

企業名： 株式会社 安藤・間

レポート名： コーポレートレポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

株式会社安藤・間（以下安藤ハザマ）は、建設によって人々が環境と調和し、サステナブルな生活を送ることを目指していることがコーポレートレポートから読み取れた。

土木事業・建設事業並びにエネルギー関連事業にも参入し、企業の存続と社会・環境の存続の両立を目指している。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

長期ビジョン「安藤ハザマ VISION2030」に注目する。安藤ハザマグループでは、事業を通して4つの「新たな価値」の創造の実現を見据えている。この4つは、「お客様価値の創造」「株主価値の創造」「環境価値の創造」「従業員価値の創造」である。

特に「お客様価値の創造」に注目すると、「こまきこども未来館」の設計、整備など地域社会との調和を図る設計を行っていることがわかる。

3の部分で詳しく後述するが、安藤ハザマのコーポレートレポートでは、目指す姿とともに対応する SDGs の項目が至るところに記述されている。したがって安藤ハザマは SDGs に注意を払って事業を行っている部分を強調したいものだと考える。

経営規模が同等のゼネコン（株式会社熊谷組、東急建設株式会社）のコーポレートレポートを参照すると、同様に SDGs への記述が目立ち、株式会社熊谷組では ESG と SDGs の両方の関係についても述べられている。その点で、コーポレートレポートにおいて SDGs に触れるのみでは競合他社との差別化は難しく、安藤ハザマは各事業でコア SDGs を定め、対応する KPI を公開していることが差別化につながっている。

また、記述だけでなく、SDGs をこれまでの事業をわかりやすく写真付きで結びつけていることも大切な点である。ゼネコンという業界の性質上、これまでの実績やデザイン性は重要視される点であり、安藤ハザマのブランドイメージを印象づける。黒部ダムや名古屋城の本丸御殿などデザイン性に優れた建造物は安藤ハザマの競争優位性につながる。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

利潤追求だけでなく、SDGs に配慮したサステナブル経営を行っている点から、安藤ハザマの競争優位性には持続性がある。環境はもちろん、ストックホルダーへの取り組みにも SDGs 目標を課すことで総合的な持続性の達成を目指すことができる。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

前述した4つの新たな価値創造の部分に「従業員価値の創造」がある。しかし、価値創造と記述されていることは、ゼネコンでの厳しい労働環境というネガティブなイメージを±0にするものに思えた。さらに、競合他社に比べて従業員関連の記述が少ない。

確かに、建設業では常に危険が伴うため、安全性の確保や週休2日制の定着は大事であるが、健康な経営や勤務体制は前提であって価値創造と果たして言えるのだろうか。

事業内容での人的資本の価値の向上は少し見込めるが、まだ健全な勤務体制前提が危うい状況での人的資本の価値向上に不安を覚える。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

デザイン性が優れており、安藤ハザマのブランド力を強調するものであると感じた。4.で述べたように人的資本に対する記述を増やすべきだと感じる。