

令和 8 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のご健勝と益々のご繁栄を心からご祈念申し上げますとともに、日頃のご支援・ご協力に改めて御礼申し上げます。

昨年は国際情勢の緊迫化やトランプ大統領による関税政策等により先行きの不透明感が拡大しましたが、10月の高市政権発足以降、責任ある積極財政のもと、ガソリン暫定税率廃止やいわゆる「年収の壁」の引き上げなど、景気回復を期待させる施策が矢継ぎ早に講じられました。

一方、国内の酒類市場に目を向けると、人件費やエネルギーコストの上昇に伴う物流費の高騰や大手メーカーに対するサイバー攻撃に端を発した流通の混乱等が重くのしかかり、厳しい状況が継続しており、特に原料米をはじめとする酒類の原材料費の高騰は、生販三層の事業経営にとって深刻な影響を及ぼしています。

こうした環境下にあるからこそ、本組合は組合員一人ひとりの声をこれまで以上に真摯に受け止め、具体的かつ実効性のある施策の実施に努めてまいります。

本年度事業については新たな試みも含め、主に以下の内容を重点的に取り組みます。

まず、組織活性化についてです。

組合員の減少傾向が続く中、役員の担い手不足や会議の出席率低下等が長年の課題となっていたことから、本年の役員改選では、理事の選任方法の見直しや定数削減を行うこととしました。具体的には、理事の選任地域をこれまでの「税務署管内毎」から「第1～第4ブロック」とし、併せて定数も46名から31名に削減しました。この改定により、組織体制を一層強化し、意思決定の迅速化を図っていく所存です。

各支部の運営状況については依然として厳しく、解散、合併を検討する例が年を追うごとに増加しています。本年度は「本部・支部の将来的な在り方」について国税当局とも協議しながら、複数支部の事務統合といった対策案を早急に示し、支部の存続を支援してまいります。

一方、組織強化に関しては「組合加入促進」が不可欠です。全国小売酒販組合中央会では、関係行政や政治に対し、組織率向上に関する支援策を求める中で、組合活動の詳細や存在意義を機会あるごとに説明しています。本組合としても、効果的な勧奨方法確立した上で、公平感のある賦課金体系を構築し、加入しやすい組織づくりに取り組んでまいります。

す。

組合加入のメリットとなる事業の一つとして、昨年は経営活性化研修会を7回実施しました。「熟成酒」や「ウイスキー」、「日本ワイン」や「杜氏が教えるきき酒」、「効果的な売り場づくり」や「店舗のSNS・AI活用術」と幅広いテーマで行ったところ、延べ200名近くの組合員、従業員等が受講し好評を博しました。本年度は新設の「研修積立金」を活用しながら、組合員はもとより員外の事業者にも興味を持って頂けるような「酒販組合ならではの研修会」を展開していく予定です。

続きまして、社会貢献活動と適正飲酒の推進です。

長年にわたり組合員が取組んできた「20歳未満飲酒防止・飲酒運転撲滅キャンペーン」ですが、昨年は初開催も含めて55支部が66回の啓発活動を駅頭や地域イベント等で実施しました。本組合でも4月に秋葉原で、東京国税局や万世橋警察署の協力を得て、酒類業の各団体、日本フランチャイズチェーン協会を通じて参加したコンビニ各社の皆様、さらに地元高校生も加わり、大々的なキャンペーンを実施したところです。

本年度におきましても、本部・支部が一体となって趣旨の周知に努めますが、「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。日本の古き良き飲酒文化を守るためにも、「ルールを守って楽しくお酒を飲もう」といったプラスの側面を積極的に打ち出していく所存です。

一方、東京都の「アルコール健康障害対策推進計画」の中では、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おり、本年度は第3期の計画が公表されます。本組合の渋谷副理事長が同計画を策定する委員として参加し、酒類小売業者の立場で意見を述べていますが、その場でも啓発キャンペーンと同様に、「健康に悪い」といった極端なイメージが先行しないよう、飲酒の良い部分を広くアピールし、業界をますます発展させていくことに努めています。

なお、全国小売酒販組合中央会は、酒類の適正な販売管理や対面販売を重視する観点から、完全無人店舗における酒類の販売については明確に反対しています。近年、デジタル技術を活用した省力化が進み、無人店舗の開業が話題に上っていますが、本組合は対面販売の原則を維持する姿勢を崩さず、国税当局に対しても「年齢確認を含め、適正な販売管理が行われているかどうか」について注視するよう求めてまいります。

続きまして、酒類販売管理研修についてです。

昨年は、組合員の多くが3年毎の再受講年を迎え、各支部等が実施した研修で1750名が受講しました。一方、定期開催では、本部・立川酒販会館・八王子学園都市センター

の3会場で33回の研修を実施し、組合員53名、非組合員1167名、合わせて1220名が受講しました。

今後も研修実施団体としての責務を果たすため、研修内容の充実と講師の資質の向上に努めるほか、利便性の高い会場の選定や休日開催など、幅広いニーズに応えながら、積極的に展開してまいります。一方、中央会が行う「eラーニング研修」の都内受講者数は、毎月100名前後で推移していますが、本組合の研修の受講者減といった影響は見られません。

いずれにしましても酒類販売管理研修の定期受講は義務であることから、未受講者に対しては国税当局による厳格な対応を引き続き要望してまいります。

次に酒類の市場環境の改善についてです。

令和4年6月の「酒類の公正な取引に関する基準」の改正により、「リベートの取扱い」や「共通費用の配賦方法の更なる明確化」が図られ、市場の健全化に向けて歩み始めました。市場に大きな影響を与える事業者の行き過ぎた安売りが鎮静化することを期待していますが、一部業者の中には依然として不公正な市場価格が散見されます。本組合は引き続きチラシ等の情報を収集し、関係行政に申告すると共に、国税局に対しては基準の厳格な運用による徹底した調査・指導を求めてまいります。

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。酒販会館は築66年が経過し、外観や設備の劣化はもとより、耐震性に問題が生じています。この解決のため、令和5年6月に立ち上げた「会館建設検討委員会」で議論を重ね、昨年5月には建築プランをまとめた答申が常務役員会に提出されました。しかし、資材や人件費等の急激な上昇により、数カ月の間に建築費用の総額が約1億円増加したため、計画の実行が困難な状況となっています。酒販会館は組合員の共有財産であり、建設後の収益性が担保されない限りは前に進めることはできません。

一方、老朽化や耐震性を考えると、問題の先送りは難しいため、速やかに建て替え以外の選択肢も含めた結論を出したいと考えております。会館に関する一連の議論については、今後も各種会議や公報等で説明してまいりますので、ご理解のほどよろしくお願いいたします。

次に東京味噌醤油共済制度については、加入者の減少や高齢化により、収支バランスが年々悪化していることから、本年度は給付内容の変更に加え、制度の廃止を含めた議論を重ねてまいります。

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る所存です。近年は東京都酒造組合との連携事業のほか、酒類販売管理研修のコア講師を担う会員や支部・協組の代表を務める会員も見られ、組織の中核となって奮闘する例が増えています。また、去年は全国で初となる女性会長が誕生したほか、女性や若手会員の増加も顕著であり、今後、新たな視点を持った活動の展開が大いに期待されるところです。

このほか青年会が企画している「酒屋角打ちフェス」は、回を重ねるごとに規模が拡大し、直近の11月は過去最多の29店が参加する中、2万人を超える来場者で賑わいました。また、去年はフェスを通じて組合事業に関心を持った酒販店が組合に加入するなど、組織活性化事業の一つにまで成長してきました。

本年も2月6日～8日の3日間、第12回の「酒屋角打ちフェス」を開催します。今後、より多くの組合員に参加を募り、発展させていきたいと考えています。

組合員の減少に伴う組織率の低下により、組合の将来は必ずしも明るいとは言えません。しかし、次代を担う組合員が前例に捉われず、組合運営の様々な場面で活躍する姿が少しずつ芽生えています。一人一人の力を結集した「組織力」を最大限に発揮するために、役員一同が旧態依然の組織運営を打破し、組合員に必要とされる「強い組織」となるよう努めてまいりますので、ご支援、ご協力を賜りますよう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。