

卸売業者の酒類ガイドライン

平成 13 年 2 月 20 日
卸 中 広 第 1 号

全国卸売酒販組合中央会
会 長 國 分 勘 兵 衛

「酒類卸売業の公正な取引のための基本的な考え方」の策定について

全国卸売酒販組合中央会（会長・國分勘兵衛）は、「酒類卸売業の公正な取引のための基本的な考え方」を策定し、傘下各組合宛通知すると共に、併せて以下の発表を行った。

これは、昨年 11 月 24 日に公正取引委員会が、「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」いわゆる酒類ガイドラインを公表したことに応じ、酒類の流通の公正化・健全化を指向し公正取引委員会並びに国税庁のご指導のもとに卸売業界の基本的な考え方を示したものである。

酒類業界は、大きな消費変化と流通構造変化に直面し、なかんずく、卸売業は激甚な変革が求められて来ている。

しかし乍ら、一方で、酒類は、財政物資であり安定流通が求められ、また、国民の心身健康・健全生活に資する健全な消費・流通体制を構築し維持する社会的ニーズがあり、また、資源保護・容器リサイクル等時代環境のニーズをも有しており、これらに対処するには事由市場経済の下に競争の公正化が基盤として必要となっていた。

競争の公正化については、国税庁長官通達の「指針」にもあるように、酒類のすべての取引に「合理性・公正性・透明性」が必要であり、この視点から基本見解をまとめた。

これを機会に、健全なる競争原理による市場経済活動の基に、酒類卸売業として、国民保険の見地、資源活用の見地並びに財政対応の見地からも事業コンセプトを再認識し、健全なる商慣行と酒類流通の社会的インフラ整備に向けて当会は務めて参る方針である。

以 上

酒類卸売業の公正な取引のための基本的な考え方

はじめに

昨今の酒類流通業の現状をみると、さまざまな課題がマーケットはじめ卸・小売を含めた業界内部にも提起されております。

全国卸売酒販組合中央会は、メーカー各社・行政当局・公正取引委員会への接触を繰り返し、私ども卸売業者自らの問題として現状認識やコンセンサスの醸成に努め、酒類市場の公正な取引の確保に向けての方向性を模索してまいりました。

このような状況下、公正取引委員会のガイドラインも発出され、考え方が明確化された差別対価の問題については、卸が直接調査対象となることが想定され、又リベート等の供与基準については、公正取引委員会から明確化への取組が要請されております。

更には、ビール酒造組合からは「ビールの公正な取引のための基本的な考え方」が加盟各社に提起されており、仄聞するところによりますと、日本蒸留酒酒造組合においても同主旨のものを作成するやに伺っております。

また、行政当局の実態調査も繰り返し実施され、漸く具体的な作業に入る環境が整いつつあります。

この機会を酒類流通業界発展の為のラストチャンスととらえ、また上記各機関からのご提言も尊重し、酒類卸売業としての酒類市場の公正取引の確保に関する基本的な考え方を示すことにいたします。

「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針」について

1 上記「指針」に対する基本的な考え方

当指針は、酒類すべての取引について「合理性・厚生・透明性」を求めるものであり、下記4項目の重要な事項が指摘されています。

- (1) 合理的な価格の設定
- (2) 取引先等の公正な取扱い
- (3) 公正な取引条件の設定
- (4) 透明かつ合理的なリベート類

上記指摘の観点から、現実を眺めますと卸売業界各事業者自らも4項目それぞれに関しての具体的な基準創りとその実行に精力的に取り組んできたか大いに反省すべき現状だと認識されます。

その背景には、酒類生産者各社のいわゆる「頭越しリベート」の常態化・事前になんの取り決めも無い不透明な各種支援金等・一部量販店への不公平な取扱い・企業経営の基本を逸脱した不合理な差別的扱いと考えられる取扱い等々が実行されていたのも事実であります。

しかしながら、今回のビール酒造組合発表の「考え方」においては、メーカー各社のリベートの供与のあり方等が差別対価等の不公正な取引方法につながっているおそれがあることをふまえ、上記4項目に関する各項目にわたりメーカー各社が自社の取引指針を作成し、更にそのチェック体制を構築することが望まれると明言されております。

また、各社の経営トップから全国の営業担当者に至るまで公正な競争秩序を築き上げていく必要性が示唆されています。その背景には、公正取引委員会のガイドラインに示された「不当廉売」、「差別対価」に関する考え方が大きく影響しているものと思われまます。

私ども卸売業界も上記状況に鑑み、メーカーの適切な対応が図れるものと考え、卸自身としてもこれに応えるべく卸自らの4項目に関するガイドライン(適用指針)を構築作成し、各社の取引指針の参考となる基本的な考え方を提言いたします。

2 「指針」4項目に関しての卸売業者の考え方

(1) 合理的な価格の設定

平成10年4月に国税庁が策定した「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針」によれば、「一般的には酒類の価格は、企業整理のための在庫整理、きず物やはんば物の販売等特異な場合を除いて、仕入価格(製造原価)、販売費及び一般管理費等の費用に利潤を加えたものになるはずである」とされています。

メーカーリベートに関しては、年間での基本リベートとスポット的な拡売

費・更には個店対応リベートがメーカー各社から支出され、卸も当然のように受け入れているのも事実です。しかしながら、公取委の「ガイドライン」やビール酒造組合の「考え方」が発表されたことから、今後は、仕入価格に考慮されるリベートとそうでないリベートを下ろし自身で区分処理することにより、合理的な価格を設定する必要がでてくると考えられます。

(2) 取引先等の公正な取扱い

指針にも指摘されているとおり、相手方により販売価格・リベートに差異がある場合、その差異は「取引数量」、「物流コスト」、「支払条件」等の差異に基づくべきであるとされております。

しかしながら、私ども卸売業者個々の上記各取引内容をベースにした明確な支払リベート基準とバイイングパワーに負けない社内チェックシステムが欠如しているのも事実です。更には、メーカー各社の代理競争的立場に置かれることにより、国税庁の指針に示されている合理的な価格の設定が行われていないことがあるのも事実です。明確な粗利管理システムに基づいた、公正にして透明な支払リベート基準の作成とチェック体制づくりを経営トップから実行することが望まれております。

一般酒販店をはじめ、経営努力により必死に自店商圈にて酒販機能を果たしている各得意先に対して納入責任業者としての自らの姿勢を問い直し、取引先各業態別の合理的にして明確な支払リベート基準の設定と運用を急がねばなりません。

(3) 公正な取引条件の設定

指針の中でも、問題点が指摘されている大きな販売力を持つ小売業者からの過大な協賛金・センターフィー等の要請などが、我々卸売業者のも求められているのが現状です。

しかしながら、合理的な理由もなく特定の相手先のみの方の要請に応じる事は、我々卸売業者自らが小売業者間の公正な競争を阻害するおそれがあることを十分に認識すべきであります。独禁法上の優越的地位の濫用行為になっていないかどうかを社内で十分に検討し、不合理で度を越した要請に対しては毅然たる態度で臨み排除すべく、公正な取引条件の社内設置と営業当事者への考え方の浸透が必要と考えます。

(4) 透明かつ合理的なりべと類

(1)の合理的な価格の設定と(2)の取引先等の公正な取扱いでも考え方として触れましたが、合理的なりべと基準の設定とチェックシステムの体制創りは卸経営の根幹をなすものであり、なお且つ透明性を示す為になりべとの支払基準を得意先に明示することは、事業者としての独自性を保護する意味でも、また、得意先各業態との信頼感を醸成する意味合いからも必要不可欠であると考えられます。

まとめ

昨今の流通構造激変の中、酒類卸売業界にとって現状は後戻りできない市場環境となっております。

酒類市場の公正な競争の確保は、メーカー各社から流通各層さらには飲食業界のメニュー価格にいたるまで社会へ与える影響は極めて大きな要因となっており、我々卸売業者自らも具体的な行動に移す事が求められております。

幸いにして行政当局・公正取引委員会・ビール酒造組合加盟各社のご協力により環境は整備されつつあります。

卸中央会としては、指針4項目に対する考え方を遵守すべく、また、公正取引委員会からの要請もあることから、リベート等の供与基準創りの着手を組合参加各社に求めています。

あくまでも、我々卸売業者自らの問題と受け止め、事業者各自の基準創りが目的ですが、混乱している現状のマーケット価格を合理的な姿に修正するためには、大きなパワーとココの事業者の自覚が必要です。今後の課題としては、卸業者としての合理的な価格の考え方はじめ、透明性の高いリベート基準創りを個々の企業で構築し、取引先各業態からも納得される価格形成が必要となります。

重要なのは、マーケットへの考え方の浸透です。各県の理事長・市場問題委員会の近隣ブロックごとの横の連携を深めながら、タイムリーにして不退転な活動がポイントになります。

また、「アルコール飲料の基本概念」については、致酔性を有するアルコール飲料としての商品特性上、その基本概念をより明確にして業界各層での事業活動を推し進めるべきであるし、流通の要としての我々卸売業者はもとより国民的見地に立って商品特性を強く認識すべきであります。

時あたかも未成年者飲酒禁止法一部改正による罰則強化・公正取引委員会からの酒類ガイドラインの発出、また、WHOのアルコール飲料に関するレポートも出されており、私ども業界としてもこれらを十分に理解し、改めて商品特性の認識の上に社会的・文化的側面からあらゆる機会をとらえてあるべき姿を明確にし、現状の広告宣伝・大容量化・低価格指向等の諸問題についても社会的モラルを早急に確立することが求められております。

上記社会性も十分に認識しながら、伝統ある酒類産業の要としての位置づけを担ってきた酒類卸売業者としてのポジショニングを確保するためにも、我々に課された社会的機能の重要性を再認識し、先ずは指針にも示されております「公正な競争による健全な酒類産業の発展」への具体的な行動を全卸売業者結束のもと推進することが必要であり現実への第一歩と考えます。

参考

平成 10 年 4 月 8 日 国税庁発出

「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針（旧指針）」

平成 18 年 8 月 31 日 国税庁発出

「酒類に関する公正な取引のための指針（新指針）」

平成 12 年 11 月 24 日 公正取引委員会発出

「酒類流通における不当廉売、差別対価等への対応について（酒類ガイドライン）」