

1. この会社が目指す姿が理解できるか

できる。スターゼンは、統合報告書に書いてあるように、食肉販売を中心としたビジネスモデルは、相場変動に影響されやすいという課題を抱えていると考えており、将来に向けて事業を成長されるため、安定的なキャッシュフローを生むために、高付加価値商品の開発と、販売チャネル多様化の大きく 2 つの施策に注力し、盤石な事業基盤を築いていくと目標を立てている。これは、食品販売という一つの産業に頼るだけでなく、複数の産業を跨いでいるためリスクを軽減していると考えられる。ゆえに、まずスターゼンが簡単には倒産・破産するとは考えられない。この安全性は成長に必要不可欠であると考えるので、良い。また、スターゼンは長期的な成長を見据えている。具体的は、アメリカ・中国を中心に新たな営業拠点を作ることと、企業価値を向上させるためにサステナビリティへの対応も欠かさない方向である。これは、将来人口減少による国内マーケットの縮小に対応するとともに、グローバル社会に適応する姿勢がとても感じられる。また、今後のサステナビリティ意識の高まりにもしっかりと先手に対応していることから、将来への成長大きく期待させてくれている。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

コロナ禍という買いだめや消費が落ち込む中でも純利益を数十億円出していることと、世界進出や未来を見据えて成長を戸惑うことないスターゼンの競争優位性は理解できる。スターゼンは、DX と物流の効率化を推進し、コスト競争力を高めている点も競争優位性を理解できる。また、スターゼングループは海外調達網が幅広い。ヨーロッパ・アジア・オセアニア・北米・南米と世界を股にかけている。食肉処理・加工技術も素晴らしい。スターゼンの処理・加工工場は輸出認定施設としてアメリカや EU を含む 25 の国と地域から認可を得ており、世界各国へ日本産の牛肉・豚肉を出荷している。このことは、世界基準においてもスターゼンの価値は認められていると考えられる。

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

持続すると思われる。DX プロジェクトをさらに向上させて ICT 技術の最大限活用してサプライチェーンの最適化を図っているため現在の競争優位性が継続すると思われる。スターゼンは食品廃棄にとっても気をつけている。社長も下っ端のとき、動物を 2 回殺すな（1 回目は食にするとき、2 回目は廃棄するとき）と上司から教わるなど、食品ロスに対する取り組みの高さが見られる。コロナ禍においても初動の速さと連絡の速さで需要が下が

った食品のロスを最小限にとどめた。これは、世界人口の増加と気候変動における食糧不足が顕著になる未来において問題とされる食品ロスへの対応を今からしているため、未来においても食品ロスで批判されることもなく、それどころか食糧問題に寄与していくと考えられる。世界を跨ぐサプライチェーンによって食糧不足の地域に食品を届ける試みを行うことが予想される。これはチャリティーでもいいと考える。食品を届けた地域が成長して食品を買えるようになったときに新たな市場となり恩を返してくれると考えるからである。食品の生産・加工・製造・販売・物流と全てを行なっていることも大きいと考える。現在は円安であるので、その時には輸出産業が強くなり製造・販売実績が上がる。円高の場合は生産・加工が低コストでできるため、国内で安く売ることができる。このように、円高・円安両面で対応できるため将来においても優位性が保てるだろう。現在新型コロナウイルスの蔓延、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻などと世界がどのように進むかは全く見通せなくなっている。その中で両面に対応できるのはとても柔軟性に優れており、持続性を期待できる。

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

達成できると思う。社長は統合報告書において「強いチームを作るためには、個人の能力やスキルを高めていくことも重要です。人にそれぞれの得意分野があり、強みを見つけて伸ばす人材マネジメントが有効だと考えています。」と述べており、実際にその指導もしているようだ。欠点を指摘したり、ミスに目を向けるだけではなく、個人の個性や強みを大事にしてくれる会社においては成長を見込めると思う。よってスターゼンにおいて自身の人的資本の価値向上を達成できると思う。スターゼンは、サステナビリティを従業員へも啓発しているため、これを受けて世界市民の一人として地球に影響を与えていることがさらに理解ができて地球に貢献する一人としての自覚・成長が促されると考える。これによって人的資本も価値向上すると思う。専門性を持った人材の育成をしており、各種専門資格の取得を支援している。具体的には「お肉検定」「惣菜管理士」などである。これは、スポーツ選手のパフォーマンス向上、市民の健康などを考えるときにも役立つことであり、会社の中での人的価値だけではなく、社会生活においてや、仮に独立したとしても人的価値が残る。これを支援しているスターゼンでは人的価値向上が大いに見込めると考えられる。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

女性の管理職比率 5%が低すぎる。これは、日本の社会に悪い意味で適応してしまっていると思う。サステナビリティ意識を高めるなら男女平等にもっと目を向けなければならない。食品というのは決して男性の方が関わりやすいものではない。むしろ、男性優位社会において主婦として料理を作ってきたりしてきた女性向きの産業であると思う。女性をもっと重要な立場に就かせることによって男性では考えられない考えが生まれ、それが未来に役立っていき成長をさらに見込めると考える。