3 サイダー市場の成長

Point

1 3社合併により日本麦酒鑛泉㈱が発足したのち、「三ツ矢レモラ」「三ツ矢シトロン」などの新商品が相次いで発売され、商品の多様化が始まった。

2 ビール業界の再編とともに日本麦酒鑛泉は大日本麦酒㈱に統合され、「三ツ矢」ブランドはビール会社の事業となるが、サイダー市場は急成長を遂げる。

3 太平洋戦争の前後、清涼飲料は生産縮小から中止へと苦難の道をたどるが、その後の企業分割により、「三ツ矢」は朝日麦酒㈱のブランドとして再出発する。

日本麦酒鑛泉のもとで新商品を発売

1919(大正8)年、帝國鑛泉㈱は実質的な経営者であった中谷整治が亡くなり、1921年7月に山本爲三郎の日本製壜㈱および根津嘉一郎の加富登麦酒㈱と合併して、資本金900万円で日本麦酒鑛泉株式会社が誕生した。根津が帝國鑛泉に注目したのは、「三ツ矢」ブランドが築いてきた強大な販売網だった。

日本麦酒鑛泉の社長に就任した根津は、1914～1918年の第一次世界大戦後の反動不況で落ち込んだビール事業の立て直しを図り、さらに清涼飲料の工場を併設した東京工場(埼玉県北足立郡川口町、現・川口市)と西宮工場を建設した。[*1] 1924年に生産を開始した東京工場の清涼飲料の生産能力は年産30万函、1927(昭和2)年に稼働した西宮工場が40万函であった。このとき、平野工場の生産設備の大部分が西宮工場に移設され、西宮工場は清涼飲料の主力工場となった。西宮工場ではまた、ビール醸造中に発生する炭酸ガスを採集し、これを清涼飲料の生産に利用する新技術を導入した。

このような根津の積極経営のもと、新商品の開発も進められた。サイダー以外の商品としてはすでに、帝國鑛泉時代の1908年にオレンジのエッセンスを加えた「三ツ矢ヲレンジ」や1910年にドイツから輸入した20数種の果汁エキスを混合した「シナルコ」などを発売していたが、1923年6月にはレモンとオレンジの香料を加えた「三ツ矢レモラ」、1927年には「三ツ矢シトロン」を発売した。「三ツ矢」における商品多様化の始まりといえる。

この間、1925年7月には、「三ツ矢」のライバルである「金線サイダー」の金線飲料㈱を合併した。同社は1923年の関東大震災で東京および横浜の工場を失ったが、その後、鳥井駒吉の有馬鑛泉㈾の買収と新東京工場の建設により、あわせて日産3,000函の生産能力を維持していた。なお、この合併後も「金線サイダー」は1941年まで販売することになる。

一方、平野工場では販売量の増大とともに炭酸ガスが不足するようになり、1920年4月、炭酸ガスの採集・販売を行っていた多紀炭酸瓦斯㈱を買収し、兵庫県多紀郡後川村(現・丹波篠山市)にあった同社工場を多紀分工場とした。1923年にはさらに、分工場付近に新たな炭酸ガスの源泉も開発した。

「三ツ矢サイダー」「三ツ矢レモラ」のポスター(1925年)

「三ツ矢レモラ」のラベル

「金線サイダー」のラベル

＊1 ビール工場が竣工したのは東京工場が1925(大正14)年2月、西宮工場が1927(昭和2)年12月である。

ビール業界の再編とサイダー市場

第一次世界大戦後から1920年の戦後恐慌、1923年の関東大震災、1927年の金融恐慌などが続き、日本は深刻な不況に陥った。需要の低迷と過剰設備を抱えたビール業界は苛烈な販売競争に走り、これを打開するため“ビール王”と称された大日本麦酒㈱[*2]社長の馬越恭平[*3]らによって企業合同が模索された。馬越との積年の確執が取り沙汰されていた根津の日本麦酒鑛泉は独自路線を画策したが、最終的に1933(昭和8)年7月、大日本麦酒に併合された。

ビール事業では大日本麦酒に屈した形となったが、清涼飲料事業では「三ツ矢」が圧倒していた。大日本麦酒は1909(明治42)年6月に「シトロン」(のちの「リボンシトロン」)を発売していたが、販売は振るわなかった。同社が清涼飲料事業に進出することになったのは、1908年、馬越がヨーロッパを視察した際にデンマークのビール会社が清涼飲料を兼業しているのを目の当たりにし、事業に成算をもったからだった。馬越は当時、ビールの販売量が落ち込むなかで清涼飲料の成長ぶりに脅威を感じていた。1928年3月には当時の麒麟(きりん)麦酒㈱(のちのキリンビバレッジ㈱)から「キリンレモン」が発売されている。ちなみに、1919(大正8)年には明治屋がコカ・コーラの「コカコラタンサン」の輸入を開始した。

1927年にはサイダーの全国出荷高がラムネを逆転し、1942年には戦前のピークを迎えるようになる。実際、大日本麦酒の清涼飲料の生産量は日本麦酒鑛泉を合併してから急激に増加し、1938年には全国のサイダー出荷高の31%に達した。合併に伴い、清涼飲料の生産は西宮・平野・東京(川口)・吹田の4工場で行うようになった。

苦難の戦時期から朝日麦酒のブランドへ

1937(昭和12)年の日中戦争開戦から日本は戦時体制となり、清涼飲料業界は価格統制や原料調達の困難にあえぐことになった。太平洋戦争が長期化すると各社ともにしだいに生産縮小を余儀なくされ、結果的に1930年に約2,500カ所あった工場は戦争が終結した1945年には623カ所に減少した。大日本麦酒でも戦争末期には西宮工場と東京(川口)工場での生産を中止した[*4]。同年の全国の炭酸飲料生産量は1万7,443石[*5]となり、1942年のピーク時から一転して約40分の1に激減した。

戦後、しばらくは原料の入手難のため清涼飲料の生産を休止していたが、1946年7月には代用甘味料[*6]を使用して西宮・東京の両工場で生産を再開した。当初はサッカリンとズルチンを併用し、1950年7月から砂糖を併用するようになった。

1947年12月にはGHQ(連合国軍総司令部)の経済政策によりシェア75%を有していた大日本麦酒が分割され、1949年9月1日、朝日麦酒株式会社(現・アサヒグループホールディングス㈱)と日本麦酒株式会社(現・サッポロホールディングス㈱)が発足した。朝日麦酒は、西宮・平野・吹田・吾妻橋・博多の5工場と「アサヒビール」「三ツ矢サイダー」などの商標を継承した。

朝日麦酒の発足後、「三ツ矢サイダー」は西宮工場に加え、同工場に保管されていたラインを移設して1950年2月に博多工場、同年3月に吾妻橋工場、1951年6月に平野分工場で生産を開始し、清涼飲料の年間生産能力は100万函(4ダース入り)となった。このころになると、衛生意識の高まりとともに消費者が高品質の商品を求めるようになり、「三ツ矢サイダー」は全国で支持を集めた。

「三ツ矢シャンペンサイダー」(※)
(1933年)

※ マドリッド協定批准を受けて、「シャンペンサイダー」の名称の使用を中止し、1968年に「三ツ矢サイダー」に名称を変更しました。

大日本麦酒の「三ツ矢サイダー」のポスター(1935年)

＊2 1906(明治39)年3月に大阪麦酒㈱(現・アサヒグループホールディングス㈱)、日本麦酒㈱(現・サッポロホールディングス㈱)、札幌麦酒㈱(同)の3社が合併して成立した。初代社長に馬越恭平が就任。発足時のビールシェアは72%にのぼった。

＊3 1844～1933。先収会社(現・三井物産㈱)に入社したのち有限責任日本麦酒醸造(のち日本麦酒㈱)、大日本麦酒の社長を歴任。日本麦酒鑛泉との合併直前に他界したが、後半生の40年余をビール会社のトップとして業界の発展と近代化に貢献した。

＊4 西宮工場の一部は住友金属工業㈱プロペラ製作所(現・日本製鉄㈱)に供出され、平野工場も東洋ベアリング㈱に工場の一部を貸与した。

＊5 1石=180L

＊6 代用甘味料のサッカリンやズルチンは、1900(明治33)年の清涼飲料水営業規則で使用が禁止されていたが、1946(昭和21)年5月にサッカリン、7月にズルチンの使用が許可され、配給が始まった。

清涼飲料のトップブランドである「三ツ矢」は、関西を中心としたローカルブランドだった「アサヒビール」の知名度アップに大きく貢献し、特約店開拓などの面で「アサヒビール」の販路拡大と全国展開を前進させる原動力となった。

コラム

サイダーの小売価格の変遷

大日本麦酒時代のサイダーの小売価格をビールと比較すると、1937（昭和12）年まではビールはサイダーの1.6～2.2倍だった（下表）。ただし、瓶1本の容量はサイダーが340ml、ビールは633mlでビールが約1.9倍であったから、分量を勘案すれば両者の価格はほぼ同じといっていい。また、1926（大正15）年4月からは清涼飲料にも課税されるようになったが、ビールの小売価格にはもともと率にして11～18%の税金が含まれているので、実質的にはビールよりも清涼飲料のほうが高かったといえるだろう。ちなみに、1926年当時のサイダーの清涼飲料税[*7]は1本当たり1.9銭（180L当たり10円）で小売価格の約9%に相当し、ビールの税額は同じく1本当たり8.8銭（180L当たり25円）で率にすると約23%だった。

戦時期になるとビールへの課税が強化されたため、1941～1944年にビールの価格はサイダーより3倍も高くなった。戦後は逆に原材料の入手難などからサイダーが貴重品となり、瓶代込みの価格ではあるが1946年にはサイダーの1本当たりの小売価格はビール（瓶代抜き）を上回っている。その後、清涼飲料税は1950年1月に廃止され、物品税[*8]に一本化されたことで実質的に減税となった。このとき、「三ツ矢サイダー」は1本33円から28円に値下げを実施し、売り上げを伸ばした。なお、物品税による課税は1989（平成元）年4月の消費税（3%）導入まで存続した。

■サイダー・ビールの小売価格の変遷

年　月	サイダー	ビール	年　月	サイダー	ビール
1907	10銭	22銭（1908年）	46　9	7円15銭	6円
14	12銭	26銭（1917年4月）	46　11	7円30銭	7円（1947年2月）
24	23銭	36銭（1923年）	47　4	10円80銭	19円60銭
27	22銭	37銭（1928年）	47　5	13円	
31	17銭	33銭（1932年）	47　1	16円20銭	23円（1947年8月）
33	16銭	32銭	47　12	40円	40円
37	20銭	37銭	48　7	48円	70円
40	20銭	46銭（1940年4月）	48　9	49円	75円70銭
41	22銭	57銭	49	53円	75円（1949年5月）
43	30銭	90銭	50	48円	70円（1950年12月）
44	53銭	1円30銭（1944年4月）	51	50円	81円（1951年12月）
46　7	6円	3円（1946年3月）	52	37～42円	84円

注：サイダーは340ml入り小売価格（瓶代を含む）で、ビールは633ml入りの小売価格（1944～1952年は瓶代を含まず）。ビールの（　）は価格が変化した年を示し、表示がないものはサイダーに同じ。

吾妻橋工場のポスター（1950年）

「全糖三ツ矢シャンペンサイダー」（1952年）

朝日麦酒誕生のころの「三ツ矢サイダー」広告（1952年）　© 土方重巳

＊7 ビール会社が清涼飲料に参入しはじめた1900年代初めから高級品と見なされるようになり、業界の反対を押し切って創設された。清涼飲料は全重量の1万分の5を超える炭酸ガスを含有するものと酒精分1%以下の炭酸飲料が課税対象となった。

＊8 戦時立法によって創設された物品特別税が前身となり、1940（昭和15）年4月に施行された。宝石、電化製品、乗用車、洋酒などのぜいたく品が対象となった。