

研究計画書

ゼミ名	青木ゼミⅡ	チーム名	ArBle blue
タイトル	Youは何しに海外へ?～コンビニのグローバル展開の舞台裏～		
テーマ群	e)産業・企業 d)国際経済		
メンバー	今村賢人・大本慎之介・長田正人・小林寛弥・田中利樹・内藤由規・福山詠介・山口諒・渡部嵩文		
研究計画内容	<p>少子高齢化と人口減少が進む日本。その中で企業は国内市場の成長に限界を感じ、次第にグローバル展開を推し進めようとしています。しかし、自動車や電機メーカーの海外進出からの印象とは異なり、日本企業の国際展開は思ったほど進んでいるわけではなく、特にサービス産業のグローバル展開が遅れているようです。しかしコンビニはその例外。ではなぜコンビニだけが目立つのでしょうか?ひときわ目立つ「コンビニ」のグローバル化について、その要因を業界内での明暗を交えて、次の手順に従って調査・分析する予定です。</p> <p>① 社長も「グローバル人材」の時代? この10月より、サントリー・ホールディングスは新浪剛史・元ローソン会長をサントリーの新社長として迎えました。米・ウィスキー大手ビーム社買収などにより国際化を急ぐサントリー・ホールディングスにとって、ローソン社長として11年連続増益の実績をあげたという新浪氏のキャリアを買ったとあってよいでしょう。まずイントロダクションとして、依然少数とはいえ、近年企業のトップに外部のプロ経営者を迎える事例が少しずつ増えていることの背景を説明し、静かに進捗しつつある企業活動のグローバル化の一端を考察します。</p> <p>② 日本のサービス企業のグローバル化 日本企業がどの程度海外に進出しているのか、また国際的なレベルからその程度はどれだけかを調査します。今後、私たちが社会で出会う機会が多いのはメーカーではなく、確実にサービス企業です。そこでわたしたちは、日本の流通企業の国際化に焦点を当てる予定です。</p> <p>③ コンビニのグローバル展開の舞台裏 メーカーに比べて、日本のサービス産業の国際展開は遅れていると言われていますが、その例外が私たちにとっても身近なコンビニです。では、コンビニの展開はどのような要因に左右されているのでしょうか?また、なぜコンビニのような一部の流通企業に国際展開が集中しているのでしょうか?この疑問に答えてみたいと思います。</p>		