

温他知新

日本醸造学会 幹事

農学博士 井 上 喬

緒 言

まず最初に、伝統ある(株)秋田今野商店の社である「温故知新」をもじった表題で書かせていただくことにお詫びを申し上げた上で、日本の醸造業界はもっとアジアでのリーダーシップを発揮しなければならない、そのためには、「温故知新」とともに他分野へも関心を広げ、その高い技術力をより世界に向けて積極的に発信し、彼らの目を日本にむけさせてゆく必要がある、と言う小生の意見をこの機会に述べさせていただきたい。その意味で「温故知新」を、もじった「温他知新」と言う表題で書かせていただく次第である。賢明な諸氏のご批判とともに、ご意見を是非お寄せいただきたく願っている。

現在の、世界のビール業界の状態

小生は現役時代ずっとビール会社に勤務していた者であるため、まずはビール業界の現状から話を始めさせていただきたい。現在、世界のビール業界は以下に述べるごとく大変革の状態にあるのである。

即ち、かつてはベルギーの1ビール会社であったArtois社が、1995年ごろから急速にM&A活動を活発化し始めた。それが2008年にはそれまで永年不動で世界一を誇っていたアメリカのアンホイザーブッシュ社を買収し、他の国での買収も盛んに行い、今や世界のビール需要の約15%を生産する世界第1のビール会社に登りつめている(現在では会社名をAB-Inbevと変更している)。その動きに連動して、以前からM&Aに熱心であったハイネケン社(本社は



オランダ)、カールスベルグ社(本社はデンマーク)、SAB社(南アフリカビール会社、本社は英国)等が世界中で買収・提携を進め、今では韓国、ブラジル、カナダや英国には自国資本の大手ビール会社は存在せず、アメリカでも、第2位であったMiller社がSAB傘下に入り第3位であったStroh社は解散し、第4位のCoors社は買収合戦に参加し英国の老舗であったBass社を支配下にするなど、業界人以外でよく話題となる「中国のビール消費が米国のそれを超えた」だけではない大きな動きが、業界内では起こっているのである。

日本の大手ビール会社は、どちらかと言えば買い手の方に回っており、中でもキリンビール社がもっとも活発に買収に乗り出しており、ニュージーランド・オーストラリア、フィリピンのビール市場の半分以上を占めるまでになっている。他のビール会社は主として中国に焦点を合わせた海外戦略をとっているようである。しかし、前述の欧米の買収合戦とは比較にならない程度の活動である。幸い、買収される側に立っている会社は今のところ出てきていない。

世界規模で買収合戦を繰り返している欧米の大手ビール会社の焦点は当然中国にも向いている。その活動の初期には、欧米の諸会社は中国側との接点を求めており、中国側も欧米の先進技術・情報導入の道を探っていた。丁度そのころ、著者は、1986年から1997年まで米州ビール醸造技術者の会(Master Brewers Association of the Americas)の技術委員会委員として日本、アジアを担当していたので、イ