

ビール業界の新ジャンル移行期における 経営施策の業績影響メカニズムのシミュレーションモデリング

Simulation Modeling the Mechanism of Management Policies to Business Performance
For Period Emerging New Product Category in Beer Brewery Industry

日出間健 (東京都市大学 大学院) 岡田公治 (東京都市大学)

1. 背景および目的

ビール業界では '88年までキリンの独占が続いたが、アサヒはアサヒスーパードライを投入し新ジャンルに移行することでシェア10%以下からキリンに並ぶシェアを獲得した。一方、キリンの一番搾りによる新ジャンル移行はこれには及ばなかった。そこで新ジャンル移行期の経営施策が業績に与える影響をシステムダイナミクスモデリングすることで、ビール業界に働いている動的メカニズムを明らかにする。

2. 仮説とモデルの構築

1 追随による他社新ジャンル製品への影響

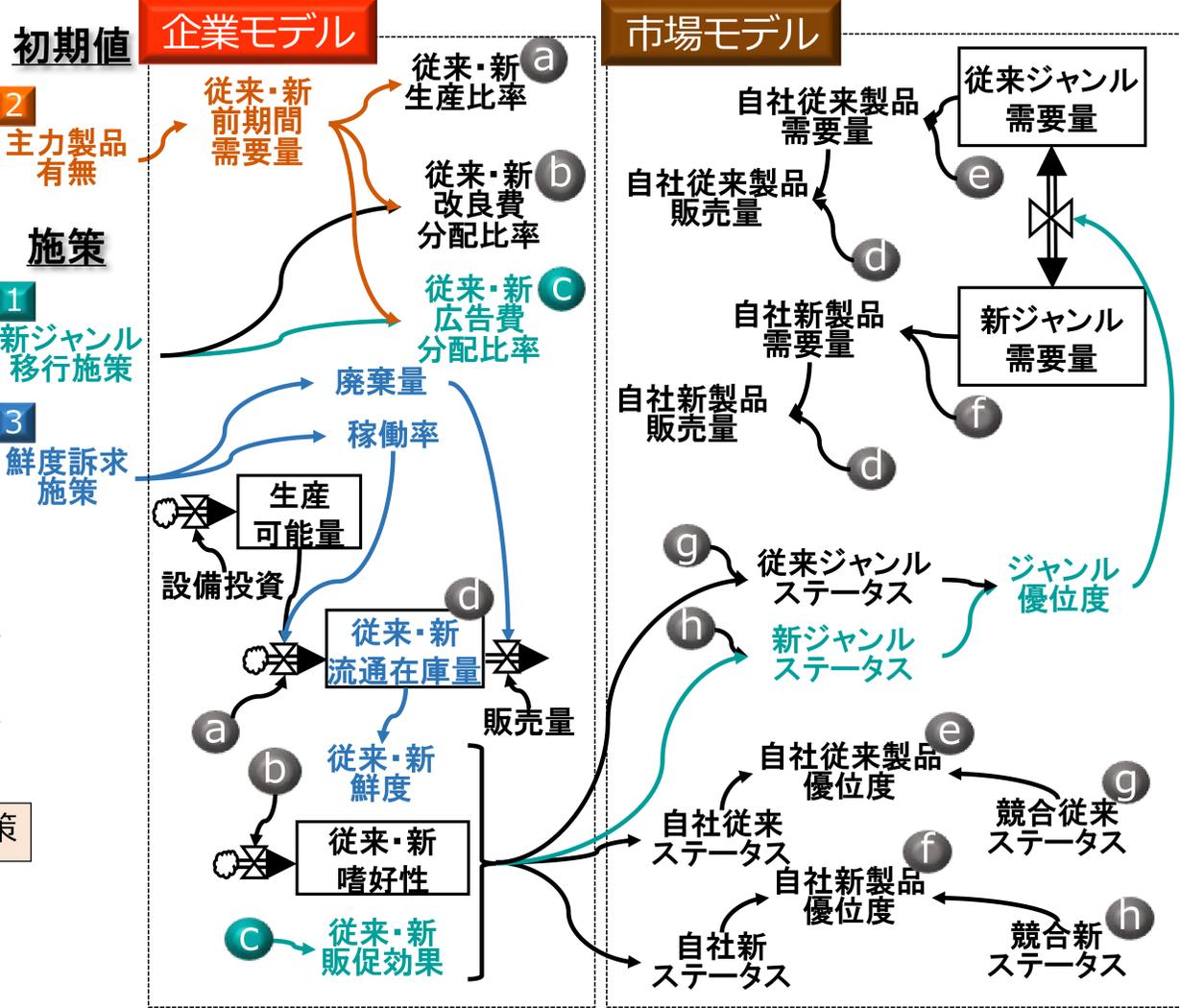
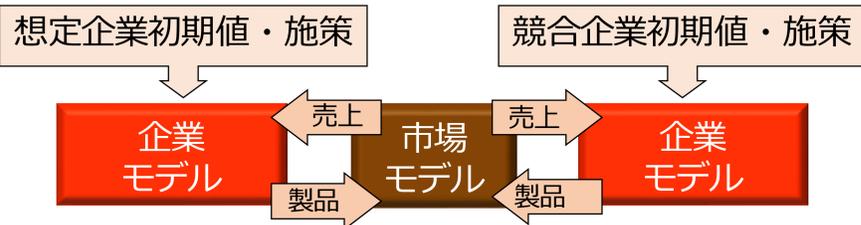
他社に追随した新ジャンル移行施策は自社製品のみならず新ジャンル全体の需要量に影響し、他社製品を後押ししてしまう。

2 主力製品の有無による投資の分散

有力な新ジャンル製品を開発しても、売上の多い既存製品が存在する場合、投資が分散してしまう。

3 生産量増加時の流通在庫と鮮度への影響

急激な設備投資を行うと一時的に流通在庫が増加し鮮度の低下を招く。これを防ぐには、短期的には不利益であるが、在庫の廃棄や稼働率の調整が必要となる。

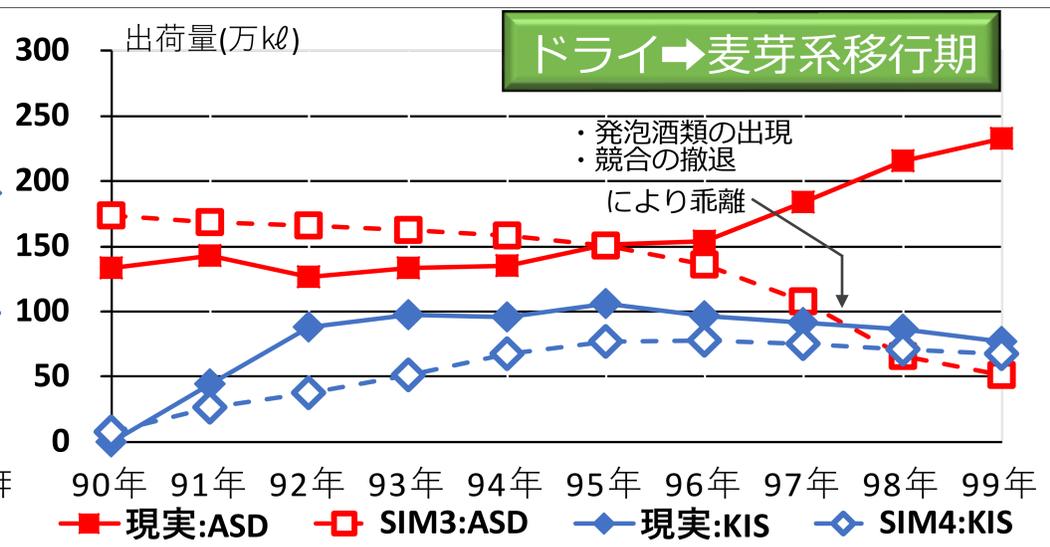
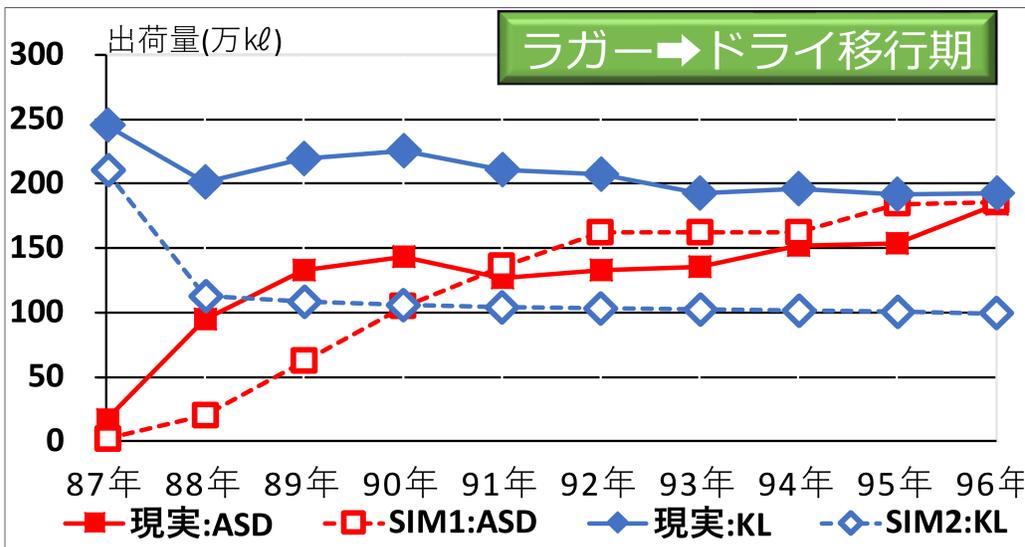


3. シミュレーション結果

ドライ移行期, 麦芽系移行期についてアサヒビール, キリンビールを想定企業として計4回の単一モデル複数シミュレーションを行った。

各シミュレーションの出荷量を実データと比較しモデルの妥当性を確認した。

		SIM1	SIM2	SIM3	SIM4
再現事例	想定企業	アサヒ	キリン	アサヒ	キリン
	従来ジャンル	ラガー	ラガー	ドライ	ドライ
	新ジャンル	ドライ	ドライ	麦芽系	麦芽系
	競合追随	1('89-'90)	0	0	0
経営施策	新ジャンル移行施策	1	1('88-'89)	0	1
	鮮度訴求施策	1('88-END)	0	1	0
	設備投資の有無	1	0	0	0
初期値	主力製品の有無	0	1	1	1



4. 結論

ビール業界の新ジャンル移行期における経営施策が業績に及ぼす影響のメカニズムに関する仮説を立案し、それらを組込んだシステムダイナミクスモデルを構築した。シミュレーション結果を実データと比較し挙動の一致を確認した。これによりビール業界の新ジャンル移行期に働く動的メカニズムを確認できたと考える。

ASD:アサヒスーパードライ KL:キリンラガー KIS:キリン一番搾り