

低価格商品はどうなっているの？

チャオ、シーナです。以下はこの半年の新聞記事抜粋。 ●3月、「ユニクロのファーストリテイリングは低価格ブランド「gu（ジーユー）」で990円のジーンズを発売」 ●8月、「イオンは880円のジーンズをPBの「トップバリュ」で発売。2010年2月までに100万本の販売を目指す」 ●10月、「ドン・キホーテがプライベートブランド「情熱価格」を立ち上げ。業界最安の690円のジーンズを発売」 ●10月、「ファーストリテイリングはgu（ジーユー）で490円のフリースを発売。ユニクロの最低価格990円の半額。...うーん、恐るべし、ニッポンの低価格競争力。東南アジアの下町オープンマーケット顔負けの価格ですね。造っている中国のメーカーのすすり泣き（号泣？）が聞こえてきそう。いや、ユニクロはカンボジアやバングラデシュに生産をシフトしつつあるそうです。で、おサケはどーなっているのかと、イオン、イトーヨーカドー、ダイエー、COOPなどで実地見分してまいりました。

(photo & text : Sienna K. Emiri シーナ・K・エミリ)



● Ciao from Sienna. Lehman Shock hit the world industry, and Japan retail market has dramatically changed. "Lower prices" driven by huge retailers are building a new market. PB products seem increasing very rapidly, however still lower share than Europe. ● Beer taste beverages and paper boxed Sake are fighting against PB products in the shrinking market. Honkaku Shochu is fighting with "mixed" Shochu. PB wines and PB Umeshu are withdrawing the prices. Conventional price system of alcoholic beverages looks collapsing...



	PRIME DRAFT (韓国 HITE)	バーゲンブロー Neu Welt (韓国 OB)	バーゲンブロー (韓国 OB)	トップバリュ 麦の薫り	7プレミアム THE BREW	サントリー 金麦	キリン のどごし<生>	アサヒ Clear	サッポロ 麦とホップ	サントリー ジョッキ生 8	キリン ストロングセブン
価格※	¥88	¥89	¥98	¥100	¥104.6 (¥123)	¥112 (¥123)	¥112 (¥123)	¥112 (¥123)	¥112 (¥123)	¥112 (¥115)	¥112 (¥128)
容量	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml
100mlあたり	¥25.1	¥25.4	¥28.0	¥28.5	¥29.8	¥32.0	¥32.0	¥32.0	¥32.0	¥32.0	¥32.0
アルコール度数	4.5	5	5.5	5	5	5	5	5	5	8	7
種類	輸入 PB 第三	輸入 PB 第三	輸入 PB 発泡	PB 第三	PB 第三	第三のビール	第三のビール	第三のビール	第三のビール	高アル第三	高アル第三



	恵みの郷 合同酒造	トップバリュ 梅酒	トップバリュ ワイン	メルシャン ウィンディ BOX	サッポロ デイリーワイン	サントリー 梅酒にしませんか	トップバリュ 宮水仕込み酒	月桂冠 月	白鶴 まる	サントリー むぎのか
価格※	¥480	¥798	¥798	¥798	¥850	(¥798) ¥858	¥890	(¥898) ¥980	(¥898) ¥980	¥980
容量	1800 ml	2000 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	2000 ml	2000 ml	2000 ml	2000 ml	1800 ml
100mlあたり	¥26.6	¥39.9	¥44.3	¥44.3	¥47.2	¥42.9	¥44.5	¥49.0	¥49.0	¥54.4
アルコール度数	13~14	10	11	11	11	8	14~15	13~14	13~14	25
種類	合成清酒	PB 梅酒	PB ワイン	ワイン	ワイン	梅酒	PB 清酒	清酒	清酒	甲乙混和

※ 2009年10月に、大阪・阪神地区のイオン（マックスバリュ2店舗）、セブン&アイ（イトーヨーカドー2店舗）、ダイエー1店舗、COOP1店舗の店頭価格を調査した。価格差のある場合は上下を併記し、頻度の高い方を主に、頻度の少ない方をカッコ書きとした。

●ビール系の価格ヒエラルキーは8段階

イオン、セブン&アイのPB (100円) をサントリーさんが供給することが話題になりましたが、店頭ではもっと安いものがある。350ml クラスの缶製品を値段順に並べると概ねこんな具合。

1. 80～90円台: 輸入PB 第三&発泡酒 (ダイエー「バーゲンブロー」など)
2. 100円 (～120円台): 国産PB 第三のビール (イオンの「麦の薫り」、セブン&アイの「THE BREW」)
3. 110円強～120円台: 大手第三のビール (「のどごし生」、「金麦」など)
4. 130円弱～140円台: 大手発泡酒 (「淡麗生」、「スタイルフリー」など)
5. 135円程度: 0.00%ノンアルコール (「フリー」、「ポイントゼロ」など)
6. 180円強～200円台: 大手レギュラービール (「スーパードライ」、「キリンラガー」など)
7. 200～240円台: 大手プレミアムビール (「エビス」、「ザプレミアム」など)
8. 295円: 輸入プレミアムビールの例 (「ギネス」)

「より安く」、を求めて、この10年ほどで新しく1～4の категорияができました。いまや価格ヒエラルキー(?)は8段階! (勝手な分類ですが。実際はお店によって随分価格差があるし、他に「アルコール強化系」、「健康系」、「レトロ復活系」などもあり複雑です)。リスト最初の「輸入PB 第三」は「80～90円台」と書いていますが、ダイエーは8月には「バーゲンブロー」を通常より10円安い79円で販売していたそう。

でも業界の話題はなんといっても、7月から始まったリスト2番目の「国産PB 第三」。イオンの「麦の薫り」が100円。(ただ、本稿を書いている10月時点では店頭商品が見あたりません。好調で品切れか、それとも他の原因?) セブン&アイの「THE BREW」は、CVSのセブンイレブンでは123円ですが、イトーヨーカドーでは(当初報道では6缶パック600円でしたが、大阪の店頭では)6缶パック628円なので@104.6円。いずれも、サントリーさんの生産です。

PBといえば、中小メーカーや海外メーカーへの委託が中心だったのに、サントリーさんのような大手が受託すること、しかもビールのような寡占市場でPBが行われるのは、異次元に一步踏み込んだ感あり、ですね。流通再編が進んで上位集中度が高まり、メーカーとの力関係が変わりつつあるのでしょう。

「0.00%ノンアルコール」をリスト5番目に含めるのはヘンかもしれませんが、ビール売り場に並んでいるし、実際よく売れているそうです。「第4のビール」というタイトルで紹介されていた記事もありました。税金なしで135円とは、ひょっとしたら一番のもうけ頭なの? キリンさんが4月にだせば、わずか半年で残り3社もソッコー追従、今や4社体制。ビール業界各社の技術力の高さには脱帽ですが、他社が出すと絶対に対抗を出すぞ、という経営哲学(根性?)にも恐れ入谷の鬼子母神。

サントリーさんのイオン、セブン&アイのPBにも、残り3社は対抗商品を出してくるのでしょうか?

●紙パックのヒエラルキー、ワイン<清酒<甲乙混和<本格焼酎

さて、清酒・焼酎はどうでしょうか。ワインや梅酒の1.8～2リットル紙パック製品も加え、まとめて価格順にしたのが写真資料。PB製品、NB製品ともお店によってずいぶん値段差があり一概にはいいにくいのですが、価格の特性を抽出するとおおよそ以下のような具合ですね。

1. 500円前後: 大手合成清酒
2. 800円弱: 最安PB ワイン・梅酒 (イオンの「トップバリュ」)
3. 800円台: 最安PB 清酒 (イオンの「宮水仕込」)
4. 800円台～1,000円前後: 大手2ℓ 清酒 (白鶴「まる」、月桂冠「月」など)
5. 900円台～: 大手甲乙混和焼酎 (「かのか」、「むぎのか」など)
6. 1,000～1,300円台: PB 本格焼酎
7. 1,400～1,700円台: 大手1.8ℓ 本格焼酎 (「いいちこ」、「霧島」など)



キリン 麒麟	アサヒ スタイルフリー	アサヒ ポイントゼロ	サントリー FINE ZERO	サッポロ スーパークリア	キリン フリー	アサヒ スーパードライ	キリン ラガー	サッポロ エビス	サントリー プレミアムモルツ	ギネス
¥128 (¥144)	¥128 (¥144)	(¥125) ¥135	(¥125) ¥135	(¥125) ¥135	¥135	¥182 (¥205)	¥182 (¥205)	¥208 (¥228)	¥213 (¥247)	¥295
350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	350 ml	330 ml
¥36.5	¥36.5	¥38.5	¥38.5	¥38.5	¥38.5	¥52.0	¥52.0	¥59.4	¥60.8	¥89.3
5.5	4	0	0	0	0	5	5	5	5.5	4.5
発泡酒	発泡酒	ノンアル	ノンアル	ノンアル	ノンアル	レギュラー	レギュラー	プレミアム	プレミアム	輸入プレミアム



アサヒ かのか	COOP WINE BOX	COOP 麦の友	COOP 梅酒	トップバリュ 芋焼酎	COOP いも焼酎	チョーヤ さらりとした梅酒	COOP 虹の宴 純米酒	三和酒類 いいちこ	霧島酒造 黒霧島
¥980 (¥1190)	¥980	¥1029	¥1240	¥1250	¥1357	¥1380 (¥1450)	¥1480	¥1480 (¥1700)	¥1580 (¥1770)
1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml	1800 ml
¥54.4	¥54.4	¥57.1	¥68.8	¥69.4	¥75.3	¥76.6	¥82.2	¥82.2	¥87.7
25	11	25	8	25	25	10	14	25	25
甲乙混和	PB ワイン	PB 乙甲混和	PB 梅酒	PB 本格焼酎	PB 本格焼酎	梅酒	PB 清酒	本格焼酎	本格焼酎

写真撮影: 2009/10/23

(前ページから続く)

特に清酒はPB、NBとも特売日にはさらに安くなるし、清酒は2リットル主流、本格焼酎は1.8リットル主流であることも考え合わせると、紙パック製品についてみれば、NBレギュラー清酒はNB本格焼酎の半値近いのですね。

紙パックだけでなく、壺ワインの低価格PBもますます激化のようで、Web情報からひろうとこんな具合。●「セブン&アイが11月に赤と白のPBワインを598円で発売。カリフォルニアのワインをコンテナで日本に運び、メルシャンでびん詰め」●「イオンのトップバリュ無添加ワイン720ミリリットルは498円」●「ドン・キホーテは10月中旬から398円のPB赤ワイン(アルゼンチン産、720ミリリットル、酸化防止剤無添加)を発売」

ゴキュバ、ヨンキュッパ、サンキュッパ、ときて、次はニキュッパも出るのでしょうか？

●イギリスのPB商品のエピソード

20年以上前ですが、学生時代にロンドンで1カ月ほど過ごしたことがあります。食料も衣料も、買ひ物は小さな小売店が普通だったミラノと違って、セインズベリー、マーク&スパンサー、テスコなど、巨大企業のお店がどこにでもあって、何でもPBがある英国社会にカルチャーショック。ちょうど今の日本のイオン、イトーヨーカドー、ダイエーのような感じですね。

意外かもしれませんが当時のイギリスPBに対する個人的印象は、安さではなく、高品質。それはマーク&スパンサー(PB衣料品が多いお店、「セントマイケル」というPB名)で買った1枚のクルーネック・セーターによる体験からです。

たいていのセーターは、数年も着ればひじや袖のあたりがほころびてきます。でも、セントマイケルのセーターは全然破れない。20年近く愛用しました。セントマイケルはPBだから当然安いわけだけれど、今のユニクロのような「激安」ではなく、たぶん1〜2割安かった程度。当時のイギリスPBは価格より、むしろ品質に力点が置かれていたように感じました。

、、、ということが言いたくて、すなわち「低価格競争でないPBもありなんです」と言いたくてこのエピソードを書いたのですが、これはPB戦略の問題でなく、イギリスのモノに対する価値観の差なのかもしれません。ただ、衣料ばかりでなく食品では特に、現在でも「プレミアムPB」というジャンルが英国に存在するのは事実です。

私の場合、ですが、清酒や焼酎については安いPB製品を飲みたいとは思いません。でも、「愛好家の視点で製造プロセスにこだわったPB吟醸、あるいは、」あの名杜氏がこの歳で仕込んだ夢コラボPB焼酎が出れば、少々高くてもぜひ飲んでみたいですね。

●フランスワインの事例：量は収縮、品質は向上

INSEE(フランス統計経済研究所)から最近発表された「フランスの消費50年間の概要、2009年版」という調査報告に、「フランスの一人当たりワイン消費量の推移」が掲載されています。

- 1970年：104リットル(並級96リットル+高品質8リットル)
- 1980年：92リットル(並級77リットル+高品質15リットル)
- 1990年：68リットル(並級45リットル+高品質23リットル)
- 2007年：46リットル(並級23リットル+高品質23リットル)

1970年と比べて今ではワイン消費量は半分以下。これは日本の清酒も同じ。ただ、並級品(ヴァンドテーブルとヴァンドペイ)は1/4に激減する一方、高品質(AOCワインなど)は3倍に増えている。「市場が量より質を好む」というべきか、「ワイン業界が品質志向に誘導した」というべきかわかりませんが、縮小マーケットの中では正しい進路のように見えます。

日本でもロングスパンでみると、低価格酒類セグメントは収縮せざるをえないのではないのでしょうか。または、低価格セグメントを拡大しすぎると酒文化がアブナイ。業界の皆様には釈法でスミマセンが、今回のSienna's Watchingの分析結果は、日本の酒類業界も、価格競争に勝ち残りながら、一方で高価格商品セグメントを育成することが大事なのだと思ったことでした。

(photo & text : Sienna K. Emiri)



Ⓞ = 「バーチャル登場」：現物を撮影したものではなく、ウェブサイト画像、または合成画像 / Not actually pictured, "Virtual" image from website, etc.