

酒類ガイドライン遵守推進本部だより



平成 23 年 10 月 14 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

「老舗」未来へ続く業界及び企業の条件

委員 池田 正三郎

ほろにがくないアルコールの入っていないビールの売れ行きが堅調である。飲酒運転防止のみならず、アルコールを受け付けない消費者の獲得、需要開拓の観点からすると確かにヒット商品であることに間違いはない。ただ、昨今ノンアルコールの缶チューハイ、清酒、焼酎等まで商品に広がりを見せている。発泡酒、新ジャンルのノンアルコール商品などまさかビールメーカーが発売することは無いと思うし、そう願いたいところである。

さて、CSR（企業の社会的責任）という言葉が重みを増している。法を守らない企業や公益性を失った企業は社会から排除され、結果として業績が悪化して倒産してしまう時代である。

私ども酒類卸の会社は、酒造会社同様老舗企業が多い業種である。

「老舗」という言葉には、「信用」や「伝統」、「のれん」のように、「由緒ある正しさ」といった意味が内包されている。その一方で、「古くさい」、「保守的」、「閉鎖的」、「がんこ」といったややネガティブなイメージもときにつきまとう。それだけ「老舗」という言葉の持つ響きには、独特で神聖なものがあるのではなかろうか。

創業、設立から100年を経過した企業は、第一次世界大戦、関東大震災、昭和恐慌、第二次世界大戦、石油ショックなどいくつかの戦争や天災、経済危機などを乗り越えて現在まで存続している。

本年3月11日の東日本大震災、原発事故、国をあげてこの苦難や危機を乗り越えなければならぬし、1,000兆円におよぶ国の借金は増税だけで解決する問題ではないでしょうし、野田内閣にはしっかりと舵取りに期待するものである。

また、我々酒類卸各社は、いまこそ「由緒ある正しさ」で当面する課題に取り組み、利益の取れる卸の環境にしようではないですか。

存在意義のある酒類卸業を確立し、未来へつなげましょう！

○ 平成 23 年 9 月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

| 期間 区分 | 9 月 | | | 1 ～ 9 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 | 213,770 | 229,099 | 93.3 | 2,017,890 | 2,105,537 | 95.8 |
| 発泡酒 | 71,125 | 86,172 | 82.5 | 647,824 | 741,939 | 87.3 |
| 新ジャンル | 179,952 | 184,665 | 97.4 | 1,453,718 | 1,416,314 | 102.6 |
| 計 | 464,847 | 499,936 | 93.0 | 4,119,432 | 4,263,790 | 96.6 |