

まよヨ 備

～未来の海は、レジの前で決まる～

応募区分: 高校生の部
チームID: SL2501893
チーム名: ブループラネット
学校名: 山崎学園富士見中学校高等学校
学年: 高2
リーダー名: 大場
メンバー名: 町田、杉田、木村
指導教員名: 藤本先生

基礎学習（必須）

* 別添の学習ガイドブックをチーム全員がしっかり読んだ上で、必ず、すべての設問に解答してください

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] 消費者(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] 預金通貨 とがある。
4. 国民の金融リテラシー向上を目的として 2024 年に設立された [11] 金融経済教育推進機構 は、金融経済教育の機会を幅広い年齢層に向けて全国的に提供することを目指し、学校や企業などに講師派遣や、セミナーなどを行っている。
5. 2024 年から始まった新 NISA に関する説明文のうち、正しいものは？
[12] d
 - a. 新 NISA では、資産を積極的に投資に振り向けることを目的に、年間投資額の上限が撤廃された。
 - b. 新 NISA には、毎月積み立てる「つみたて投資枠」と、対象商品が多い「成長投資枠」の 2 つの枠があり、どちらか一方を選択する。
 - c. 新 NISA では、複数の金融機関で NISA 口座を開設できる。
 - d. 新 NISA の口座は、18 歳以上であれば親の同意なしで作ることができる。
6. 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 [13] ダイバーシティ の重要性が指摘されている。

7. アメリカが離脱した TPP の基本的な内容を引き継いで締結された「環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定（CPTPP）」は、2024 年にイギリスが参加し現在は [14] 15 か国となっている。一方、「地域的な包括的経済連携協定（[15] RCEP）」は、日本や中国、韓国など東アジアを中心に[16] 15 かが参加し、世界の人口と GDP のおよそ 3 割を占める世界最大規模の自由貿易圏である。

8. 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？

[17] c

- 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. 貿易の自由化に加え、知的所有権や労働者の移動など、幅広い分野での協力を定めた協定を自由貿易協定（FTA）と呼ぶ。
- c. 自然災害等によりグローバルなサプライチェーン（供給連鎖）が分断されると、世界経済に悪影響が及ぶ懸念がある。
- d. 近年の日本の国際収支統計をみると「第一次所得収支」が大幅な赤字を計上している。

9. SDGs17 の目標達成のために、どのように資金を集めるかが企業の課題となっており、二酸化炭素を大量に排出するなど環境負荷の大きな事業に対しては、金融機関が融資を停止する動きがある。これは [18] **ダイベストメント(投資撤退)** と呼ばれている。

10. 「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
4.質の高い教育をみんなに 	認証の認知度を高めるということは、教育の変化によって大きく左右される。質の高い教育で認証の大切さを伝えていけば、幼少期から環境に興味を持ち、学ぶ姿勢ができるからである。買い物の際に海洋環境に配慮した選び方をする意識が高まることも可能だと考える。
13.気候変動に具体的な対策を 	気候変動の影響による海洋環境の変化は、水産物の生態系や生息地、漁獲量に大きな影響を与える可能性があるためである。海洋環境の持続可能性を大切にす認証は、気候変動にも直接良い影響を与えうる。
14.海の豊かさを守ろう 	認証は海の生態系を守り、持続可能性を考えられた水産物を示す。このような認証という制度によって海洋資源を持続的に利用することを消費者に促し、将来の海を守るということに繋がるので、SDG s 14 番と深い関係があると考えられるためである。

11. 「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？

[19] b

- a. 経済 — 科学 — 成長
- b. 環境 — 社会 — 企業統治
- c. 効率 — 持続可能性 — 企業統治

12. 日本最大の証券取引所は、東京証券取引所（東証）であるが、その他にも [20] 名古屋、[21] 札幌、[22] 福岡 に地方証券取引所があり、地域経済や地域企業のサポート役として存在している。

13. 投資のリスクを小さくする方法には、「長期」、「分散」、[23] 積立 の3つが重要とされている。分散投資は [24] 資産 や、[25] 時間、[26] 通貨 を分けることで安定した収益が期待出来る。

14. 「積立投資」に関する次の説明文のうち、誤っているものは？

[27] c

- a. 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。
- b. 積立投資には定量購入と定額購入の2つがある。
- c. 積立投資は、元本が保証されている安全な投資方法である。
- 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。

15. 「人々の注目や関心が経済的な価値を持つ」ということから、SNS で特徴的なビジネスモデルとなっている一方、偽・誤情報の拡散や炎上を助長させる構造を有しており、世界各国で様々な対策や取り組みが進められている考え方はなにか。

[28] アテンション・エコノミー

16. 次のうち、株主から出資してもらったお金（自己資本）をどのくらい上手に使って利益を上げているのかを見るための指標はどれか。

[29] a. ROE

- a. ROE
- b. 自己資本比率
- c. PER
- d. PBR

要 旨

近年、世界では海の持続可能性について注目されている。海は数多くの海洋資源を有しており、私たち日本人は昔から存在する魚食文化により、海の恩恵を受け続けてきた。しかし、海洋環境の変化やIUU 漁業の影響などによる海洋資源の減少が問題視され始めてきている。漁業問題が解決されないことにより、生態系が壊れ、魚を食べることができなくなる可能性がある。これらを解決する一つの方法として「水産エコラベル認証」がある。これは海洋資源を持続的に利用できるように開発され、実際に、欧米諸国では認証のついている水産物が主に流通し、海洋環境に良い影響をもたらしている場合もある。一方日本では、認証に対する認知度が低いことが問題になっている。そこで私たちは、海洋資源を守るためには認知度を向上させなければならないと考えた。その解決策を検討するために、私たちは様々なフィールドワークを通して海洋環境や認証制度に関する知見を深めた。この知見に基づいて、認証制度の認知度向上に貢献する企業や、海洋環境のサステナビリティに配慮している企業についてスクリーニングを行い、ポートフォリオを作成した。

目 次

1. 投資テーマの概要	6
2. 投資テーマの決定	7
3. 投資テーマの探究	11
4. インタビュー & 実践	13
5. ポートフォリオの作成	18
6. 投資家へのアピール	25
7. 実践発表：EXPO2025 大阪・関西万博ブルーオーシャンドーム	26
8. 日経 stock リーグを通して学んだこと	28
9. 参考文献	30

1. 投資テーマの概要

① 投資テーマの目的

本レポートの投資テーマの目的は、海の持続可能性に関する問題について、株式投資を通じて市場および企業行動に働きかけることで、その解決または改善に貢献することである。環境問題を「意識」にとどめるのではなく、投資という経済活動と結び付けることで、持続的かつ再現性のある解決を目指した。

② 背景

学校での講演等を通じて海の持続可能性問題に関心を持ち、私たちはこの問題が日常生活の中での程度意識されているのかを明らかにするため、アンケート調査を実施した。その結果、多くの人が海洋問題の重要性を認識している一方で、実際の購買行動には十分反映されていないことが分かり、海の環境問題が社会構造や市場の仕組みと深く関係していると考えられるようになった。

③ 探究の内容

探究活動を進める中で、持続可能な漁業や水産資源の利用を促進する仕組みとして認証制度（エコラベル）の存在に着目した。特に、ブルーシーフードを発行しているセイラズフォーザシーを知り、インタビューやインターンシップを通じて、認証制度の仕組みや課題について理解を深めた。

さらに、この制度の日本における普及度合いと消費者への影響を検証することを目的として、コモディイダ中村橋店の協力のもと実証実験を行い、認証表示が購買行動に与える影響について調査した。

④ 問題解決の手がかり

これらの探究活動の結果、認証制度の普及が流通や消費者の購買行動を変化させ、その積み重ねが海の持続可能性問題の解決につながる可能性が高いと考えた。そこで、認証を受ける企業側の視点として株式会社臼福本店の臼井社長、認証制度を推進・認める行政側の視点として水産庁の吉川氏および高地氏にインタビューを行い、制度の実効性や今後の展望について多角的に検討した。その結果、認証制度は単なる倫理的取り組みにとどまらず、企業の事業戦略や評価にも影響を与える要素であると認識した。

⑤ 投資テーマの決定

以上の探究を踏まえ、私たちは「**認証制度を通じた流通・購買行動の拡大が市場構造を変え、その結果として海の持続可能性問題の解決につながる**」という投資テーマに至った。

認証制度への対応は、企業にとって大きなコストである一方、ブランド価値や ESG 評価を通じて社会的信頼の向上など中長期的な企業価値の改善につながる可能性がある。近年、ESG を重視した投資が拡大していることから、海の持続可能性に取り組む企業は投資対象として評価されやすいと考えた。

企業選定にあたっては、まず第1スクリーニングとして、「エコラベルを導入・提携・取り扱っている企業」「海洋保全に取り組んでいる企業」「サステナビリティに配慮した製品やサービスを提供している企業」という三つの観点から選別を行った。第2スクリーニングでは財務分析を行い、投資対象としての安定性および成長性を検討した。さらに第3スクリーニングでは、フィールドワークを通じて得た知見を基に、「企業の公式HPに認証に関する商品・サービス・提携情報が明記されているか」、または『『さかなの日』の賛同メンバーであるか』といった独自の基準を設定し、最終的な投資候補企業を選定した。

⑥ 投資テーマの意義

本投資テーマが成功すれば、株式投資を通じて持続可能な取り組みを行う企業に資金が集まり、企業行動や市場の在り方そのものが変化すると考えられる。その結果、海の持続可能性と企業価値向上が両立する仕組みが社会に定着し、「**海洋問題に対して高い問題意識を持ち、持続可能な選択が当たり前となる社会**」の実現につながることを期待している。以下では上記の詳細を説明していく

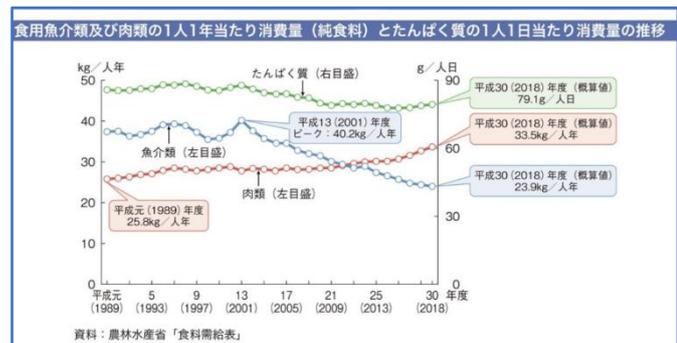
2. 投資テーマの決定

1-1. 魚食普及推進センターでの講演聴講

私たちは学校で魚食普及推進センターの方のお話を聞く機会があり、現在の魚食の普及状況や現状の課題などを知ることができた。そこでは、魚の需要が減ることで消費量が減り、その後、漁獲量が減るといった問題が起き、そして漁獲量の減少と消費量の減少が連動することで、さらなる減少が見込まれるというループのお話を伺った。また、魚が身近ではなくなることで日本の魚食文化や水産業界の衰退、また食料自給率の低下が起こると考えられる。それを止めるためには、魚を進んで購入し食するという行為によって販売者が魚をより多く卸し、品出しをすることにつながり、魚食の普及に良い影響を与えていくということも学ぶことができた。

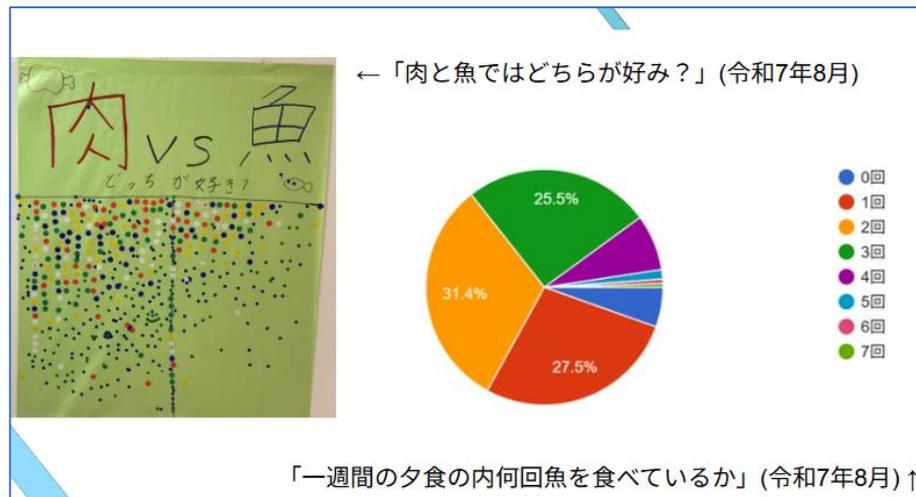


また、右の農林水産省が発行している食料需給表のグラフでは、食用魚介類及び肉類の1人1年当たりの消費量と、1人1日あたりのタンパク質消費量の推移を表している。このグラフより、魚の消費量が年々減り、肉の消費量が増え、タンパク質の摂取量はあまり変化していないことから、魚消費の減少分を肉や他の食品で補っていることがわかる。



1-2. 魚 VS 肉（学校内アンケート）

この講演会を聞いて、実際にどれくらい魚離れが進行しているのかということが気になったため、本校生徒に、「魚 vs 肉」という題名で肉と魚のどちらの方が好きなのかアンケートを行った。肉 VS 魚と書いた模造紙を昇降口に貼り、在校生や学校を訪問する小学生に向けて、自分の好きな方へステッカーを貼ってもらう形式で行った。その結果によると、小・中学校および高校の女子の約 200 名の回答のうち、圧倒的に肉派の方が多く、魚があまり好まれていないということがわかった。

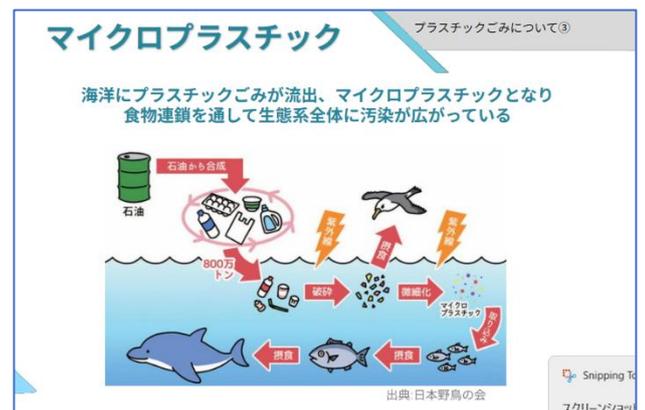


この魚より肉の方が圧倒的に好まれている状況から、魚を取り巻く現状や課題について調べてみることにした。まず、魚が生息する海は、私たちの生活と切り離せない大切な資源である。しかし、近年さまざまな問題に直面し、特に海洋汚染、気候変動、そして乱獲という3つ課題が特に大きく注目されている。

2 海的环境課題

2-1. 海洋ごみ

海洋汚染の大半がゴミによる汚染であり、その中でも特に深刻なのが海洋プラスチックゴミである。これらの海に流れ出たプラスチックゴミが波や紫外線によって分解され、細かく砕ける。プラスチックとは、洗顔料などに使われるスクラブ材などのプラスチック粒子やプラスチックの原料となる粒子を指す。こうして5ミリ以下のプラスチックの粒を総称してマイクロプラスチックと呼ぶ。マイクロプラスチックはとても小さく拡散されやすく、何百年も海に残り続けるため回収が困難である。



生態系への影響として、海の生物たちが誤って摂取し消化器官に詰まったり、毒素が体内に蓄積されたりする可能性があり人間の健康への影響も懸念されている。

2-2. 乱獲

水産資源は乱獲の影響により、過去半世紀にわたって世界的に減少している。乱獲の主な原因はIUU 漁業で、IUU 漁業とは違法 (Illegal) ・無報告 (Unreported) ・無規制 (Unregulated)

の頭文字をとった言葉で、国際法や国内法に違反して行われる漁業であり、国内法に反した漁業活動のことだ。IUU 漁業の被害例としては乾燥ナマコやウナギの密輸入などが挙げられる。水産庁の報告によると、毎年 1,400 件を超える違法漁業が検挙されている。また、日本が魚介類を輸入する上位 9 カ国で評価したところ、2015 年に輸入した天然水産物 215 万トンの 24～36%、金額にして 1800～2700 億円が、違法または無報告漁業によるものと推定された。そして補助金の悪用による過剰漁獲も問題となっている。

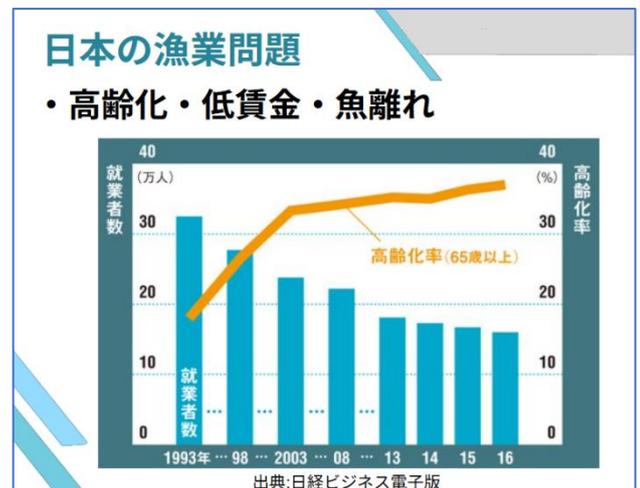
国連によると 2019 年には資源量の 35.4%が乱獲状態にあるといわれている。日本の水産資源の状況は、世界平均よりもさらに悪く、日本の水産庁は 2020 年に評価された資源のうち 23%のみが持続可能性の高い水準にあり、53%は低い水準にあると報告した。そして日本の資源量は 1996 年から約 20 年間回復していない。

2-3. 漁業者の課題

日本の漁業者の抱える問題には様々なものがある。このグラフは少し古いデータだが、1993 年から 2016 年の働く人と高齢化率の変化を表しており、ここから近年働く人の数が減少し、水産業を担う方々の高齢化が進んでいるということが伺える。高齢化が進むことで後に漁業を継ぐ人がおらず、水産物の供給量が減ることにつながる。

また、漁業者の低賃金や、前節でもふれたように魚離れなどが問題として挙げられる。

特に魚離れについて、近年日本では日々の食事の洋食化が進んでいるため、魚を食べる機会が減っている。これは洋食では魚を食べるといった文化の根付きが薄いことに起因している。



これらの問題の他にも様々な問題があり、その全ての問題が今ある漁業を苦しめていると言える。

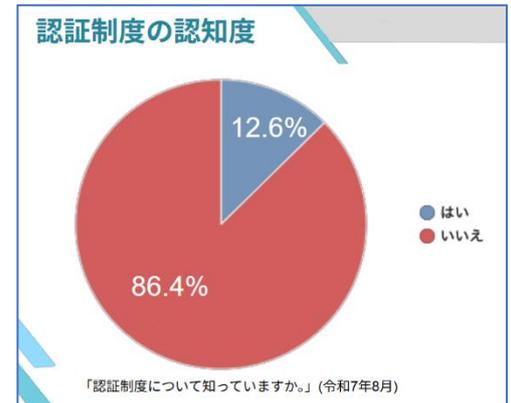
2-4 認証制度について

2-4-1. 認証制度の認知度 (校内外アンケート)

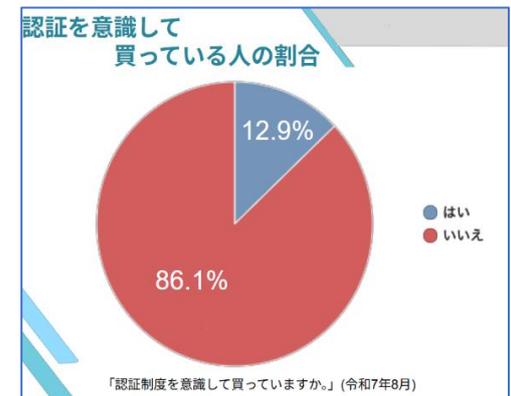
現状を調べ進め、問題を知っていくにつれて、様々なところで「**認証制度**」という言葉をよく目にした。そしてその記述のどれもが、大変さを述べる現状や課題に比べてポジティブな記述ものであったことから、漁業の問題を解決する 1 つの方法として認証制度があるのではないかと考えた。主に認証制度には、MSC、ASC といったものがあり、日本発の水産エコラベル認証である MEL 認証というものも存在する。しかし、このような

認証制度が存在しているということはあまり知られていないように感じたため、学内外でアンケートを取ることにした。

私たちの学校の在校生および教員・保護者、そして、担当教員の先生のお知り合いの学校の方などにご協力いただき、Google Formにてアンケートをとったところ、「認証制度を知っていますか」という問に対して、「MEL 認証などの認証制度について知っている」と答えた人は約 1500 人に対して 190 人と全体の約 12.6%だったことがわかる。



また、その「認証制度を知っている」と答えた 12.6%のうち、「魚を買うときに認証制度を意識して買っている」と答えた人は約 12.9%となった。これは認証全体について質問した人、約 1500 人のうちの 25 人となり、全体で見ると約 1%となっている。この結果により、「認証制度を知っており、認証を意識して購買活動をしている人」の割合がとても少ないということが分かった。



これらの結果から、実際にいくつかのスーパーを回って商品を見たところ、MEL 認証や MSC 認証を受けた商品が認証マークをつけられることなく販売されているのを見つけた。認証制度についてもっと認知度を増やすことができないと、さらに日本の漁業が苦しくなるのではないかと、さらに、認証制度を知っていても買うまでに至らない原因は何だろうかという疑問を抱いたことで、魚の認証制度をテーマとして深く掘り下げることにした。

3. 投資テーマの探究

1. 「ブルーシーフード」について

主に認証について調べていく中で、「ブルーシーフード」という言葉に出会った。さらに調査を進めたところ、本校が「ブルーシーフードパートナー」というものに参加しているということも知った。

「ブルーシーフード」とは、資源量が豊かで、生態系を守りつつ、管理体制の整った水産物のことを指す。このような持続可能な水産物を優先的に選んで消費することで、枯渇した水産資源の回復に役立ち、漁業への支援につながる。

また、どの水産物がブルーシーフードなのかわかりやすくまとめたものを「ブルーシーフードガイド」といい、消費者がブルーシーフードガイドから魚を選んで食べるという持続可能な選択ができるように、知識と情報を提供している。このガイドは、日本では一般社団法人「セイラズフォーザシー」が作成している。ブルーシーフードガイドに掲載される水産物は1年ごとに再評価がなされており、掲載されていることで食べ続けられてしまい、資源が枯渇してしまうという心配もない。

今まで発行したブルーシーフードガイドには三重版・東京版・広島版などの地域版や、2025年10月に大阪・関西万博で発表された英国版がある。

出典:セイラズフォーザシー



2. 「セイラズフォーザシー」について

セイラズフォーザシーは、米国で2004年にロックフェラー家当主である David Rockefeller, Jr.によって設立された、海洋環境の改善を目的としたNGO団体である。日本支局は2011年に発足された。2013年から日本の一般社団法人として独立運営の形をとり、世界最大の海洋環境NGOである Oceana とアフィリエイト契約を結んで国内外で活動している。

活動内容としては主に3つあり、1つ目はブルーシーフードガイドの作成だ。ガイドに載せるための魚の審査を中心に、水産資源の持続可能な消費についての啓発活動も行っている。

2つ目はクリーンレガッタプログラムの運営による海洋スポーツの環境保全基準値設定とプラスチックゴミの削減である。クリーンレガッタプログラムとは海のスポーツを題材にしたイベントで、海のスポーツで競うに当たって、どれくらい海洋環境に配慮した取り組みができているかを評価する。



3つ目は KELP プログラムだ。これは小・中学生に向けた海洋教育プログラムではあるが、講演や登壇、メディアを通じてより幅広い世代にも持続可能な水産物の消費や海洋環境改善の重要性を発信するという活動もおこなっている。

他にも持続可能な社会基盤に向けた立法と施行の後押しや、国際イベントにおける調達方針の決定に関わっていて、国連をはじめとした国際会議での発言など、国内外に向けて積極的なアプローチをしている。

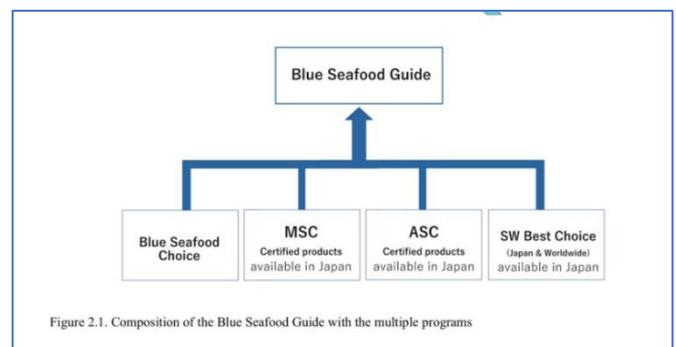
以上の活動を通じて、海洋環境を改善することによる持続可能な社会の実現に取り組んでいるということがわかった。

3. 「ブルーシーフード」の認定基準

そんなセイラーズフォーザシーが掲げるブルーシーフードガイドに載る魚には、以下の4つの選定基準がある。

① Blue Seafood Choice (ブルーシーフード資源評価) に合格した魚であること

この評価基準は、2018年より日本の水産資源に対して、漁業の持続可能性を測る国際的で科学的に定められた基準をベースにした独自の手法である。2020年からは海外の優良事例をこの基準で評価し、紹介している。



② 米国モンレーベイ水族館発行の Seafood Watch で Best Choice に選ばれている上に、更に日本で手に入るものである

Seafood Watch Best Choice は水産物の持続的消費を促進する権威のあるプログラムであり、資源量や漁獲方法、海洋環境への影響などを評価してシーフードを緑色(おすすめ)・黄色(中間)・赤色(食べないで)の3つの段階に分類している。ブルーシーフードガイドでは緑色(おすすめ)のシーフードの中で日本にて手に入れられるものを選んでいく。

③ MSC の漁業認証を取得した漁業による魚介類のうち、日本で手に入るものである

MSC とは減少傾向にある水産資源の維持・回復に向け、持続可能な漁業の普及に取り組んでいる国際的な非営利団体であり、MSC 認証がついている商品は持続可能な漁業で獲られた水産物であることが示されている。

④ ASC の養殖認証を取得した養殖場による魚介類のうち、日本で手に入るものである

ASC とは、水産養殖が環境への悪影響を最小限に抑えながら、人々に食糧と社会的な便利さや利益を供給する社会を実現するために、効率的な市場メカニズムを利用して水産養殖を環境と社会に配慮し

た持続的なものになっていくことを目指す国際的な非営利団体である。ASC 認証がついている商品は持続可能なよう養殖場で獲られた水産物であることが示されている。

以上、これら 4 つの評価基準を設けて海洋環境のバランスを保てるように評価を行っている。

4. 「ブルーシーフードパートナー」とは

ブルーシーフードの理念に賛同し、優先的にブルーシーフードを提供したり、それぞれの独自の取り組みによって持続可能な海の資源の利用を推進したりする企業・団体のことを指す。今現在では都道府県、市区町村、企業、ホテル、レストラン、小売店などがパートナーとなっており、本校もそのパートナーに参画している。

4. インタビュー & 実践

1. セイラーズフォーザシー【インターンシップ】

私たちの学校がパートナーとなっているブルーシーフードについてより深い知識や情報を得たいと考え、運営であるセイラーズフォーザシー日本支局へ伺った。

今回のインターンシップでは、まず初めに理事長の井植氏に漁業の現状についての講義を受けた。講義では公害や気候変動、IUU 漁業（乱獲）による被害の深刻さについてお話があった。例をあげると、公害では排水や石油の被害、プラスチックゴミなどによる問題などがあり、気候変動では海面上昇や海中の酸化、氷河の崩落などによる生態系の変化がある。特に IUU 漁業であるナマコやアワビなどの乱獲が問題になっていることを知り、これらの漁業がどれだけ海洋生態系に悪影響を及ぼしているかを改めて実感することができた。IUU 漁業の対策としては禁漁や漁獲量を削減することが実際に行われていて、ヒラメは 2011 年からの五年間の禁漁によって良い状態のものが獲れたり、クロマグロは 2008 年から漁獲量を削減したりしたことによって資源量が 3 倍になり資源量の回復に成功している。これらのことから全ての水産物が適切な資源管理をされて、資源量のバランスを良くしていくことが大切であると考えた。



次にイギリスのブルーシーフードガイド作りをお手伝いさせてもらった。ガイド作りでは、イギリスでとれる各魚の資源状態や漁獲方法がブルーシーフードガイドの基準に沿ったものであるかを一つずつ手作業で確認していく。

私たちが評価した水産物は 10 種類にも満たない数で、全体から見たらほんの少しの作業であったが、数時間を要した。また、水産物の中には資源状態がわかっていないものが多くあり、情報不足で判断が難しく選定できないということもあった。ガイド作りを通して、持続可能な水産物の選ぶ難しさや、詳細データの探し方、ブルーシーフードが海洋保全にとってどれだけ大切なものであり、どのような影響を与えるのか、ということについてもより深く学ぶことができた。



インターンシップを通して、水産物の資源量の維持や回復のためには情報収集が不可欠であり、情報開示がされていないということが水産資源を守れなくなる一つの要因になってしまっているのではないかと考えた。

2. コモディイダ中村橋店【認証制度の実証実験】

海外(欧米)ではブルーシーフードが普及していることを学んだが、日本に住んでいて私たちがブルーシーフードという言葉を知る機会はとても少ない。そのため日本ではブルーシーフードは普及していないように感じる。この理由として日本人の認証制度に対する意識が海外(欧米)の人と比べ低いことが挙げられる。日本人の認証制度が低い原因を調べるために、私たちは身の回りの認証制度について調べることにした。

① 仮説に至る背景

前述の認証制度への認知度アンケートでは、非常に低い認知度という結果であったため、日本全体でも消費者の認証制度に対する認知度が低だろうということが想像できる。実際に、学校近所にある西友中村橋店に行き、スーパーにどれくらい認証マークのついた魚が売られているか確認したが、1 つもなかった。セイラズフォーザシーの日本支局に伺った際、井植氏から北海道のホタテは大体 MSC をとっているという話を伺っていたが、西友にあった北海道のホタテに認証マークはなかった。そこで認証を受けている魚が認証マークのついていない状態で魚が売られている現状を知った。

② 仮説

これらのことから私たちは「日本人の認証制度に対する意識の低い原因はスーパーで認証を受けた魚が認証を受けたことが分かるように陳列していないので、魚の認証制度の認知度が低く、日本人の意識が低くなっている」という仮説を立てた。

③ 検証

私たちはこの仮説を検証するため、コモディイダ中村橋店にご協力をさせていただき、検証を行うことにした。

コモディイダ中村橋店で売られていた MEL 認証を受けたブリと、MEL 認証について説明された文章が書かれたポスターを掲載し、ポスターを掲載した前後 1 週間でブリの売り上げは変わるのかという検証である。

コモディイダ中村橋店で打合せを行い、非常に前向きに検討していただいたが、実際は、このポスターを掲示することがかなわなかった。その理由は、掲示するためには、コモディイダ中村橋店が MEL 認証と提携する必要があり、それには沢山の時間と苦労が必要なためだ。そのため、この検証の実現は出来なかった。そこで、MEL 認証と提携しているスーパーに実証実験を行うために問い合わせたところ、断られてしまった。



④ 実証検証の失敗から分かったこと

分かったことは 2 つある。1 つ目はコモディイダ中村橋店には認証を受けたと表記されていた魚はなかったが、仕入れている魚を確認していただいたところ、ASC 認証や MEL 認証を受けた魚を仕入れていた。認証制度と提携されていないスーパーでは認証を受けた魚が「認証を受けている」と表記することができず、表記されずに販売されているのだった。

2 つ目は検証の実施のため、コモディイダを含め 5 件のスーパーに協力をお願いをした。そのうち西友中村橋店とコモディイダ中村橋店の方に直接会ってインタビューをした。西友中村橋店の魚担当の方は魚の認証制度を私たちがインタビューするまで知らず、このインタビューをきっかけに調べたと言っていた。またコモディイダ中村橋店の店員の方も同様に知らなかった。その他のスーパーでも認証制度を知っているスーパーは 1 件もなかった。よってスーパー側でも消費者側でも認証制度の認知度が低いことが分かった。



この 2 つの事柄からスーパーでの認知度が低いため、認証と提携するスーパーが少なく、スーパーで認証を受けた魚がマークをつけられることなく売られる。これにより消費者が魚の認証制度に気づけないため、認知度が低くなったと考えた。

日本での認証制度の立ち位置は、上記の実験結果からも認証制度というものが日本にあまり浸透していないことがわかる。**そこで私たちは「認証を受ける側」と「認証を推進する行政側」の二つの異なる視点から見た認証**についてインタビューを行った。

3. 株式会社臼福本店社長の臼井氏へのインタビュー【認証を受ける側】

まず、認証をとった側の意見として MSC 認証と MEL 認証を取った株式会社臼福本店社長の臼井氏にインタビューを行った。MSC 認証は国際的な認証マークである一方、MEL 認証は日本発の認証マークである。

Q. 複数の認証を取ろうと思ったきっかけ

IUU 漁業や日本政府の対応に対してどちらの立場からでもはっきりと正しい意見を言えるようにしたかったからだそうだ。日本政府は違法漁業に対して調べていることが少なく、寛容であるため、それに対抗する意味もあった。また、東京オリンピックの時期でもあり、認証がついていない水産物は卸せないという制限があったことも 1 つの理由だったそうだ。

Q. 認証の日本での需要について

日本では食べる頻度の違いなどから基本的に価格が安い方が好まれる傾向にある。しかし、認証付きの魚は認証という付加価値がついている以上、普通の魚よりも高くなってしまおうさだ。

東京の高級ホテルなどからたまに MEL 認証のついた水産物のオーダーがあるくらいで基本的に国内だとほとんど売れない現実があり、一方海外では認証がついている方が好まれるさだ。一部の国では認証付きでないと売れない法律もあるとのこと。ここで問題になってくるのは日本の市場の意識の低さと認知度の低さである。認証をとるためには、膨大な費用が掛かるため、際に周りの漁業者と協力しようとしたが、全ての業者に上記の理由で断られたさだ。

Q. 現在の日本の漁業の現状についてのご意見

今の日本の法律は海外から入ってくる IUU の対策ができていない。MEL 認証は規定が非常に緩く、誰でも取れてしまう。そのため、国際的には立場は非常に弱い認証制度である。水産庁は MEL 認証を海外に進出させたいならもっと基準を厳しくするべきだ、というご意見だった。また、違法漁業を買い支えていく事なく、本当にしっかりとした漁業を行っている人が残っていける、そんな、消費者がしっかりと正しいことを選んでくれる社会を作る必要がある、と強くおっしゃっていた。

4. 水産庁の吉川氏と高地氏へのインタビュー【認証を推進する行政の立場】

次に認証を推進する行政の意見として、水産庁の吉川氏と高地氏へインタビューを行った。

Q. 認証を取るために多大なお金がかかるのはなぜか

特に欧州発の認証は多大なお金がかかる。認証の意義や価値を消費者に理解してもらい、購入してもらうためには PR が必要となるし、認証基準を満たしているかどうか客観的データから厳しく確認する必要があるためである。しかし、「水産資源の持続的利用」というのが主な目的である認証を、事業者が多額のお金を払わないと取得できない現状に水産庁側も問題意識を持っている。



Q. なぜ MEL 認証は MSC 認証よりも規定が緩いのか

MEL 認証は MSC 認証よりもより日本の漁業実態に寄り添った認証である。MSC 認証は日本などよりも欧米の漁業実態に寄り添っている認証であるため、日本にあっていない基準も多い。その分、MEL 認証は日本に寄り添っている規定になっているため、特定の地域などでしか取れない魚などにも対応している。

Q. なぜ日本には認証制度が浸透していないのか

これは食文化の違いから考えることができる。日本は昔から魚を生で食べる文化が根付いているから欧米諸国よりも魚を刺身で食べる頻度が高いため、鮮度を重視する傾向にあるという違いがある。つまり海外の人々は魚を食べる頻度がそんなに多くないため、魚を買う際に鮮度よりも認証付きの魚を選択するが、日本は魚を食べる頻度が高いため、小売店にはいつも高鮮度の魚が複数陳列され、認証よりも価格や鮮度から商品を選択する傾向にあるという現状がある。そのような背景から認証などの付加価値よりも安価で新鮮であることが日本では重要視されるのだ。

5. 『さかなの日』への賛同メンバー加入

探究活動の一環として水産庁の方々へインタビューを行う中で、水産庁が推進している「水産物の消費拡大に向けた官民の取組」を目的とした『さかなの日』の取り組みについて知った。その後、水産庁からの紹介を受け、私たちは学校として『さかなの日』の賛同メンバーに参加することとなった。

『さかなの日』は、消費者に水産物をより身近に感じてもらい、水産物の消費を促進することで、日本の水産業や食文化を将来にわたって持続させることを目的としている。この取り組みは、私たちが探究活動を通じて注目してきた「消費者の選択が市場や産業の在り方を変える」という考え方と一致している。

高校生である私たちが賛同メンバーとして参加することは、単なる学習にとどまらず、水産物の消費や海の持続可能性について周囲に発信し、行動につなげる第一歩であると考えている。日本の重要な食文化である水産業を将来にわたって維持していくために、若い世代としてできる取り組みを広げていきたい。



出典：水産庁「さかなの日」

HP <https://sakananohi.jp/>

以上、これらのインタビューや実践を通じて、行政・企業・消費者が連携して消費行動を変えていくことの重要性を実感した。この取り組みは、本レポートにおける投資テーマである「認証制度を通じた流通・購買行動の拡大が市場を変える」という仮説を、実際の社会的取り組みの中で確認するフィールドワークとなった。

5. ポートフォリオの作成

私たちは、企業を選定するにあたり、第1スクリーニングでキーワードに合う企業をインターネットや会社情報、四季報などから選び出し、第2スクリーニングで会社の財務諸表を使って選別する定量スクリーニングを行った。第3スクリーニングでは、フィールドワークなどを通して自分たちで考える選考基準をつくり、それを用いて点数化を行う定性スクリーニングを行った。

第1スクリーニング

はじめに、私たちのテーマである「魚の認証制度」に取り組んでいる企業を調べるにあたり、下記の選考基準に基づいて企業を選び出した。その際には、業種を極力固めず、水産業、小売業、飲食業、メディアなど多くの業種に渡って選択するようにした。選択の基準は、「水産エコラベルを導入・提携・扱っている企業」、「海洋保全に取り組んでいる企業」、「サステナビリティに配慮した製品やサービスを取り扱っている企業」にし、1つでも基準を満たして企業を通した。また、東京証券取引所に上場しており、財務諸表が直近まで存在している大手企業を対象として、40社に絞り込んだ。

1332	ニッスイ	1333	マルハニチロ
1301	極洋	2809	キューピー
8267	イオン	6814	古野電気
8194	ライフコーポレーション	7522	ワタミ
8233	高島屋	3198	SFPホールディングス
8053	住友商事	2801	キッコーマン
3182	オイシックス・ラ・大地	9974	ベルク
4825	ウェザーニューズ	9042	阪急阪神 HLD
8142	トーヨー	8002	丸紅
2871	ニチレイ	8031	三井物産
8591	オリックス	9404	日本テレビ HLD
9413	テレビ東京 HLD	2875	東洋水産
2702	日本マクドナルド HLD	2002	日清製粉グループ本社
3861	王子 HLD	3863	日本製紙
4004	レゾマック・HLD	4202	ダイセル
2918	わらべや日洋 HLD	1375	ユキグニファクトリー
7453	良品計画	7601	ポプラ
9900	サガミ HLD	2281	プリマハム
2282	日本ハム	3053	ペッパーフードサービス
3099	三越伊勢丹 HLD	8001	伊藤忠商事

第2スクリーニング

第2スクリーニングでは、第1スクリーニングを通過した40社に対して、各企業の財務諸表より「収益性」「安全性」「成長性」の3観点から企業の財務状態や業績を分析した。また、リスクの観点から、企業の財務構造や資金繰りが健全であり、債務不履行などの形で倒産に陥ることが無いように安全性をキャッシュフローで測った。また、企業の株式の価値を算定するために株価指標も用いてスクリーニングを行った。以下が使用した指標である。

データは11月30日時点のものを採用し、この結果22社が第2スクリーニングを通過した。

【財務指標】 ←

収益性 ←			
指標 ←	内容 ←	計算式 ←	基準と点数 ←
ROE ← 株主資本利益率 ←	株主資本に対してどれだけ利益を生んだかがわかり、企業の稼ぐ力、株主価値の向上度がわかる。 ←	当期純利益 ÷ 自己資本 ←	15%以上 : 4点 ← 12~15%未満 : 3点 ← 8~12%未満 : 2点 ← 8%未満 : 1点 ←
ROA ← 総資産利益率 ←	総資産をどれだけ効率よく利益に変えているか。資産全体の経営効率がわかる。 ←	当期純利益 ÷ 総資産 ←	5%以上 : 4点 ← 3~5%未満 : 3点 ← 2~3%未満 : 2点 ← 2%未満 : 1点 ←
純利益率 ←	売上のうち純利益が占める割合。企業全体の収益体質が分かる。 ←	当期純利益 ÷ 売上高 ←	10%以上 : 4点 ← 7~10%未満 : 3点 ← 3~7%未満 : 2点 ← 3%未満 : 1点 ←
安全性 ←			
指標 ←	内容 ←	計算式 ←	基準と点数 ←
自己資本比率 ←	総資産に占める自己資本の割合。財務の健全性、倒産リスクの低さが分かる。 ←	自己資本 ÷ 総資産 ←	60%以上 : 4点 ← 45~60%未満 : 3点 ← 30~45%未満 : 2点 ← 30%未満 : 1点 ←
成長性 ←			
指標 ←	内容 ←	計算式 ←	基準と点数 ←
売上高成長率 ←	売上がどれだけ伸びたか。企業の勢い、市場の拡大度が分かる。 ←	(当期売上 - 前期売上) ÷ 前期売上 ←	15%以上 : 4点 ← 8~15%未満 : 3点 ← 3~8%未満 : 2点 ← 3%未満 : 1点 ←

【株価指標】 ←

指標	内容	計算式	基準と点数
PER 株価収益率	株価が利益の何倍で買われているか。その企業の株価が割安か割高かが分かり、市場の期待度も測れる。	株価 ÷ EPS	10 倍未満：4 点 10～15 倍未満：3 点 15～20 倍未満：2 点 20 倍以上：1 点
PBR 株価純資産倍率	株価が 1 株あたりの純資産の何倍かが分かる。企業が解散した時に、純資産は株主に分配されるため、解散価値ともいわれる。	株価 ÷ BPS	0.5 未満：4 点 0.5～1.0 未満：3 点 1.0～2.0 未満：2 点 2.0 以上：1 点

【キャッシュフロー (CF)】 ←

指標	内容	計算式	基準と点数
営業 CF	本業による現金収支（本業で稼ぐ力、安定性）プラスが望ましい。	営業活動による CF	プラス：2 点 マイナス：0 点
投資 CF	設備投資・M&A などの現金収支（将来に向けた投資の状況）プラスが望ましいが、成長企業はマイナスが多い。	投資活動による CF	プラス：2 点 マイナス：0 点
財務 CF	借入・返済・配当・株発行などの収支（資金調達・返済状況）。返済が多い場合はマイナスになる。	財務活動による CF	プラス：2 点 マイナス：0 点

第3スクリーニング

【3-1】第3スクリーニングの基準と通過企業

第3スクリーニングでは、数々のフィールドワークやインタビューを元に、私たちの基準を設定した。

1. 広報活動に力を入れている		
	インスタの最終投稿日が1年以内である	ある・・・1ポイント
		ない・・・0ポイント
	さかなに関するYouTubeを1年以内にUPしている	ある・・・1ポイント
		ない・・・0ポイント
2. 会社としてプロジェクトに取り組んでいるか		
	公式HP上にさかなに関するプロジェクト情報がある	ある・・・1ポイント
		ない・・・0ポイント
3. 魚に関する認知に向けて取り組んでいるか		
	「さかなの日」の賛同メンバーである	ある・・・1ポイント
		ない・・・0ポイント
	SDGs14への目標を明確にしている (マークをPに付けている)	ある・・・1ポイント
		ない・・・0ポイント
4. 認証取得または提携を		
	HPに認証についての商品・サービス・提携情報がある	ある・・・1ポイント
		ない・・・0ポイント

<最終スクリーニングに残った企業>

証券コード	企業名	ポイント	証券コード	企業名	ポイント
1301	極洋	5	6814	古野電気	4
2871	ニチレイ	4	8233	高島屋	4
8194	ライフコーポレーション	4	1332	ニッスイ	4
7522	ワタミ	3	3182	オイシックス・ラ・大地	3
8591	オリックス	3	9404	日本テレビ HLD	3
9413	テレビ東京 HLD	3	2875	東洋水産	3
2702	日本マクドナルド HLD	3			

【3-2】ポートフォリオの作成

ポートフォリオ（ファンド）名 : ぎょぎょ魚な企業のポートフォリオ

証券コード 銘柄コード	企業(銘柄)名	主要市場	購入金額(円)	構成比 (%)
1301	極洋	PRM	4763	14.6
6814	古野電気	PRM	8764	9.0
2871	ニチレイ	PRM	1870	3.8
8233	高島屋	PRM	1681	1.7
8194	ライフコーポレーション	PRM	2534	5.2
1332	ニッスイ	PRM	1178	2.4
7522	ワタミ	PRM	969	2.0
3182	オイシックス・ラ・大地	PRM	1516	1.6
8591	オリックス	PRM	4039	8.3
9404	日本テレビ HLD	PRM	3813	7.8
9413	テレビ東京 HLD	PRM	4920	10.0
2875	東洋水産	PRM	10345	6.4
2702	日本マクドナルド HLD	STD	6180	6.3

【3-3】ポートフォリオを構成する代表的な銘柄の値動きと気づいたこと

○古野電気(株) (6814)

魚群探知機、電子海図などの船舶用電子機器の世界大手であり、2025年の通期決算（2025年2月期）の結果が過去最高益を更新することで、株価上昇の下地が形成される。10月3日に中間業績が大幅に上方修正され、連結最終利益予想が従来50億円から約2倍の101億円へ変更されると、株価は一気にストップ高になった。これは、中国の新造船建造が活発で、繁忙



度が想定を超えるものになっていることと、北米でもボート向け新商品が寄与しているとみられる。

海に育てられた企業として海を未来につなげていく、という課題の元、「海を未来にプロジェクト」を会社として取り組んでおり、「海を好きになってもらう」「海を守る」「未来の海を創る」という3つの柱のテーマで環境学習イベントや、学校での啓発活動、ボランティア活動、地方自治体や大学との連携などを積極的に行っている。

○(株)極洋 (1301)

水産物の貿易、加工、買い付け事業が主力であり、鮭やマグロなど水産物の市況変動や漁獲量の変化、海外供給の影響は株価に敏感に反映されやすくなる。上期は市販用食品やカツオ漁獲が不振で苦戦し、そこに原油価格の高騰や物流コストの大幅増が重くのしかかった状態になり、4月2日のトランプ関税の発動によって年初来安値を付けた。その後上昇に多少転じるものの、2025年11月4日発表の中間決算では、上期の経常利益が前年同期比で約22%減益、7~9月期も減益と



という結果が出て、株価は下落の傾向にある。また、高市首相が台湾有事についての発言をしたことによる中国側の水産物輸入停止が株価にも影響を与えているとみられる。

○日本マクドナルド(株) (2702)

外食業界の国内大手である世界的ハンバーガチェーン。米国本社の影響は大きいものの、日本の店舗への客数は好調で 2025 年 2 月に発表した 2024 年度決算発表では、利益が 3 期連続で過去最高益更新し、年間配当を 56 円へ増配

(前年より 7 円増) した。増配やコラボ商品などによって客数増が続き、営業利益も上昇傾向によって、株価も 10 月に向けて上昇傾向へと進んだ。ストローなしで飲める蓋を導入するなど、環境面での配慮も取り入れ

たサービスを展開し、この包装材の変更によって年間約 6,600t のバージンプラスチック削減を目指している。また、日本マクドナルドのフィレオフィッシュは MSC 認証を取得したスケトウダラが使われている。



○(株)ライフコーポレーション (8194)

食品スーパーで売上高はトップクラスを保ち、首都圏及び近畿で集中展開を行っている。特に、ネットスーパー事業に強化し、新規配送拠点を開設し、配送エリア拡大のため売上高が 約 24% 増と大きく伸長。

アマゾンを通して PB 商品「ビオラル」の全国販売を開始している。実店舗でも価格を抑えた精肉や日用品が牽引し、粗利が高い総菜などが伸びて営業利益も好調。ライフの 2025 年 2 月期の決算では、営業収益が 前年同期比

+5.0% の約 8,504 億円と増収。既存店売上高も前年比で増加しており、客数・客単価の両方が伸びている。2025 年 3 月 1 日に 1 株→2 株の株式分割を実施しており、これに伴い株価が上昇。また、2025 年 2 月期の配当を増配 (1 株あたり 60 円) し、来年度も 65 円予想と株価が上昇する要因になっていると思われる。



6. 投資家へのアピール

認証制度とその将来性

現在、海の持続可能性と認証制度は世界的に注目されている。実際、ヨーロッパをはじめとする欧米諸国の中には、認証を受けた水産物でなければ市場で評価されにくい国も存在する。

日本は魚食文化が深く根付いた海に囲まれた島国であり、だからこそ認証制度を普及させる意義は大きいと考える。魚食大国である日本が海の持続可能性に向けて大きな一歩を踏み出すことは、日本国内にとどまらず、世界全体の海洋問題解決にもつながる可能性がある。そのため、日本における認証制度の認知度向上は、社会的にも経済的にも重要である。

認証制度を支援する企業の株式を購入することは、単なる応援にとどまらない。株式投資は、企業の将来性や経営姿勢を市場が評価する仕組みであり、投資家の選択は企業行動に影響を与える。近年では、環境や社会への配慮を重視する ESG 投資が広がっており、海の持続可能性に取り組む企業は、長期的に安定した成長が期待できる企業として評価されやすい。認証制度は、そうした取り組みを客観的に示す指標となり、企業の信頼性や競争力を高める役割を果たす。

投資家が認証制度を積極的に支援する企業を選ぶことで、市場全体に「海の持続可能性を重視する企業が評価される」というメッセージが伝わる。その結果、より多くの企業が認証制度に取り組むようになり、最終的には海洋環境の保全につながると考えられる。

以上を踏まえ、日本で海の持続可能性に積極的に取り組んでいる企業の中から、特に投資の観点で注目した株式会社ライフコーポレーションと古野電気株式会社について述べる。

【(株)ライフコーポレーション (8194)】

ライフコーポレーションは、水産エコラベル認証と積極的に関わり、広報活動を通じて水産物や海洋問題に関する情報発信を行っている。区域ごとに分かれた Instagram アカウントを活用することで、消費者に対して身近で分かりやすい情報提供を行っている点が特徴である。

また、2020 年には「MSC 無着色たらこ」「MSC 無着色明太子」を販売し、認証水産物を実際に商品として市場に流通させることで、海洋資源の持続的利用に貢献している。これらの商品は、消費者が認証制度を知り、購買行動を通じて海洋資源保全に参加するきっかけを作っている。

さらに、MEL 認証とも提携しており、私たちの生活に最も近い小売業であるスーパーマーケットを通じて認証水産物が販売されることは、消費者の認証制度への関与を高める点で大きな意義があると考えられる。これらの取り組みは、持続可能性を重視する消費者からの信頼獲得につながり、長期的な顧客基盤の形成や企業価値の安定に寄与すると評価した。

【古野電気(株) (6814)】

古野電気は造船分野を中心に成長してきた企業であり、海に支えられてきた企業としての責任から「海を未来にプロジェクト」を掲げている。このプロジェクトは「海を好きになってもらう」「海を守る」「未来の海を創る」という三つの柱から構成されている。

一つ目の「海を好きになってもらう」では、公式アンバサダーによるイベントや小学校での環境学習、社内外向けの販売会や企業コラボ商品など、子どもから大人まで幅広い層に海への関心を持ってもらう取り組みを行っている。

二つ目の「海を守る」では、清掃活動や環境イベント、教育プログラムなどを通じて、実践的な環境保全活動を継続している。

三つ目の「未来の海を創る」では、大阪府や大学と連携し、大阪湾の環境改善を目指す長期的なプロジェクトに取り組んでいる。

古野電気は水産庁が推進する「さかなの日」の賛同メンバーであり、企業として海の持続可能性に真剣に向き合い、継続的な活動を行っている点を高く評価した。これらの取り組みは、企業の社会的信頼やブランド価値を高めるだけでなく、海洋分野に関わる企業としての存在意義を明確にし、中長期的な企業価値の向上につながると考え、本投資テーマに適した企業であると判断した。

7. 実践発表：EXPO2025 大阪・関西万博ブルーオーシャンドーム (2025年10月9日)

本探究活動の最終実践として、私たちは10月9日に大阪・関西万博のオーシャンドームにおいて、海の持続可能性と認証制度に関する発表を行った。発表では、「認証制度が日本人により広く浸透し、認証を意識した生活が当たり前になる社会」を理想として掲げた。

認証制度が日本社会に定着するためには、コストや労力、時間といった多くの課題が存在し、容易ではない。

しかし、私たちは株式投資や企業行動を通じて社会の流れを変える視点の重要性を実感した。一方で、**私たちが出来る小さな一歩として、この発表自体も認証制度の認知を広げるための重要な情報発信の機会であると捉えた。**

ブルーオーシャンドームには国内外から多くの来場者が訪れ、実際に立ち止まって話を聞いてくださる方々もいた。より多くの人に海の現状や課題に関心を持ってもらうため、日本語だけでなく英語でも発表を行い、認証制度の意義を会場およびYouTubeのライブ中継を通して全世界に向けて発信した。この経験から、情報発信は認証制度の認知向上において重要な役割を果たすことを実感した。

発表後には、「これまで認証制度を知らなかったが、今後は意識してみたい」といった前向きな反応を多くいただき、情



報を届けることで人々の意識が変化する可能性を確認することができた。また、大規模な場での発信だけでなく、身近なコミュニティでの対話も認知拡大において効果的であり、小さな行動の積み重ねが大きな変化につながると考えるようになった。

さらに、本発表と探究活動を通じて、私たちは認証制度を「海洋環境を守る制度」にとどまらず、「海洋環境、消費者、企業、そして金融市場をつなぐ仕組み」として捉えるようになった。現代社会では、情報を持った投資家がどの企業を評価し、資金を投じるかが、企業の取り組みや社会の方向性に大きな影響を与える。そして、この経験は私たちの投資テーマの第3スクリーニングの観点にも直接反映された。具体的には、企業が認証制度に関する情報発信を行っているか、あるいは『さかなの日』などの社会的活動に賛同しているかという点を独自の基準として加えた。発表で得られた気づきや来場者の反応をもとに、消費者・社会への情報発信力を持つ企業は、認証制度普及を通じて海洋問題解決に貢献する可能性が高いと判断できたからだ。万博での発表は単なる情報発信にとどまらず、探究の学びを投資判断に結びつける重要なフィールドワークとなり、株式や企業活動を通じて社会を変えるという本レポートのテーマの妥当性を実証する機会ともなった。

●大阪・関西博発表の様子:YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=ir502Js0Yas>

8. 日経 STOCK リーグを通して学んだこと

メンバー四人それぞれの学びについてまとめる。

企業比較をするために実際に企業のことを詳しく調べてみて、SDGs14 番を目標にしている企業は少ないが、水産エコラベル認証を取得していたり提携していたりする企業は多いということが分かった。しかし、調べるにあたってホームページや Instagram や YouTube などの SNS、PDF 資料を見たところ、情報がわかりにくい場所に記載してあるということが少なからずあった。そのため、今回調べた全ての企業が海洋のサステナビリティに関する取り組みを積極的に発信しているとは言い切れなかったと感じた。逆に、このような取り組みをホームページや SNS などで大々的に表に出し、わかりやすく記載することで、「消費者に情報が届く機会」の増加につながるとも考えた。また、株の取引では、一株の値段の変化や情勢などを関連付けて関連づけて考えることができた。株価が予想と違う動きを見せた時になぜそうなったのかと考えることもあり、日経 STOCK リーグを通して大変興味深く学ぶことができた。(大場)

日経 STOCK リーグに取り組む前は経済に対してどこか他人事として考えていた。しかし、この日経 STOCK リーグを通して経済について学び、候補に挙がった企業の株の状況を調べたりした経験などを通して経済の変化が私たちの生活に深く関わっていて、経済についてしっかり学ぶことが重要であることを実感した。この学びを通してこれからの経済の動向について確認して行きたいと考えた。また、海の生態系を守る方法について考えたことで私の今起きている問題に対する意識の低さを感じ、反省した。そして、海の生態系を守るために探求し行動に移し、これからするべき事を考えたことで現状との問題への向き合い方を学んだ。今回の日経 STOCK リーグを通して自分の今までの意識の低さを認識し、しっかり勉強したことを通じて今起きている課題、経済などの物事についてしっかり考え、学び、自分の考えを持ち、行動に移すことの大切さを感じた。これからはこの気づきを生かして高い意識を持って行きたいと考えた。(杉田)

経済はお金の流れだけでなく、私たちの暮らしや自然環境と深く結びついていると感じる。特に海の生態系は、漁業や観光業など多くの産業を支えており、海の環境が悪化すれば経済にも大きな影響が出る。乱獲や海洋汚染によって魚が減れば、将来の収入源が失われるだけでなく、食文化も危うくなる。そのため近年は、持続可能な漁業を示す魚の認証制度が注目されていることがわかった。認証された魚を選ぶことは、環境を守りながら経済活動を続ける一つの方法だと思う。経済の発展と海の保全を対立させるのではなく、両立させる視点がこれからますます重要になると考えた。魚を買う時に心で考え、選んでいきたいと思った。(木村)

今回、日経 STOCK リーグでは認証制度を通して日本の漁業の様々な問題について学ぶことができた。このテーマに取り組む前は海が好きだけで海の問題についてはあまり積極的に考えたことがなかった。しかし今回のフィールドワークなどを通して、海について深く探究したことで海洋問題へ意識が向くようになり、個人的に探求したいことを見つけることができた。また、海を通して経済を見ると新しい様々な発見があった。例え

ば漁業や認証に関係ある会社に投資したときスーパーや漁業者だけでなく造船会社や食品会社などにも繋がりがあつたことを知り驚いたことなど、経済についても深く学ぶことができた。今回の探究で自分が買い物に行くときも認証制度を意識するようになった。私が知ることで認証制度を意識したように、身近な人に少しずつでも伝えていくことで認証の輪は広がつていき、海洋問題の解決の手助けになつていって欲しいと思つた。
(町田)

最後に、本研究を進めるにあたり、快くインタビューに応じ、貴重な知識やご見解をご教授くださった、セイラズフォーザシーの井植様、水産庁の吉川様・高地様、株式会社臼福本店の臼井様、ならびにコモディイダ中村橋店の皆様に、心より御礼申し上げます。

また、アンケートにご協力くださった多くの皆様にも、深く感謝いたします。

さらに、本稿の作成にあたり、各方面からご助言・ご指導を賜りました藤本先生、関根先生に厚く御礼申し上げます。

そして、金融について学び、社会課題と結び付けて探究する貴重な機会を提供して下さつた、日本経済新聞社様ならびに野村ホールディングス様、日経 STOCK リーグの開催・運営に携わるすべての皆様に、心より感謝申し上げます。

9. 参考文献

書籍

- ・秋道智彌 と 角南篤 『海の生物多様性を守るために』 株式会社西日本出版社 2019 年
- ・秋道智彌 と 角南篤 『コモンズとしての海』 株式会社西日本出版社 2022 年
- ・秋道智彌 と 角南篤 『日本人が魚を食べ続けるために』 株式会社西日本出版社 2019 年
- ・濱田武士 『魚と日本人 食と農の経済学』 株式会社岩波書店 2016 年
- ・井田徹治 『追いつめられる海』 株式会社岩波書店 2020 年
- ・海部健三 『結局、ウナギは食べていいのか問題』 株式会社岩波書店
- ・川本大吾 『美味しいサンマはなぜ消えたのか？』 株式会社文藝春秋 2023 年
- ・鈴木允 『いただきます！からはじめるおさかな学 一匹の魚から海の未来を考えよう』 株式会社リトルモア 2023 年
- ・『財務諸表分析 第9版』 桜井久勝 中央経済社 2025 年
- ・『会社四季報 2025 年4集 秋号』 東洋経済 2025 年9月
- ・『会社四季報 2026 年1集 新春号』 東洋経済 2025 年12月
- ・ブルーシーフードガイド 監修セイラーズフォーザシー
三重県版 2021、広島版 2023、東京都版 2022&2025、京都府版 2025、英国版 2025
<https://sailorsforthesea.jp/blueseafood>

Web サイト

- ・各企業ホームページ
- ・<https://www.buffett-code.com/> バフエットコード 2025 年 11 月 14 日
- ・<https://okane-lab.jp/advanced-guide/3591> お金のための研究所 2025 年 11 月 25 日
- ・<https://www.nomura.co.jp/terms/> 野村証券 証券用語解説集 2025 年 11 月 25 日
- ・<https://finance.yahoo.co.jp/> ヤフーファイナンス 2025 年 12 月 16 日使用
- ・https://www.traders.co.jp/stocks/61_8194/ トレーダーズウェブ 2025 年 12 月 19 日
- ・<https://x.gd/v64qO> 水産物消費の状況 12 月 17 日
- ・<https://sailorsforthesea.jp/> 一般社団法人セイラーズフォーザシー日本支局 7 月 29 日
- ・<https://www.unicef.or.jp/kodomo/sdgs/17goals/SDGs17> の目標 | SDGs クラブ 11 月 18 日
- ・スクリーニングで登場した各企業のホームページや SNS、PDF 資料

ご協力いただいた皆様

- ・セイラーズフォーザシー 井植様
- ・水産庁:吉川様、高地様
- ・株式会社臼福本店:臼井様
- ・コモディイダ中村橋店様
- ・アンケートにご協力くださった皆様