

企業名： サンケン電気

レポート名： サンケンレポート

1. この会社が目指す姿が理解できるか

サンケン電気は米中貿易摩擦の激化や新型コロナウイルス感染症拡大などで経営が悪化しているという課題を抱えており、サンケンレポートでは不採算事業からの撤退とパワーモジュール、パワーデバイス、センサーの三つの事業を中心とする事業改革を成し遂げており、半導体専業メーカーとして再スタートを切ったことが示されている。市場成長率を超える売上高成長を目指すと書かれており、サンケングループの半導体ビジネスであるサンケンコアを復活させ、発展させていこうとする姿が理解できる。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

サンケン電気の競争優位性はグローバル市場で確かな存在感があることであると理解できる。独立系企業として国内のみならず韓国、中国ローカルのトップ家電メーカーに家電用半導体を納入しており、国内外で幅広い顧客基盤を有していることである。

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

昨今中国や韓国の家電メーカーは、その安価さを売りに世界的に売上を伸ばしており、その傾向は今後も続くと考えられるためこの競争優位性には持続性があると判断できる。

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

サンケンレポートでは、そもそも人材に触れられている部分が少なく、それも従業員の健康推進に関する記述のみであり、サンケン電気が従業員のスキルアップや成長に対してどのような取り組みをしているかは読み取れない。よって、自分自身がこの企業に就職した際に人的資本の向上を達成できるかどうかは判断できない。見方を変えれば、サンケンレポートでアピールするほどの取り組みを行っていないとも読み取れるので企業の支援なしに自分自身で価値向上を図っていかなくてはならないかもしれない。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

4つ目の項目でも触れた通り、このサンケンレポートには人的資産に触れている項目があまりにも少ない。従業員の健康支援だけではなく、スキルアップ支援などの取り組みを行っているのであれば記述すべきであり、行っていないのであれば行うべきである。そうすることによって人的資本の観点で投資家の投資を呼び込むなど従業員だけでなく企業全体がさら

なる発展を遂げられるであろう。また、社長メッセージの項目で「ものを作ることに
は人一倍誠実に努力する社員が多い反面、利益を上げていこうとする意識が、まだ不十分
あると感じています。顧客ニーズやマーケティングの視点から価値を認めてもらうための
考え方に転換し、より戦略的な思考・構造へと社員のマインドを立て直していく必要がある
と考えています。」と書かれているものの、具体的な立て直していく方法についての記述が
あまりなく、サンケンレポートの読者はどう立て直していくか理解をすることができない。
方法に関する記述を増やすべきであると考えます。上記二つのことからわかるようにサン
ケンレポートでは人的資本に関する記述が少ない。その記述を増やすだけで、サンケンレポ
ートから受けるサンケン電気の印象はより良いものになるだろう。