

酒類ガイドライン遵守推進本部だより



平成 22 年 12 月 20 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

「龍馬伝効果」

四国支部 山崎 徹

11月最後の日曜日でNHK大河ドラマ「龍馬伝」が完結しました。

お蔭様で、「坂本龍馬」の出身地である我が高知県は、県内企業が数々の龍馬商品・龍馬グッズを生産・販売する、また多くの観光客が県内各地を訪れて、消費を盛り上げていただくなどあって、この不況の中、大きく落ち込むことなくこの1年を過ごさせていただきました。

日銀高知支店の予測では「龍馬伝」のもたらす今年1年間の高知への経済波及効果は、400億円を越えるのではと言われております。

「酒類の消費にも大きな効果が」と胸を張りたいところですが、お客様の消費行動が変わったのか、景気の悪さからか、消費には思ったほど結び付かず、効果は限定されてしまったようです。それでも高知県清酒の出荷は、何年ぶりの100%越えを狙えそうな状況ですし、知らず知らずのうちに酒類業界も大きな恩恵に預かっているものと思われれます。

全国で最初に人口の自然減少が始まった高知県。

地産地消では、将来的に成り立たないということで、東京銀座にアンテナショップを開店させるなど積極的に高知県産品の「地産外商」に遅まきながらも本格的に動き始めました。つられるようにして、県内生産者の活動も活発になってきたように感じられます。

2010年は、「龍馬さんの力」をバネにして、少しだけ元気と自信を取り戻した高知県。

2011年は、台湾などで「龍馬伝」が放映されるようで、海外からの観光客の誘致を図る活動が始まっております。

発展できるのかどうかは別にして、自助努力をせねばという意識が根付いてきたように感じられ、これも好影響を受けたものの一つと感じられます。また、高知県民が県外からのお客様を大事に、おもてなしの心を持って接することが少なからずできるようになってきたようにも思えます。

「龍馬伝」で学べたことは、広い世界（市場）に目を向けること。常に積極的であること。夢をあきらめないこと。等々。

県外客の減少していく 2011 年度の高知県内の酒類消費は、当然また落ちていくものと考えられます。消費が減少したからといって不毛な価格競争に陥らないように各企業が自制心を働かせつつ、質的に向上していく努力をし、行動を起こさなければやはり展望は開けていけないと考えます。

「ビール価格のオープン化」時に起こった劇的な効果は、まだまだ続いております。我々自身の手でこの効果を消し去らないようにせねば・・・こんな神風は、もう二度とあり得ませんよね。「日本を今一度せんたくいたし申し候」、この気概をもって、何事にも立ち向かっていきたいものです。

○ 平成 22 年 11 月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

期間 区分	11 月			1 ～ 11 月		
	当月数量	前年数量	前年比	本年数量	前年数量	前年比
ビール	235,899	229,486	102.8	2,561,076	2,646,194	96.8
発泡酒	75,351	82,229	91.6	893,633	1,082,422	82.6
新ジャンル	149,803	135,220	110.8	1,721,288	1,570,119	109.6
計	461,053	446,935	103.2	5,175,997	5,298,735	97.7