

酒類ガイドライン遵守推進本部だより

ほろにかが

平成 23 年 8 月 18 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

「今こそ改めて『量から質への転換』を！」

委員 喜多 和生

昨年と同じ時期に、「反『量から質への転換』に徹底抗議を！」と訴えてから早1年。まさか日本のこのような状況の下で寄稿することになるうとは、夢にも思っていませんでした。

去る3月11日に発生した、大地震とそれに伴う大津波は瞬く間に多くの人々の尊い命を奪い、未曾有の大災害をもたらしました。遅ればせではありますが、亡くなられた方々のご冥福を祈り、被災された方々にお見舞い申し上げます次第であります。

また、同時に発生した原発事故による首都圏での計画停電や、原発の見直しによって全国的な動きに至った節電要請は、豊富で安定していた従来の電力状況を一変させると同時に、それに依存していた我々の生活と意識に大きな影響を与え、3.11を境に消費者マインドが大きく変化したと言われていています。すなわち、人々が連帯や絆を重視するようになり、アメリカ型の物質主義と合理主義の見直しの機運が生まれてきたことであります。

確かに、昨今の我々は豊富な電力を当たり前とし、必要以上に電力に頼った生活をしてきた感があります。

例えば、電力によって人工的に季節を変え、年中いつでも野菜や果物を食べられるようにしていることなどもその一つでありましょう。その結果、本来の旬な時期が分からなくなり、季節感がなくなっただけではなく、栄養価の高い作物を口にしなくなっています。旬の作物を味わうと同時に、伝来の方法を駆使して保存し、他の季節に形を変えて味わうのが従来の日本の生活様式であり、それを支えてきたのが世界に冠たる醗酵や醸造の技術でした。

我々が日ごろ扱う酒の中でも特に和酒は、そのような日本の文化の産物であります。

電気が無ければ何も出来ない社会と生活様式を考え直し、改める機会を得たと言うには、あまりに代償の大きすぎる今回の大震災と原発事故ですが、これを機に日本人の意識や価値観が変わったのは事実でありましょう。

酒は文化の所産であり、致酔飲料であるにもかかわらず、合理主義と商業主義が幅を利かす業界となり、大量生産、大量消費に軸足が置かれてきたのは極めて残念なことであります。

しかし、今消費者は大きく変わりつつあります。これを機に酒類業界がこぞって、いち早く従来の方向を改め、これからの日本人の価値観に添った姿勢で製造し、販売していけば、業界は社会から高い評価を受けると共に、社会に大きく貢献することになります。

では、従来の方向で無い、新しい方向は何かと言いますと、それは正しく、我々中央会が発刊した改訂版新ビジョンにおいて、サブタイトルとして提唱している「量から質への転換」であります。

消費者である生活者が、生活のあらゆるシーンで「質」を重視し、それを求め始めたにもかかわらず、酒類業界が今までの延長で物質主義、合理性の重視のみで動き、価格競争に明け暮れていけば、酒は消費者にとって益々魅力のない商品となり、業界の衰退を早めることとなりましょう。

川中として、業界のど真ん中に位置する我々卸業界が、その位置だからこそその立場で酒類業界に提唱した「量から質への転換」を、消費者が変わりつつある今こそ、声を大にして業界全体に訴え、行動に移そうではありませんか！

新ビジョン推進委員会が旗振り役となって、新ビジョンの趣旨を理解いただき、「量から質への転換」に賛同いただけるよう、各方面に働きかけていく所存ですので、会員の皆様の一層のご協力をどうぞよろしくお願い致します。

○ 平成 23 年 7 月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

期間 区分	7 月			1 ～ 7 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	319,008	312,157	102.2	1,534,865	1,589,007	96.6
発泡酒	86,864	97,430	89.2	500,133	569,560	87.8
新ジャンル	193,817	187,514	103.4	1,100,784	1,065,974	103.3
計	599,689	597,101	100.4	3,135,782	3,224,541	97.2