

企業名：日本製鋼所

レポート名：期末レポート・1122245z・溝江純人

1. この会社が目指す姿が理解できるか

日本製鋼所はエネルギー、インフラ系の素形系とプラスチック用途を中心とする産業機械を中心に幅広いビジネスを展開してきたが、脱炭素化などの時代の変化に合わせて新中期経営計画「JGP2025」において中長期的な視点から対処すべき課題と今後の戦略を策定している。具体的には、現有製品のグローバルシェア No.1 を目指した取り組みを通じ「世界に類を見ないプラスチック総合加工機械メーカー」への進化を確実なものとし、同時にフォトニクス、複合材料、金属材料の 3 領域の早期事業化と電子デバイス関連などの新たな中核事業の創出を図るという戦略である。計画の策定自体に価値はなくそれを実行できることが重要であるが、日本製鋼所はこれまで 3 年間ごとに打ち立てていた計画を 5 年間に延長して将来的な視点を取り込みつつ重点施策の取り組みに集中していく態勢としている。このように現状を分析し計画実行に向け体勢を変化させる対応力からも、日本製鋼所の将来性が評価できる。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

日本製鋼所の土台は、高品質かつ安価な製品を短納期で生産する「ものづくり」である。それだけでなく、企業間の競合が熾烈化する今日、顧客のニーズに応えるビジネスモデルを構築・実践することが不可欠であることから、メンテナンスも含め製品や部品に顧客満足につながるプラスαをつくる「価値づくり」にも注力している。顧客の要望や技術課題に応えるプラスチック加工機械など、新たな製品開発を通じ顧客の悩みを解決し、顧客の市場開拓に寄与することの繰り返しで日本製鋼所は成長を続けており、これは企業の競争優位性を示している。

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

上の項目で競争優位性として「ものづくり」と「価値づくり」を挙げたが、多くの企業は後者に余り注力していないように思われる中で日本製鋼所はそこに注力しており、持続的な成長の実現可能性が高いと考えられる。また、この二者の根底には「四方よし」の精神がある。顧客の喜びだけでなく従業員の働きがい、地域社会との調和を大切にすることに株主を加えた顧客、従業員、社会、株主の「四方よし」をベースに「ものづくり」と「価値づくり」で事業を創出し、提供価値を図ることで日本製鋼所は今後ますますの発展を見せると考えられることから、競争優位性に持続性があると理解できる。

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

日本製鋼所は短期と長期それぞれで目標を立て計画を策定しているため、ただ目の前の業務をこなすだけでなく問題意識を常に持って臨機応変に行動することが求められ、この点で自身の人的資本の価値向上に寄与すると考えられる。また、長い歴史を有する伝統企業では従業員は保守的な姿勢になってしまいがちであることに日本製鋼所は危険意識を持ち、「従業員がワクワクして働ける会社」というビジョンを掲げている。ワクワクして働くことで、多様な従業員の主体性や創造性、情熱を刺激しイノベーションを生み出す土台が出来るだけでなく、若い従業員も成長実感を持てるという点からも、自己肯定感を下げることなく業務に取り組み、技術と同時に自信も獲得することが出来ると考えられる。以上の点より、この会社に就職することで自身のスキル向上は十分に達成できると考える。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

日本製鋼所は長期ビジョンとして先ほど挙げた「従業員がワクワクして働ける会社」だけでなく、「事業規模 3,000 億円への拡大・成長」を掲げている。後者のビジョンについては脱炭素やサーキュラーエコノミー、ケミカルリサイクルなどの具体的な構想があるだけでなく、「JGP2025」のような中期経営計画も策定されているため、実現する可能性は極めて高いと判断できる。一方で前者は目標の発表に留まり実現に向けた具体性を欠いている。従業員がワクワクして、ということである程度従業員に委ねられることは仕方ないと思うが、計画の実現が従業員の主体性に完全に依っているのは良いことではないので、どのように雰囲気づくりを推進するのかという具体案を提示できると良いかと思う。事業計画等については、十分な記述がなされておりグラフも多用して分かりやすいものであったため、そこに関しては改善の余地はないと判断できる。