

酒類ガイドライン遵守推進本部だより



平成 21年 2月 17日
全国卸売酒販組合中央会
酒類ガイドライン遵守推進本部

「不況をいかに乗り切るか」

委員 松川 隆志

「一寸先は闇」という言葉があるが、昨年前半の経済社会情勢（食料やエネルギー資源の高騰、BRICs 等新興国の高度成長、日米欧の先進国の企業の好収益など）が、後半一転様変わりになり、「百年に一度の恐慌」状況になったのは、全く予想できない変化であった。

90年代の日本のバブル崩壊のときは、不動産の大暴落と金融・証券の資産の劣化による貸し渋りにより企業経営にも悪影響があったが、自動車や電機などが対外輸出により日本経済を支えた。しかし、今回はこうした輸出産業が最も打撃を受け、材料・部品産業など幅広く裾野まで深刻な打撃を受けているため、世界経済が立直らないと本格的回復は難しいように思われる。

そこで気になるのは、酒類業界への影響であるが、雇用や賃金情勢の悪化で時間がたつにつれ確実に影響が出てこよう。しかし、石油ショックや、金融バブル崩壊など過去の不況期を顧みても、清酒・ウイスキー・ビール・焼酎などの酒類間の消費シフトは起ったが数量が大きく落ち込むといった現象はあまり見られなかった。

今回も業務用から家庭用へのシフト、外食から内食へのシフト、高額商品から低額商品へのシフト、新しい飲み方の出現などいろいろ変化は予想されるが、飲酒人口の減少など構造的問題による酒類市場の漸減傾向を大きく下回る動きにはならないと見るのは楽観的すぎるだろうか。

しかし、小売レベルでは自由化によるオーバーストアと過当競争がこの不況で激化することは必至であり、メーカーと卸に対する値下げ圧力は強まってくるだろう。メーカーサイドについては、清酒業界のように企業として存続するため値上げが必要なのに出来ないメーカーが多く存在していたり、ビール業界のように巨大メーカーが価格決定力を有していたりして、事情は様々である。

しかし、卸サイドは、小売免許の自由化以降の状況変化による卸の収益悪化傾向を監

督当局の指導と、業界一体となった各企業の改善努力でなんとか喰い止めたところであり、小売サイドの値下げ要求を卸が一時的にも肩代わりすることは絶対に避けなければならない。

今回はメーカー値上げを契機に長年のコスト割れ取引の解消がかなり進んだが、今後続くデフレ経済下では、しばらくメーカー値上げの機会はないと覚悟した方がよく、一たんやり戻しを認めたら、再び収益改善のチャンスは訪れないだろう。

無論、酒類卸業界として、経営のスリム化、利益管理体制の強化、物流などの効率化などによりローコスト体質を構築することは、コストオン方式が主流になる流通業界では生き残るために必要不可欠であり、現下の不況下では一層ブラッシュアップすることが求められる。

今回の世界的経済変動を「パーフェクトストーム（未曾有の嵐）」と欧米では表現しているが、卸業界では、今までの努力を無にせぬよう地図と羅針盤をしっかりと見て船団を組んで乗り切っていかなければならない。

○ 平成 21 年 1 月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

区分 期間	1 月			1 ～ 1 月		
	当月数量	前年数量	前年比	本年数量	前年数量	前年比
ビール	141,472	181,524	77.9	141,472	181,524	77.9
発泡酒	64,789	91,001	71.2	64,789	91,001	71.2
小計	206,261	272,525	75.7	206,261	272,525	75.7
新ジャンル	76,301	74,622	102.3	76,301	74,622	102.3
計	282,562	347,147	81.4	282,562	347,147	81.4