

卸売業新春トップインタビュー

日本酒類販売

倉本 隆社長



第一次中期経営計画の進捗

第74期にスタートした第一次中期経営計画（2022～24年度）は3年目となり、「基盤作り」の最終年度に入っている。予見できない外部要因が数多くあるなか、全社を挙げて「新へのチャレンジ」に取り組んできた。4月から開始する第二次中期経営計画「進化させる3年間」（25～27年度）に向け、意気込みを訊いた。

（聞き手 松丸浩一 まとめ小倉泉弥）

22年10月に、ビールを含めた商品の値上げがあり、マスターの登録作業や得意先への見積もり提示、交渉などに忙殺されてきた。第一次中期経営計画に掲げた「新へのチャレンジ」は、必ずしも十分に推進できていない。だが現場を見て回ると、新しいことに挑戦する姿勢は根づいてきたと感じる。社員は身近なところで仕事を工夫し、業務改善に取り組んでいる。

生成AIの活用についても、現在事例を集めているところだ。どのように活用するのが効果的か検証している。ただし、AIの回答を鵜呑みにしないなど注意も必要だ。

——新たな価値創造の取り組みについて

日本酒の需要拡大に向け、「酒ハイ」の取り組みを推進している。昨年、「日本酒需要創造会議」を立

創業以来初の海外事業に挑戦

ち上げ、メーカー、小売り、卸が一体となって提案しているが、このことに意義がある。酒販店や飲食店で認知拡大に取り組み、「酒ハイ」の取り扱い店数は1000店を超えた。手応えを感じている。種類は樽酒やにごり酒の評判がよい。

「酒ハイ」は夏季だけでなく年間を通じて提案しており、普

ウイスキーの取り扱いを開始した。想定したよりもかなり多く販売することができおり、好調に推移している。業家両面での調子が上がっている。アイテムは「デイスティラリーセレクトNo.1」「同No.2」が数量でけん引。「ソリスト」シリーズも業務用で伸長している。今後も販売活

は

——物流2024問題の進捗

ドライバリの人手不足や賃金上昇などの課題が継続している。積載効率を上げ、配送頻度を見直し、他社と共同化するなど、諸々の施策を行っている。

飲み方を知る機会を作りたい。

また近年の傾向の一つに酒類の低アルコール化がある。実際、日本酒でもアルコール度数が低い商品は好調で、飲用シーンが広がっている。今後も低アルコール化が進むだろう。現状を踏まえたアプローチが必要だ。

——第二次中期経営計画「進化させる3年間」に向けて

まだまだ充分ではなかった、「新へのチャレンジ」をしつかりと推進し、変化にも対応していく。

そして、創業以来初となる海外事業に取り組む。昨年、ベトナム・ホーチミンを拠点とする卸売企業のプロトリーダー社とエルドラゴン社を連結子会社とした。いずれも同国内で地域に密着した販売活動を行い、確固たる基盤を築いている有力なデイストリビューターだ。市場の変化が激しいが、日本のビールと飲料を主体に事業を展開する。

段は日本酒を飲まない方にも親しんでもらいたい。1・・・で割るので、アルコール度数も下がりが飲みやすくなる。ちなみに、サワーやハイボールの箇所にも、オンメニューされることが多いようだ。

また、やわらぎ水や日本酒の豊富なアミノ酸など、日本酒の効能や楽しみ方も一緒に伝えるように努めている。「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録により、世界から日本の酒造りが認められたことも、需要振興の契機とした。

昨3月からは、「カバラン」



まで飲まずに過ぎた。若い人たちに酒との付き合い方、

ベトナムはビールを好む国民性で、平均年齢が30代と若く、活気がある。どのようなことが起きるかわからないが、会社としてもチャレンジする。

国内でも、社員からどんなことができるか、現場の声を吸い上げ、挑戦できることにはどんな挑戦していきたい。