

企業名： 京阪神ビルディング

レポート名： コーポレートレポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

当社の目指す姿は、理解できたと思われる。ほかの事業体に事業空間を提供し、多くの企業と共存しながら、その空間が置かれた都市・町との良好な関係を築き、地域にも支えられる企業像を模索していると判断された。また、従来より多くの領域に事業を展開させ、変化に迫られている時代で、持続的な付加価値を創出するための分析や構想に力を入れていることから、単に現状維持を目的とする姿勢ではなく、それより巨大な未来図を描いていることが伺えた。リスクのところで、事業空間に対するニーズの変化を掲げていることから、実際の物件のみならず、今後の需要が広がるであろうネット空間やデータベース事業の拡大意思も伝わってきた。

しかし、主な内容は、従来型の物件賃貸モデルに焦点が当てられていて、その比重として、ネット空間や、データベース事業への明確な未来像が見えなかったことは、私自身の構想の未熟さを痛感しながらも、残念に思われた。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

当社にしか提供できない価値があるかを競争優位性の定義だとすれば、私としては、これといった競争優位性は見つけられなかったということが正直な意見である。当社の掲げている理念や、その理念を実施するための努力、例えば ESG への具体的活動や、社会課題への多大な関心、中期計画案、サステナビリティへの試みなどは、価値向上のための施策になっていると思われるが、当社でないとできないことなのかと考えると、そうではないと答えられるのではないだろうか。

しかし、データベース事業と、今後のネット空間ニーズへの取り組みを連携することで、そうではない競合他社との差をつけながら、東京を中心とする関東地方と、根幹たる関西での事業ベースをもって、関東と関西の架け橋を要する事業体との共闘が期待できる点で、競争優位性というよりは、競争可能性が豊富にあると思われる。その可能性を優位性に変えていくことが今後の課題であると思われる。

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

競争優位性（競争可能性）に持続性はあると思われる。まず、当社の攻撃的かつ積極的な投資と挑戦の姿が資料から見られた。今後の人口動態、東京一極集中、市場の縮小など、予想されるリスクに対して、積極的な投資と拡張をもって対処している。実際、財務情報から見てとれるように、賃貸事業である特性上、2020年の特別収益を除けば、横ばいの売り上げが発生している。このような状況から企業価値を上昇させ、ステークホルダーへの利益を

向上させるためには、従来の事業に加えて新しいキャッシュフローを生み出す新たな収入源が必要であると思われる。特別収益で加わった金額と、有形資産の増加分がほぼ一致していることから、推測ではあるが、特別利益の発生は、新たな投資を行うためのものであると考えられる。このように変化（リスク）をチャンスと見て積極的に動ける行動力があれば、その成敗はわからないとしても、現在持っている優位性を持続的に発展、活用させていくこともできると思われる。

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

これについては、個人の価値向上は難しいと思われた。なぜなら、主な活動が営業活動に集中されているのではないかとと思われるからである。基本的な当社の活動は、賃貸物件をほかの事業体に提供するということである。ということは、販売が主な活動になっていることである。もちろん、営業力やネットワークの形成など、利益をもたらす人的資本としての価値は向上されると思われる。

しかし、今後の時代で必要とされるのは、外部の利益や価値を内部に吸収させるような営業力や、利益の可能性広めるネットワーク力より、まったく新しい価値の創出・創造であると思われる。

もちろん、すべての利益というものは、外部から流れてくるものではあるが、その性質がすでに存在していて、受取先だけがなかった利益ではなく、今までは作られないはずの利益を新しく生み出し、吸収することが必要であると思われる。

企業の利益は、外部に付加価値を与えた反対給付として、発生するものであると考えている。ならば、相手が予想していた便益より、はるかに多くの便益を提供したり、あるいは予想できなかった、存在しないはずの新しい便益を提供することで、より多くの利益を上げることができ、期待キャッシュフロー以上の価値を生み出し、企業価値・株主価値の向上に繋がると思われる。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

情報が提供される形式においては、これといった改善が求められるとは考えていない。企業の置かれた業界状況をリスクと機会と分析し、その機会を生かすための措置はどういったものが取られているか紹介されているなど、情報を吸収するための形式はまともだと思われる。

しかし、その内容においては、改善の余地、あるいは提案のようなものがある。当社は、ほかの事業体に事業空間を提供することを企業の提供価値として活動してきたと思われる。その目標は、事業空間の提供であって、建物の提供ではないと考えられる。もちろん、企業としてもすでに空間に対するニーズが多様化していることはわかっていると書いてあるう

えに、確実に学生より専門的な分析と予想をしていることであろう。だとしても、提案してみたいことは、より積極的にチャレンジしてみることはいかがかということである。関東地方への投資や、海外不動産への投資のようなチャレンジも有意義なものであるが、今までとは全く異なる事業形態へのチャレンジ、例えば事業空間としてのプラットフォーム事業の本格化などである。従業員の数が50人を超えない。おそらくプログラマーや開発者など少ない状態であろうと思われる。アウトソーシングの方策もあるかも知れない。しかし、不動産の専門家ではなく、様々な種類の空間の専門家を充実させる方向性も検討されてみてはいかがかと、考えた。