

キリンビール班

小野真太郎 西川拓磨 小森達彦
数馬瑠美 松元祐樹

1. 合同ゼミまでの準備に関する感想と反省

私たちは、ビール業界の上位 2 社（キリン、アサヒ）のうちキリンビールの側を受け持ちました。前期の後半から作業に取り組み始めましたが、最初は何から手をつけていけば良いのか分からず、授業時間外に集まっても、時間を有効利用することができませんでした。夏休みのゼミ合宿では、各々がしっかり企業の情報を調べてきていたので、報告書をまとめることができました。後期に入り、授業内では、プレゼンテーションの原稿の作成や、インターネットで情報収集等を行い、また授業外では図書館で文献を集め、本格的に合同ゼミに向けて作業に取り組みました。しかし、授業外での集まりが悪く、毎回作業の進みが良くなかったのが反省すべき点です。

合同ゼミまでの準備期間全体を通して、衝突し合うことなく作業を進めることができたことが良い点だと思いました。

2. 報告内容とそれに対する質疑の概要

当日の合同ゼミでは、「経営分析」、「経営戦略」、「将来性」、最後に、「結論」の 4 点を発表しました。

最初の「経営分析」では、有価証券報告書や、インターネットからデータを搾取し、いくつかのグラフにして表しました。具体的には、『現在のビール業界のシェア状況』、『売上高の比較』、『経常利益の比較』、『自己資本比率と自己資本利益率の比較』のグラフを作成しました。そこでは、グラフの簡単な解説、どちらの企業の経営が優位に立っているかの説明をしました。現在のシェア状況では、どちらもほぼ同等のシェアの数値を記録しており、互角の争いをしています。しかし他の、売上高の比較、経常利益の比較、自己資本比率と自己資本利益率の比較のグラフでは、全てキリンが若干上回っており、キリンの優位性を述べました。

経営戦略では、これまでの戦略と現在の 2 つに分け説明し、キリンが長い間、ブランド力に頼った戦略を展開しラガーに固執したため、顧客の嗜好を重視したアサヒの「スーパードライ」に対抗できず、業界首位から転落したことを明らかにしました。しかし現在では、キリンが顧客・品質を重視するようになり首位を奪還したこと、及びその成功要因について説明しました。さらに、将来的なキリンの戦略「キリン・グループ・ビジョン 2015」もまた、顧客を第一と考えることでブランド力を強化するものであることを指摘しました。

こうした私たちのプレゼンに対して、相手側は自分たちとかなり方向性が違っており、躊躇しました。その結果、議論が終始かみ合わずに終わりました。とくに、「アサヒスーパードライの一本化と言っていたが、国民のビール離れにはどういった対策をするのか」という私たちの質問に対する「ビール業界に未来はない、だからアサヒはMandAに力を入れている」という回答には困惑させられました。

3. 合同ゼミに対する感想と反省

さきほど述べたように、こちらが調べて作り上げたプレゼンと、相手側のそれが全然違うもので、有意義な議論が出来なかったことがとても残念に思いました。相手側は主にビールに関する全体のこ

とを調べ、麒麟とアサヒの比較や、アサヒの将来性などがほとんど記載されていなかったことで、自分たちのプレゼンとの食い違いが発生しました。しかし、プレゼン内容に関してはしっかりと調べて作成されており、参考になる部分がたくさんありました。もっと時間を取り、広い範囲で調べることができていれば、相手側との対等な討論ができたのではないかと思います。

当日の発表では、スムーズに進めることができ、ほぼ想定通りの内容を発表することができました。

質疑応答の場面では、私たち全員が積極的に質問・応答をしていたことが良い経験になったのではないかと思います。しかし、相手の質問に的確に回答できない部分もあり、やはり予想される質問への準備不足だったのかなと思いました。最終弁論の場面では、話し合いの時間の短さにより簡単にまとめてしまい、短い発表となってしまったのが残念に思いました。

今回、他のゼミの学生と合同で発表会をすることで、大勢の人の前で発言をし、どこか成長する所があったと思います。また、他のグループのプレゼンを聞くことでたくさんの刺激を受けました。最後に、この合同ゼミでとても貴重な体験をすることができました。是非今後の人生に活かしていきたいと思います。

(文責 小野真太郎)