

企業名： 丹青社

レポート名： 2022年1月期 統合報告書

1. この会社が目指している将来の姿が理解できるか

丹青社は日本のディスプレイ業界を担う企業である。「より良い空間創造を通じて豊かな社会と生活の実現に貢献する」という経営理念が1ページ目に書かれており、さらに同ページに経営ビジョン、事業領域、コーポレートステートメントが書かれている。そのため、すぐにどういった企業であるのかを図ることができる。また、丹青社の事業分野や強みについてそれぞれ書かれており、非常に見やすくなっている。経営ビジョンを成り立たせるためになされている計画が分かりやすくまとめられており経営計画における戦略が書かれている。「売り物づくり・マーケティングの強化・働き方の再構築」の3つが主軸とされ、またその内容やそれらを補強するような環境・社会・ガバナンスにおける取り組みもまとめられている。さらに、15ページではそれぞれの施策についての現状や補足情報が書かれているため、パッと見るだけで内容が入ってくるようなデザインになっている。そのため、この統合報告書からは丹青社が目指している将来の姿が理解できるといえる。

2. この会社の現在の競争優位性が理解できるか

丹青社は商業空間・文化空間・ビジネス空間・イベント空間・パブリック空間・ホスピタリティ空間と多岐にわたってディスプレイ業を行っており、「丹青社の強み」の1つめとして多くの分野に携わっていることによって顧客の要望に柔軟に対応できるという点を挙げている。また、丹青社は約1000社との継続的な取引を行っており、そのうちパートナー協力会社が245社ある。そのため、継続的に利益を上げることができると見込まれる。実際にディスプレイ業の市場規模が約1億6000万円のうち、丹青社は8000万円を占めていることが図で示されている。事業状況から見ても過去3年と比べて大きな変動はなく、商業施設事業やチェーンストア事業を中心に20億1900万円の連結営業利益を出している。以上のことから、丹青社の現在の競争優位性は十分に理解できる。

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

丹青社はESG目標を設定して非財務側面における取り組みを継続的に行っている。そのため長期的な視点で成長が期待できる。また、変わりゆく社会に適応した新しい価値提供を目指しているため、現在の変化が激しい状況への適応も十分に見込まれる。さらに、2でも述べているように丹青社は約1000社との継続的な取引、そのうち245社がパートナー会社であることによって一定の顧客が常に確保されている。また、丹青社は70年以上の歴史があり、ディスプレイ業界におけるパイオニア的地位を築いていると報告書に書かれてい

る。そのため、現在またはこれまでの状況から今後大きく変化するということは考えにくい。以上より、丹青社のディスプレイ業界における競争優位性は持続性があると考えられる。

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

丹青社は顧客に対してより良いサービスを提供するために、顧客や社会の抱える課題を的確に把握してその解決のサポートができる人材を採用・育成していくことで未来の事業基盤を固めていくことが目指されている。また、当社はデジタル化を見据えた研修などの教育プロセスへの投資が活発に行われているということが記述されている。また、ダイバーシティの推進に向けた管理職の新規登用における女性比率の向上を図っているという記述もある。代表取締役、取締役常務のメッセージにおいていずれも人材育成に注力しているということが記述されており、企業として人的資本への投資に対するプライオリティーが高いことが伺える。そのため、丹青社で自身の人的資本の価値向上の達成は可能であると考えられる。

5. 報告書のよかった点はどこか、どのような改善余地があるか

丹青社の統合報告書は企業目標について強調されて書かれており、さらにディスプレイ業界における競争優位性をより分かりやすく伝えるように書かれていたため、企業自体についてや今後の成長性について十分に伝わるものであるといえる。特に経営計画について視覚的に分かりやすいデザインでの説明や各項目に分けてそれぞれについて丁寧にまとめられていた点が報告書においてよかったと感じた。

統合報告書の改善余地がある点として挙げられるのは人的資本に対する投資としてどのようなことが行われているのかが不明瞭であることだ。人材育成としてどのような取り組みを行なっているのかをより具体的にし、説明することでより分かりやすく関心を持たれやすい報告書になると思う。また、「価値創造の軌跡」のページと「価値創造のプロセス」と「中期経営計画の進捗状況」のページの順序は逆の方がいいと感じた。理由としては「価値創造の軌跡」よりも「価値創造のプロセス」などのような内容の方が企業の内容について伝わりやすく、興味を惹かれると感じるからだ。