

企業名： 日機装株式会社

レポート名： 統合報告書 2020

1. この会社が目指す姿が理解できるか

できる。「技術と創造で未来を拓き社会をリードし続ける日機装グループ」として、インダストリアル・航空宇宙・メディカルの三事業領域での具体的な社会貢献が明確に記されている。インダストリアル・航空宇宙では、持ち前の技術力を生かして、環境対応の高付加価値製品に注力する。利益率の高いメディカル事業では、巨大な米国・中国市場を中心に海外での成長を見込む。トレンドの ESG と結びつけて、これからの日機装の成長を描いており、大変分かりやすく賛同もできる内容であった。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

できる。高い技術力・グローバルな事業基盤・マーケットニーズへの対応力が強みとの記載があった。高い技術力は日本初・世界初の製品を生み出してきた歴史や、世界市場で高いシェアを持つ製品の存在が裏付けである。また、グローバルな事業基盤も海外売上比率 61% や海外企業の買収を繰り返し売り上げにつなげていることから、定性・定量両面から納得でき、競争優位性として理解した。ただ、マーケットニーズに関しては説得力が少し弱いと感じた。紹介されている三つの事例が示しているのは技術力であると感じた。もちろん技術力もマーケット対応力の重要な一要素であるが、サプライチェーンや販路、経営の柔軟性などが伝わる事例を用いるとより理解できると考える。価値創造モデルの図解は分かりやすく、競争優位性の理解に繋がった。

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

不十分である。現在はトップシェア製品の存在など、市場で高い競争力を持っていることが分かるが、将来もその競争力が持続できるかは不透明だ。一般的に日本メーカーの一番の強みは技術力であると考えますが、経営の失敗やイノベーションのジレンマ、途上国の低価格戦略と品質向上などの要因から、多くの業界でシェア・存在感が低下している。日機装は強みの技術力を将来に渡って、売上・利益につなげることができるのか。中期経営計画 2025 にも本書で少し触れていたが、戦略・マーケティングの方向性を示すため、もう少し中期経営計画の内容を踏み込んで説明するべきであると考えます。

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

明確には思えない。「ESG への取り組み」で人材育成について触れているが、記載されているグローバル人材、技術人材の育成はスタンダードなものである。IT 化・グローバル化の

進行と国内需要の停滞から、日本企業はグローバル人材育成に力を入れている。よって、統合報告書内の情報では、他日本メーカーと比べた際に、日機装株式会社でより人的資本の成長が達成できるという理解はできない。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

- 強みの「マーケットニーズへの対応力」について、説得力を持って示すための事例を選定し直す。
- 日機装で人的資本の価値向上が他日本メーカーと比べて、より達成できることを伝える。そのために、グローバルや専門性といった他社と重なってしまう特徴以外にも記載すべき。統合報告書が投資家向けであることは前提であるが、長期的に優秀・多様な人材の獲得と成長は、企業の持続的成長に直結し、投資家目線からも重要な情報になると考える。
- 技術力の持続を表す定量的な指標（研究開発費推移・見込み、業界内特許数比較など）を明示。
- 技術力を生かし、日機装が持続的に成長できるかについて、中期経営計画 2025 を非財務情報と結びつけてより詳しく説明し、後発メーカーや同業他社に負けない経営戦略とその論理性を示す。