

企業名：シャープ

レポート名：アニュアルレポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

レポート5ページの「目指す方向性」によると、シャープは創業以来まねされるような商品すなわちその後の時代のスタンダードとなるような商品を創出してきたという歴史がある。例えばAIoTや8K、5Gといったものが現在では顕著であり、これはシャープのアイデンティティとして事業ビジョンの主軸となっている。事業ビジョンの具現化によってコロナ禍以降さらに増加した現在の社会の課題を解決するというのが、シャープの目指す方向性のようだ。具体的には、2020年度までにある程度経営の再建と改善を進めたため、「ブランド事業を主軸とした事業構造の建築」「事業ビジョンの具現化」「社債市場への復帰」に今後は重点的に取り組むという。

このようにシャープの目指す姿は優れた技術力に根差した成長による競争力の実現であり、成長への強い意欲が感じられた。というのも2010年代にシャープは巨額の経営赤字を抱えており、その巻き返しとして2019年までに黒字化に成功したのである。一度危機に陥ったという経験は、将来的なV字回復を期待させてくれるので、シャープの目指す姿の実現には期待できると感じた。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

レポートから確認できるシャープの競争優位性は大きく3つ挙げられる。具体的には、優れた技術力と社会に寄り添った経営、そして長期的な環境活動である。

まず優れた技術力というのは、会社の目指す姿についてでも言及したように、現在ではAIoTや8K、5Gといったものをいう。AIoTというのはAIとIoTを組み合わせた造語であり、スマートフォンや冷蔵庫、電子レンジ、エアコン、洗濯機といった多岐に渡るものに使われている。8Kとは解像度のことであり、8Kを利用しているまたは5G機能が備わっている商品としては、テレビやハードディスクが挙げられる。ここまでで紹介したいずれの商品も私たちの非常に身近にあるものであり、シャープの技術力向上が生活に及ぼす影響は大きいだろうと感じた。特にAIoTのようなIoT技術は近年急速に発達し始めているため、市場規模も大きくなり、シャープのさらなる成長が予期されると思った。

続いて社会に寄り添った経営というのは、様々な点から読み取れる。まず私が注目したのは障がい者雇用率である。シャープの障がい者雇用率は全国の民間企業平均と法定雇用率のいずれも上回っている。加えて女性管理職の比率も年々上昇しており、2005年には0.6%だったのが2021年には4.3%になっている。この点からダイバーシティへの強い意識が読み取れる。そして、サプライチェーン全体でCSRを推進していることから、会社の利益

だけでなく社会を考えていることを感じた。最後にこれはレポートから読み取れることではないが、シャープは以前コロナ渦の当初にマスクの供給不足に陥ったときに、異業種であるのにも関わらず素早くマスクの生産を開始したことがあった。私はここから、シャープはニーズを理解しており、異業種参入にはリスクもあるのにもかかわらずそれを承知の上でマスク生産に踏み切ったことから、社会に寄り添うことができていると感じた。

またシャープは、長期的な環境活動を行っている。2019年に定められた「SHARP Eco Vision 2050」を筆頭として様々な自社基準を定めており、パリ協定やTCFDを参考にしながら、具体的な基準に従っている。また「SHARP Eco Vision 2050」には2050年までにCO2排出量をネットゼロにするという大きな目標があり、もし実現されれば環境問題への対処として大きな前進になるということの特筆したい。

他社と比較しても高水準の技術力は競争優位性を持つということは明らかである。また、社会に寄り添った経営や長期的な環境活動というのをシャープという日本を代表する企業が牽引することにより、株主らは他社とは違う利益だけを求めない姿勢を評価すると思うので、競争優位をもたらすと感じた。

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

優れた技術力・社会に寄り添った経営・長期的な環境活動について、いずれの競争優位性も持続性をもつと考えられる。

はじめに技術力についてだが、IoTや8K、5Gといったものは現在最も注目されている新技術といっても過言ではないため、今後この技術力による競争優位性は増すことはあっても減ることはないと思う。

続いて社会に寄り添った経営という面であるが、まず障がい者雇用率については2017年～2021年の5年間ではかなり高い水準を保っていることがわかり、ここには持続性があると考えられた。女性管理職比率も前述のとおり年々上昇していることから、ここも安定している。CSRの推進も今後続けていくと明記されている。したがってこの姿勢による競争優位性は持続性があると思う。

さらに長期的な環境活動については、「SHARP Eco Vision 2050」の名の通り、2050年までという長期的目標を掲げている以上、環境問題への取り組みは持続性がある。よって換気用活動による競争優位性は安定すると考えられる。

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

レポート14ページの「人的資本」によれば、シャープではビジネスでの基礎的知識を主体的に得るための機会を個人に与えているという。例えば「技術ワークショップ」「デバイスセミナー」「基礎力向上セミナー」といったセミナーの開催である。この点では人的資本の価値向上を達成できると思った。また、女性にとっても、女性管理職比率の上昇から考えられるように、ダイバーシティへの意識が強いことから、成長しやすい環境なのではないか

と思う。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

報告書を読んでいたときに、具体例が若干少ないと感じた部分がある。例えば AIoT などの造語は、このレポートを読む人がシャープについてあまり詳しく知らないという場合違和感を抱くと思う。具体的にどういった活用方法があるのかも、商品の紹介をするなどしておくことで読者にとってわかりやすいと感じた。

また、2021 年のアニュアルレポートだから仕方ないのかもしれないが、2021 年以前の直近の成果等を書いてあると、2021 年に何が変わったのかわかりやすいと考えた。前述のマスク生産に踏み切った件のような、これまでどういったビジネスを手掛けてきたのかを軽く書くだけでも良いと思った。

総合的に、アニュアルレポートを読むだけでなく、それとは別に自分自身で多少調べなければややわかりづらいと感じることが多々あった。そういった点がなくなれば、よりわかりやすいレポートになると思った。