

***親子で納得 ニュースな経済学



経済ジャーナリスト・内田裕子

大手メーカーが統合して世界に對抗

キリンとサントリーが「経営統合」するというニュースが飛びこんできました。2つの会社が1つの会社になることを検討しているのです。キリンとサントリーは、いずれもお酒・清涼飲料の大手メーカーです。これまで食品業界では大手企業同士の統合があまりなかったため、今回のニュースは各メディアがいっせいにとり上げました。

「経営統合」といえば、業界の4位、5位など下位の会社同士が、生き残りのために行うことが多かったのですが、今回はちがっています。キリンもサントリーも業績好調で、キリンは業界トップ、サントリーは2位という「勝ち組」企業です。単独でも生きていける会社同士がいっしょになると発表したの、みんなおどろいたわけです。

それにしても、どうして勝ち組の2社が経営統合をしなければならないのでしょうか。2つの会社は、仕事が終わった大人たち向けにビールやウィスキー、子どもたちにはジュースやスポーツドリンクなどをたくさんつくってきました。しかし、これからはそうはいきません。多くの人が健康志向になってお酒を飲む量が少なくなりました。景気が悪いので宴会や接待などのお酒の席も減りました。また、少子化で子どもの数も減少しているので清涼飲料の売り上げも先細りです。どちらにしても人口が減っていく日本では、企業が売り上げを増やしていくことが望めなくなったのです。

そこで両社が注目しているのがアジアの市場です。アジア諸国は平均年齢も若く、人口も増加していますから、お酒や清涼飲料はますます売れるでしょう。でも、アジアの市場に魅力を感じているのは日本企業だけではなく、外国企業も進出して、激しい競争が待ち受けています。

外国の飲料メーカーは統合が早くから進んでい

■世界の食品メーカー売上高(2008年度)

ネスレ (スイス)	93800
ユニリーバ (イギリス・オランダ)	52400
ペプシコ (アメリカ)	40100
クラフト・フーズ (アメリカ)	39100
キリン+サントリー (日本)	38164
コカ・コーラ (アメリカ)	29600
キリンホールディングス (日本)	23035
サントリーホールディングス (日本)	15129
アサヒビール (日本)	14627
味の素 (日本)	11903

て、会社の規模や利益をあげる力は日本のメーカーとは比べものになりません。キリンとサントリーが組んでもまだ世界のトップクラスには追いつかないのです。大企業が相手では、日本企業1社では戦えません。そこで経営統合なのです。

アジア市場制覇という共通の目標が、ライバル同士の統合を実現へ向かわせているのです。

プロフィール 玉川大学芸術学部演劇専攻卒業後、大和証券に入社。2000年に財部誠一事務所に移籍。製造現場の取材や経営者のインタビューなどの仕事をこなす。テレビ出演、執筆、講演活動を通じて経済の情報を伝えている。ウェブサイトは、<http://www.takarabe-hri.co.jp/uchida/>

※単位は億円。外国企業は10億円単位で四捨五入