

企業名：ソニー

レポート名：Corporate Report 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

理解できる。ソニーは家電やスマートフォンなどのテクノロジーに加え、ゲームネットワークサービスや音楽、映画など様々な営業品目に事業を展開しているが、「世界を感動で満たす」という目標が一貫している。ソニーはその感動の主体である「人」を軸にした経営を行っており、企業自身が開発するデバイスで人々に感動を届けることはもちろん、アーティストやクリエイターがクリエイティビティを最大限に発揮できる場や機会を提供することにも尽力している。「世界を感動で満たす」ことはソニーだけでは実現できないことを認め、感動をより多くの人に届けるために外部パートナーとの協業を大切にする経営を目指している。ただ企業として利益を追求するだけでなく「人」に「感動」を届けることを目指しているからこそ環境問題や新型コロナウイルス感染にも取り組めるのだと理解できる。消費者としてこの姿勢を評価したい。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

理解できる。まずソニーの売上高の1/4をゲーム&ネットワークサービス事業の強みは、世界有数のゲームネットワークプラットフォームや史上最も売れた家庭用ビデオゲームコンソールブランドとしてのポジションである。私もゲーム業界は任天堂とソニーが牽引している印象があり、そういったユーザーからの信頼やブランド力は強い競争優位性である。ソニーのエンタテインメント事業の先駆けの音楽事業では、巨大な音楽カタログを有する音楽出版では世界1位、インディーズのサポートも手掛ける音楽制作では世界2位の実績を達成している。正直ソニーが音楽業界に展開していることは知らなかったが、世界を代表するような音楽事業を有していることがこの統合報告書から読み取れた。映像事業では過去に映画作品3500タイトル以上、テレビシリーズ作品275以上を作成している。ハリウッドで唯一の独立系メジャースタジオとしてのポジション確立とタレントとの関係性を維持しコンテンツを提供している。圧倒的に強力な「スパイダーマン」のコンテンツは競争優位性である。エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション事業では差異化された技術を背景に高付加価値を実現している。フルサイズ一眼カメラ市場でのNo.1シェアや、プレミアム市場での強固なポジションを確立して業界を牽引する存在である。映像・音・通信に関する差異化された技術資産と技術プラットフォームがそれを可能にしている。総じて、ソニーの競争優位性は各業界での実績に裏付けられたブランド力だと思う。信頼を獲得した結果ユーザー数や所属アーティストの拡大に繋がり、それが新たなプラットフォームを生み出している。

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

築き上げたブランド力はこれから先も長期にわたって有効なことに加え、ソニーは各分野で現状に留まらず新たな挑戦を続けているため競争優位性は持続すると考える。例えばゲーム事業では次世代 VR の開発が進められている。プレイステーション VR で培った知見にソニー独自の最新のセンシング技術を盛り込み、新たな体験テクノロジーを生み出そうとする取り組みである。さらにユーザーのゲーム体験をより豊かにするために Game AI Agent の開発が進められている。

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

思う。具体的にはクリエイティビティの向上が期待できる。ソニーは「クリエイティビティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす」を存在意義に掲げ多彩な事業を展開しているから、それぞれの事業の分野を超えた俯瞰的な視点で新たな価値を生み出し続けなければいけない。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

長すぎる。多くの人に読んでもらうためにはもっと簡潔にまとめるべきだ。