

企業名： ユニ・チャーム株式会社

レポート名： 統合レポート 2022

1. この会社が目指す姿が理解できるか

「世界中の人々が誰ひとり取り残されることなく、平等で、お互いにその人らしさを尊重しながら支え合い、共存できる社会」という「共生社会」を実現する、というのは単純明快で十分理解できる。また、それを実現するために社員がどのように行動できたら良いか、環境問題や社会課題を解決するためにどのような取り組みを行っているのかなどが詳しく記載されているので、目指す姿はしっかりと理解することができた。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

子供用おむつの「ムーニーマン」や「オヤスママン」、生活用品の「ウェーブ」や「シルコット」は特に、コマースなどで耳なじみがある本社の代表的な商品である。これらは競争優位性の1つとしての「不織布、吸収体分野に特化した高い技術力」を生かすことで、高い人気を得られてきた。

また、本社は、直接意見を聞きづらい、乳幼児や高齢者、ペットなどを主な対象として製品を製造、販売しているにもかかわらず、60年近くにわたり、会社を存続できていることから、「得られた新たな着眼点を基にイノベーションにつなげていく力」が競争優位性の1つであると納得できる。

これら2つの競争優位性は、十分に理解できた。

3つめの競争優位性として挙げられている「実行力」に関して、「全社員が実行力を発揮できるような働きかけを行っています」とあるが、もう少し具体的に説明をしてほしいと感じた。社員の「実行力」は、「共振の経営」で触れられている「自発的な行動」ができるということを指すのか、疑問が残る。

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

先述したように、消費者のニーズを会社側が自ら見極めなければならないにもかかわらず長年企業が発展し続けてくることができているのは、競争優位性の持続性のおかげだと実感できる。また、環境変化に関して、特に消費者行動を分析し、把握して新たなアクションを起こしているという箇所は、2つ目の競争優位性が、持続的に優位性たり得る要因になっていると読み取れた。

したがって、競争優位性に持続性があると理解することができた。

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

何度も繰り返すが、消費者のニーズを直接きくことができないというのがこの市場の重要な点だと考えている。そのため、特に柔軟な発想が求められ、従来の製品に加え、多様なニーズに応える製品を新たに生み出し続けていかなければならない。そこで役に立つと考えるのが、本報告書で説明されている「OODA-Loop」メソッドの考え方である。OODAとは、Observation（観察）、Orientation（状況判断）、Decision（意思決定）、Action（行動）の頭文字をつなげあわせたもので、「計画を基準とする PDCA サイクルでは対処できない場面を回避する」ために有効である。この方法を通して、プランの見直しを絶えずに行えるだけでなく、把握した状況から新たに対応を考えるという発想力、創造力が養うことができると考えるので、自身の人的資本の価値を向上させることができると思う。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

いくつかの箇所（特に画像）が、しっかり見ようと拡大すると、ぼやけてしまいよく見ることができなかった。これを改善できたらさらに見やすい報告書になるのではと考える。