

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11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

## 「量から質への転換」の必然性について

委員 黒澤 良一

現在の北海道の酒類業界を鑑みるに、酒類に限ったことではありませんが家庭用・業務用、そして小売業・卸売業いずれも寡占化が進み、全国の各エリアの近未来の状況がみてとれます。

家庭用小売は、全国GMS3社、大手4グループのSMと大手3社のCVSと2社のドラッグストア、業務用小売は札幌中心の大手6社と地方都市に1社～2社の中堅、そして酒類卸売業は独立系2社と商社系1社が大きなシェアを占めています。

寡占化の始まりは、小売業の寡占化から始まり、札幌の街には、独立の単独酒販店は殆ど見かけられない状況になっています。

私は昭和57年に最初の北海道勤務を命ぜられ、翌年から札幌市北区東区の担当となりましたが、当時の取引先はほぼ転廃業しており、かつてお世話になった酒屋さんの社長さん達と今回の3度目の北海道勤務になってからは殆どお会いすることはありません。

「街の酒屋さんを守る」のは、時すでに遅しと認識しています。

思えばビールの安売りは、1990年代半ばの某社の輸入ビールが100円で売られ始めた頃からではないでしょうか。

その後の小売酒販免許の緩和で販売場数の増加と共に競争激化、更に大手小売業のバイヤーと商談慣れしていない、売上至上主義の酒販店担当営業マンが量販店を担当し、バイヤーからの値下げ圧力に安易に対応したことから、小売業の店頭価格破壊に拍車がかかったと認識しています。

当然、酒類の買い場が酒販店から量販店に移行し、街の酒屋さんの衰退は更に進んでいきました。

卸売業に限って言えば、シェア争いしていたメーカーと一緒に売上が求めている所、ある日突然メーカーから販促費のカットという事態になり、梯子を外され、更に共配が始まりセンターフィーが負荷され、元酒屋さん担当営業マンはバイヤーに対して値上げ交渉力を発揮できないまま、メーカーの後押しの無い納入価格だけが残ってしまったという状況が過去には続いていたと認識しています。

「盗人を捕らえてみれば我が子なり」に近いものがありそうです。  
メーカーも、ブランドオーナーとして価値の維持をしなければならない立場にあるのに、それを放棄するオープン価格導入という制度変更も大きな原因の一つではあります。  
しかし、原因の一端は卸にあると言う事は、否めない事実であり、公正な取引、量から質への転換は、我々卸売業がしっかり実現させなければならないと言う事です。