

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 6 日現在

機関番号：24402

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2010～2013

課題番号：22730294

研究課題名(和文) 衰退市場の再活性化に向けて

研究課題名(英文) For the Revitalization of the Decline Market

研究代表者

小沢 貴史 (Ozawa, Takashi)

大阪市立大学・大学院創造都市研究科・准教授

研究者番号：50367132

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,000,000円、(間接経費) 600,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、国産製品に関する市場の推移を、超長期に渡って追跡している。経済産業省による「工業統計表」所収の出荷データから、1970年～2009年に至るまでの市場の推移を追跡する事で、衰退市場の実態を探った。

衰退化と、その対照群を判定する為の尺度として、最大値更新率と出荷水準倍率の2つを用いた。これらの尺度の双方で低い市場は、衰退市場であると判定した。分析対象は、食品、飲料、衣服、木製品、家具、紙加工品、石油・石炭製品、プラスチック製品、ゴム製品、なめし革・毛皮、窯業・土石、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、電器機械器具、輸送用機械器具、精密機械器具、その他の製品の19業種に属する856市場に及ぶ。

研究成果の概要(英文)：In this study, we perform analysis about the occurrence actual situation of the decline market based on shipment data published by "industry census item". We aim at the burr for the markets of all domestic products in Japan, a product market belonging to food, drink, a cigarette, feed, furniture, accessories, wood, wooden goods, furniture, accessories, pulp, paper, a paper artefact, oil products, a coal product, plastic, a latex, tanned leather, a connection article, a fur, steel, nonferrous metal, electronics, a transport equipment appliance.

This study examines whether it is really measured that we must measure the decline of the market about becoming it closely and pushes it forward. And the decline builds a constant condition about becoming it by repeating a device to measure and tries that I observe a product market meeting them without exception. In this report, I observe 40 years before reaching it from 1970 through 2009 of the post-rapid economic growth period.

研究分野：経営戦略論、経営組織論

科研費の分科・細目：経営学・経営学

キーワード：衰退市場 対照群 再活性化 超長期 焼酎市場 清酒市場 最大値更新率 出荷水準倍率

### 1. 研究開始当初の背景

研究代表者は、これまで長期的な市場の進化過程の中でも、再活性化現象に注目した。そして日本の製品市場における再活性化の実態を探るとともに、再活性化メカニズムを解明する手がかりの導出を図った。この研究では、「工業統計表 品目編」に所収されている出荷データからみた製品市場の推移を追跡することにより、再活性化市場の判定を図った。その結果、1970年代・80年代・90年代を通して、3%強を満たない程度ではあるが、条件を満たす再活性化市場が存在することを確認した。あとの97%程度の製品市場に関しては、大半が停滞・衰退傾向にあるものや、逆にその大半が成長傾向にあるもの、及び成長はするが4年以上連続して成長することがないものなどが見られた。つまり再活性化を実現させることが、いかに困難であるかということを示した。

本研究では、これまでの研究成果を発展させるべく、再活性化市場にとっての対照群である衰退市場の実態を探る事を試みた。

### 2. 研究の目的

本研究の課題は、次の通りである。

- 日本の国産製品に関する市場において、その大半が需要の衰退傾向にある市場（衰退市場）は、どの程度存在するのか。
- 衰退市場の生起について、どのような特徴があるのか。

衰退市場を取り上げた先行研究は、国内外にいくつか存在する。しかし、その多くは、衰退化している市場の選定が限定的、ないしは恣意的である。これらの研究では、市場が衰退しているという状況を受けて、いかに企業は戦略を策定・実行すべきかということに焦点が当てられている。先行研究の母体をなす経営学では、成長傾向にある産業や市場の論理に関する研究の蓄積が厚い。しかし成熟・衰退傾向にある産業や市場、企業に関する研究は、その魅力に乏しいのか、敬遠される傾向にある。市場で取引を織り成している企業と顧客との相互作用、及び競争と協調による企業（売り手）間の相互作用の帰結により、市場の成長と衰退がどこで分かれているのかについては明確になっていない。

本研究は市場の衰退化について、測らなければならない事が本当に測られているのかという事を吟味して進めた。そして測る工夫を重ねる事で衰退化に関する一定の条件を構築し、それらを満たす製品市場を漏れなく観測する事を試みた。漏れなく観測する上で鍵を握るのは、視界の取り方である。そこで10年を超える超長期という時間の長さを取り入れている。本研究では、ポスト高度経済成長期の1970年～2009年に至るまでの40年間を観測した。

市場規模の推移については、時系列のグラフが用意される場合でも5年分が一般的であ

り、長くても10年分くらいしか表示されていない。実際に市場の推移を5年程度の視界で吟味すると、そこに描かれる上下動に意味を見出す事は難しい。その上下動は、市場における運・不運、或いはランダム分布の1つに過ぎない。そこで視界を10年程度にまで拡大すると、石油ショックやバブル経済の崩壊等、外的要因による影響を無視する事ができなくなる。そして視界を30年以上にまで拡大すると、外的要因による影響は背景に埋没してしまい、同程度の上下動がいくつも目につくようになる。また運・不運という要素も、相殺される可能性が高くなる。そして、当該市場で活動している在来企業群による戦略の効果が見えてくるようになる。40年に及ぶ時の流れの中で、在来企業群の活動の舞台であった国産製品の市場がどのような変遷を辿ったのか、それを相互に比較した。

### 3. 研究の方法

#### (1) データ

本研究では、日本の国産製品に関する市場の推移を、超長期に渡って追跡した。日本の製造業の実態をほぼ完全に捉えた「経済産業省経済産業政策局調査統計部 編、工業統計表 品目編」に所収されている出荷金額のデータ(2005年を100とするGDPデフレーターで調整済み)から、市場の推移を追跡することにより、衰退市場の生起実態に迫った。

分析対象は、食料品(73市場)、飲料・たばこ・飼料業(21市場)、衣服・その他の繊維製品(59市場)、木材・木製品業(31市場)、家具・装備品業(17市場)、パルプ・紙・紙加工品(37市場)、印刷・同関連品(8市場)、石油製品・石炭製品業(21市場)、プラスチック製品(33市場)、ゴム製品(33市場)、なめし皮・同関連品・毛皮業(25市場)、窯業・土石製品(82市場)、鉄鋼(57市場)、非鉄金属(39市場)、金属製品(78市場)、電気機械器具(99市場)、輸送用機械器具(46市場)、精密機械器具(38市場)、その他の製品(59市場)の計856市場が分析対象となる。

#### (2) ものさし

市場の衰退化の程度をどのように測定し、どのように評価すればよいか。超長期で市場の推移を眺めてみると、需要の衰退傾向を視認することはできる。しかし40年にも及ぶ全期間で衰退している訳ではなく、4年も満たない短期間の成長を遂げる時もある。どれくらいの期間が衰退傾向にあれば衰退市場と判定できるのか、判断に迷うところでもある。先行研究では、市場のライフサイクルを描いて、需要や販売の傾向を目視することで、成長や成熟、衰退の判定を行っていた。それは意外に難しく、目視に頼ることで判定が限定的、ないしは恣意的になると考えられる。

本研究では、市場の衰退化の程度を評価する「ものさし」の構築を試みた。そして次に示す、「最大値更新率」と「出荷水準倍率」

というものさしを構築した。

#### 最大値更新率

成長の持続力を測る尺度である。まず分析対象となる期間内において、これまでの最高記録を上回った年だけ市場の成長が実現したとみなす。そして、ある年の出荷金額が、それまでの最高値を上回った年の数を数え、その数の全期間に占める割合を算出した。

#### 出荷水準倍率

分析対象期間を「前半」と「後半」に分け、各期間の平均出荷金額の比率を尺度とする。つまり出荷金額の平均値が前半と後半を比較して、何倍に跳躍したかを示した。

### 4. 研究成果

#### (1) 最大値更新率

1970年を起点とした場合、856の市場では約7.6年に1度の割合で、出荷金額における最大値の更新が実現している勘定となった。その更新頻度は、意外に低い。

本研究では、最大値更新率の計算に関する起点を7通り(1970年、1975年、1980年、1985年、1990年、1995年、2000年)に設定した。この設定の意味は、石油ショックやバブル経済の崩壊などの外部ショックによる市場への影響を、極力排除することに求められる。外部ショックによる影響が排除できなかった場合、衰退市場の判定を誤る可能性がある。たとえば石油ショックによる影響で市場における需要の伸びが停滞・衰退した場合、それは必ずしも市場に参入して活動を展開している在来企業群による戦略の反映であるとは一概に言えない。在来企業群が石油ショックによる影響から長期にわたって立ち直れない場合、それは戦略不全による市場の衰退化を招きうると考えられる。そうでない限り、石油ショックによる影響に起因する数年間の需要の停滞・衰退は致し方ない。しかし石油ショックによる影響で需要の停滞・衰退が5年間も続くと、1970年を起点とした場合、最大値更新率は12.8%ものポイントが低下する。そこでこの問題を避けるために、石油ショック後に計算の起点を動かすことにより、市場の出荷推移を再評価することが有効となる。またバブル経済の崩壊による影響に関しては、逆に計算の起点をできるだけ前の年にずらすことで、最大値更新率の分母を大きくとることにより、その影響を希釈化することが可能となる。よって計算の起点となる年を前後に動かすことで、最大値更新率の信頼性は向上すると考えられる。

本研究では、7つの起点に基づく測定値の中から、小さい測定値を2つ棄却し、3番目に小さい測定値で判定を下すこととした。その判定する閾値は1/9、すなわち11.1%未満に設定した。小さい測定値を2つ棄却した上で、最大値を更新する頻度が9年に1度、すなわち最高値更新率が11.1%未満である

ならば、在来企業群の戦略不全による市場の衰退化と見なされても仕方がないと考えられる。在来企業群を問わず、一般的に企業の中期計画が3年を単位としていることを鑑みると、9年という期間は中期計画3回分に相当する。それだけの期間において、市場の出荷推移が最大値を更新しないならば、在来企業群の戦略不全による市場の衰退化と判定されても弁解の余地はないと考えられる。この条件により衰退市場と判定された市場は、475に上る。

次に、衰退市場の対照群について考えたい。衰退市場を判定する際と同じ方法を採用し、下から3番目の測定値を判定する閾値として1/3、すなわち33.3%以上に設定した。市場で活動を展開している在来企業群の業績を追跡すると、良いときもあれば悪いときもある。それを均した上で、3年に1度の割合で市場の出荷金額の最大値が更新されるためには、外的要因による影響もさることながら、在来企業群による戦略や行動にも相当の工夫が求められる。この条件を満たし、対照群として判定できる市場は、93市場に上る。

#### (2) 出荷水準倍率

出荷水準倍率にとって重要な点は、どこに中間点を設定するかに求められる。本研究では、収集されたデータの始点を取る市場の多い1970年、1985年と終点である2009年の中間にあたる1989年、1997年、及び1989年と1997年の中間にあたる1993年を、中間点として設定した。

出荷水準倍率をみた場合、856市場の平均像は、バブル経済の直中にある1989年を中間点においた場合、前半よりも後半の方が3.5%の増加傾向にある。ところがバブル経済崩壊後の1993年と1997年を中間点においた場合、いずれも1を下回っている。すなわち、中間点の後半が前半を下回るような減少傾向にある事が分かった。前半と後半の下げ幅は、1993年で5.3%、1997年で9.3%である。中間点が近年にシフトするにつれて、その下げ幅は大きい。衰退の程度に、ブレーキがかからないという様相を伺える。

中には、いずれの中間点とした場合にも、後半が前半の2倍を超えている市場がみられた。それは焼ちゅう、銅おう版・木版彫刻製版、プラスチック棒、工業用革製品、光学ガラス素地、光ファイバ、木材セメント製品、理化学用・工業用陶磁器、理化学用・工業用ファインセラミックス、特殊炭素製品、特殊鋼冷延広幅帯鋼、光ファイバコード、電力変換装置、産業用X線装置、ビデオカメラ・デジタルカメラ、電子顕微鏡、蓄電池、シリコンウエハ、移動局通信装置・携帯電話・PHS、無線応用装置、普通乗用車、軍艦の改造・修理、航空機用エンジンの修理・オーバーホール、医科用機械器具・同装置、医療用品、光学レンズ、人体安全保護具・救命器具市場である。その一方で、いずれの中間点とした場

合でも、後半のほうが前半の4分の1以下の規模に衰退している市場もみられる。それは、さば缶詰、成人男子・少年用ゴム引合羽・レインコート・ビニル合羽、成人女子・少女用制服、木製音響機器用キャビネット、練炭・豆炭、地下足袋、プラスチック製スリッパ、衣料用・雑貨用ゴム引布、牛皮革（クローム皮革を含む）、台所・食卓用ほうろろ鉄器、ほうろろ製衛生用品、普通鋼粗鋼、シリコマンガ、鉄丸くぎ、扇風機、ラジオ受信機、鋼製漁船の新造（20総t以上の動力船）、日本人形・西洋人形・縫いぐるみ人形、万年筆、マッチ市場である。

本研究では、3つの中間点の全てにおいて、出荷水準倍率が1よりも小さい市場を、衰退市場と判定した。閾値が1であるということは、中間点後にあたる後半の通算出荷金額において、期間の長さの相違に関する調整を施した上でも、前半の通算出荷金額を下回るということを示す。それは市場規模の拡大ではなく、縮小傾向にあることの証左であり、衰退市場と判定する上での根拠となりえる。この判定基準を満たす市場は、486に上る。

衰退市場の対照群を抽出するにあたって、閾値を1989年の場合；2.661、1993年；2.578、1997年；2.488に設定した。これらの閾値は、1970年から2009年にかけて、毎年5%の率で成長を遂げた場合の出荷水準倍率に相当する。この判定基準をすべて満たすものは、7市場であった。

### (3) 判定結果

本研究では、最大値更新率と出荷水準倍率における衰退市場判定の条件を、どちらか一方ではなく、両方を同時に満たす市場を衰退市場と最終的に判定した。本研究による分析を通して、最終的に衰退市場と判定された市場は433に上る。一方、最大値更新率と出荷水準倍率における判定の条件を、両方を同時にではなく、どちらか片方でも満たすことができれば、その市場を衰退市場の対照群と最終的に判定する。その数は、94市場に上る。中でも焼ちゅう、光ファイバ、理化学用・工業用陶磁器、携帯電話・PHS、無線応用装置、人体安全保護具・救命器具市場は、最大値更新率と出荷水準倍率の双方で、対照群の判定条件を満たしている。

### (4) 今後の課題

今後は、繊維工業や化学工業、一般機械器具業界に属する製品市場も分析を行うことで、分析対象を、時系列でみて継続的に収集可能な全製品市場にまで拡張させていきたい。そして判定された衰退市場のいくつか（衰退化の程度が著しいもの、需要の停滞・衰退傾向が長期化しているものなど）を事例として取り上げ、当該市場に関する公開データの分析により、衰退化の要因を特定し、衰退化メカニズム解明の仮説を導出する。また業界や当該市場のキーマンをはじめ、衰退化

する当該市場で活動を展開している企業群へのインタビューを行ったり、内部資料を収集したりすることで、市場の衰退化メカニズムに関する密な記述を図る。そして衰退市場は、なぜ長期的に停滞・衰退し続けているのかについて考察したい。

また研究代表者がこれまでに取り組んできた、再活性化メカニズム解明の手がかりと、衰退市場に関する研究の成果を踏まえて、再活性化を遂げることのできた市場とできなかった市場とを分けるポイントはどこにあったのかについて考察したい。市場の衰退化に結び付くような「避けるべきこと」を明確にすることで、再成長の論理をよりよく理解できると考えられる。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 1 件)

小沢 貴史、市場は再び活性化する、日本政策金融公庫 調査月報、査読なし、2010年6月号(第21号)、2010、34-39

〔学会発表〕(計 4 件)

小沢 貴史、超長期にみた国産製品の市場推移、日本経営学会 第87回大会、2013年9月6日、関西学院大学

小沢 貴史、市場の再活性化と衰退化、六甲ビジネスシステム・コンファレンス 2011、2011年9月3日、甲南大学

小沢 貴史、再活性化市場における企業家群の行動、企業家研究フォーラム 2011年度 年次大会、2011年7月17日、大阪大学 中之島センター

小沢 貴史、超長期にみた国産製品の市場推移 企業(家)群による市場行動の成果を検証、企業家研究フォーラム 2010年度 春季研究会、2011年3月12日、大阪産業創造館

〔図書〕(計 2 件)

日本経営学会 編集、大月 博司、松尾 知也、日野 健太、前川 佳一、西村 友幸、小沢 貴史、中瀬 哲史 ほか、執筆多数、千倉書房、経営学論集【第83集】新しい資本主義と企業経営、2014(発行決定)、頁未定

寺本 義也、大森 信、西村 友幸、今井 希、小沢 貴史、矢寺 顕行、高井 透、岩崎 尚人、学文社、新 経営戦略論、2012、129-164

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

取得状況(計 0 件)

〔その他〕  
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

小沢 貴史 (OZAWA, Takashi)  
大阪市立大学・大学院創造都市研究科・准  
教授  
研究者番号：50367132

(2) 研究分担者：なし

(3) 連携研究者：なし