「ビールは安過ぎる」

大麦会の井上会長 カルテル巡る報道に〝反論〟



例会の模様と円内は井上会長



大阪府内の大手業務用酒販店約25社で構成する大麦会(井上芳敬会長)は21日に大阪市中央区のハナハナポチャで例会を開いた。井上会長は冒頭挨拶で、ビールなどの出荷価格(生産者価格)を巡ってメーカーが価格カルテルを結んでいるので、高いビールを買わされているとの報道に〝反論〟した。

同会長は国産大手4社のビール・チューハイのカルテル疑惑問題を取り上げて「ビールは安すぎる。『カルテルで高いビールを買わされている』などと何の知識もないテレビ局のコメンテーターが話しているが、大間違いだ」と持論を展開。

業務用ビールは来年に値上げされるとのうわさが広まっていたが、カルテル問題が発生したため、この先はどうなるか分からない情勢。井上会長は「ビールメーカーには時期を2、3か月ずらすなどして、適法に来年の業務用商品値上げを実施してほしい」と話した。

東京「酒屋角打ちフェス」 11月6日から3日間開催

各地の酒販店が出店

「第13回酒屋角打ちフェス(通称カクフェス)」は東京小売酒販組合青年会が中心のTOKYO酒屋魂実行委員会と東京小売酒販組合の共催で11月6日㈭、7日㈮、8日㈯の3日間、東京都台東区の上野恩賜公園で開かれる。「酒屋角打ち」は東京小売酒販組合の理事長で全国小売酒販組合中央会会長の吉田精孝氏が酒販店の生き残り策の一つとして常々提案している業態。

東京都内17店のほか北海道、福島、栃木、群馬、長野、富山、石川、鹿児島の酒販店が自慢の品を持ち寄って主に角打ちスタイルで提供する。全国酒販協同組合連合会は「特別純米酒えびす寿」などプライベートブランドの酒を出品する。フードは20軒の飲食店と6軒のキッチンカーが出店。

事前決済で待ち時間なく入場できる優先チケット「ファストチケット」(500円)と、ワンドリンク付きの有料席(20歳以上2500円、20歳未満1000円)はコンビニなどで販売している。

広島県福山市の福田商店

ザ・コンピュータ社BPSは酒販店を熟知したシステム

亜紀子さん「とりわけ利便性感じるのは酒類受払簿作成。自動的に作成でき提出可能」

福田商店(広島県福山市、1面参照)は2019年から酒販店専用のPOSレジシステム、ザ・コンピュータ社のベストパートナープラス(BPS)を使っている。

「以前使っていたPOSレジシステムのOS(基本ソフトウェア)がウィンドウズ10で、将来的にサポートを打ち切るとの説明を受け、ウインドウズ11にバージョンアップする必要が出てきたため。それを機にシステムを刷新しようと、各社システムを比較して検討した結果、酒販店の業務に特化したBPSが最も使いやすそうだったので導入を決断した」と、導入経緯を話す福田哲也社長。

BPSを主に使用しているのは、同社長の妻・亜紀子さんで受発注や、経理・事務業務などを担当している。使い勝手を聞いてみると「酒販店の仕事を熟知したシステムで、使いやすいとひとことに尽きる。10月の酒税改正に伴う事務にあたっても、事前にザ・コンピュータ社から詳細な設定方法を教えてもらい、1日に自動的に価格改定ができるようにしていたので、店売り、業務用配達ともにスムースに業務を進めることができた」ともろ手を挙げて褒めた。

亜紀子さんがとりわけ「利便性を感じる」というのは、酒類販売業者に義務付けられている酒類受払帳の作成。

「お義父さんの時代は手書きで作成していて4月末の提出期限前はそれこそ数日かけてさまざまな書類に囲まれながら作っていた。それがBPSを使うことで、自動的にポンポンシューっと作成できて、税務署に提出できている。おかげで、育児や家事の時間もしっかりと取れている。本当にBPSがない生活は想像ができない」と語る。

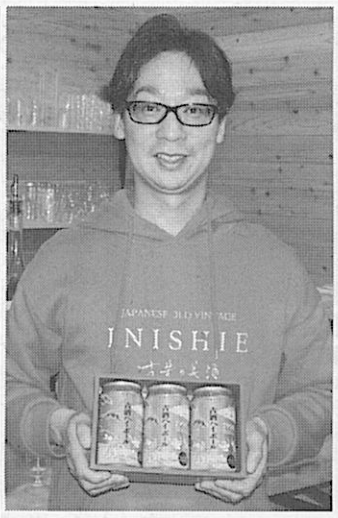


福田哲也社長(左)と亜紀子さん

「古酒ハイボール」の売れ行き期待

パソナ古酒蔵の安村社長に聞く

清酒、本格焼酎、泡盛、梅酒の長期熟成酒に価値を見出し、全国60社の酒類メーカーから蔵で眠っている古酒を集め、長期熟成古酒専門ブランド「古昔の美酒(いにしえのびしゅ)」として売り出しているパソナ古酒蔵(兵庫県加古川市、安村亮彦社長=写真左)。10月から、清酒古酒をより気軽に味わえるRTD(開栓してすぐに飲める)商品「古昔の美酒　古酒ハイボール1998」を売り出した。



350ミリリットル缶=写真左下=税別の参考小売価格800円。

兵庫県加西市の富久錦が1998年に醸造した、長らく蔵で眠っていた清酒古酒を原酒にしたソーダ割り。缶を開けた瞬間に古酒特有の熟成香が〝立ち香〟として感じられる。古酒の重厚な風味を炭酸のキレで軽やかな味わうことができ、缶入りのウイスキーハイボールのように気軽に古酒の魅力に触れることができる。



試飲イベントで一般消費者などに試飲してもらったところ「清酒は苦手だがこの味はおいしく飲める」「古酒はクセがあると思っていたが、意外と飲みやすく、軽やかに楽しめる」との評価の声があったそうだ。

パッケージデザインには、日本人にはおなじみの鳥獣戯画のウサギとカエルがゴルフをしながら戯れているユニークな姿が描かれている。日本の古酒とハイボールの語源と考えられているゴルフを組み合わせたもので、観光で日本を訪れた外国人観光客にもアピールできる印象的なデザインだ。

東京の上野駅や羽田空港のコンビニエンスストアなどで採用され、1本200円前後の缶チューハイ商品と並んで陳列されており、安村社長は「『古酒ハイボール』は、その数倍の価格で販売されているにもかかわらず、売れ行きは好調だ」という。

同社長はさらに「1本800円というと、一般的なRTD商品と比べるとなかなか手を出しづらい価格だが、外国人観光客は喜んで手に取ってくれる。また、3本セットにして箱に入れて2900円で売り出していて、ギフト需要に適した価格でネット販売でも好調に推移している」と語る。



「古酒ハイボール」の3本セット

同社長が日本初の古酒専門ブランドを設立したのは2020年のこと。設立のきっかけは、ワインやウイスキーのように年月をかけて熟成させた酒を珍重する文化を、もう一度根付かせたいという思いからだった。

日本にも江戸時代までは熟成酒に価値を見出す文化が存在していた。しかし、明治政府が導入した造石税の影響で、蔵で酒を寝かせることが蔵元には大きな負担となったため、熟成の伝統はほぼ途絶えてしまった。戦後の酒税改正で蔵出し税となったものの、古酒はぜい沢品で、なかなか市場の一角を占めるには至らず、熟成酒のおいしさを知るのはごく一部のファンに限られている。

全国60蔵の古酒「必ず需要がある」

清酒市場が長年にわたる縮小傾向に歯止めがかからない現状で、同社長は、ワインやウイスキーのような熟成に価値を見出し、高級酒として販売できる文化を復活させれば、必ず需要があると、総合人材サービス・パソナグループの支援を受けパソナ古酒蔵を設立。同時に全国1200の酒蔵に古酒保有調査を実施し、蔵で眠っている古酒を集めて商品化する事業をスタートさせた。



パソナ古酒蔵外観

「実際に酒蔵に足を運んでも、当初はどこも門前払い。ところが、姫路市の『龍力』の本田眞一郎会長(当時は社長)のもとを訪れ、古酒の魅力を広める事業をスタートさせた旨を伝えると、非常に喜んでくれ、同氏が会長を務める長期熟成酒研究会の加盟蔵を次々と紹介してくれて、一気に事業が前に進んだ」と同社長。

2023年に兵庫県加古川市に古酒専門蔵を開設し、現在は全国60蔵、160銘柄の酒を集めている。集めた酒は清酒を中心に本格焼酎、泡盛、梅酒の古酒など、全部で約15万リットル。ステンレスタンクを中心に、甕、樽貯蔵などを施し、瓶詰め、ラベルが貼られ商品化されている。

同社の商品はイギリスのインターナショナル・ワイン・チャレンジ(IWC)、フランスのクラマスターなど海外の品評会でも高く評価され、最高金賞などを受賞。また、昨年は全日空国際線のファーストクラスでも採用された。

「商品には絶対的な自信を持っているものの、一番の売れ筋商品『長期熟成 ブレンド日本酒古酒 貴醸酒 天貴』は500ミリリットルで3万8500円(税込)と非常に高価。まずは気軽に古酒の世界に触れてほしいと『古酒ハイボール』を発売した。清酒や焼酎などの和酒の販売を得意とする酒販業者に採用してもらい、多くの人に新たな酒のおいしさを知ってほしい」と同社長は古酒ハイボールの発売を足掛かりに国産熟成酒の市場を育てていく意欲を示した。

運が良い商人 NO 751

峯川 正和

