

企業名：日本ゼオン

レポート名：日本ゼオン 統合報告書 2025

1. この会社が目指す姿が理解できるか（将来）

本統合報告書を通じて、日本ゼオンが目指す長期的な将来像は非常に明確に理解できる。同社が目指す将来像は、単なる「素材の大量生産企業」から、地球環境とデジタル社会に不可欠な「高付加価値材料を提供するサステナブル企業」への転換である。具体的には、①2030年ビジョンに向けて、従来のタイヤ向け合成ゴムなどの汎用ビジネス依存体系から、エレクトロニクスや新エネルギー分野に対応する「機能材料事業」を新たな成長の柱にする。②2050年のカーボンニュートラル達成を、単なる義務ではなく、バイオマス材料の開発やプラスチックリサイクル技術の確立などの「サーキュラーエコノミーへの貢献」へのビジネスチャンスとして、企業の存在意義（パーパス）に定義している。つまり同社は「社会課題の解決」と「経済的価値の創出」を同期させ、未来のインフラを材料技術で支えるリーディングカンパニーを目指している。

2. この会社の競争優位性が理解できるか（現在）

同社の競争優位性は、長年培ってきた合祀絵ゴム・合成ラテックスの結晶化・変性技術を応用した「独創的な高分子化学の技術力」とそれによる「高い世界シェアの製品群」である。今の最大の優位性は、スマートフォンのカメラレンズや最先端の医療検査陽気に使われる「シクロオレフィンポリマー」やリチウムイオン電池に使われる「EV バッテリー向けバインダー」といった機能材料分野である。これらは参入障壁が非常に高く、世界的なシェアが高くなっている。

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（変化）

統合報告書内の「変化への適応ロジック」から十分に理解できる。まずリスクとして、自動車のEV化に伴う従来のタイヤ向け合成ゴム需要の減少や、世界的な環境意識向上によるプラスチック排除の強化が考えられる。しかし、これらを日本ゼオンは市場転換の好機と捉えており、それぞれに対して具体的な策を用意している。加えて、AIを用いた材料開発の導入により新材料の創出チャンスを増やすなど、変化の激しい時代においても優位性を保ち向上させ続けている。

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

強く思う。1点目は、DXとGXの実務スキルの体现である。AIや新素材開発を通じて「データサイエンスの思考法」や「サステナビリティ経営能力」といったこれからの時代に欠かせない専門領域の価値を中心に、人への重きを置いた価値向上が期待できる。

2点目は、世界シェア首位の製品を多く扱うグローバルニッチトップ企業ならではの「打席の多さ」である。少数精鋭の企業でありながら、世界の最先端を走るメーカーと対等に渡り合う高度なソリューション営業力が身につくと考えられる。報告書内でも「人的資本への投資の加速」や「挑戦を促す対話」といった言葉が出てきており、社内風土に露えていると考えられる。

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

良かった点は、価値創造ストーリーのわかりやすさである。どのようなプロセスを経て機能素材という高収益製品になり、それが最終的にどう社会課題の解決へとつながっているかが分かりやすかった。また、社長や部門長のメッセージでも希望的観測だけでなく、現状直面している課題やそれに対する変革の必要性がロジカルに語られており、企業の透明性と信頼性が伝わってきた。

改善点としては、DXに関する成果指標が明確にあるとより良かったと考える。AI開発(MI)の導入や業務効率化のスローガンがある一方、具体的な数字目標や金銭的メリットがわかりづらかったため、目標や期待リターンがあるとより良かったかもしれない。