

ローカル・ナショナル・グローバル企業群の経営分析

プロジェクト代表者: 旗本 智之

1. プロジェクトの目的・概要

北海道をベースにしている企業は同一の業種で全国を対象にしている企業、グローバルに活躍している企業に比べてどのような特徴があるのか。特に成長性、収益性および安全性においていかなる違いがあるのかを分析する。従来、ローカル企業はターゲット市場を成長に応じてリージョナル、ナショナルと広めていく中で競合との差別化を図る一方で、規模の経済を獲得してコストリーダー的な側面を持つようになる。こうした企業の成長・競争はグローバルレベルにまで急速に拡大している。そうした現在、生存しているローカル企業はナショナル企業やグローバル企業とローカル市場では競争しながらも何らかの優位性を維持しながら持続しているのである。本プロジェクトでは同一業種に属するローカル企業、ナショナル企業、グローバル企業として1社ずつ選定し、3業種の企業群を経営分析する。

2. 具体的な取組内容

今年度後期のゼミ活動として、本プロジェクトを遂行した。

まず、ゼミ生14名を分析を希望する業種会社名を募り、3グループに分類した。スーパーストア業界、ドラッグストア業界、航空業界である。スーパーストア業界では、アークス、ダイイチ、イオン北海道、イオン、セブンアンドアイ、ウォルマートの6社を分析することにした。ドラッグストア業界では、サツドラ、サンドラッグ、ツルハ、ウエルシア、マツキヨ、ウォルグリーンの6社を分析することにした。航空業界では、エアドゥ、スターフライヤー、全日空、JAL、ユナイテッドの5社を分析することにした。

分析手法としては、まず各社5年分の連結財務データを入手し、財務諸表分析を行った。さらに、アニュアルレポート、有価証券報告書、雑誌・新聞記事に基づいて、市場分析と組織分析を行って、問題点を抽出し、解決策を立案した。

これらの研究は日本大学商学部で開催されるアカウンティングコンペティション2017でグループごとに発表し、また、個人別にケースレポートを執筆した。

3. プロジェクトの成果及び地域への還元

プロジェクトの成果はアカウンティングコンペティション2017で発表するとともに個人別のケースレポートを執筆したが、ケースレポートはPDFで本学WEBサイトを通じて公表する。