

# ほろにかが

令和4年7月15日  
全国卸売酒販組合中央会

## 『土台を作る責任』

群馬県卸売酒販組合  
理事長 岡村 武彦

戦争体験者はまだまだたくさんおられるでしょうが、日本でも少なくなっています。高度経済成長を経験した世代が日本を率いていますが、その方々も実際は知らず、今後を担う若い世代はバブル崩壊後の日本しか知らず、各世代間でかなりのギャップが生まれています。

そんな中、ロシアウクライナ戦争に端を発した様々な事象、急激な円安による経済混乱、そして当業界にとっては一番影響を受けた「新型コロナウイルス感染症ショック」。

時代の変わり目ではないでしょうか。前段のことに比べれば小さなことですが、果たして「酒類」を扱っている業界はこのままの流れでいいのだろうか？ 変わるとすればどうなってどうしていくのがいいのか？ 次の時代はここから始まるわけです。これからの方に託したいと思いますが、土台を作る責任は我々にあります。

流通チャネルの問題、社会的規制強化と販売規制緩和の矛盾（私はそう思う）とバランス。酒税保全（財政上、率は下がったとはいえ1兆円を超える）と弊害による社会的コストの課題。社会的コストの低減を図りつつ、税負担をしていく。これが「業界の維持」に繋がる。消費者、生活者を考えれば「安い」ことはうれしい。ただし「安い」ことは酒類の価値の低下も招くこともあるし、卸にとっては死活問題。社会的コストも増えるかもしれない。矛盾だらけの中で、商いは続いている。

昔に戻ることはないし、今がいいとは言えない。新しい形の「酒類業界」になるべく、考え方を換え、秩序ある酒類業界にしていけば、解決の道は開けると期待しています。6月中央会総会において、酒税課の方が話されましたが、ハッといたしました。改正酒税法を新しくしても、我々組合員全

員が、そのような意識をもっていないと流通の問題さえ解決されない。我々は無意識のうちに「無理かもしれない」「自分に被害なければ」と思っている。それではダメだ。

現在、日本産酒類の輸出振興などの素晴らしい対策もいろいろ出されてきています。もっと業界のために「継続から新規」でやるべきことはある。酒は「良い」ものでもあるが「悪い」ことの原因も作る。いい重点的施策をどんどん行い、欠点を排除する。我々酒類卸業者も決まったルールの中で切磋琢磨し（今のような販売合戦だけでなく）いい意味の競争をして得意先支援や消費者支援、啓蒙していけば、「酒類の世界」で違った素晴らしい風景が見えてくると思う。