

## 令和5年 年頭所感

東京小売酒販組合  
理事長 吉田 精孝

新年明けましておめでとうございます。

年頭に当たり、組合員の皆様並びに関係団体の皆様には、平素より多大なるご支援、ご協力を頂いておりますことを深く感謝申し上げます。

現在、新型コロナウイルス感染症に対する社会の捉え方が徐々に正常化に向かい、酒類業界にとっても明るい兆しが見え始めてきました。一方、ロシアのウクライナ侵攻に端を発した世界的なエネルギー価格の高騰や急速な円安の影響により、酒類を含めた飲食料品が値上げされるなど、わが国経済の先行きは依然として不透明な状況が続いております。

そうした中、本年度の事業につきましては、コロナ禍以前の事業を全て実施する方針で予算編成を行っており、以下、重点的に取り組む課題について述べさせていただきます。

まず、「組織の活性化」についてです。

組合員数がピーク時の三分の一にまで減少していることに伴い、本組合はもとより各支部の運営は年々厳しさを増しております。中央会は関係各所に組織率向上を目的とした「組合加入の義務化」を要望しておりますが、現行法では「義務化」へのハードルが高く、実現は困難な状況です。一方、昨年6月、全国小売酒販組合中央会に日本フランチャイズチェーン協会が賛助会員として加入しました。同協会は大手コンビニ各社が加盟する団体であることから、今後は小売酒販組合の活動や存在意義について、きめ細かに説明する中で、信頼関係を構築していきたいと考えております。いずれにしても「組合加入の推進」は組織の将来にとっては重要な課題です。そのために本組合では加入手数料を無料にしたほか、新規加入者に理解が得られる賦課金制度の構築に向けて検討を重ねております。昨年の新規加入の状況を見ると、活発な支部活動を説明することで加入に至るケースが多く、やはり各支部長の力が不可欠であると実感しているところです。これからも組合加入のメリットを創出する努力を重ねて参りますので、ご協力をお願い申し上げます。

続きまして「適正飲酒の推進」についてです。

コロナ禍において多くの支部で中止せざるを得なかった「20歳未満飲酒防止・飲酒運転撲滅キャンペーン」ですが、昨年は感染動向が落ち着いた時期や各地のイベント等に合

わせ、22支部がキャンペーンを実施しました。また、本組合の「秋葉原キャンペーン」についても、昨年12月、警視庁と共催により3年ぶりに再開することができました。当日は多くの組合員はもとより、酒類業の各団体やコンビニ各社の皆さんにご参加頂き、秋葉原駅頭で大々的にアピールしたところです。

キャンペーンのセレモニーでも申し上げましたが、「防止」や「撲滅」のフレーズに偏り過ぎると、「飲酒すること自体が悪い」というマイナスイメージを発信してしまう恐れがあります。お酒は日本の文化であり人間関係を豊かにする大事なコミュニケーションツールです。飲酒ルールの遵守は当然ですが、今後の啓発活動の際は「お酒は20歳になってから楽しもう」といったプラスの側面を積極的に伝えていきたいと考えております。

一方、「適正飲酒」については、東京都の「アルコール健康障害対策推進計画」の中で、依存症や大量飲酒による疾病の抑制など健康面への配慮が求められています。また、WHOはアルコール健康障害を発生させる要因の一つとして酒類の安価な価格を指摘しています。本組合はかねて「酒類（特に高アルコールのRTD飲料）が清涼飲料水より安い価格で販売されることは問題」だと考えており、引き続きあらゆる場面で提起していく所存です。

続きまして酒類販売管理研修についてです。

昨年は組合員の大半が3年毎の再受講期限を迎えたため、1月～8月にかけて全支部で研修を実施し、組合員1973名、非組合員172名、合わせて2145名が受講しました。一方、通常の研修に関しては、コロナ禍の影響による受講定員の削減をカバーするため、本部・立川酒販会館・三多摩労働会館の3会場で41回の研修を実施し、組合員68名、非組合員1235名、合わせて1303名が受講しました。今後、「座席間隔の条件廃止」といったガイドラインの見直しが図られれば、各会場の定員を増やし、特に非組合員の受講ニーズに対応することで、研修実施団体としての責務を果たして参ります。

次に酒類の価格問題についてです。

昨年6月、「酒類の公正な取引に関する基準」が改正され、「リベートの取扱い及び共通費用の明確化」が図られました。これにより大手量販店やドラッグストアなどの「行き過ぎた安売り」が沈静化することを期待しているところです。

一方、10月にはビール各社を始め多くの酒類メーカーが値上げを実施しました。生販各段階の価格転嫁は概ね順調に進んだようですが、不公正な市場価格については、引き続き、組合員にチラシ等に関する情報提供を募り、国税局及び公正取引委員会に申告すると共に、特に国税局に対しては、厳格な調査の実施と指導の強化を求めて参ります。

小売組合と連携して事業を行っている東京味噌醤油商業協同組合についても主な方針を述べさせていただきます。

まず、「東京小売酒販会館」の老朽化に伴う対応についてです。築63年が経過し、耐震性に問題が生じていることに加え、近年は外観や設備の劣化等により、テナントが退出するだけでなく、新規テナント募集にも苦慮している状況です。このため6年前から理事や支部長を始めとする幅広い方々から「建て替えの是非」に関する意見を募り、前向きな検討を重ねて参りました。昨年の年初に「2年後の着手を目指す」という方針を示しましたが、借入を含めて10数億円規模の費用を要するプロジェクトのため、更に慎重かつ深い議論が必要であると判断し、会館を保有する味噌組合及び資金拠出を予定している東酒協それぞれに新たな「特別委員会」を設置することとしました。今後は2つの委員会で、公正性・透明性を確保しながら様々な角度から検討を進めていく予定です。

言うまでも無く「酒販会館」は組合員の皆様の共有財産です。会館建設によって皆様にごどのようなメリットがあるのかも含め、進捗状況は公報等を通じてご報告致しますので、ご理解頂けるようお願い申し上げます。

次に東京味噌醤油共済については、近年、組合員の減少と共に共済加入者の減少傾向が続き、運営が難しくなっております。現段階で給付金が掛金を上回る状態には至っていませんが、引き続き所管する厚生委員会で制度の在り方について慎重に協議を進めて参ります。

次代を担う青年会の育成・支援に関しましては、本年度も最大限に努めて参ります。年々会員数が増加する中、コロナ禍においても積極的な活動は途絶えることなく、昨年6月には約2年半ぶりに「酒屋角打ちフェス」を開催しました。感染対策等の制約があり、規模を縮小することになりましたが、想定を上回る来場者で賑わいました。

なお、本年2月10日～12日に上野公園で第6回の「酒屋角打ちフェス」を開催します。同フェスは組合が主催する新たな経営活性化事業の一つとして捉えております。コロナの感染状況により、急遽の中止や集客減等のリスクがあるため、青年会員中心の出店となりますが、将来的にはより多くの組合員の皆様に出店頂きたいと考えております。そのステップとして、今回はSNSを最大限活用したPRや「お酒と食と音楽」を融合させた企画など、集客力を高める施策を実験的に行い、イベントの認知度向上を図っていく予定です。

私たち小売酒販店の経営環境は厳しさを増し、それに伴う組合組織率の低下により、組合そのものの存在意義が厳しく問われております。しかし、コロナ禍において、組合員一人一人の力を結集した「組織力」によって、酒類販売事業者限定の給付金の実現したことは記憶に新しいところです。これからも現場の声に真摯に耳を傾けながら、「小さな声」を

「大きな力」に替えて、しっかりと行政や政治に届けていく所存です。そのために、役職員一同が旧態依然の組織運営や前例踏襲に捉われることなく、「組合員に必要とされる組織」となるよう立ち止まる事なく励んで参りますので、ご支援、ご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

結びにあたり、本年が皆様にとって良き年であることをご祈念申し上げ、新年のご挨拶とさせていただきます。