

酒類ガイドライン遵守推進本部だより

ほろにかが

平成 27 年 2 月 12 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

「新年に思う。」

委員 松川 隆志

昨年末の総選挙で自公の与党が大勝し、アベノミクスの「3本の矢」政策がさらに推進されることになりました。円安が進行し、輸出産業を中心に業績が格段と改善している企業が増加している中で、我々酒類卸業界の収益環境は改善どころか、むしろ悪化している状況です。

原因は言うまでもなく、酒類メーカーは原料やエネルギーなど円安のデメリットを受ける業界であること、中間流通も人手不足による物流コストの上昇など悪影響の方が大きいことがあります。より構造的には、酒の飲める成人人口が減少トレンドに入ったこと、しかも成人1人当たりの飲酒量がかつての80%まで減ってきていること、したがって、景気が良くなったからという理由で酒類販売量が増えるという状況にはないことがベースにあります。

しかも、酒類小売免許の自由化でオーバーストア化した売場では、酒類はコモディティとして安売りが常態化しつつあります。

卸売酒販組合中央会では、繰り返し公正取引の遵守を呼びかけていますが、生販三層が関係し、しかもそれぞれ競合がからむため、その改善は容易ではありません。

こうした環境で卸業界が生き残るためには、どうしたら良いのでしょうか。

- ①まずはローコストオペレーションをめざしたコストカットが必要でしょう。すでに各社ともリストラを含めた経費削減努力をされていると思いますが、今後予想される物流などのコスト上昇に対応するためには、もう一步踏み込んで地域や取引先の物流を共同で行うなど協調できる分野の拡大に取り組むことが考えられます。情報コストの面では、クラウドサービスの活用、流通BMSへの取組みなどが有効でしょう。
- ②こうした非競争分野での協調、共同活動の拡大を通じて、卸各社間の相互不信の是正を図りながら、商流の分野でもコストオンベースの納価が業界の基本であるという共通認識を確立することが大切でしょう。現状で散見されるコストを無視した赤字見積み合戦が続けば、やがて卸業界の持続可能性は早急に低下するのは必定です。

③また、今後量より質（付加価値）重視の変化が進む中で、高付加価値商品とコモディティ商品のプライシングが同じといった現状の取引実態の見直しなど、商流面での利益改善の粘り強い努力も必要です。

いずれにしても、酒類がタバコのように小売定価制度になる可能性が低い状況下では、業界の姿勢が変わらなければ国税当局や公取の指導で抜本的に状況が改善することは困難です。今年こそ、まず業界各社が自らできることから改善に取り組む年にしたいものです。