

2つの産業ライフサイクル —戦後日本ビール産業の鳥瞰図—

柳 田 卓 爾

<目次>

1. はじめに
2. 産業の発展プロセス
3. 酒税の動向
4. 小売価格の動向
5. 平均製造費用の動向
6. 小括
7. 代替品産業の動向
8. ビールへの支出比率
9. おわりに—2つの産業ライフサイクル—

1. はじめに

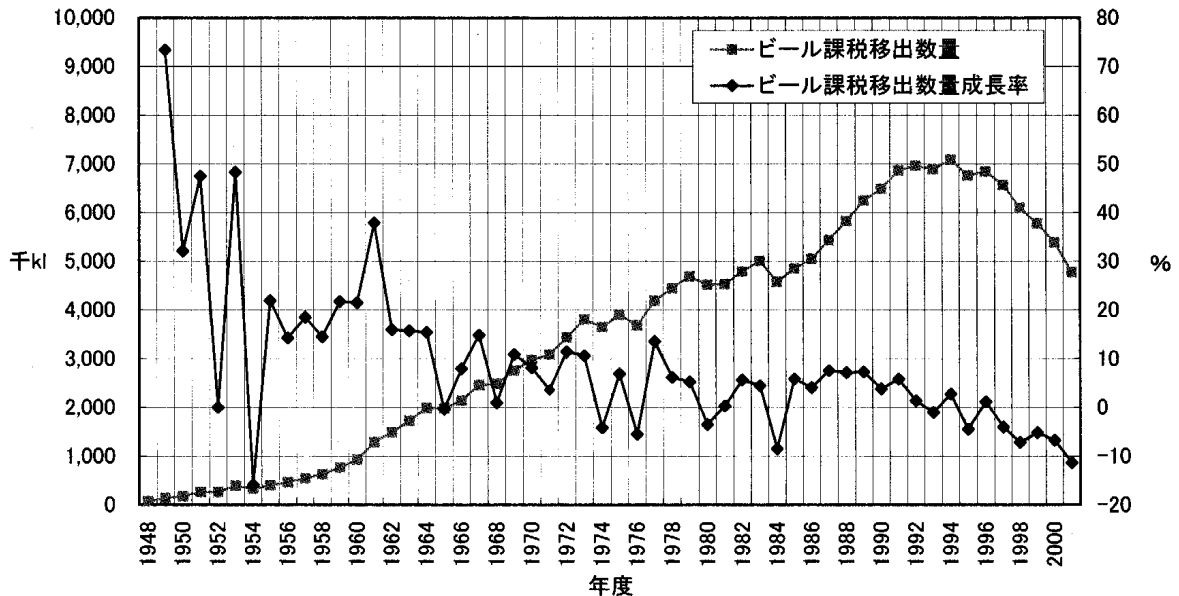
本論文では、市場規模、費用、および関連する幾つかの変数という観点から、ビール産業の歴史を概観する。その上で、ここ40年近くのビール産業の歴史的発展が、4つのフェーズに区分して捉えることができることを示す。更に、それら4つのフェーズは、移行期を含む2つの産業ライフサイクルという観点から、理解することができることを述べる。つまり、1974年から1984年までのフェーズを成熟期と見なす第一の産業ライフサイクルと、導入期と見なす第二の産業ライフサイクルという2つの段階を経て、日本のビール産業が発展してきたことを記述する。

2. 産業の発展プロセス

図表1 ビール課税移出数量

出所：国税庁ホームページ

(<http://www.nta.go.jp/category/toukei/tokei/jikei/1594/01.htm>)



図表1は、ビール課税移出数量とその成長率の推移をグラフ化したものである。ビール市場の市場規模の推移を表していると考えてよいグラフであろう。これを見ると、まとまった期間ごとに、ひとつの傾向が観察されるように思われる。1960年代から1970年代初頭は市場の拡大、1970年代初頭から1980年代半ばまでは停滞、1980年代半ばから1990年代初頭は市場の拡大、1990年代初頭から2000年代初頭は停滞、縮小である。1963年¹⁾以降に関して、各々の期間ごとの特徴を簡潔にまとめたものが、図表2である。この見方によると、ここ40年のビール産業は、共通した特徴を持つ4つのフェーズを経て発展してきたと見なしている。

1) 現在の日本のビール市場には、キリン、アサヒ、サッポロ、サントリー、オリオンの大手5社が参入している。キリンは戦前から、アサヒとサッポロは、戦前から参入している大日本麦酒が1949年に分割され、朝日麦酒、日本麦酒として誕生した。サントリーは1963年に、オリオンビールは1959年に参入している。そのため、現在の大手5社体制の基盤ができたのは、サントリー参入年の1963年であると判断し、1960年代以降を、本研究の主な分析対象期間とした。一方、1994年にはビール製造免許基準が緩和され、以降、様々な「地ビール」が誕生している。

図表2 産業の発展プロセス 出所：筆者作成

フェーズ	市場の状況
I期(1963～1973)	拡大
II期(1974～1984)	停滞
III期(1985～1991)	拡大
IV期(1992～)	停滞, 縮小

市場規模の推移から、戦後の日本のビール市場の発展プロセス、特に1960年代以降の40年間の発展プロセスを振り返ってみると、3つの異なった全体像を描くことが可能であるように思われる。図表2の中で、1970年代初頭から1980年代半ば(II期)に見られる市場規模の停滞の時期、1980年代半ばから1990年代初頭(III期)にかけての市場規模の拡大の時期の解釈という2点が、全体像を描く上でのキーポイントになるだろう。また、ビールと発泡酒との関係も、二次的ではあるけれども、鍵になる。1970年代初頭までの拡大と、1990年代以降の停滞、縮小に関しては、どの見方も共通した解釈をとっている。

3つの全体像とは、1970年代に成熟期を迎えたと考える見方、1990年代に成熟期を迎えたと考える見方、そして1970年代を成熟期とするひとつめのライフサイクルと、1970年代から始まり1990年代に成熟期に入るふたつめのライフサイクルという2つのライフサイクルがあると考えられる見方、である。ここでは、第一の見方を1970年代成熟説、第二の見方を1990年代成熟説、第三の見方を二段階発展説と、仮に、呼んでおく²⁾。以上の3つの見方の特徴を、図表3にまとめてある。各々のフェーズが、ライフサイクルのどの時期に相当しているかを整理したものである。

2) 3つの見方はいずれも、1960年代を成長期と見なす点では一致していると考えてよい。

図表3 3つの全体像

出所：筆者作成

フェーズ	市場の状況	1970年代成熟説	1990年代成熟説	二段階発展説
I期 (1963~1973)	拡大	成長期1	成長期1	成長期1
II期 (1974~1984)	停滞	成熟期1	成長期1に見られ た一時的な停滞	成熟期1 導入期2
III期 (1985~1991)	拡大	成熟期1に見られ た一時的な拡大	成長期1	成長期2
IV期(1992~)	停滞, 減少	成熟期1	成熟期1	成熟期2

注) 各々の見方において、同じライフサイクルにおける成長期と成熟期の境界には太線が引いてある。また、第一のサイクルの終わりという意味での境界には、二重太線が引いてある。ライフサイクルの違いは、数字1, 2で区別してある。つまり、1970年代成熟説、1990年代成熟説はそれぞれ、この40年間は「ひとつの」ライフサイクルとして捉えている。一方の二段階発展説は、この40年間で、戦後から1984年までの第一のライフサイクルと、1974年から現在まで続く第二のライフサイクルの、「ふたつの」ライフサイクルとして捉えている。

第1の1970年代成熟説では、1970年代に始まる停滞の時期(II期)を、日本のビール市場の成熟期の始まりであると見なす。日本のビール市場の飽和水準を約500万キロリットル弱とみなすのである。1970年代に入ると、ビール産業は成熟期に入ったと言われることが多かったことも、この見方を援護するだろう。また、1980年代半ばから1990年初頭まで(III期)の市場の急拡大は、一時的な市場規模の高まり、すなわち基礎的条件に依存していないバブルであると解釈する。そのため、1990年代後半の市場の縮小は、本来の飽和水準への調整過程ということになる。その減少を埋め合わせているように見える発泡酒は、ビールとは全く異なった酒類であると見なす。

第2の1990年代成熟説は、II期の停滞を、何らかの理由で、市場拡大についてのボトルネックが一時的に生じた現象と見なす。また、III期の市場の拡大は、1970年代初頭まで続いた市場拡大の延長線上の現象であると考えられる。つまり、I期からIII期までは、ひとつの成長期として継続していると見なす。そして、1990年代にはいると、日本のビール市場の飽和水準である約700万キロリットルに達する。このIV期に入って初めて、日本のビール市場は成熟期に入ったわけである。1990年代後半の市場規模の縮小は、発泡酒をビール

の亜種と見なして、同じカテゴリーに分類して理解する。つまり、発泡酒を足し合わせた「ビール+発泡酒」で見た場合に、ビール(+発泡酒)市場は1990年代に成熟期に入り、市場規模も横ばいである。今後、縮小したとしても、それは衰退期に入ったからであると説明する。また、発泡酒をビールの亜種と見なすことが許されないならば、成熟期が4～5年で終わり、1990年代後半から衰退期に入ったと説明する。

最後の二段階発展説の特徴は、Ⅱ期の停滞している時期が、第一のライフサイクルの成熟期であると同時に、第二の発展段階の導入期であるという、二面性を持っていると見なす点にある。また、Ⅲ期の市場の拡大は、第二のライフサイクルの成長期であると解釈する。ビールと発泡酒との関係に関しては、1990年代成熟説と同じ考え方を採用することになる。

図表4は、先に記載した図表3とは異なった観点から、3つの全体像をまとめたものである。各々のライフサイクルの各段階に相当するフェーズがどこであるかを、ひとつにまとめてある。

図表4 3つの全体像2

出所：筆者作成

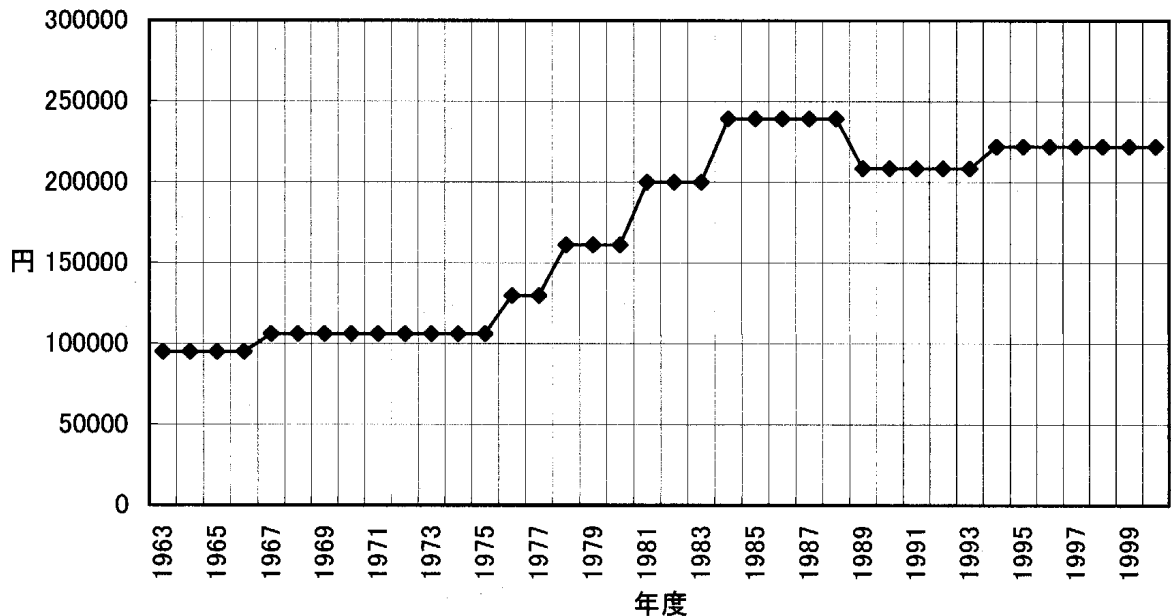
サイクルの各段階	1970年代成熟説	1990年代成熟説	二段階発展説 第一サイクル	第二サイクル
導入期	戦後～1950年代頃	戦後～1950年代頃	戦後～1950年代頃	Ⅱ期
成長期	I期	I期, Ⅱ期, Ⅲ期	I期	Ⅲ期
成熟期	Ⅱ期, Ⅲ期, Ⅳ期	Ⅳ期	Ⅱ期	Ⅳ期
衰退期		(Ⅳ期)		(Ⅳ期)

これら3つの見方のうち、どの見方を採用するかは重要である。なぜならば、3つの見方はそれぞれ、各フェーズで生じている現象に、異なった理解や解釈、意味等を与えることになるからである。産業を取り巻く様々な状況のデータを照らし合わせて、最も納得的な説明が可能な見方を採用するのが望ましいと思われる。まずは、時期ごとの特徴が明確に出ている酒税、小売価格および平均製造費用のデータから、分析を行っていく。

3. 酒税の動向

図表5 1klあたり従量税率(ビール)

出所：『国税庁統計年報書』



ビール産業の分析を行う上で、決して無視することのできない要因がある。それは、酒税の動向である。図表5は、ビール1キロリットルあたり従量税率の時系列データをグラフ化したものである。このグラフを見ると、ここ40年間は、大きく3つの時期に区分することができる。1975年までの低位安定期、1976年から1984年までの上昇期、そして1985年以降の高位安定期である。

図表6 酒税の動向

出所：筆者作成

	1kl当り従量税率(ビール)	フェーズ
1963～1975	低位安定期(10万円前後)	I期
1976～1984	上昇期	II期
1985～	高位安定期(20万～25万円の範囲内)	III期, IV期

注目すべきは、ビール市場が停滞していた1970年代から1980年代半ばと、ビールへの課税が上昇していた時期が、数年のズレはあるものの、ほぼ一致している点である。また、その前後に相当する市場規模が拡大していた時期

の課税は、水準に格差があり、かつ安定して推移していた。1970年頃までの市場拡大の時期と、1980年半ば以降1990年代初頭までの市場拡大の時期は、1キロリットル当りで15万円弱の格差があった。この事実は、1970年代から1980年代半ばの移行期を通じて、相対的に低い課税を行う政策から、相対的に高い課税を行う政策へと、ビールへの課税政策が変更された可能性を示していると思われる。この政策変更は、ビール産業が直面する環境変化としては、無視することはできないだろう。

各フェーズでの酒税の動向を考えると、低位安定期にほぼ相当しているフェーズであるⅠ期と、高位安定期に相当しているⅢ期、Ⅳ期を、ビール産業の発展の中で、異なった特徴を持つ別々の時期であると捉える二段階発展説は、説得的な見方であるように思われる。この見方に従うならば、第一のライフサイクルの成長期が、Ⅰ期に相当している。そして、課税政策が変更され、酒税が高くなった1976年から1984年は、市場規模が停滞するⅡ期とほぼ、一致している。Ⅱ期は、第一のライフサイクルの成熟期に相当するわけである。しかし、Ⅲ期に入ると、第二のライフサイクルの成長期となる。つまり、Ⅱ期は、より高い課税政策の下で、いかにして発展していくかを模索していた第二のライフサイクルの導入期でもあるとの解釈が可能であるように思われる。そして、Ⅳ期に入ると、今度は自然と、第二のライフサイクルの成熟期に進んでいった。簡潔に言えば、第一のライフサイクルは、低い酒税体系の下で生み出された発展であり、第二のライフサイクルは、高い酒税体系の下で生み出された発展であると解釈するわけである。そして、酒税が高騰するⅡ期は、第一のライフサイクルの成熟期であると同時に、第二のライフサイクルの導入期でもあった。

1970年代成熟説を採るとすると、Ⅲ期の成長は、一時的なものであると見なされる。Ⅱ、Ⅲ、Ⅳ期を通じて、ビール産業は成熟期にあったと見なされる。もし、Ⅲ期において、酒税がかなりの程度低下し、小売価格の低下に反映しているのであれば、政策の変更がもたらした一時的な成長であるとの解釈も、説得的であろう。しかし、Ⅲ期には、酒税の低下は生じてはいない。

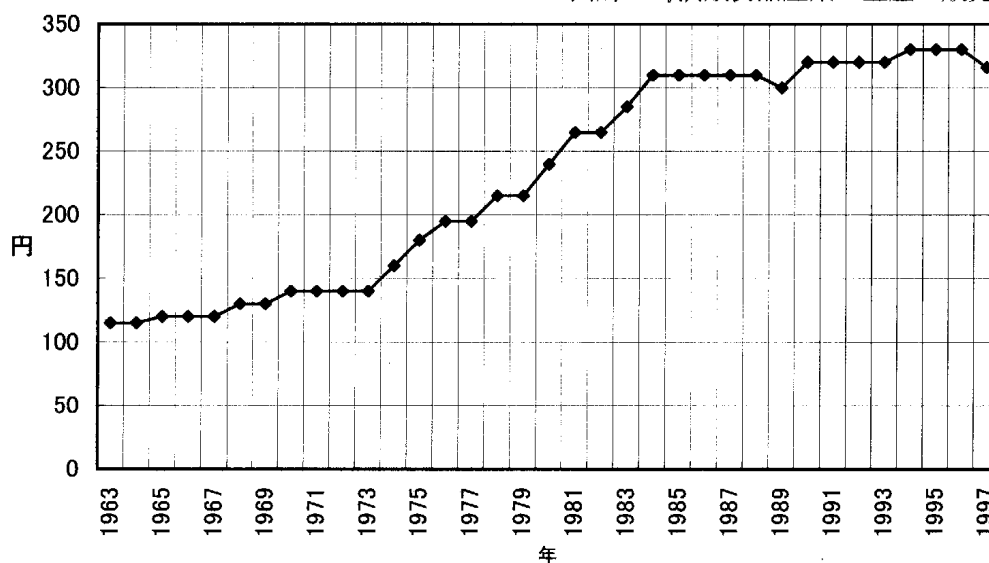
この点を考えると、1970年代成熟説は、説得的ではないように思われる。

1990年代成熟説を採るとすると、Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ期を通じて、ビール産業はひとまとまりの成長期間であったと見なされる。Ⅱ期の停滞は、酒税の高騰という政策変化によって一時的にもたらされたものであると解釈することになる。政府の政策変化という外生要因によるショックが、市場の停滞をもたらしたとの解釈は、説得的であるように思われる。そして、酒税の高低を問わず、安定して推移しているⅠ期とⅢ期は、同じ成長期であると見なす。また、Ⅳ期の市場規模の縮小は、酒税とは無関係の、ライフサイクルの衰退期であると見なす。酒税の動向を見る限り、確かにこの1990年代成熟説は、有力な見方であると判断できるように思われる³⁾。しかし、低い酒税の課されているフェーズ(Ⅰ期)と、高い酒税の課されているフェーズ(Ⅲ期)を同じ段階と捉える(1990年代成熟説)よりも、別々のライフサイクルに属していると捉える(二段階発展説)方が、よりマシな見方であるように思われる。

4. 小売価格の動向

図表7 ビール633ml小売価格

出所：『酒類食品産業の生産・販売シェア』



注) 1997(平成9)年4月 消費税を外税化

3) 酒税は、高低に関係なく、安定的に推移しているならば、市場は自然なライフサイクルに従って発展していく。政策の変更によって、酒税に変化が生じれば、それが外的ショックとなって、ライフサイクルに影響を与える。この説明は、一定の整合性があるように思われる。

ビールへの課税が上昇している時期、ビール本体の小売価格(名目値)も上昇していた。図表7は、ビール633mlの小売価格(名目値)の推移を表したグラフである。これを見ると分かるように、いわゆる大瓶の価格は、1973年当たりまでは、100円前半で安定的に推移していた。それが、1974年頃から上昇基調に転じた。この傾向は、1984年まで続き、その後は再び、300円前半で安定的に推移するに至っている。つまり、ビール633ml小売価格の動向は、大きく3つの期間に分けることができる。この動きは、ビールへの課税の推移とほぼ、機を一にしている。

図表8 小売価格の動向

出所：筆者作成

	ビール633ml小売価格	フェーズ
1963～1973	低位安定期(100円前半)	I期
1974～1984	上昇期	II期
1985～	高位安定期(300円前半)	III期, IV期

しかし、全てが課税によって、説明できるわけではない。図表9は、ビールの価格変動(名目値)の要因をまとめた表である。これを見ると分かるように、増税値上げだけではなく、値上げによっても価格は上昇している。仮に1974年(昭和49年1月)の633ml小売価格160円を基準に考えると、1984年の310円までに150円の価格の上昇が見られた。そのうち、いわゆる「値上げ」(増税でない価格上昇、メーカー値上げ)による価格の上昇は $20+25+20=65$ 円、増税値上げによる価格の上昇は $15+20+25+25=85$ 円である。つまり、ビール小売価格が上昇していた期間の上昇分の約40%は、増税値上げではなく、メーカー値上げによって説明されることになる。課税体系の変化以外の「何らかの変化」が、1970年代半ばから1980年代半ばという期間に生じていた可能性を、この値上げは示唆していると思われる。

図表9 ビールの価格変動

出所：『酒類食品産業の生産・販売シェア』

37年 4月	10円減税値下げ	633ml小売価格115円
40年 10月	5円値上げ	633ml小売価格120円
43年 5月	7円増税値上げ	633ml小売価格127円
43年 9月	3円値上げ	633ml小売価格130円
45年 10月	10円値上げ	633ml小売価格140円
48年 10月	20円値上げ(キリン以外3社)	633ml小売価格160円
49年 1月	20円値上げ(キリン)	633ml小売価格160円
50年 7月	20円値上げ	633ml小売価格180円
51年 1月	15円増税値上げ	633ml小売価格195円
53年 5月	20円増税値上げ	633ml小売価格215円
55年 4月	25円値上げ	633ml小売価格240円
56年 5月	25円増税値上げ	633ml小売価格265円
58年 10月	20円値上げ	633ml小売価格285円
59年 5月	25円増税値上げ	633ml小売価格310円
平成元年 4月	10円減税値下げ	633ml小売価格300円
2年 3月	20円値上げ	633ml小売価格320円
6年 5月	10円増税値上げ	633ml小売価格330円
9年 4月	消費税を外税化	633ml小売価格316円(外税)

確かに、1970年代半ば以前や1980年代半ば以降も、増税によらない値上げが実施されているけれども、その幅は、1970年代半ばから1980年代半ばまでの期間と比べると、かなり小幅である。つまり、増税部分を除いた価格の動向という観点から見ると、1970年代半ばまでの、低い価格で安定的に推移していた期間と、1970年代半ばから1980年代半ばまでの価格上昇期、そして、1980年代半ば以降の、高い価格で再び安定的に推移していた期間の、3つの期間にビール産業の歴史を区分することが可能であるように思われる。

小売価格の動向から見るならば、酒税の場合と同様に、二段階発展説が説得力を持つ見方であるように思われる。つまり、第一のライフサイクルは、低い小売価格の下で生み出されたものであり、第二のライフサイクルは、高い小売価格の下で生み出されたものであった。Ⅱ期は、第一のライフサイクルの成熟期であると同時に、第二のライフサイクルの導入期であり、いわば、

低価格(名目値)のライフサイクルから高価格(名目値)のライフサイクルへの移行期であると解釈できるフェーズであろう⁴⁾。この見方は明確であると思われる。

1970年代成熟説を採るとすると、Ⅲ期を一時的な成長であると見なすデータがなければならない。しかし、小売価格はⅢ期、Ⅳ期を通じて安定的に推移しており、Ⅲ期のみを一時的な特徴を持つフェーズであるとは言えないであろう。

1990年代成熟説を採用する場合、Ⅱ期を、一時的な停滞であると判断できるデータが示されなければならない。この時期が、石油危機後の期間を含むことを考慮すると、原材料価格の高騰という外生的なショックによって、名目小売価格が上昇し、停滞を引き起こしたという解釈が可能であろう。小売価格(名目値)が安定的に推移しているⅠ期とⅢ期は、成長期に相当する。Ⅳ期の市場規模の縮小は、小売価格とは無関係の、ライフサイクルの衰退期であると判断する。このように考えると、確かに、1990年代成熟説は、ひとつの有力な見方であるように思われる⁵⁾。しかし、名目小売価格が低いフェーズ(Ⅰ期)と高いフェーズ(Ⅲ期)を同じ段階と捉える(1990年代成熟説)よりも、異なったライフサイクルに属すると捉える(二段階成熟説)方が、よりマシな見方であるように思われる。

4) 低価格から高価格へと、市場の状況が移行したのはなぜか、という問いは、明らかにすべき重要な問いである。

5) 名目小売価格は、高低に関係なく、安定的に推移しているならば、市場は自然なライフサイクルに従って発展していく。何らかの要因によって、名目小売価格に変化が生じれば、それが外的ショックとなって、ライフサイクルに影響を与える。この説明は、一定の整合性があるように思われる。

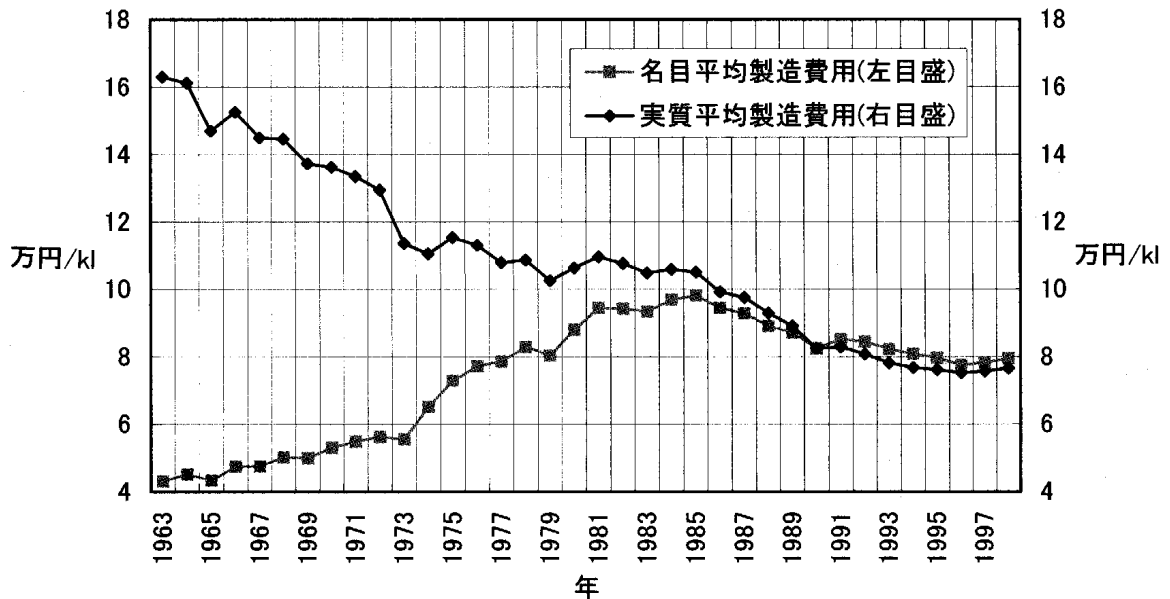
5. 平均製造費用の動向

図表10 ビール製造業の平均製造費用

出所：『工業統計表(産業編)』

国税庁ホームページ (<http://www.nta.go.jp/category/toukei/tokei/jikei/1594/01.htm>)

総務省統計局ホームページ (<http://www.stat.go.jp/data/chouki/03.htm>)



注)実質値は、平成2暦年基準の国内総支出デフレーターにより実質化した。

図表10は、ビール製造業の平均製造費用⁶⁾(実質値は、平成2暦年基準の国内総支出デフレーターにて実質化)の推移をグラフ化したものである。これを見ると、ここ40年足らずの期間のビール製造業は、大きく4つの時期に区分できるように思われる。1963年から1973年まで、1974年から1985年まで、1986年から1990年まで、そして1991年から1998年までの4つである。各々の期間の特徴は、図表11にまとめてある。

6) 平均製造費用は、(現金給与総額+原材料使用額等)(工業統計表データ)÷製成数量(国税庁データ)により算出している。ただし、工業統計表データは年ベース、国税庁データは年度ベースである。そのため、国税庁データは、次の式により年ベースに簡易調整して利用している。(当該年度年ベースの製成数量)=(前年度の製成数量÷4)+(当該年度製成数量÷4×3)。その結果、平均製造費用は、名目、実質共に年ベースのデータである。

図表11 平均製造費用の動向(名目, 実質)

出所: 筆者作成

	名目平均製造費用	実質平均製造費用	フェーズ
1963~1973	微増	減少	I期
1974~1985	増加	微減	II期
1986~1990	減少	減少	III期
1991~	ほぼ一定	ほぼ一定	IV期

平均製造費用の動向から行った区分は、市場規模の動向から行った先の区分(I期~IV期)と、ほぼ一致している。第3番目のフェーズの始まりが1985年か1986年かという点と、第4番目のフェーズの始まりが1991年か1992年かという点を除いて、全て一致している。

各フェーズにおける平均製造費用の動向から考えると、3つの全体像のうち、二段階発展説が最も整合的な見方であるようにおもわれる。この見方に従うならば、成長期に相当するI期とIII期には、実質平均製造費用が減少している。つまり、費用条件が成長期に改善している。また、成熟期に相当するII期とIV期には、実質平均製造費用が微減、あるいはほぼ一定である。成熟期の費用条件の改善の程度が、成長期に比べて乏しくなっている。この相関関係は、I期とIII期を成長期、II期とIV期を成熟期と見なす二段階発展説の判断に矛盾しないと思われる。

また、名目平均製造費用に関しても、第一のサイクルに相当するI期とII期を比べると、双方とも増加しているとはいえ、成長期に相当しているI期のほうが、成熟期に相当しているII期よりも、費用の増加ペースが遅い。第二のサイクルに相当するIII期とIV期に関しては、成長期に相当しているIII期のほうが、成熟期に相当しているIV期よりも、費用の改善の程度が優れている。これらは、二段階発展説の見方に矛盾しないと思われる⁷⁾。更に言えば、I期とII期に相当する期間は、名目平均製造費用が増加しており、III期とIV期に相当する期間は減少しているという点をも考慮すると、I期とII期をひ

7) 平均, 実質, いずれの場合も, 成長期の費用条件は良好であり, 成熟期のそれは良好ではない, と判断するのが説得的であるとの見解に立っている。

とまとまりの期間、Ⅲ期とⅣ期をひとまとまりの期間と見なす二段階発展説と、整合的なデータの動向を示していると思われる。

1970年代成熟説の見方をするならば、平均製造費用の動向は、幾つかの非整合的な部分を生み出してしまうと思われる。この見方によると、Ⅲ期は、あくまで一時的な市場の拡大が生じているに過ぎない。しかし、このフェーズは、実質で見た場合に、かなりの程度の費用改善が見られる時期である。産業の基礎的条件である費用条件が改善されている時期を、一時的な成長期であると判断するのは、いささか整合性に欠けるように思われる⁸⁾。また、名目で見た場合の動向も、1974年以降のひとつの成熟期に相当する期間の前半で平均製造費用が増加し、後半に減少するというようになってしまう。成熟期に平均製造費用が増減しても、それで全く整合性に欠けているというわけではない。しかし、増加している時期と減少している時期とを区別する見方が、よりマシな解釈であるように思われる。

1990年代成熟説の見方に関しては、1970年代成熟説とは、異なった状況である。この見方によると、Ⅱ期は、あくまで一時的なボトルネックのようなものが存在したがゆえに、市場の拡大が停滞した時期に過ぎない。しかし、このフェーズは、実質で見た場合、確かに平均製造費用の減少のペースが遅くなった時期である。Ⅰ期には、10年間で4万円/kl以上減少したのが、Ⅱ期では、同じ10年間程度の期間で半分の2万円/klも減少していない。しかし、実質ベースでの減少が見られるのは確かである。このように、産業の基礎的条件である費用条件の改善にある程度の変化が見られるならば、この時期を一時的な停滞と解釈することは難しいように思われる⁹⁾。また、名目値の動向に関しても、1970年代成熟説のところで議論したのと同様に、増加している時期と減少している時期とを区別する見方が、よりマシな解釈であるように思われる。

いずれの指摘も、1970年代成熟説ならびに1990年代成熟説を、先に議論し

8) 実質値が、ある程度の期間、一定の傾向を示しているのであれば、その時期を「一時的な」ものと見なす判断が、より説得的であるとは言えないように思われる。

9) 注釈8を参照。

た二段階発展説よりも積極的に支持する理由があるとは言えないように思われる。むしろ明確に、実質平均製造費用が減少している時期を成長期、微減やほぼ一定の時期を成熟期と見なし、また、名目平均製造費用が増加している時期と減少している時期を、別の時代と見なす見方のほうが、より説得的であると思われる。

6. 小括

ビール産業の価格や費用の動向を総合的に見る限り、3つの全体像のうち、二段階発展説が有力な見方であるように思われる。この見方からすると、第一のライフサイクルは、相対的に低い酒税と名目小売価格の時代であり、第二のライフサイクルは、相対的に高い酒税と名目小売価格の時代であった。また、各々のライフサイクルの成長期においては、実質平均製造費用の動向が良好であり、成熟期においては良好ではなかった。また、名目で見た場合には、第一のライフサイクルでは平均製造費用は上昇しており、第二のライフサイクルに入ると、下降へと転じた。実質で見た場合は、第一、第二を通じて、長期的に平均製造費用は低下傾向にあった。

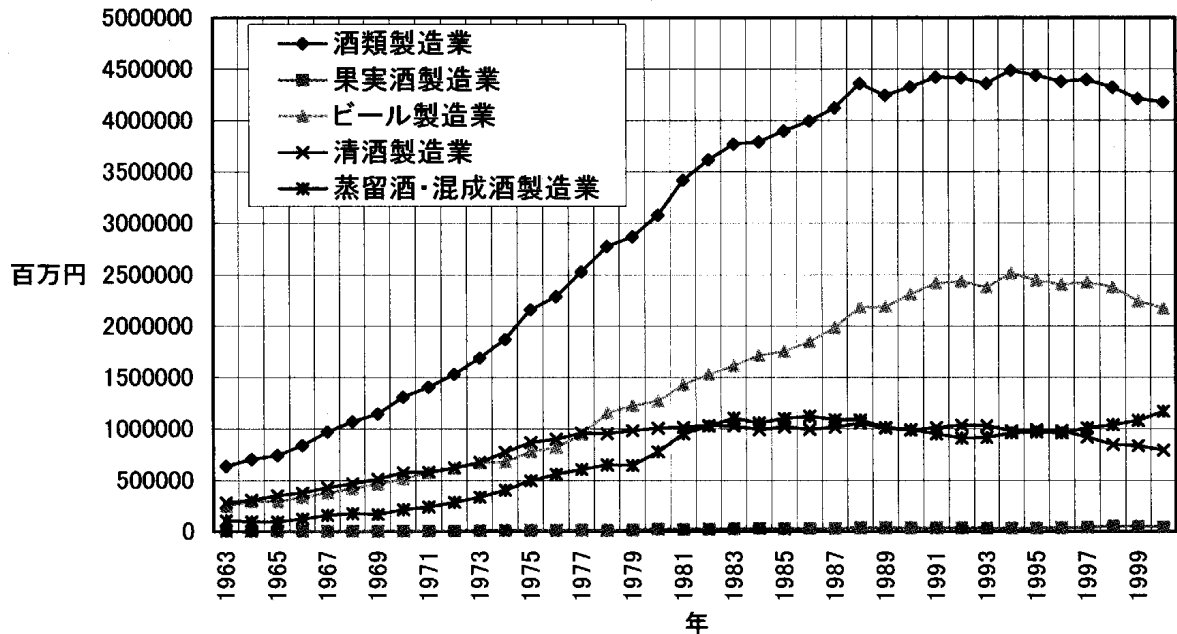
以下の節では、二段階発展説をサポートされると思われるデータについての、追加的な説明を行う。

7. 代替品産業の動向

ビールは酒類の一種であるので、代替品としてまず想定されるのは、他の酒類であろう。図表12は、日本の酒類製造業の製造品等出荷額等(名目値)の推移をグラフにしたものである。

図表12 日本の酒類製造業の製造品出荷額等

出所：『工業統計表(産業編)』



注) 1980年以前は、従業員10名以上の事業所に関する統計、1981年以降は、従業員4名以上の事業所に関する統計である。

まず初めに、酒類製造業全体の動向を見てみると、1980年代後半辺りまでは、成長のペースに違いがあるとはいえ、基本的には右肩上がりで成長を続けている様子が見て取れる。その後、1990年代に入ると停滞し、1990年代後半から減少している。ちょうど、1990年代成熟説を、酒類製造業に当てはめたような動向を示している。

しかし、代替品産業の動向を、少し細かく分析すると、異なった像が見えてくる。1960年代を通じて、清酒製造業は、酒類製造業の中で、最も大きい市場規模を誇っていた。また、1970年代半ば辺りまで、酒類製造業全体やビール製造業と同じ程度の市場成長率を示していた。一方、蒸留酒・混成酒製造業は、1970年代から1980年代半ば辺りまで、酒類製造業全体よりも高い市場成長率を示していた。つまり、1980年前後辺りまでの期間は、ビール製造業だけではなく、他の酒類である清酒製造業や蒸留酒・混成酒製造業も、成長期に相当していたと思われる。言い換えるならば、拡大する酒類市場全体を、これらの各製造業が産業間競争を通じて獲得し、各々の製造業が成長し

ていた。

ところが、1980年以降、ビール製造業は引き続き、市場規模の成長が続いたけれども、清酒製造業と蒸留酒・混成酒製造業は約1兆円辺りでの停滞が続いた。酒類市場全体の成長が続いていた点を合わせて考えると、その拡大部分のほとんどを、産業間競争を通じてビール製造業が獲得したと見なすことができるであろう。清酒製造業と蒸留酒・混成酒製造業が、1980年代以降、長期の成熟状態が続いていたにも関わらず、なぜビール製造業だけが、その後も引き続き、成長を続けることが可能であったのか。見方を変えて、代替品産業の成長を脅威と見なすならば、1980年代以降の清酒製造業や蒸留酒・混成酒製造業は、ビール製造業に重大なマイナスの影響を与えない程度に、脅威としてのプレゼンスが小さくなったと考えることができるだろう。

いずれにしても、1980年代辺りを境にして、ビール製造業と清酒、蒸留酒・混成酒製造業との間には、市場を獲得する能力に相対的な格差が生じたと判断することができるように思われる。酒類製造業という大きな産業の中での、ビール製造業のポジションに変化が生じた。あるいは、代替品産業からの脅威が、相対的に高い時期から低い時期へと、移行したと考えられるかもしれない。このように考えるならば、1980年代あたりまでをひとかたまりの時期、それ以降をひとかたまりの時期とみなす、二段階発展説を採るのが、説得的であるように思われる。

図表13 代替品産業の動向

出所：筆者作成

	代替品産業の動向	(ビール産業の)フェーズ
1963年～1980年代半ば	成長	I期, II期
1980年代半ば～	成熟	III期, IV期

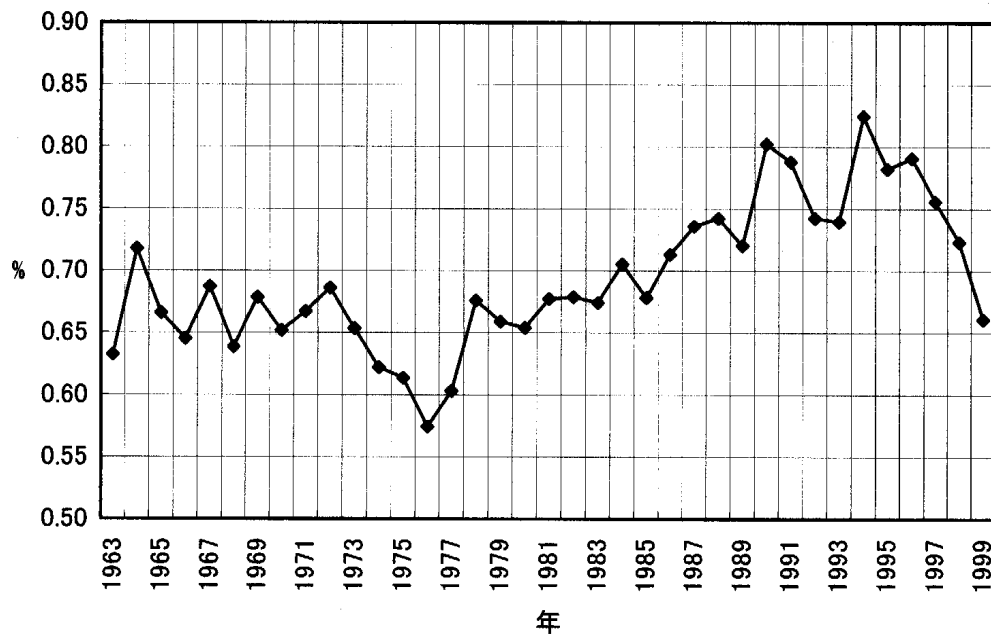
8. ビールへの支出比率

消費者(家計)が行う支出のうち、どの程度の割合がビールに向けられてい

るかは、ビール産業の需要環境を考える上で、無視できないデータであろう。図表14は、1世帯当り消費支出のうち、ビールへの支出の比率がどのくらいかをまとめたグラフである。

図表14 ビールへの支出比率

出所：『家計調査年報』



このデータの動向を見る限り、二段階発展説が、特別に説得的であるとは言えないように思われる。構造的に見れば、日本のビールへの支出比率は、0.65~0.7%で安定している。しかし、1970年代に生じた下降および1990年代に生じた上昇は、何らかの外生的ショックが原因で起きた一時的な現象であるとの解釈も、可能であるように思われる。1970年代の一時的な下降は、Ⅱ期を一時的な停滞と見なす1990年代成熟説に有利なデータであろう。また、1990年代の一時的な上昇は、Ⅲ期を一時的な拡大と見なす1970年代成熟説に有利なデータであろう。

その一方で、このデータが、二段階発展説に不利なデータであるとも言えない。第一のライフサイクルの成長期に相当するⅠ期では、ビールへの支出比率は0.65~0.7%と安定していたけれども、成熟期に相当しているⅡ期の前半は下降している。日本の家計がビールへの支出比率を低めたことと、市場

が成熟したこととは、整合的であろう。Ⅱ期は、第一のライフサイクルの成熟期であると同時に、第二のライフサイクルの導入期である。だから、Ⅱ期の後半は、ビールへの支出比率が回復した。新しいライフサイクルに入ったからだと解釈するのである。第二のライフサイクルの成長期に相当するⅢ期は、データは上昇しており、成熟期に相当するⅣ期は、数年のラグはあるものの、データは確かに下降している。二段階発展説を、他の2つよりも説得力のある見方にはしないけれども、不利にもしない。二段階発展説と、整合性のとれたデータであることは確かであろう。3つの全体像のうち、どれが最も説得的かは、他のデータの動向をも総合的な判断材料として、下されるべきであろう。

9. おわりにー2つの産業ライフサイクルー

ひとつのデータのみから、3つの全体像のうちのどれが最も説得的かの判断を下すことは、かなり困難である。また、時代区分に関しても、1年の狂いもなく、どのデータからも同じ区分ができていないわけではない。ラグが存在してしまうことも事実である。しかし、数多くのデータが「ほぼ同じ」時期に変化することは注目してよい¹⁰⁾。また、変化しない時期は、他のデータも変化をしておらず、あたかも相互に補完的であるかのように結び付いている。上で提出した複数のデータは、どれも産業を分析する際の基礎的なものであることなどを総合的に考慮するならば、ビール産業に見られる2つの市場規模の拡大期(Ⅰ期とⅢ期)は、異なる2つの状況の中で生じた現象であると捉えた方が説得的であるように思われる。データの動向が安定しており、かつ、相互に補完的である期間を、ひとまとまりの時代であると考え、戦後日本のビール産業の歴史を、2つの大きなまとまりとして捉える。説得的というのが強すぎる表現であるとするなら、他の2つの全体像に比べて「ましな解釈」であるように思われる。また、2つの市場拡大の時期に挟まれた停

10) 1970年代半ば、1980年代半ば、1990年代初頭といった時期である。

滞期も、一時的なものではなくて、「それ以前」の産業の状況を、以前とは異なった性質を持つ「それ以後」へと移行させる時期であったと捉えるのが説得的であるように思われる。つまり、幾つかの相互に補完的な特徴を持った第一のライフサイクルから、それとは違った補完的特徴を持った第二のライフサイクルへと段階を経て、ここ40年の日本のビール産業は発展してきたと考えることができるように思われる。そして、Ⅱ期に相当する1974年から1984年までの約10年間は、第一のライフサイクルから第二のライフサイクルへの移行期であったと思われる。

このような全体像をサポートする根拠は、他にもある。別稿¹¹⁾にて議論したように、企業戦略の観点からも、2つのライフサイクルによってビール産業の歴史を捉える全体像をサポートする現象が生じていたと判断できるように思われる。商品(あるいは技術)という点から見れば、第一のライフサイクルでは「ラガービール」と「瓶」容器が支配的商品であったのに対して、第二のライフサイクルでは「生ビール」が支配的商品になり、「缶」容器が台頭した。また、第一のライフサイクルでは、一企業一商品が原則であり、しかも商品ブランド名は企業名であったのに対して、第二のライフサイクルでは、ひとつの企業が複数の商品アイテムを供給しており、商品ブランド名も多様であった。企業という点から見れば、第一のライフサイクルはキリンビールが支配的企業であったのに対して、第二のライフサイクルではアサヒビールの台頭がめざましく、支配的企業の地位を獲得したと思われる。また、容器戦争や中身新商品の投入といった現象は、成熟期に生じた「過剰な製品差別化」という解釈も可能である一方、導入期に見られる新しい市場の探索という解釈も可能であろう。これは、このⅡ期が、第一のライフサイクルの成熟期であると同時に、第二のライフサイクルの導入期であるとの見方をサポートするだろう。

11) 拙稿「日本のビール産業における1981年から1986年の重要性〔Ⅰ〕—相互補完的観点としての企業間競争と商品間競争—」『山口経済学雑誌』2001年5月, pp.17-51, および、拙稿「日本のビール産業における1981年から1986年の重要性〔Ⅱ〕—相互補完的観点としての企業間競争と商品間競争—」『山口経済学雑誌』2001年7月, pp.1-26。

このように2つの産業ライフサイクルを経てビール産業が発展してきたと捉えると、幾つかの興味深い問いを立てることができる。例えば、キリンビールは第一のライフサイクルでは絶対的な競争優位性とでも言える地位を獲得・持続できたのに、第二のライフサイクルでは、それができなくなってしまったのはなぜか？また、アサヒビールは、第一のライフサイクルでは競争優位性を獲得できなかったのに、第二のライフサイクルに入ると、競争優位性を獲得できたのはなぜなのか？これらの問いは、各々が競争優位性を獲得していた、あるいは獲得できなかった時期の産業構造の特徴を、同時に表明できているという点で、優れている¹²⁾ように思われる。また、産業ライフサイクルと競争優位性を獲得・持続している企業との間に、相関関係が見られるという事実自体も、興味深いと思われる。

第一のライフサイクルでは、ラガービールが支配的であり、かつ商品アイテム数が少なかったけれども、第二のライフサイクルでは、生ビールが支配的であり、かつ商品アイテム数が膨大になったのはなぜか？という問いを提出することもできる。企業の競争優位性の場合と同様に、産業ライフサイクルと、商品の多様性の程度や支配的な商品との間に、相関関係が見られるという事実自体も、興味深いと思われる。第一のライフサイクルの中で、本格的に商品の多様性の程度が高まるのではなくて、新しいライフサイクル(第二のライフサイクル)に移行してから、商品の多様性の程度が高まっているのはなぜかという問いかけは、単純に、商品アイテム数が増加したのはなぜだろうかと問いかけるよりも、優れているように思われる。更に言えば、長期的な産業の発展を考えると、導入期→成長期→成熟期→衰退期というプロセスを経て発展していくだけではなくて、それらをひとつのサイクルとして、第一のライフサイクル→第二のライフサイクル→第三のライフサイクル→第四のライフサイクル…、という段階を経て発展していくという見方を提示することが可能になるかもしれない。第一のライフサイクルの成熟期において、

12) 単純に、なぜ近年のキリンビールは競争優位性を失ったのか、あるいは、なぜアサヒビールは競争優位性を獲得するに至ったのか、という問いかけに比べて、という意味である。

次のライフサイクルを生み出すような、いわゆる脱成熟をもたらすことができたのはなぜか?という問いを立てることも可能であろう。

このように、2つの産業ライフサイクルという観点から、産業の長期的発展を鳥瞰すると、幾つかの興味深い問いかけが可能である。これらの問いに対する検討を、今後の課題としたい。 (以上)

<参考文献>

『家計調査年報』総務省統計局。

『工業統計表(産業編)』経済産業省。

『国税庁統計年報書』国税庁。

『酒類食品産業の生産・販売シェア=需給の動向と価格変動=』日刊経済通信社。

柳田卓爾「日本のビール産業における1981年から1986年の重要性〔Ⅰ〕—相互補完的観点としての企業間競争と商品間競争—」『山口経済学雑誌』2001年5月, pp.17-51。

柳田卓爾「日本のビール産業における1981年から1986年の重要性〔Ⅱ〕—相互補完的観点としての企業間競争と商品間競争—」『山口経済学雑誌』2001年7月, pp.1-26。

ホームページ

国税庁 <http://www.nta.go.jp/category/toukei/tokei/jikei/1594/01.htm>

総務省統計局 <http://www.stat.go.jp/data/chouki/03.htm>