

ほろにかが

平成30年5月15日
全国卸売酒販組合中央会

「高アル化」は市場を衰退させる

北陸支部長 荒木 章

3月末、決算を終え、久々に集計結果が待ち遠しい気持ちです。

これも偏に改正酒税法を業界が一丸となって取り組んだ努力の賜物です。

その一方で、心の中に一点の曇りがあります。理解・改善ができていない一部の得意先があり、改善できた得意先との差が、心のトゲとなっています。今後も諦めることなく、一日も早く是正をしてゆかねばなりません。

国税庁発表の酒類課税数量の推移を見ると、総数量は20年以上にわたり漸減傾向です。種類別ではビール・焼酎・清酒等が減少し、第三のビール・RTDが大きく成長しています。この趨勢では、第三・RTDの合計はビールを超え、トップとなるのは時間の問題です。

最近の酒類売り場で、最も伸びている第三のビール・RTDの高アルコール度数の商品が、急激に増えていることを懸念しています。

第三のビール・RTDは、アルコール度数4%前後が主体でした。それが、新製品の多くは7~9%のオンパレード。

付加価値競争とは程遠く、飲みごたえを謳い文句に、高アルコール化競争をしている感がします。適正飲酒の点で問題とならないでしょうか。また、二本飲む人は一本で同じ酔い心地となり、一本で終わる結果となりかねません。これも重大な問題です。

酒類産業の大きな課題は、若者の酒離れ、アルコールの健康障害・総市場の減少です。近々、米国飲料メーカー最大手がRTD市場に参入の噂もあります。黒船が来るのに、目先の高アル化競争をやっている場合ではありません。

我々は大容量焼酎や増量清酒パックを安売り競争した結果、アルコール健康障害を深刻化させる可能性があるとして、社会的批判を受けた経験があります。

酒類は酔わせる道具ではありません。高アル化競争に終止符を打ち、酒類を文化に昇華させ、未来に繋げることが、我々の使命です。

グreshアルムの法則『悪貨は良貨を駆逐する』を引用するなら『高アル化は市場を衰退させる』