企業名：株式会社カネカ

レポート名：カネカレポート 2021

1.　この会社が目指す姿が理解できるか

主要なビジネスとして「環境・エネルギー」「健康」「食糧」に関する事業を行っている。「環境・エネルギー」については、海中において生分解する生分解性バイオポリマーや、建築物の壁面にも設置できる太陽光発電システムを開発し、社会のサステナビリティの構築に貢献しようとする姿が見られる。同様に、「健康」では最先端の医療サービス、「食糧」では、食糧増産技術や高付加価値乳製品の開発によって、社会的に意義ある製品の研究開発販売をしていることが伝わる。

当企業は ESG や国際グローバル・コンパクトをアピールすることで、利益を追求する以外にも、社会のサステナビリティに貢献する企業であるとして企業イメージを高く保ち、株主及び投資家たちに対し企業価値を保つ姿が見える。

2.　この会社の競争優位性が理解できるか

カネカレポート 2021 では株式会社カネカと他企業との比較はおこなわれていなかったため、相対的に厳密な企業優位性はカネカレポート 2021 からは測りかねる。しかしながら、株式会社カネカが行っている事業は、SDGS に貢献する最先端技術を用いた研究開発を売りにしているであるので、少なくとも日本国内においては、高い技術を持っていると考えられ、本分野に関して一定の競争優位性があると予想ができる。一方で、海外戦略に対しては、上海に初回配備を完了したところであり、海外企業との比較では、世界的な競争優位性は持っていないとの判断が妥当である。

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

カガク産業においては、私自身を含め友人間での知名度が高かったため、日本国内における企業ブランドはある程度確立していると思われる。カガク産業では、技術力の競争が企業間競争の主戦場になるであろうが、国内におけるその知名度の高さから、少なくとも短期における競争優位性はあると感じた。しかしながら、先ほども指摘した通り、海外企業との競争になったとき、日本国内においても競争優位性が確保できるとは言い切れず、今後世界的に、サステナビリティに関する本事業の競争が激化した時、競争優位性を保てるとはいいがたい現状である。

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

カネカには人材マネジメント政策の 1 つに「カネカ 1on1」というものがある。個人の刑かと成長を高めるための上司との 1 対 1 の対話や、組織管理者が主催する定期的なチームミーティングを行っている。これにより、メンバーの成長、チームの連携、情報共有、課題解決を共に考え、成果を出す風土づくりを進めている。この活動は当初は幹部職候補を対象としていたがだんだんと対象を広げてきている。又、幹部候補やリーダー人材に対しては、海外グループ会社も含めた豊富な研修や、ワークショップが行われている。実際に 2020 年には 155 名がワークショップに参加しており、幹部候補でなくても十分に自己資本の価値を向上する機会があると判断できる。又、カネカは Diversity を掲げ、多様な価値観をビジネスに生かし、女性幹部職を拡大したり、セクシャルハラスメント・パワーハラスメントを防ぐため、就業規則やコンプライアンスガイドブックの周知を図ったり、働きやすい職場環境に努めているため、そのような環境に身を置くことで、自分自身の意識向上につながるという点で、自己資本の価値向上につながると考えられる。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

カネカレポート 2021 には、各タイトルに対して複数の項目が設けられている。それら 1 つ 1 つの項目に対する説明は簡素なものが多く、特に重要な情報とは思えない。それがいくつも続くと、時折ある重要な情報すらも読み飛ばしてしまいそうになる。思い切って項目の数を減らし、狭く深くアピールする方が、読者としては企業のイメージを確立しやすい。具体的には「普及をドライブする施策」というタイトルに対して、1. ESG、2. Diversity、3. アジア戦略の強化、4. DX&カーボンニュートラル、5. アライアンス・M&A、という 5 つの項目を設けているが、各々で部を新設したり新たな企画を推進したりしていくとは書いているが、その具体的内容は書かれておらず、読んでも企業評価の材料にならない。数を減らすかは別にして、株主や投資家、企業分析をする立場からすると、さらに詳細に内容を書いていてほしいだろう。

また、節々のページでカネカの製品を使った商品の写真が出てくるが、初めて見たときは、党企業が何を作っているのかわかりにくかった。当企業が作っているものが分かりやすくなるように、製品にフォーカスしたようなページがあればわかりやすいだろう。