

酒類ガイドライン遵守推進本部だより

ほろにかが

平成 23 年 6 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

「酒類業界の現状と今後の方向性について」

委員 盛田 宏

3月11日に発生した大震災は東日本に未曾有の被害をもたらしました。

亡くなられた方々のご冥福をお祈りいたしますとともに、被災者の皆様に謹んでお見舞い申し上げます。被災地の一日も早い復興を心よりご祈念申し上げます。

このたびの大震災は、日本経済に大きな爪あとを残しました。被災地の社会基盤や生産拠点が打撃を受けただけでなく、原発の事故に伴う放射能汚染地区の拡大による強制避難、農産地の出荷規制、更には電力不足、日本製品への風評被害など複合的な危機の様相を強めております。従って、こうした危機の実態を正確に捉え、経済への影響を極力抑えるとともに日本経済の再興につなげる政策運営が切望されるところであります。

酒類業界におきましても、被災地では多くの企業が傷つき、人的、物的な被害が多発しました。また、ビールメーカーをはじめとする取引先企業が被災し、日常の業務執行に大きな制約を受けてきたところであります。

こうした中、最近の酒類市場の動向をみますと、長引く消費不況を反映して、ビール系新ジャンル飲料や、缶チューハイなどの低価格酒に人気が集中しております。更に安さを武器とする輸入ビール系新ジャンル飲料が大幅に増え、価格面では同種国産品を大きく下まわり、結果的に価格競争を誘発し、市場秩序を著しく混乱させております。

大手量販店や大型DSの度を越す低価格シフトは最近では比較的売価が安定していたコンビニへも波及し、業務用市場も冷え込みが厳しく集客のために価格競争が激化しております。この現象は当然ながら我々卸へと逆流し、何とか平穏を保っている現行納価体系を大きくゆさぶっております。卸としては廉売の原資を出すような体力はなく、

「量から質」を念頭に自社基準で定めた取引価格を断固として守っていくことが必要であります。

昨年のかねて卸業界が要望しておりました改正独占禁止法が施行され、新しい酒類ガイドラインが公正取引委員会から公表され一年が経過しました。また昨年11月には「優越的地位の濫用ガイドライン」も公表されております。この優越的地位の濫用ガイドラインは業種、業態を問わず、全ての事業者に適用されます。この点、我々にとっても場合によっては、問題とされることもあり得ますので、十分な留意が求められます。従って、今後は従来にも増して、国税庁の「新指針」とともに「新しい酒類ガイドライン」「優越的地位の濫用ガイドライン」の精神を最大限に尊重した市場活動を展開することで、公正な取引の一層の推進に努める強固な意志が必要と存じます。

酒類業界が、かねてから注目しておりましたWHOのアルコール飲料に対する指針が昨年5月の総会で「世界戦略」と銘打って採択されております。この中で「飲酒運転に対する方針と対応」とか「価格設定の方針」などについて様々な規制が盛り込まれております。実はここで盛り込まれました事項は、卸中央会が一昨年10月に刊行した改訂「新ビジョン」の中で提言されている事項といくつか重複しています。当組合におきましても未成年者の飲酒防止とか飲酒運転の根絶とかの行事には積極的に協力して来ましたが、WHOの規制が公表されたことに配慮して新ビジョンの普及実行とともに、今後も継続してこの活動に取り組んで参りたく、皆様のご協力をお願いいたします。

また4月には、政府の行政刷新会議で卸免許の規制緩和が取り上げられ、本年度中に結論を出す事になっておりますが、業界としては、財政物資及びアルコール飲料としての酒類の特殊性に鑑みて、免許制度の堅持を今後とも主張していかねばなりません。

雑多な事を書きましたが、震災により種々のパーティ等が自粛されましたが、私共酒類業界の人間としては、酒類需要喚起のため、大いに飲食の場を盛り上げていかねばなりません。皆様のご理解とご協力をよろしくお願い申し上げます。

○ 平成23年5月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

期間 区分	5月			1～5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	176,762	217,940	81.1	949,702	978,692	97.0
発泡酒	66,116	82,371	80.3	336,030	375,652	89.5
新ジャンル	168,681	150,163	112.3	723,601	681,544	106.2
計	411,559	450,474	91.4	2,009,333	2,035,888	98.7

※ 東日本大震災の影響で未報告だったキリンビール仙台工場分の3月の「課税移出数量」を1～5月累計分に含んでいる。