

企業名： アマダ

レポート名： 2021年3学期 アニュアルレポート

1. この会社が目指す姿が理解できるか

この会社が目指している姿は製品の「モノづくり」に貢献することであり、具体的には金属の板や塊を加工して身の回りにある金属製品を作るマシンを考え（開発）、つくり（製造）、売り（販売）、修理、メンテナンスまでをこなすことである。そして、現状板金事業におけるファイバーレーザーマシンというレーザー切断マシンが、同部門の総売り上げの97パーセントを占めていることから、この会社が目指している姿は改善の余地があるにせよ、ある程度達成されているように感じる。ゆえに、SDGsに取り組むこと以外の具体的な目指している姿は特になく、現状維持を続けるのかなという印象を受けた。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

この会社の競争優位性を事業ごとに分析すると、板金事業における優位性は前述したファイバーレーザーマシンにあるだろう。近年の板金加工の現場では、人手不足の深刻化、短納期やコストダウン要請など、製造業を取り巻く環境は厳しくなっている一方で、同製品は装置を動かす習熟度を問わずに使えるようにすることで、作業の効率性を上げることで加工の支援をしている。

切削事業における優位性は、切削加工マシンとそれに取り付けるブレードの両方を開発・製造・販売している業界唯一の体制にあり、開発したブレードを最大限に活用できるような切削加工マシンを作ること、効率的な加工の実現に貢献している。

プレス自動化ソリューション事業における優位性はプレスマシンとその周辺装置を一社で取り扱っていることにあり、この事業でも開発から販売、メンテナンスまでを行うことで優位性を持っている。

ゆえに、この会社の競争優位性は各事業ごとに理解できた。

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

板金事業における優位性は同社のファイバーレーザーを超えた革新的な商品の開発によって崩れ去ることが予想できる。しかしファイバーレーザーマシンのレーザー切断マシンの総売り上げにおける比率が97%であることから、そう簡単にこの機械を超える革新的な機械など生まれないと思う。

一方でこれらの機械の需要が今後減ることは考えづらく、むしろグローバル的に金属を加工する事業の需要が高まっていくことが考えられるため、より海外の市場に乗り出すこ

とで一層競争優位性が増すのではないかと感じた。

切削事業とプレス自動化ソリューション企業の優位性両方に言えることは、開発から販売、メンテナンスまで同社内で完結させていることであり、これらの体制を築くことは幅広い事業の経験があるアマダ以外の会社には難しいように感じるので、この優位性は持続するように感じる。

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

正直言って、この会社は人的資本の価値向上に力を置いていないのではないかと感じた。確かに人材育成に関する目標や、その達成の仕方については書いてあるものの、この冊子にはあまり具体性のない内容しか書いておらず、人的資本の価値は上がらないように感じた。例えば、新入社員に対して行っている基礎教育のより具体的な内容などが載せることで、新入社員の身に着きたいスキルと同社で身に付けられるスキルがかみ合っているか確認することができるようにすることで、これから入ってくるであろう社員たちに対して誠意を示せるのではないだろうか。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

僕はこのような企業の報告書を読んだことは一度もなかったのだが、この報告書はよくできているのではないかと思う。なぜなら、同社の強みが明確に読んでいる人に伝わるからだ。それは開発からメンテナンスまですべてを請け負っていることを然り、自社製品の市場シェア率をのせていることなどである。

改善すべき点は前述したとおり、新入社員に対するメッセージであるように感じる。同社が目指す会社の在り方や強みなどはよく伝わってくる一方で、後々の会社を担っていくであろう新入社員たちに対する説明があまりにも少ないように感じる。それゆえに新入社員のことをおろそかにしているのかなと感じてしまった。

また製品の開発や製造に関する記述は多いものの、販売の仕方に関する記述も少ないように感じる。より一層この報告書をよいものにしたければ、開発・製造・販売・メンテナンスの段階に分けたより詳しい情報をのせた方がいいのではないだろうか。