

研究課題	クラフトビール産業の生成と醸造家のライフコース
研究代表者	澤口 恵一 (心理社会学部 人間科学科 教授)

1. 研究目的

申請代表者の研究の関心は、専門的技術をもつ人間の職業キャリアが、どのように生まれ制度化されていくのかを明らかにすることである。その理論的な意義は、社会変動とコンテクストのなかでの、多様なキャリア発達を重視する一連のライフコース研究の伝統的な関心を、組織研究における組織フィールドの理論と方法に結びつけることにある。

日本のクラフトビール市場の誕生は1994年4月の酒税法改正に始まる。酒造免許取得のための要件の一つであったビールの製造容量が2000キロリットルから60キロリットルにまで引き下げられ、それ以前は大手酒造メーカーでも参入が困難であった市場に、小規模事業者の新規参入が認められたのである。この規制緩和は細川内閣が地方税財源の充実と新規事業・新規雇用の創出を目的として緊急経済対策のひとつであった。その結果、多くのメーカーがこの市場に参入し、当時「地ビールブーム」と呼ばれた状況が生み出されたもののブームは数年で過ぎ去ってしまった。

この状況に大きな変化が現れたのは2010年以降である。事業者の新規参入が増えはじめ生産量は連続して増加に転じた。その直接的な要因は、①高い製造技術をもつ一部の事業者の製品が品質の面で評価を受けたこと、②ビールの醸造技術者の育成が進んだこと、③消費者の嗜好性が多様化し進化していったことである。

本研究ではこうした変化を生んだ構造として、この組織フィールド特有の制度的要因に着目し、明らかにしていくことにしたい。以下は、現時点での仮説的に要因として考えられるものである。

- (1) ソーシャル・ネットワークの特徴的性質とソーシャル・キャピタルの醸成
- (2) グローバリゼーションと嗜好性の変容
- (3) 地域の時代とロカール・アイデンティティ 地ビールから街ビールへ
- (4) 組織フィールドにおけるキャリアの制度化とスキルの蓄積

なお本研究は2021年度（初年度）の研究予算申請時において4ヶ年での完成を計画していた。2021年度年度は2022年度から科学研究費助成金（基盤研究C）の申請をするための準備期間という位置づけである。

2. 研究方法

以上の点をこの研究では質的調査法（関係者へのインタビューや文献の内容分析）、量的調査（事業者への郵送調査）を通じて明らかにする。今年度の課題は(1)(4)について質的調査法（関係者へのインタビューや文献の内容分析）から明らかにし、上の(2)および(3)の点については今後

の研究の手がかりを得ることを計画した。

具体的には以下の取り組みを行う計画であった。第一に、クラフトビール業界についてインタビューに必要な基本的な動向を収集することである。これについては、全国における醸造所の創設数の推移、94年前後からの地ビールないしはクラフトビールに関する雑誌記事の収集、ビアフェスなどのイベントや業界団体の活動の把握、インターネットにおける記事の収集を中心に行った。雑誌記事の収集については、新型コロナウイルスによる影響により、東京都立図書館の利用が一部制限されていたため、国会図書館の遠隔複写サービスを活用した。インタビューに必要な基礎的知識を得るための醸造工程やテイस्टィングの評価に関する専門書を購入した。

第二に、国内・国外の研究文献の収集を行った。近年、国外においてクラフトビール業界を対象とした優れた社会科学による研究が出版されている。執行年度中に出版された書籍も含め主要な文献を収集、講読することができた。

第三に、醸造家に対するインタビューを実施するにあたり、業界全体の動向や業界の基本的課題について、業界の協会・団体のキーパーソン、関東を中心とする比較的規模の大きい事業者の代表、地方の小規模事業者の情勢に詳しい飲食店経営者や従業員に対するインタビューを実施する計画であった。これらのインタビューについては、新型コロナウイルスの影響により県外への移動が制限された期間が長く、制限のなかった期間においては対象者ないしは申請者にとって調査に適さない時期であったため実施することができなかった。

第四に、ビアフェスや専門家や団体の開催するセミナーに参加し、製品ラインナップの動向、醸造技術に関する動向、業界の課題や参加者たちのネットワークについてインタビューや観察を実施する計画であったが、新型コロナウイルスの影響により各種イベントは全国的に中止となったため、オンラインで開催されたセミナーに参加をした。埼玉県小川町、川越市でのフィールドワークを行い、初期に参入したメーカーと地域との関連を把握した。またクラフトビール醸造所が集積している地域として静岡県沼津市、神奈川県横浜市みなとみらい地区でのフィールドワークを行った。

以上のように、当初の計画を大幅に変更せざるを得なかったが、次年度以降、事業者・醸造家のキャリアとスキルの獲得の経路について、事実の把握を目的とした詳細なインタビューを実施する準備を進めた。

3. 研究成果と公表

歴史と趨勢

「地ビール」解禁前後（1993年～1995年）に数多くの雑誌記事が書かれていた。細川政権の目指した路線の規制緩和の「目玉」として社会的に注目され、「地域おこし」の手段と期待を集めた。しかし、当初から採算性については疑問視されていた。開業のための設備投資が過大であること、製造原価の高さ、販売ルートの確保が困難であること、諸外国に比べて高い酒税などから安定経営が困難であるという指摘が行われていた。重要なことは、大手ビールメーカーの標準化された

味わいに対抗する存在としての小規模醸造所（マイクロブルワリー）の価値についての期待や評価が乏しく、規制緩和にともなう制度設計も十分に行われていなかったことである。メーカー側のコストダウンや販路拡大の取り組みも開業後に苦境にたつてから取り組みが始まった。結果として「地ビール」は冬の時代を迎え撤退をする事業者も相次いだ。ふたたび小規模醸造所が注目されるのは、2000年代に入ってからであった。厳しい時代を生き残ったメーカーが世界市場の動向を適確に把握し、市場で高い評価を得るようになった。その大きな要因は醸造技術の向上である。米国・英国のように高品質かつ個性的なビールが製造されるようになり、高い醸造技術をもつ醸造所で学んだ若手醸造者による開業や雇用が進んだ。新型コロナウイルスのパンデミックにみまわれながらも、クラフトビールの醸造所の新規参入はさらなる活況を示している。大量生産大量消費というモダニティの性質を体現するものであった大手ビール企業とは異なる価値観を体現できるようになったことが、小規模事業者が繁茂することになった大きな要因である。規制緩和から30年近くがたち、国内の小規模事業者の存在意義や醸造に関わる人々の集合的アイデンティティがかつてより明確になったと考えられる。

事業者の類型

94年当初には清酒製造を営んでいた事業者が資本と技術力を活かし、年間を通じて安定した雇用と収益を得るためにビール事業に参入する事例が多かった。また、地域おこしを目的とした第3セクター方式で参入する事業者があった。その他には、観光・農業を主たる事業とする企業、飲食業が参入する事例、数は少ないもののまったくの異業種から参入する事例もある。新たな傾向は外国人が参画する事業体である。これらの出身母体の違いが、事業所の規模や経営方針、人材育成や商品のラインナップなどにもたらす影響は大きい。したがって、インタビューはこれらの事業所の類型をふまえたうえで計画する必要がある。

地理的クラスターと同業者のネットワーク

クラフトビール産業の特徴は、北海道・横浜・静岡のように特定の地域に新規参入をする事業者が集中して現れ、ビール醸造所の集積地（クラスター）ともいべき地域が現れることである。醸造技術の学びをはじめとする事業者および個人のネットワークが重要な役割を果たしている。ビアフェスを通じた交流の場が定期的にもたれることもこのネットワークの機能を強化している。こうした事業所間のネットワークは酵母の開発や原材料・資材の共同購入や、広報の一元化などの実利的な利点ももたらしている。またこうしたネットワークにおいて地域おこしに関わる地域の事業者が重要な役割を果たしている事例もあった。

学術研究の動向と本研究の位置づけ

国内のクラフトビール業界に関する社会科学分野での研究は乏しく、わずかながら経営学の立場から書かれた論文がある。イギリス、アメリカでは近年、クラフトビール業界に関する経営学、消費文化論、社会学からの研究成果が相次いで出版されている。いずれもクラフトビール産業の

創出と成長に、愛好家によるコミュニティと専門家との交流が重要な役割をもっていることに着目したものである。本研究はこれらの海外の研究と同じ文化的要因を重視していることになるが、日本のクラフトビール産業に特異な要因にも注目している。

今後の課題と展望、研究成果の公表

新型コロナウイルスの影響により研究計画の執行を予定どおり進めることができなかった。インタビューは2022年度に実施をする予定である。これまでの成果をふまえて2022年度から4年間の研究計画を新たに立て、科学研究費助成金・基盤研究Cに「クラフトビール産業の創出と醸造家の技能形成・アイデンティティ・ライフコース」と題した研究計画の申請を行った。結果は不採択であった。2023年度にも科学研究費助成金をはじめとする資金獲得を目指して申請を行っていく予定である。2022年11月に開催される日本社会学会大会のテーマセッションにおいて、本研究の成果の一部を含む研究成果の報告を申請する予定である。

参考文献

- Clarke, D., V. Ellis, H. Patrick-Thomson, and D. Weir. 2021. *Researching Craft Beer: Understanding Production, Community and Culture in an Evolving Sector*. Emerald Publishing Limited.
- Reinhard, CarrieLynn D., Julia E. Largent, and Bertha Chin. 2022. *Eating Fandom Intersections Between Fans and Food Cultures*. Routledge.
- Tyma, A. W., T. R. Bell, M. Calka, E. S. Daniel, Jr., J. C. Dunn, R. A. Dunn, and C. Reed. 2017. *Beer Culture in Theory and Practice: Understanding Craft Beer Culture in the United States*. Lexington Books.