、高齢者の意見を取り入れた包装の改善、ユニバーサルデザインを意識した小さい力でもまっすぐに切りやすいレトルトパウチの開発などの「幅広い世代への保存食の普及」に関わるような研究内容が評価された。		<table border="1"><caption>Radar Chart Data (Estimated)</caption><thead><tr><th>Category</th><th>Central Value (Green)</th><th>Company Indicator (Blue)</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>45</td><td>55</td></tr><tr><td>安定性</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>35</td><td>45</td></tr><tr><td>ESG</td><td>30</td><td>40</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>50</td><td>60</td></tr></tbody></table>	Category	Central Value (Green)	Company Indicator (Blue)	成長性	45	55	安定性	40	50	収益性	35	45	ESG	30	40	テーマとの関連性	50	60
Category	Central Value (Green)	Company Indicator (Blue)																		
成長性	45	55																		
安定性	40	50																		
収益性	35	45																		
ESG	30	40																		
テーマとの関連性	50	60																		

2809	キューピー	レトルト食品																		
		¥260541（5.2%）																		
事業内容：マヨネーズやドレッシング、パスタソース、育児食や介護食 テーマとの関連性、選定理由：パスタソースやスープの素といったレトルト食品を製造している。TV番組キューピー3分クッキング等の高い宣伝性と世界中の研究者との共同研究による原材料の評価から未利用部分の活用方法まで商品の製造に関わる幅広い部分の改善を自社主体で行い、製品の安全性と信頼性という点が採用した理由となった。財務の面でも売上高や一株当たりの純利益といった値が緩やかな上昇傾向となっており、「持続的な成長企業」という経営目標が現れている為採用に至った。		<table border="1"><caption>Estimated Data from Radar Chart</caption><thead><tr><th>Category</th><th>Central Value (Green)</th><th>Company Indicator (Blue)</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性 (Growth)</td><td>50</td><td>45</td></tr><tr><td>安定性 (Stability)</td><td>45</td><td>55</td></tr><tr><td>収益性 (Return)</td><td>40</td><td>35</td></tr><tr><td>ESG</td><td>35</td><td>30</td></tr><tr><td>テーマとの関連性 (Thematic Relevance)</td><td>55</td><td>60</td></tr></tbody></table>	Category	Central Value (Green)	Company Indicator (Blue)	成長性 (Growth)	50	45	安定性 (Stability)	45	55	収益性 (Return)	40	35	ESG	35	30	テーマとの関連性 (Thematic Relevance)	55	60
Category	Central Value (Green)	Company Indicator (Blue)																		
成長性 (Growth)	50	45																		
安定性 (Stability)	45	55																		
収益性 (Return)	40	35																		
ESG	35	30																		
テーマとの関連性 (Thematic Relevance)	55	60																		



2805	アスビー食品	レトルト食品																		
		¥255872 (5.1%)																		
事業内容：スパイス&ハーブ、即席、香辛調味料、インスタント食品 テーマとの関連性、選出理由：レトルト食品の中でもカレーや洋風メニューに力を入れている。カレー商品では一大事業であるスパイスとハーブ技術を活かした香りやおいしさにこだわった商品を展開しており、そのほかにも動物性原材料不使用のキーマカレーなど近年注目されている「ゼロミート」も視野に入れた商品開発を行っている。財務の点ではHPで売り上げや利益の年度ごとの数値だけでなく前年比とその原因の分析を独自に行っており、また成長性の指標の数値が高いことから成長性の点で投資するに当たる企業であると判断した。		<table border="1"><caption>Estimated Data from Radar Chart</caption><thead><tr><th>テーマ</th><th>中央値 (Central Value)</th><th>企業指標 (Company Indicator)</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性 (Growth)</td><td>45</td><td>65</td></tr><tr><td>安定性 (Stability)</td><td>40</td><td>60</td></tr><tr><td>収益性 (Return)</td><td>55</td><td>45</td></tr><tr><td>ESG</td><td>50</td><td>40</td></tr><tr><td>テーマとの関連性 (Theme Relevance)</td><td>45</td><td>45</td></tr></tbody></table>	テーマ	中央値 (Central Value)	企業指標 (Company Indicator)	成長性 (Growth)	45	65	安定性 (Stability)	40	60	収益性 (Return)	55	45	ESG	50	40	テーマとの関連性 (Theme Relevance)	45	45
テーマ	中央値 (Central Value)	企業指標 (Company Indicator)																		
成長性 (Growth)	45	65																		
安定性 (Stability)	40	60																		
収益性 (Return)	55	45																		
ESG	50	40																		
テーマとの関連性 (Theme Relevance)	45	45																		

2206	グリコ	レトルト食品																		
		¥245114（5%）																		
事業内容：菓子、冷菓、食品、牛乳・乳製品 テーマとの関連性、選出理由：レトルトカレーから消化・排出に配慮した大腸検査前日用の食事セットまで、非常に幅広く細かい利用例に対応した加工食品の製造・販売を行っている。また子育てに関するアプリ「こぺ」の開発や育休についての研修等、親への支援が手厚いため我々のテーマの一つである「保存食で親の負担を減らし仕事と子育ての両立をサポートする」ということに関連があり、ESG の点で積極的として高く評価された。		<table border="1"><caption>ESG Performance Comparison (Estimated Values)</caption><thead><tr><th>テーマ</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>45</td><td>65</td></tr><tr><td>安定性</td><td>40</td><td>60</td></tr><tr><td>収益性</td><td>35</td><td>55</td></tr><tr><td>ESG</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>35</td><td>45</td></tr></tbody></table>	テーマ	中央値	企業指標	成長性	45	65	安定性	40	60	収益性	35	55	ESG	40	50	テーマとの関連性	35	45
テーマ	中央値	企業指標																		
成長性	45	65																		
安定性	40	60																		
収益性	35	55																		
ESG	40	50																		
テーマとの関連性	35	45																		

2908	フジッコ	レトルト食品																		
		¥235939（4.7%）																		
事業内容：惣菜、昆布製品、豆製品、ヨーグルト、デザート テーマとの関連性、選定理由：和食を中心に野菜を多く使った家庭料理に近い惣菜を作っている。またそのバランスの良いメニューの組み立てとその保存技術を使って介護食などの製造も行っている。介護食の製造という点と日本の伝統食、伝統食材の使用という点で我々のテーマの一つでもあるヤングケアラーの支援と保存食の普及に伴う伝統的な食文化の衰退の防止に関係しており投資の必要があると判断した。		<table border="1"><caption>テーマとの関連性（推定値）</caption><thead><tr><th>指標</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>45</td><td>65</td></tr><tr><td>安定性</td><td>40</td><td>60</td></tr><tr><td>収益性</td><td>55</td><td>35</td></tr><tr><td>ESG</td><td>50</td><td>30</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>45</td><td>65</td></tr></tbody></table>	指標	中央値	企業指標	成長性	45	65	安定性	40	60	収益性	55	35	ESG	50	30	テーマとの関連性	45	65
指標	中央値	企業指標																		
成長性	45	65																		
安定性	40	60																		
収益性	55	35																		
ESG	50	30																		
テーマとの関連性	45	65																		

2819	エバラ食品工業	レトルト食品 ¥214505（4.3%）
事業内容：肉まわり調味料、鍋物調味料、野菜まわり調味料、その他 テーマとの関連性、選定理由：保存食の中でもレトルトカレーやビーフシチュー、ハヤシライスを主に製造している。消費者とのコミュニケーションを重視しており、サステナビリティに関する活動が他の企業に比べて多く見られる。他の企業が円安等による原材料の値段高騰で利益額を落としている中で経常利益の値が安定しており、総資産、純資産の値の推移からも安定性があると判断し採用した。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性 中央値 企業指標

4526	理研ビタミン	レトルト食品 ¥222178（4.4%）
事業内容：家庭・業務用食品、加工食品用原料、食品・化学用改良剤、ビタミン類 テーマとの関連性、選定理由：乾燥わかめである「ふえるわかめ」を中心とし、中華料理のレトルト食品や食品添加物の製造を行っている。食品添加物は冷凍食品等に用いられることが多くあるため、将来保存食が普及する際に食品に含まれる食品添加物に対する不安の解消に役立っていくのではないかと考えられる。また財務の点では売上の安定と営業利益、一株当たりの純利益の急激な増加が注目できる点であり、将来の成長に期待できるため採用に至った。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性 中央値 企業指標

2801	キッコーマン	缶詰・レトルト食品 ¥278890（5.6%）
事業内容：調味料、紙パック・缶詰商品、飲料 テーマとの関連性、選出理由：「うちのごはん」「洋ごはんつくろ」シリーズでは長期保存が可能な食品としては少ない一般的な家庭料理をテーマとしており、「家庭の味」を重視していることから保存食によって失われてしまう可能性がある家庭の味の継承と保存食の両立という点で投資の必要性が見られた。またそれ以外の事業でも子会社デルモンテが担当する紙パック商品や缶詰では素材へのこだわりや環境への優しさをHPを使って宣伝していることからイメージの見直しに貢献しているということが投資する決め手になった。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性 中央値 企業指標

2818	ピエトロ	レトルト食品、フリーズドライ食品、冷凍食品																		
		¥214505（4.3%）																		
事業内容：食品事業、レストラン事業 テーマとの関連性、選定理由：スープのフリーズドライ商品やレトルトパスタソース、冷凍の洋食メニューを展開している。レストランの経営を活かし、クオリティの高いメニューが数多くあることや、レストランの料理を通した企業の宣伝が可能であることから商品の普及とイメージの向上がされやすいという点が特に注目された。他にもピエトロのファンコミュニティを構築しており消費者の声を企業が汲み取りやすくするシステムの開発という点も採用の理由となった。		<table border="1"><caption>Estimated Data from Radar Chart</caption><thead><tr><th>テーマ</th><th>中央値 (Green)</th><th>企業指標 (Blue)</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性 (Growth)</td><td>60</td><td>50</td></tr><tr><td>安定性 (Stability)</td><td>55</td><td>45</td></tr><tr><td>収益性 (Return on Investment)</td><td>50</td><td>40</td></tr><tr><td>ESG</td><td>45</td><td>35</td></tr><tr><td>テーマとの関連性 (Theme Relevance)</td><td>40</td><td>30</td></tr></tbody></table>	テーマ	中央値 (Green)	企業指標 (Blue)	成長性 (Growth)	60	50	安定性 (Stability)	55	45	収益性 (Return on Investment)	50	40	ESG	45	35	テーマとの関連性 (Theme Relevance)	40	30
テーマ	中央値 (Green)	企業指標 (Blue)																		
成長性 (Growth)	60	50																		
安定性 (Stability)	55	45																		
収益性 (Return on Investment)	50	40																		
ESG	45	35																		
テーマとの関連性 (Theme Relevance)	40	30																		

2501	サッポロホールディングス	フリーズドライ食品																		
		¥272801（5.5%）																		
事業内容：酒類事業、食品飲料事業、不動産事業 テーマとの関連性、選定理由：子会社ポッカサッポロが手がけるインスタントスープ事業では家族で毎日使用できるような徳用のものから、具が大きく入った大人向けのもの、減塩メニューのものまで多くのバリエーションを展開しており、様々な人の保存食に触れるきっかけが多くなるような商品の開発をしている点が評価された。また財務の点では EPS 成長率が特に高く、投資した際に利益額が大きくなることが予想された為ポートフォリオ構成銘柄となった。		中央値 — 企業指標 テーマとの関連性 <table border="1"><thead><tr><th>指標</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>50</td><td>60</td></tr><tr><td>安定性</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>30</td><td>40</td></tr><tr><td>ESG</td><td>40</td><td>50</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>50</td><td>60</td></tr></tbody></table>	指標	中央値	企業指標	成長性	50	60	安定性	40	50	収益性	30	40	ESG	40	50	テーマとの関連性	50	60
指標	中央値	企業指標																		
成長性	50	60																		
安定性	40	50																		
収益性	30	40																		
ESG	40	50																		
テーマとの関連性	50	60																		

2899	永谷園	フリーズドライ食品																		
		¥217591（4.4%）																		
事業内容：お茶づけ、ふりかけ、即席みそ汁、その他飲食料品の製造販売 テーマとの関連性、選定理由：フリーズドライ食品やレトルト食品の製造を行っている。自社の技術を活用した災害食の意識も強く、フリーズドライの商品の中では珍しい、様々な味付けがされたご飯のフリーズドライ食品の製造などがテーマとの関連性として注目された。経営理念として「企業戦略の充実」と「新価値提案力の更なるアップ」という安定性と成長性を重視した2つを挙げており、その経営理念が売上高や自己資本当期純利益率、売上高営業利益率や自己資本比率といった数値で現れている点から採用に至った。		<table border="1"><caption>Figure 1: Comparison of Company Performance and Central Values</caption><thead><tr><th>テーマ</th><th>中央値</th><th>企業指標</th></tr></thead><tbody><tr><td>成長性</td><td>50</td><td>55</td></tr><tr><td>安定性</td><td>45</td><td>50</td></tr><tr><td>収益性</td><td>40</td><td>45</td></tr><tr><td>ESG</td><td>35</td><td>40</td></tr><tr><td>テーマとの関連性</td><td>50</td><td>60</td></tr></tbody></table>	テーマ	中央値	企業指標	成長性	50	55	安定性	45	50	収益性	40	45	ESG	35	40	テーマとの関連性	50	60
テーマ	中央値	企業指標																		
成長性	50	55																		
安定性	45	50																		
収益性	40	45																		
ESG	35	40																		
テーマとの関連性	50	60																		



2830	アラハタ	その他保存食品 ￥274220（5.5%）
事業内容：缶詰類、各種食料品農畜水産加工用包装資材・調味料等の配合資材・食品の加工および製造に係る機械類の販売 など テーマとの関連性、選定理由：ジャムなどの商品を主に製造・販売を行っている。HP に製品の中身のこだわり以外にも容器の耐久性向上、ユニバーサルデザイン化、環境への負荷を軽減させるための取り組みを細かく記載していることから消費者への対応力や関心の深さ等の相手意識が高いと判断された。経営上の課題として「新規カテゴリーの強化」「従業員が挑戦、挑戦できる企業風土の創立」を挙げており、そういった課題に対する改善意識が第二スクリーニングでの成長性の指標での数値に見られたため成長性がある企業として採用された。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性

2922	なとり	その他保存食 ￥237523（4.8%）
事業内容：加工食品事業、素材菓子事業、チルド製品事業 テーマとの関連性、選定理由：おつまみを中心として主に水産、畜産、酪農加工製品を製造している。HP に、袋から開けてそのまま食べられる自社製品の有用性として災害食を定期的に消費しながら備蓄する「ローリングストック法」についての言及があることからテーマとの関連性が見えたこと、また経営方針の一つに様々な食のシーンに合うおつまみを製造するということを挙げており、HP の商品検索の手段が「商品ジャンル」だけでなく「食事シーン」「お酒の種類」「健康面」等幅広く、需要への対応力が高く評価された。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性

2931	ユグレナ	その他 ￥237523（4.8%）
事業内容：ヘルス・ビューティーケア、バイオ燃料、遺伝子・健康診断等 テーマとの関連性、採用理由：藻の一種であり、野菜に含まれる栄養素や DHA 等の魚に含まれる栄養素等を含むユグレナを使用した飲料、サプリメントの製造などを行っている。保存食の利用の際に心配されることが多い栄養面での簡単な接種方法として評価された。近年栄養食に高い関心が寄せられており、それが売上高成長率に大きく表れていること、また SDG's の活動においてその方針を 18 歳以下が担当する CFO（Chief Future Officer）の設立といった先進的な取り組みも理由となった。		成長性 安定性 収益性 ESG テーマとの関連性

8-1 | 株式投資をする前に

株式投資を行う前に、株を投資するタイミングについて学んだ。学習には、ジョン・シュウギョウさんの「世界一楽しい 株の授業」を使用した。ジョンさんによると、株を投資するタイミングは、株価が”上がりそう”ではなく、株価が”上がり始めた”ときに買い、株価が”下がり始めた”ときに売ることが鉄則である。なぜなら、”上がりそう”だと予測でしかなく本当に上がっていくかどうかは分からないからだ。少し昨日より上がったとしても、それは1日のことであり、次の日から下がる可能性だってある。だから、いくつかの上昇トレンドに切り替わる基準を用いて、買うタイミングを定める。トレンドとは、価格が細かく動きながらも、全体的には一定の方向に向かっていく動きのことを指す。つまり、上昇トレンドに切り替わったことをチャートから判断すれば、株を買うことで利益を得ることができる。いくつかの上昇トレンドに切り替わる基準がある。今回は食品業界が下降トレンドにあることが多かったため、安値の切り下げが成立しなくなったときに買った。また、トレンドの波が分かりやすいように、最短の3カ月のチャートで投資タイミングを分析することにした。

| ハウス食品グループ本社

[フォローする](#)


現在値(15:00): **2,778** 円 前日比: **-13(-0.47%)**

トップ ニュース チャート 株価 業績・財務 企業完備情報 企業概要 株主情報 コンセンサス



1日 | 3カ月 | 6カ月 | 1年 | 2年 | 5年 | 10年 | 分足 | 日足 | 週足

大体どのくらいの山なのかを線にする
↓
安値が下降から上昇に切り替わっている
↓
安値の切り上げが3回続いている
↓
トレンドの上がる方になると予想
↓
これから株価が上がる予想
↓
買うべき！！

しかし、食品業界全体的に下降トレンドであったため、株価が下がり損してしまうことを予想した。この予想は、上の図に基づく。3カ月の期間でチャートを分析したときに、12月は安値の切り下げが続いていて、株価の下がることを予兆していた。下図が具体的な例である。

| 東洋水産

[フォローする](#)


現在値(15:00): **5,100** 円 前日比: **-130(-2.49%)**

トップ ニュース チャート 株価 業績・財務 企業完備情報 企業概要 株主情報 コンセンサス



1日 | 3カ月 | 6カ月 | 1年 | 2年 | 5年 | 10年 | 分足 | 日足 | 週足

大体どのくらいの山なのかを線にする
↓
安値の切り下げが続いている
↓
高値もずっと切り下げている
↓
25日平均線、75日平均線も下に向いている
↓
今はトレンドの下降の方にいる
↓
今買っても落ちていくだけ、、、と予想

上図のような企業が多かったことから、スクリーニングが終わった 12 月に投資しても自分たちの予算を割ってしまうことを予想した。しかし、投資してみないと分からないこともあったので、損することを予測しながらも投資してみることにした。

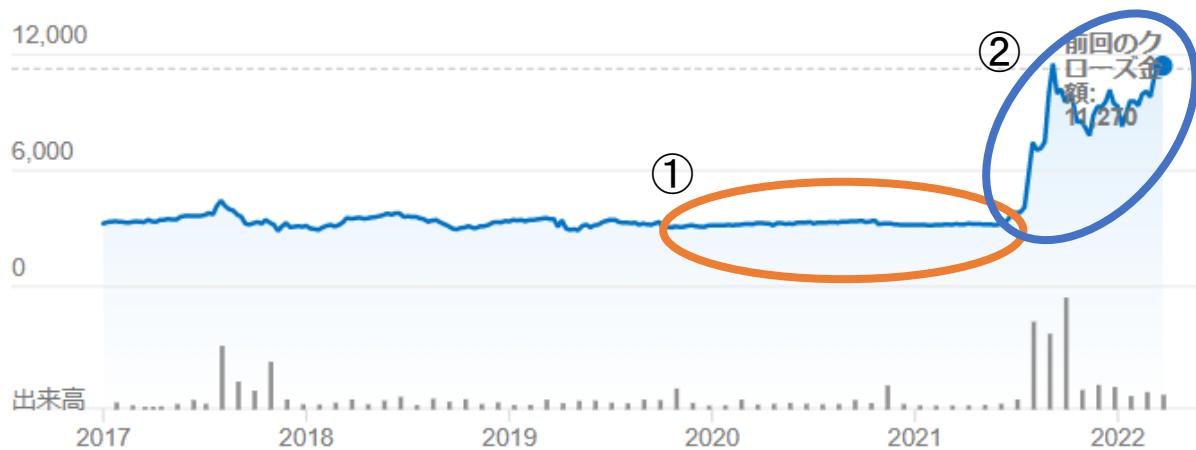
8-2 | 投資した結果

予想通り、資産が減った。

開始日	今までの最高額	今までの最低額	現在
2022年5月20日	5,000,000円	4,787,130円	4,787,362円



投資する前に分析したことは正しかったことがこのグラフから分かる。食品業界は全体的に下降トレンドにいたので資産が減ったのだ。株価はチャートの他にも、世の中の出来事が原因で下がる。よって、日本や世界の情勢と照らし合わせて株の動きが特徴的だった 3 社をチャート分析した。

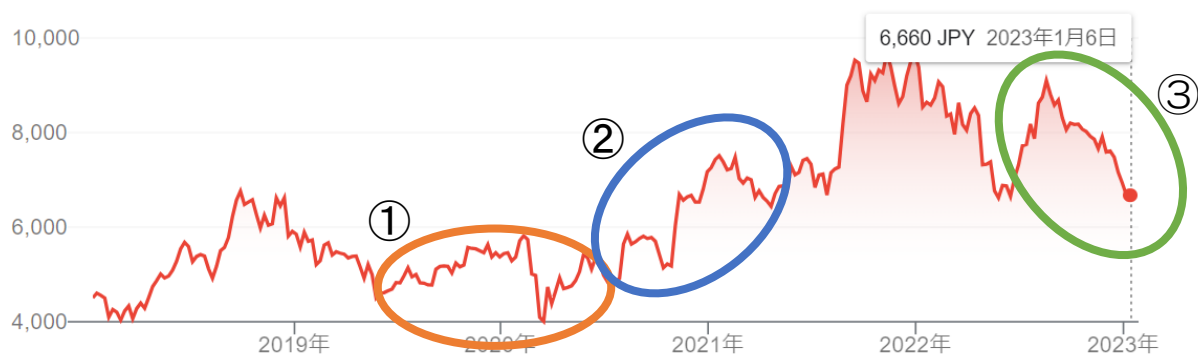


上の図は 2023 年 1 月 4 日時点での過去 5 年間の株価の変動を表したグラフである。4 年以上だいたい 3000 円をキープし続けている。しかし、2021 年の後半から株価が急に上がっている。上がったりが下がったりを繰り返して、3,000 円の 4 倍の 12,000 円に近づいてきている。

①オレンジ色の丸で囲まれたところは、「新型コロナショック」と呼ばれる時期であり、世界全体で株価が急落していた。しかし、セイヒョーはなぜ同じ株価を保っているのか、新型コロナウィルスへの対応を調べてみた。新型コロナウィルスが拡散する前の 2017 年から 2019 年の 3 年間の中で発売された新商品の数と、新型コロナウィルスが拡散している 2020 年から 2022 年の 3 年間の中で発売された新商品の数を比較した。調べ方としては、公式ホームページのお知らせの欄から新商品が発売されているか確認することとした。新型コロナウィルスが拡散する前は 8 個の新商品が発売されており、拡散している 3 年間では 10 個の新商品が発売されていることがわかった。このことから**新商品が発売する機会が増えている**ということがわかった。新型コロナウィルスによって商品を購入されるお客さんが減ってしまっても、新商品をたくさん発売することで新たなお客さんを増やすことに成功したのだと考える。これが、新型コロナウィルスが拡散しても株価がずっと安定し続けている理由になっていると考えられる。

②青い丸で囲まれたところでは株価が急激に上がっている。なぜ、急激に株価が上昇しているのか行なった事業を調べてみた。セイヒョーは主に新潟県内でアイスクリームや氷菓の製造・販売を行っていた。しかし、2022 年 6 月には関東で販路を拡大したことが分かった。アイスクリームや氷菓の販売を強化するために、新たに関東圏の大手スーパーやドラッグストアとの取引を始めていた。また、公式 Instagram の開設や、プロモーション動画の制作など他にも様々な事業を行っていることが分かった。さらに、セイヒョーの看板商品でもある「もも太郎」を始めとするアイスクリーム・氷菓・和菓子といった商品を**米国で販売を開始する**ことが分かった。このことから、今後もさらに株価が上昇することが期待できる。今後の株価の変動にも注目していきたいと思う。

1 日 5 日 1 か月 6 か月 年初来 1 年 5 年 最大



始値	6,670	時価総額	1.29兆	52 週高値	9,920
高値	6,730	株価収益率	31.25	52 週安値	6,450
安値	6,630	配当利回り	1.04%		

分析理由：株価があまり変化しない企業や株価の変化が激しすぎて傾向がつかみづらい企業が多い中で、細かく株価が変動しながらも長期的に見たときの株価の波が見やすく、社会的な情勢との関係が大きいのではと考えたため。

上の図は 2023 年 1 月 6 日時点での過去 5 年間の株価の変動を表したグラフである。

2005 年ほどまでは 1000 円台を推移していたが、現在は 4000～8000 円台まで上がっている。変動が激しいが、非常に高い数値で推移していることが分かる。

①2018 年以降株の下落が進み、2020 年 3 月に新型コロナウイルスが日本に流行し始めたことが原因で株が急落した。しかし 2020 年 3 月以降は変動はあるものの長期的には上昇している。新型コロナウイルスによる影響からだんだんと外食業界が戻ってきたことで、国内での需要が増加したことなどや株価が上昇したのではと考えられる。

②2021 年頃に株価が上昇した理由として、和食が世界遺産に登録されたことや 2021 年に東京オリンピックが開催されたことで世界的に和食の需要が伸びたことが考えられる。

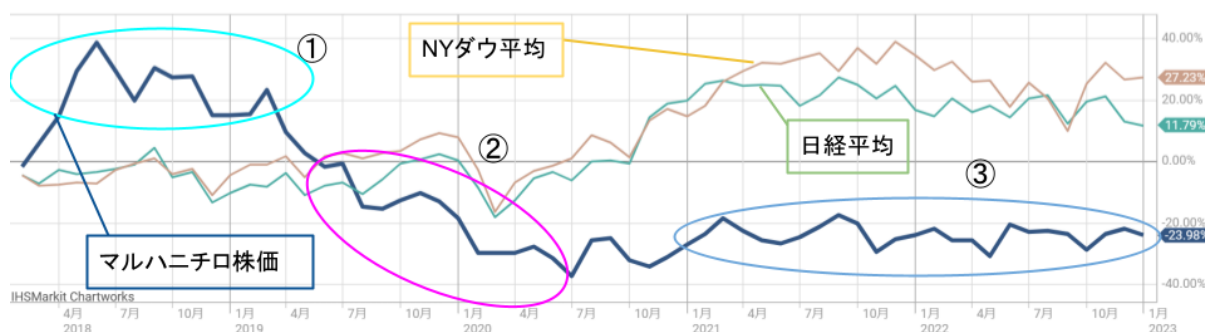
キッコーマンはディフェンシブ銘柄と呼ばれるこの業界の中でも成長が大きい。その理由として海外への展開が大きいことが挙げられる。海外の和食需要に気づき海外展開を広く進め、100 国以上で親しまれている。

2025 年に開催される大阪万博などでより需要が高まり、株価の上昇が期待できる。

③現在は、ロシアのウクライナ侵攻による燃料価格の高騰や円安などによる原料価格の値上げにより株価の下落が進んでいると考えられる。短期的に株価の上下はあるものの、長期的にみて株価は右肩上がりだ。今後、世界にも影響を広げながら株価はより上昇するのではと考えられる。



分析理由：今回投資した企業では、長期的な株価推移を見たときに 2021 年～現在までに大きく成長している企業と降下に転じている企業の大きく分けて 2 種類の推移パターンがあった。マルハニチロはテーマに深くかかわっている企業かつ、冷凍食品を製造している会社では前者の傾向を示していたのに対してこの企業では後者の傾向が顕著に出ていたという点で違和感を感じた為。



全体：2018 年 6 月にマルハニチロの株価が最高値になっており、2019 年 4 月から約 1 年かけて緩やかな下降、2021 年 1 月～2022 年 12 月では 2400 円台で安定している。グラフの形は NY ダウ平均や日経平均の値の推移と大きく異なっている。

①2017 年のユーキャン新語・流行語大賞ノミネート 30 語に主に主婦に家事・育児の負担がかかっている状態を指す「ワンオペ育児」がノミネート。このような家事負担や主婦の視点といった観点に国内で注目が集まり、家事負担軽減につながる冷凍食品の関心も集まったと考えられる。特にマルハニチロではお弁当用の冷凍食品の品ぞろえが豊富であるため、日常使いされるという点で 2018 年上半期の株価の上昇につながったのではないかと考えられる。また魚介類の缶詰に一大ブームが起き、マルハニチロは国内シェアを多く占めることから売上の大きな増加により株価が高い状態となった。

②2019 年では水産商材の原価高や相場安、北米での鮭鱒事業の不振等によって営業不振に。大きく株価を落とした。また 2020 年初頭の NY ダウ平均と日経平均の新型コロナウイルスによる急激な下落が起こったことが影響している。中でも大きいのは 2020 年 2 月 27 日から長いところでは 6 月ごろまで続いた全国一斉休校だろう。これによりマルハニチロの大きな戦力である冷凍お弁当用惣菜の需要が低迷し、それによって売上の大幅な向上が見込めず株価が低い状態で留まるという状態が生まれたと考えられる。しかし同時に巣ごもり需要が生まれたのもこのころなので、これにより家庭用冷凍食品に需要が生まれ、それによって株価の一時的な上昇も見られる。

③2021 年からも新型コロナウイルスの影響を受け、会食の減少による業務用の冷凍食品の売上低下、2022 年 9 月では広島工場での火災発生等といった要因での株価の停滞が見られる。しかし休校が解除されたことによるお弁当用冷凍食品の需要の回復、東京オリンピック 2021 による選手やその関係者への提供食としての冷凍食品の需要増加、また国際的に健康志向への意識向上による水産業への関心度が高まったことで 2020 年から株価はわずかに上昇した状態で下落傾向が落ち着いていることがわかる。

9 | 投資家へのアピール

食品や日用品、医療品などは需要がなくなるという事がなく、需要の変化が少ない。これらの銘柄は「ディフェンシブ銘柄」と呼ばれ、景気動向に業績が左右されないことが特徴。保存食の業界もこれに含まれ、安定した業界であるといえる。

その中で私たちが保存食業界が成長すると考えた理由が3つある。

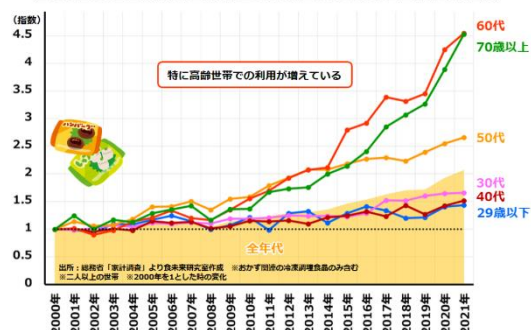
1) 家事負担軽減の動き

現在、共働き世帯が増えたことや新型コロナウイルスによるおうち時間の増加により、家事負担軽減の家電や商品が多く注目されている。これからますます家事負担を減らすことは注目されるだろうと考える。冷凍食品の売り上げが高齢世帯での利用が増えていることなどからも、少子高齢化が進めばより家事負担を減らす動きが進むことも予想できる。

家事負担軽減が注目されるほど、保存食の需要は高まっていくだろう。

多くの人がこの業界に投資して、また、保存食の需要が増えるほど商品の価格を下げるのでより広く普及させることができるようになる。

図②：「370 冷凍調理食品」の世帯主年別支出金額指数推移

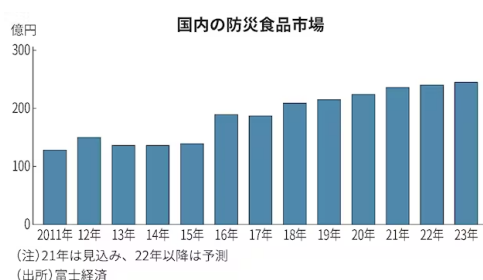


2) 非常食

2011年の東日本大震災や、2016年の熊本地震、他にも台風や集中豪雨など様々な災害、そして新型コロナウイルスなどの影響で、防災食の需要は年々増加傾向にある。

また、今後30年以内に南海トラフ巨大地震が起これと言われており、ますます防災への意識が高まるだろうと考えられる。

水や食料を備えるときに使われるのが缶詰やレトルトなどの「保存食」で、今後ますます需要が高まると考える。



3) 宇宙

宇宙開発は大きく成長しており、宇宙市場経済は2010年に約27兆円だったのが、2019年には約40兆円にまで成長した。このペースで成長すれば2040年代には約100兆円にまで成長するのではないかとされている。

宇宙飛行士は長期間にわたる閉塞的な環境での生活をするため、保存食は衛生面の配慮や保存性の確保が欠かせない。日本では宇宙食は常温で1年半の保存性が求められている。かつては缶詰が多かった宇宙食だがレトルト食品やフリーズドライ食品など保存食の技術の発達によりバラエティの幅が広がった。宇宙開発が進むにあたって宇宙食として活用されている保存食も需要が増加し、また技術もより発達すると考えられる。

10 | ストックリーグを通して

森川：昨年の反省を生かし、今年はより多くの視点からテーマについて考えることが出来たと思う。そして、企業に求めることがより現実性のあるものになったと思う。テーマ研究では、一般論である定義や歴史から、現代の世論や企業の考え方、そして自分たちが使う場合の検証などテーマを深いところまで考えたので、スクリーニングにそれらを生かすことが出来た。また、株式投資はタイミングも重要だということを学んだので投資する前からチャート进行分析することが出来た。いつどこに投資するかを学ぶことによって、現在の日本の経済がどんな状況にあるのかを知ることができる。特に、今回は食品関連だったので身近に買う商品はどんなルートをたどって自分に届くのかを学べた。この経験を生かし、ニュースと経済状況を繋げて考えたり、世界状況と比べたりして自分の興味の範囲を広げていこうと思う。

山崎：日経ストックリーグを通して株や投資、経済ニュースが身近になった。今回は保存食という食品分野で投資を行ったけれど、他の業界ではまたどのように経済が影響しているのか気になったし、実際に自分で投資をしてみたいと思うようになった。実際に投資を行うときも、今回テーマを決めるにあたって考えた投資の意味や、その投資で求める未来などを考えるようにしたい。テーマの探し方や深堀のやり方、チームでの活動のコツなど難しいこともあったがたくさんのことを吸収できたストックリーグだったと思う。今後実際に投資するときも、投資でなく研究など他の分野でも、今回学んだことを生かせるようにしたいと感じた。

寺門：ストックリーグを通して「株」の楽しさや難しさを学ぶことができた。私が株分析を行っていた際に企業が大きな事業を行った時期と株価が大きく変動した時期がピッタリとパズルのように組み合わせることがあった。そのときの爽快感は今でも忘れることができず、もっとたくさんの企業の株価の変動を見たいという興味が湧いてきた。その一方で、株の世界の専門用語が難しいなと感じることも多かった。中学生の私にとって「株」という言葉は身近でないからこそ、聞きなれない言葉ばかりであった。しかし、全くわからないということが調べる原動力となり、調べていくうちに新たな疑問が浮かんできた。このたくさんの「疑問」が私の興味を湧かせるのだと考えた。

このような「株」の楽しさや、難しさはすごく貴重な学びとなった。今回の経験を通してたくさんの興味が湧いた。この興味をきっかけとして更に学びを深めていきたいと思う。

寺島：今回のストックリーグの取り組みで直に現状を聞き、見ることの大切さを感じた。昨年は保護者の方や企業の方へのヒアリングがなかなかできず消費者、企業側の意見を汲み取るのが難しい状態で投資を行っていた。しかし今回では普段冷凍食品を使うことが特に多い保護者の方のアンケートに加え、企業ヒアリングを通して自分たちの実生活や企業 HP だけではわからない、その分野に対する否定的な部分や企業側の想いを知ることができた。学校での手紙の文章や質問の仕方、マナーなど先生の力を借りることが多くあったがその分とても有意義なことだったと思う。また冷凍食品の利便性を調べる際にスーパーに行ったところ、あまり意識して見ない冷凍食品コーナーで改めて「こんな商品があったんだ！」「意外と冷凍食品のフルーツおっきい！」「同じ料理でも種類多すぎない？」等様々な驚きがあり、実際に買う人の視点になることで新たな発見があるということを実感した。

最後になりますが、

オンライン企業ヒアリングを引き入れてくださった味の素株式会社 今村史佳様、株式会社ニチレイ 佐藤友信様。

メールでの企業アンケートに答えてくださった井村屋株式会社様。

アンケートに回答してくださった皆様。

オンラインミーティングや企業アンケートの際に協力してくださった先生方。

本当にありがとうございました。



11 | 引用文献・参考文献

<インターネット>

[202009.pdf \(gender.go.jp\)](#)

[総務省 | 令和2年版 情報通信白書 | 社会課題とICT 導入事例 \(soumu.go.jp\)](#)

[防災食品市場、10年間で1.8倍の236億円に 民間調べ: 日本経済新聞 \(nikkei.com\)](#)

[基本の卵焼き（厚焼き玉子）のレシピ/作り方：白ごはん.com \(sirogohan.com\)](#)

[カリッとジューシーな定番の味 から揚げの基本レシピ | とっておきレシピ | キューピー \(kewpie.co.jp\)](#)

[【鮭の焼き方】フライパンでできる！身はふっくら、皮はパリッと仕上がる | ほほえみごはん-冷凍で食を豊かに- | ニチレイフーズ \(nichireifoods.co.jp\)](#)

[【ブロッコリーのゆで方】最適なゆで時間は？簡単なレンジ加熱も解説 \(nichireifoods.co.jp\)](#)

[青菜のごま和え\(ほうれん草のごま和え\) のレシピ・作り方- ふたりごはん \(futari-gohan.jp\)](#)

[食卓が変わる？ 70年ぶり、新たな漁業法が施行へ: 日本経済新聞 \(nikkei.com\)](#)

[今、注目のESG投資とは？ | 三菱UFJ銀行 \(mufg.jp\)](#)

[MSCI ジャパン ESG セレクト・リーダーズ指数](#)

[Japan ESG Select Leaders - Nov 2022 \(msci.com\)](#)

ザイマニ記載のデータ

GoogleFinance

SmartChartPLUS

過去の入賞レポート

<本>

ジョン・シュウギョウ（2021）「世界一楽しい株の授業」ソシム