

企業名： アズワン

レポート名： アズワンレポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

アズワンは、「革新と創造」を経営理念に掲げているように、常に挑戦を続け、新たなイノベーションを生むことを目指している。それは、ただ単に新製品ということではなく、新たな価値観を提供することも含んでいる。アズワンは、第一に医療用品メーカーとして、現在はコロナ禍における医療物資の需要の増加、将来に至っては、発展途上国の医療水準の向上が見込まれ、医療用品の需要が増加することが予想されるため、まずは安定供給を第一に考えている。また、人、物、サービス、情報をつなぐ新時代のプラットフォームとして社会の問題を解決する役割を担うことも目指している。そして2025年には売上高1000億円を目標に掲げている。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

アズワンの競争優位性は大きく分けて3つある。

一つ目は、物流における優位性である。アズワンはクイックデリバリー体制をとっていて、必要な時に必要なものを必要な分だけ出荷する。多品種でありながら少量の取り扱いの専門商品を当日出荷できるこの仕組みが大きな優位性となっている。

2つ目は、多様な販売チャンネルを持っていることである。

カタログと販売店を通じたリアルアプローチ、バーチャルアプローチとして大手顧客向け集中購買 ocean、中堅顧客向け販売店 EC（イーコマース）の裏方 Wave、小規模顧客向け WEB ショップ AXEL、販売店網の外側にいる一般顧客へリーチするネット通販などで、様々な顧客に合わせた販売チャンネルを持つことで、顧客層を限定することなく、多くの商品を売ることができる。

3つ目は、一番の優位性といってよいかもしれない、商品、サービスの品ぞろえの多さである。アズワンは510万点の品揃えを持ち、これは理化学業界において同業者より2桁多く突き抜けた数である。それほど、顧客のニーズに合わせた商品を選択できるということである。さらに、実験機器の校正やメンテナンス、レンタルや実験の請負などモノを買わずに利用するシェアリングサービスも提供しているのも強みである。

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

まず、1つ目の優位性に関しては持続性があるといえるだろう。

必要な分だけを出荷することで、顧客としては大規模な倉庫などを抱える必要がなく、必要以上の量を購入して余剰分を廃棄するリスクなどを防ぐことが環境の保全にも直結してく

る。ただし、1つの懸念材料として考えるのは、少量を複数回に分けて出荷することから輸送の回数が増加することになる。基本的にトラックが輸送に使われていることから多くの二酸化炭素を輸送によって排出することになり、これはSDGsの達成から離れてしまう可能性がある。可能な限り鉄道や、船舶を使うなどの方策が必要となりそうである。

2つ目の優位性に関しては、これは1番持続的なものである。

やはり、様々なリスクがある今の時代、顧客層を広げることによって、ある顧客層での売り上げが低迷してもほかの層の分でカバーすることができる。

3つ目も持続的であるといえるが、品揃えを増やすことには注意が必要であるとする。

まず、シェアリングサービスを行うことは持続的である。まだ、医療器具は欧米企業との競争が中心だが、製造業全般において、今後中国などの安価な製品との競争が激しくなることが予想されるなか、日本のハイクオリティを前面に出した安さでは見られにくいサービス業を展開することで、利益率を上げることに貢献できる。

一方、製品の品揃えの増加は注意が必要で、その分の製造装置などが必要になり、コストの増加で利益率が低下する可能性がある。

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

達成できる見込みは十分にあるとする。

アズワンは社員にむけて「AS ONE Career Design Program」を実施していて、これは役員、部長、中途入社者、新卒採用者などの階層に分けて、セミナー等を実施するもので、各個人の実情に合わせた人的資本向上を目指したプログラムとなっている。

さらに社員意識調査を行うことや、ダイバーシティーを重視して女性管理職比率の向上、外国人社員の増加などにも力をいれていて、人的資本の価値向上を達成するための環境を整えることにも力をいれている。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

まず、各見出しにおいてその内容に関するSDGの目標を書いていることは評価すべきである。しかしながら、全体的に文字が中心の報告書となっており、すべての人に見やすいものにするためにも、図やグラフを多用することや、カラーの使い分けをもう少し工夫するなどの改善が必要であるとする。さらに、環境に関する内容をもっと前面に出してもよいのではないか。例えば、前半は今後の成長などに関する見通しなどを中心として始まっていて、後半の最後のほうに環境やESGなどの内容が続いているが、これを環境やESGを前半部分にもってきてしまうのはどうだろうか。最初にそれらをもってくることで、アズワンが環境を重視している姿勢が報告書の閲覧者に伝わりやすく、成長だけでなく環境に対する姿勢でも会社の評価がなされるようになったので、会社の評価を上げることにもつながるのではないか。

以上で期末レポートを終了とする。

