

ほろにか

令和3年10月15日
全国卸売酒販組合中央会

『二年一昔』 ～コロナ禍がもたらしたもの～

北海道卸売酒販組合
理事長 伊関 淑之

『十年一昔』 ～2020年代へ向けて。

これは、丁度2年前の令和元年12月期掲載の私のタイトルでした。
今回の寄稿にあたり、この原稿を読み返しましたら、何とも複雑な心境となりました。

原稿の趣旨は、2010年代の10年は、東日本大震災や各地での異常な台風被害等数多くの自然災害が多発していたこと、消費増税が2回行われ、酒類マーケットが変化したこと、2017年には、＜酒類の公正な取引の基準＞を定めた「改正酒税法」が定められ、施行当初は卸売業界も恩恵を被った点など激動の2010年代を振り返りました。

そして、次の10年のスタートである2020年は東京オリンピック・パラリンピックイヤーとなり、世界中から大勢の方が来日され、特に開催地の東京は大混雑と予想され、景気の視点では大変喜ばしい・・・という内容を書いています。

あれから2年、どうだったでしょうか？

2020年年初から、世界規模で新型コロナウイルス感染症の発生にて業界どころか世の中が一変致しました。

全国的な“緊急事態宣言”発令（北海道は独自に2月末より）にて、飲食店含む業務用市場や観光客への自粛要請や、海外との往来が途絶えたことからホテル、空港関係業態の売上が消失しました。

勿論、大混雑？が予想された東京オリンピック・パラリンピックは1年延期となり、夏の花火大会はじめ、全国各地の催事はすべて中止となりました。《不要不急》の外出自粛要請は続きましたが、若干感染者が減少してきた時期から

の、政府主導の【G o t oキャンペーン】はそれまでのうっ憤？もあり、盛況で、皮肉にも一旦減少した感染者が急拡大するはめとなり、年末・年始の観光・業務用は完全に止められ、全国的にもかつてない程閑散とした繁華街の様相となりました。

年が明けても、コロナ禍が続き、感染者は増加の一途から、集中的に「飲食店」しかも‘酒類’を狙い撃ちした施策が続き、時短要請どころか、酒類そのものを提供するなという、一般のお客様のみならず業務用市場全般の流通が寸断されました。

今年に入ってから、殆どの時期が、《緊急事態宣言（まん延防止）》期間ということもあり、業務用市場の酒類提供が都市部中心に制限を受け続けたことから、量販・ドラッグ等家庭用市場は健闘しましたが、トータルの売上は昨年以上のダメージとなりました。

東京オリンピック・パラリンピックも東京都が緊急事態宣言中の中、無観客という、まさに前代未聞の開催となり、この後、結果的に最大の感染者数となり、9月末まで宣言が延長されました。

結局、この約2年は新型コロナウイルスという未知の感染症の蔓延からいわゆる‘コロナ前’とは大きく生活様式が変わってしまいましたというか、現在進行形で変わっている最中であります。

人の移動の制限は、当然経済に大きなダメージを与えた一方、職場での‘テレワーク’の普及や学生の‘オンライン授業化’、ライブやスポーツ観戦の中止や観客制限、そして‘巣ごもり消費’にての家飲み増加や、宅配、フードデリバリーの継続利用等新たなライフスタイルが現れましたが、‘コロナ後’にて定着するかどうかは、現段階で何とも言えないところです。

緊急事態宣言が解除され、飲食店に酒類提供が復活した10月1日のニュースで、皆が美味しそうにお酒を飲むシーンが映されていました。

ジョッキを一気に飲み、口々に‘本当に久しぶりだ’、‘やっぱり店で飲むビールは違うわ’と破顔一笑の表情を見ましたらこちらまで気持ちが良くなりました。

そうです、本来飲食店は、只酔うための所ではなく、職場の仲間や知人、家族と来て（勿論一人の方も）、非日常と申しましょうかほんの一時でも心地よい気分を満喫できる、いわば利用者に情緒的価値を提供してくれる場所となっております。

我々の扱っているお酒は、こうしたお客様と飲食店や酒販店らを繋ぐ、潤滑油の役割を果たしていると思えます。

新型コロナウイルス感染の収束は、残念ながらまだ見通せなく、今後の感染再拡大の懸念も危惧されますが、この2年にわたる経験を活かし、「ウイズコロナ」、「アフターコロナ」を見据え、酒類卸売業全体として、今以上に『量から

質』への販売に特化し家庭用市場、業務用市場の回復と合わせ、酒類市場の活性化を図って行かなければと考えております。

今後とも行政官庁、中央会の特段のご指導、ご配慮を宜しくお願い致します。