

第18回（2023年）政治経済学・経済史学会賞

I. 授賞する会員氏名と作品名

田中智晃『ピアノの日本史——楽器産業と消費者の形成——』名古屋大学出版会、2021年6月、392頁

II. 授賞理由

本書は、楽器業界の巨人・ヤマハを軸に、経営史の視点から、明治以降現代にいたる鍵盤楽器製造会社と楽器卸商の歩みを詳細に分析した力作である。「高級文化商品」であるピアノには、価格の高さ、弾き方を学ぶための長期の教育費、長期使用可能な耐久消費財、市場飽和点の存在という特性が存在し、いずれも恒常的な市場成長を制約するものであった。ピアノ製造会社の流通戦略は、こうした特性を緩和抑制し、いかにして需要を創出し市場を拡大していくかにあった。本書では、高品質化、低価格化、大量生産による市場拡大の追求、音楽教育サービスの拡大、新たな楽器や装置の開発、海外市場の拡大といったトピックスが取り上げられる。

本書ではまず有力卸商・三木楽器とヤマハ、河合楽器との製販攻防史が描かれる。ヤマハによる流通系列化が進展するなかで、1909年に共益商社が買収され、22年に三木楽器が一次卸としての地位を剥奪される。しかしヤマハとの関係が断絶した後、三木楽器は音楽ホールを開設する一方、創業間もない河合楽器に河合楽器製三木ピアノを製造させ、三木ブランドでの売り捌きに成功する。戦後になると河合楽器が小売段階までの垂直統合に踏み切ったため、三木ピアノは河合楽器と関係を解消してヤマハとの再契約に至り、ヤマハも特約店での三木ピアノの併売を黙認した。

続いてヤマハと河合楽器による量産化と市場開拓が取り上げられる。コスト削減と高品質ピアノの大量生産を実現したヤマハの生産革新、ヤマハによる音楽教室、訪問予約販売、特約店組織といったマーケティング戦略が分析される。

次に中小楽器メーカーである松本ピアノと京王技研からみた参入障壁としての流通問題が考察される。国内三大ブランドの一つであった松本ピアノの挫折の要因が検討され、ヤマハによる流通系列化、河合楽器の垂直統合による市場の寡占化が大きな参入障壁となっていた事情が明らかにされる。一方電子楽器という新しい分野に参入し、ヤマハと補完的な関係を構築することができたのが京王技研であった。しかしシンセサイザーの開発に乗り出したものの、デジタル技術に伴う開発費の高騰が同社の経営を圧迫し、ヤマハの子会社となる。

最後に市場の成熟、斜陽産業化に直面したヤマハの対応が追跡されている。電子オルガン、エレクトーンといった新製品の投入、流通戦略の見直し、海外市場の拡大、現地生産の動向が検討されている。2013年にヤマハの特約店会が解散し、現在では量販店とインターネット通販が楽器流通を牽引している。

本書は、経営史資料を駆使して、ピアノをめぐるメーカーと卸商の近現代史を中心に、鍵盤楽器をめぐる歴史を多面的かつ詳細に描いた力作である。製造会社であるヤマハが流通統制を強化するプロセスにおいて旧来の卸商がどのようにして排除されていったのか、その実情がつぶさに描かれる一方、排除された卸商である三木楽器のその後の強靱性を丁寧に分析している点も本書の大きな長所である。また戦後高度成長期における「ヤマハ音楽教室」の成長が同社の成長を支えると同時に、時代を映す鏡であったことが説得的に描かれている。さらに市場の成熟化に向き合う1980年代以降のヤマハの動向が詳細に分析されている点も本書の優れた点であろう。ピアノに代わる安価で簡易な楽器の登場は特約店による説明販売や音楽教室による教育を不要にするものであり、量販店のような新たな流通網が台頭する契機となった。富裕層の専有物であったピアノが近現代日本において普及する、その諸要因を詳細に分析した点が本書の最大の貢献である。

ただし本書では戦前の能率技師（経営コンサルタント）が高額商品であるピアノの市場を把握するためにさまざまな分析手法を駆使した歴史があることへの言及がなく、またヤマハの昭和初期の財務危機への関心もない点が気になる。ピアノメーカーの盛衰の背後にある社会情勢への言及も常識的なものにとどまっている。経営環境の変化に対する個別経営の対応に関する分析の詳細さに比して、個別経営の経営活動が環境や時代のあり方に与えた影響がやや後景に退いている。

以上のような課題が残るとはいえ、経営内部の組織編成や意思決定のあり方を可能なかぎり明らかにしようとする揺るぎない著者の姿勢は高く評価されるものであり、本書は学会賞にふさわしいと判断できる。

2023年10月28日

第18回学会賞選考委員会 委員長 沢井 実
郭 洋春
坂根嘉弘
菅沼圭輔
山井敏章