

酒類ガイドライン遵守推進本部だより



平成 23 年 2 月 14 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

「酒類卸売業の課題」

委員 松川 隆志

昨年の年初の「ほろにが」では、独占禁止法の改正やWHOのガイドラインを契機に、酒類の公正な取引に向かって環境が改善されると期待しましたが、残念ながら現実には逆に低価格競争が激化する方向に進んでいるのではないかと危惧される状況です。やはり、酒類市場が縮小傾向にあるなかで、生販三層が自らのシェアアップを図るため低価格戦略に依存することにより、歯止めが中々かからないためだと思います。とくに、ビール会社の総合酒類メーカー化や全国系量販小売グループの巨大化、さらには、全国系総合卸の合併統合などはこうした動きに拍車をかけている面もあります。

酒類卸売業は免許制の下にあります。当然のことながらオープン価格の下では、納価設定は各社の自主判断で行われることになるので、ルールがなければ「レッセフェール（自由放任主義）」になる恐れがあります。

平成 18 年の国税庁ガイドライン（新指針）と平成 22 年の改正独占禁止法の施行と不当廉売及び酒類ガイドライン、優越的地位の濫用ガイドラインの公表により明確にルールは示されました。今後は、このルールの下で営業をすることが、生販三層の企業のコンプライアンスになります。激しい競争下において各論的には難しい問題はあるでしょうが、各企業の遵守に向けての一層の努力が求められています。

もちろん、コストオン方式による価格設定が原則となれば、卸レベルでもコスト削減によるローコストオペレーションの推進が必要となり、新しいルールの下でも経営合理化は必要不可欠です。物流、IT、仕入れの共同化とか、SCM（サプライチェーン・マネジメント）における卸機能の効率化を図るため、創意工夫が求められています。

今後進む高齢化社会で、自動車や公共交通機関が利用できない地域の人々の買い物難民問題が話題となっています。今日まで日本では、全国各地で多数の間屋が集荷機能を果たし、地域の小売店の営業を支えてきましたが、このようなシステムが動かなくなると難民化する消費者も増えてくるでしょう。難しい状況下ではありますが、「ルールを守ること」と「ローコストオペレーションに努めること」により、日本の流通を支える存

在としての酒類卸売業の生き残りを図っていきましょう。

○ 平成 23 年 1 月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

期間 区分	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	138,168	124,156	111.3			
発泡酒	49,357	43,550	113.3			
新ジャンル	89,982	77,931	115.5			
計	277,507	245,637	113.0			