

平成 24 年 12 月 11 日  
卸 中 第 7 9 号

全国卸売酒販組合中央会  
会 長 國 分 勘兵衛  
(公 印 省 略)

## 「酒類卸売業の公正な取引のための 基本的な考え方」の改定について

全国卸売酒販組合中央会は、平成 13 年 2 月に「酒類卸売業の公正な取引のための基本的な考え方」を策定したところである。

その後、平成 17 年 1 月からのビール・発泡酒のオープン価格制度移行、平成 18 年 8 月の国税庁からの「酒類に関する公正な取引のための指針」（以下「新指針」という。）の発出、平成 22 年 1 月から施行された改正独占禁止法及びこれに前後して同法関係ガイドラインの改定等が行なわれるなど酒類の流通市場は大きく変化しつつあることから、酒類の流通の公正化・健全化に向けて卸売業界の基本的な考え方について改めて検討を加えるとともに、改定を行ったものである。

酒類業界は、消費の多様化と流通構造の変化に直面し、なかんずく、卸売業は激甚な変革が求められて来ている。

しかしながら、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自由市場経済のもとにおける公正取引の推進が不可欠である。

公正取引の推進については、新指針にもあるように、酒類の全ての取引に「合理性・公正性・透明性」が必要であり、この視点から基本的な見解をまとめたものである。

この度の改定を機会に、全国卸売酒販組合中央会として、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、国民保健の見地、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確認し、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取り組んでまいり所存である。

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をはじめ卸・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申し入れや意見交換を通じて、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取り組んでまいりました。

このような状況下、不当廉売、差別対価及び優越的地位の濫用行為に対する課徴金制度を織り込んだ改正独占禁止法の施行及び前後して関係のガイドラインも改定等がなされ、卸売業者が直接の調査対象となることが想定されるようになりました。

また、行政当局においても新指針の発出とともに取引状況等実態調査も市場に大きな影響を与えると思われる事案を中心に繰り返し実施されており、卸売業者に対しても残念ながら毎年行政指導等が行われております。

全国卸売酒販組合中央会としては、この機会を酒類流通業界発展のためのラストチャンスととらえ、酒類卸売業として酒類市場の公正取引の推進に関する基本的な考え方を示すことにいたします。

# 「酒類に関する公正な取引のための指針」について

## 1 新指針に対する基本的な考え方

新指針は酒類全ての取引について「合理性・公正性・透明性」を求めるものであり、具体的には下記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

この指摘を踏まえ、卸売業界挙げてコストオン方式による具体的かつ適正な自社基準の策定とその実行に精力的に取り組んできたところではありますが、これが完全に定着したかと言うと、反省すべき状況も見られるところでもあります。

その背景には、酒類メーカー各社のいわゆる「頭越しリベート」の常態化や事前に相談・取決めの無い不明朗な各種支援金等・一部量販店への不公平な取り扱い・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が実行されていたのも事実であります。

しかしながら、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恐れがあることを踏まえ、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の構築・遵守に努めていると明言されております。

加えて、メーカー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ことが示唆されていますが、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と思われれます。

一方、多くの卸売業者が大手量販店等から巨大なバイイングパワーを背景にした納価の大幅見直しや不透明なセンターフィーに加えて「帳合変更料(又は口座開設料)」の名目で過大な要求をされるケースがふえてきており、卸売業者の経営は年々厳しさを増しております。

このような状況に鑑み、卸売業者自身としても自らの4項目に関するガイドライン(適用指針)を改めて見直し、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 「新指針」の4項目に関する卸売業者の考え方

### (1) 合理的な価格の設定

新指針によれば、「酒類の価格は一般的には、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り、そうした価格設定が短期的にも中長期的にも合理的である。」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、スポット的な拡売費、個店対応リベート等種々のリベートがメーカー各社から支出されております。しかしながら今般、改定された公取委の酒類ガイドラインにおいて、仕入価格に考慮されるリベートとそうでないリベートが明確化されたことから、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卸売業者自身で区分処理することにより、自らの実質的な仕入価格を的確に把握して合理的な価格を設定することが必要となります。

また、同ガイドラインによれば、仕入原価（仕入価格＋仕入れ経費）に販売費の一部を加えたものを「可變的性質を持つ費用」とし、これを下回る場合には不当廉売における「供給に要する費用を著しく下回る」ことが明確化されるとともに、「酒類卸売業者が小売業者へ支払うセンターフィーは特段の事情がない限り、卸売業者の可變的性質を持つ費用と推定される。」とされたことから、合理的な価格設定に当っては、原則としてセンターフィーをコストとして処理することが必要となります。

### (2) 取引先等の公正な取扱い

新指針にも指摘されているとおり、酒類の価格は取引数量の多寡、決済条件、配送条件等の相違を反映して差が設けられることもありますが、その差は取引数量の相違等正当なコスト差に基づく合理的なものであるべきであります。

しかしながら私ども卸売業者個々の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十分機能するよう、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。

### (3) 公正な取引条件の設定

新指針の中でも問題点が指摘されているように、スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア等大きな販売力を持つ者（コンビニエンスストア本部等のフランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。）がその購買力を背景に取引上優越した地位にある場合に、自己の都合による返品、商品購入後における納入価格の値引き、従業員等の派遣、協賛金や過大なセンターフィー及び「帳合変更料（又は口座開設料）」等の負担等の要求を一方的に行う場合、又はこれらの要求に応じないことを理由として不利益な取り扱いを我々卸売業者に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を要請に応じる事は、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。独禁法上の優越的な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、不合理で過大な要請に対しては毅然たる態度で臨み排除すべく、自社基準の公正な適用と営業当事者への考え方の徹底が不可欠であります。

### (4) 透明かつ合理的なリベート類

(1)の合理的な価格設定及び(2)の取引先等の公正な取り扱いでも触れたように、合理的なリベート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リベート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

昨今の流通構造が激変する中、酒類卸売業界にとって現状は後戻りできない市場環境になっております。

酒類市場における公正な競争の確保は卸業界のみならず、メーカー、小売業界、更には料理飲食業界に至るまでそれぞれが取り組むべき課題であり、我々卸売業者自らも更なる具体的な行動に移す事が求められております。

全国卸売酒販組合中央会としては新指針4項目を始めとして改正独占禁止法及び関係ガイドラインを遵守すべく、各社においてリベート等の供与基準やコストオン方式による適正な自社基準の策定及び遵守を要請

し、併せて必要に応じて見直しを求め、その徹底に努めております。

しかしながら、合理的な酒類市場を形成するには大きなパワーと個々の事業者の自覚が必要であります。今後の課題としては、卸売業者としての合理的な価格設定の考え方を十分踏まえるとともに、透明性の高いリベート基準をはじめとして、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。

このために特に重要なのはマーケットへの考え方の浸透であり、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。

現在、超党派議員による「アルコール健康障害対策基本法(仮称)」制定やWHOにおける「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」への取り組み強化が議論されておりますが、私ども卸業界としてもこのような動きを注視するとともに、社会的責任を有する酒類事業者として、改めて商品特性の認識の上に社会的・文化的側面から「アルコール飲料の基本概念」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早急に対応していくことが求められております。

このように社会的要請にも十分配慮しつつ、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堅持していくためにも、我々に課された社会的機能の重要性を再確認しつつ、新指針に示されている「酒類に関する公正な取引」の徹底に向けて、具体的な行動を全卸売業者が結束のもとに推進していくことが必要であると考えます。