

下戸が開く「ゲコノミクス」で経済効果は3000億円以上

提唱者、レオス・キャピタルワークス藤野英人氏に聞く



鷲尾 龍一

日経ビジネス記者

2020年2月14日

有料会員限定

🗨️ 0 👍 100%



ギフト



印刷



クリップ

全 4273 文字

「平成の時代まではゲコは冷遇されていたが、令和の時代になってついに全国のゲコは立ち上がることになった」――。2019年、フェイスブックでお酒が飲めない下戸の集まり「ゲコノミスト」が発足した。半年で3000人超の参加者が集まり、埋もれていた下戸の本音が浮かび上がっている。

若い世代のお酒離れや、健康志向の高まりでノンアルコール市場への注目度が高まる一方で、発起人であるレオス・キャピタルワークスの藤野英人社長は、「メーカーや飲食店など提供者側の下戸への理解が足りない」と指摘する。下戸が楽しめるノンアルコール商品が登場すれば、「ゲコノミクス」効果は3000億円以上の潜在力があると語る。そんな藤野氏に、「卒酒」を目指す記者がインタビューした。

立ち上げから半年あまり、「ゲコノミスト」の参加者は3000人超。

下戸の思いの強さを感じます。

藤野英人レオス・キャピタルワークス社長（以下、藤野氏）：私自身は体質的にお酒に弱く、もともと下戸のようなものでしたが、33歳にぜんそくを患い、お酒を飲まなくなりました。周囲に悪意がないとは分かっているのですが、お酒を飲めないことで残念な思いをすることが多くありました。

「人生の半分は損している」とか「酒が飲めないのによくファンドマネージャーができるな」などと言われるのは、しょっちゅう。最近はずいぶん減ってきましたが。お酒が飲める人や飲食業界は、下戸の気持ちが想像できていません。下戸の不満を逃すのは経済的にも損失だと思い、グループを立ち上げました。

確かにお酒が飲めない人は、宴会は苦痛なのかも。私のお酒が飲めない知人は、宴会で周囲の酔っ払いに負けないテンションで参加し続けていて、すごいなあと思ったことがあります。

藤野氏：それってすごいことでしょうか？

お酒が飲めない人にとっては、至って普通ということでしょうか。

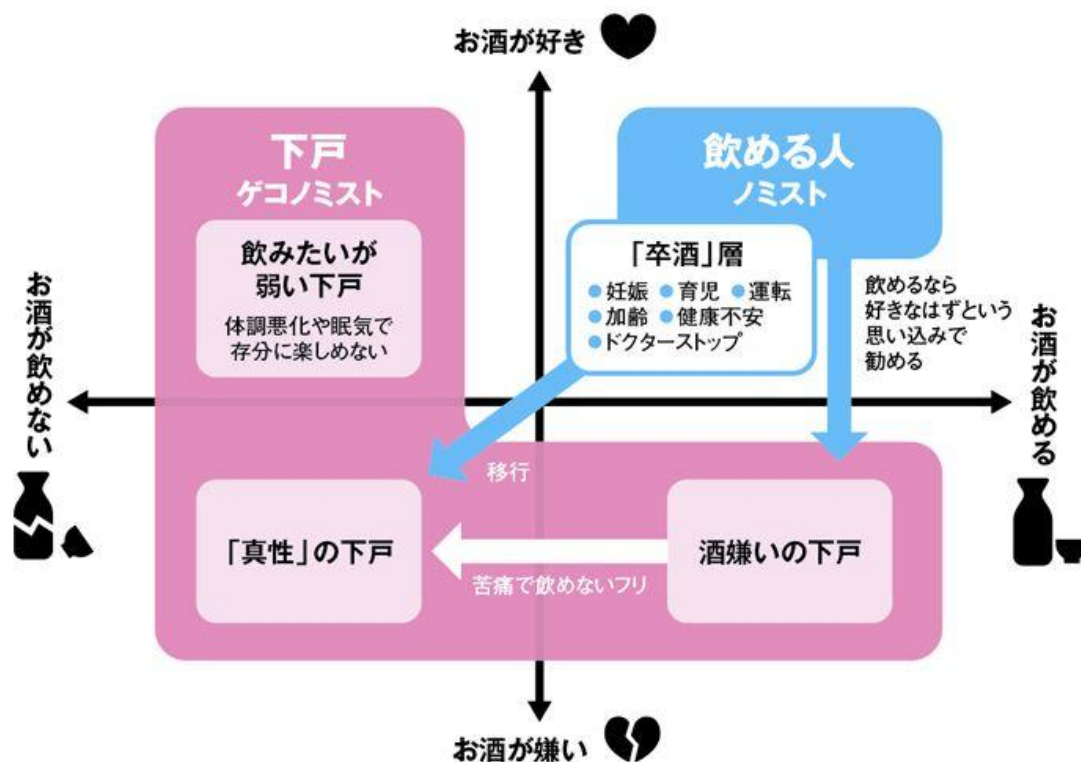
藤野氏：そうです。今のお話は、お酒を飲む人の見方であり、下戸にとっては、「違和感はあるけど、言われ慣れたから、気にしなくなっ
た」ということです。

レストランでも悔しい思いをすることがあります。従業員に手渡されたワインリストを「いらない」と返すと、一瞬ですが、がっかりしたのが伝わってきます。この人は、客単価が低いなあと。こちらは、別にケチっているわけではなく、おいしく楽しめるノンアルコール商品がないから、頼んでいないというだけなのに。

下戸に対する機会損失があるとおっしゃっていますが、ノンアルコール市場の潜在力はどれほどあると思われますか。

藤野氏：ビール市場が3兆円、仮に10人に1人が下戸なら少なくとも市場規模は3000億円はくだらないなと。そして下戸はもっと多いと思いますし、これから増えていくと思います。今回、エコノミストに多くの人が集まってくれたおかげで、下戸にも色々な傾向があることが分かりました。

お酒の好き・嫌い、飲める・飲めないで4象限に分けます。飲めなくて嫌いな人は「真性の下戸」。世間が普通思い浮かべる下戸ですね。好きだけど飲めない人もいますね。体質などで飲むと体調が悪くなったり眠くなってしまったりして、その場を存分に楽しめない。そして、意外にいたのが、飲めるが好きではない層です。例えば、鷲尾さんは、トマトジュースは好きですか？



実は子供の頃からトマトが好きではありません。食べられないことはないのですが。

藤野氏：なのに、トマトジュースを何本も勧められたらどうですか。

健康にいいからと1杯くらいは飲みますが、それ以降は断りますね。

藤野氏：同じことが「飲めるけど好きじゃない下戸」の人に起きているわけです。お酒を飲む人にとって、飲める人はお酒が好き、という思い込みがあるから勧める。だから、「飲める下戸」は「真性の下戸」のふりをするわけです。

パブ文化発祥の地、英国では、1月を禁酒月間としてアルコール抜きで生活しようという「ドライ・ジャニュアリー」という動きが出ています。私も元はお酒をたくさん飲む方ですが、最近は加齢のせいかわれがしんどいのでノンアルに切り替えたいと思っています。

藤野氏：これから下戸が増えるのは、鷲尾さんのような人も出てくるからです。お酒が好きだし、飲めるけども、あえてお酒から離れる「卒酒」や「脱酒」という動きですね。これは若い人、あるいはシニアの人といった世代に関係なくあります。健康に配慮したり、お酒を飲んだ後の頭や気分がクリアでない状態がいやになったりという理由ですね。下戸の潜在層は、すごく多いことが分かります。

酒が飲めない人は、高級なバーに行け

ここしばらく、ビールメーカーは「ノンアルコールビール」など関連商品の開発に力を入れている印象ですが、下戸には十分ではないのでしょうか。

藤野氏：お酒が好きで飲めない人はともかく、お酒が好きではない下戸がビール味のノンアルコールを飲むでしょうか。飲まないですよ。

「ゲコノミスト」で、どのノンアルコールビールが好きかをアンケートすると、「嫌い」が1位でした。メーカーは、「アルコールの代わり」ではなく、下戸が楽しめるノンアルまで、視野を広げてほしい。

率直に言って、日本のノンアルコールについては、メーカーや飲食店など提供者側の努力が足りていないと思います。ほかに選択肢がないから、宴会が10杯以上もウーロン茶を飲み続ける「がぶ飲み大会」になってしまう。下戸からすると虐待ですよ。

我が家には、妻がお酒をたしなむのでワインセラーがあるのですが、そこに自分用の「ロイヤルブルーティー」を保存しています。ワインボトルに入ったお茶のブランドで、手摘みの茶葉を独自の製法で仕上げています。1本数千円から数十万円まで幅があり、その点もワイン

のようですね。ワイングラスに入れると、美しく食事の場を彩ってくれます。魚に合うもの、お肉に合うものなどペアリングもできます。

言われてみれば、ビールの味を再現しても元来の下戸は歓迎できないですね。

藤野氏：実は、レストランのシェフやバーテンダーの間で、ノンアルコールの人気の高まっています。ノンアルコールは基本的に、炭酸、果汁、お茶などを、単体で提供するか、もしくはブレンドして仕上げます。ビールやワインを混ぜることはないですが、ノンアルコールはブレンドすることで独自の味をつくることのできる。ノンアルコールは「つくれる料理」なので、工夫によっておいしい飲料になるのです。下戸の方への接待ではそういったお店を使います。

その流れで、「ノンアルコールのペアリング」も進んでいます。料理に合うワインを選ぶように、料理に合うノンアルコールをつくることです。モクテルをご存じですか。ノンアルコールカクテルのことで、一流のバーでモクテルをおいていないところはありません。だから、「酒が飲めない人は、高級なバーに行け」ということですね。

下戸はお酒を飲まずとも楽しめる場所を探すのに苦労していることが分かります。

藤野氏：「ゲコノミスト」で最も欲しいと声がるのが、「下戸ミシュラン」です。ミシュランを読んでもノンアルコールメニューが充実しているかどうか分からない。居酒屋によっては、「お酒を飲まない人、お断り」という張り紙をしているくらいです。

ノンアルコールを楽しみたい人が集まれる場をつくるという意味では、モノ消費、コト消費の次にくるとされる「ヒト消費」ともいえますね。

藤野氏：まさにヒト消費です。お酒を飲める人にとってはお酒が目的かもしれませんが、下戸は人と会いたいから宴会の場や食事の場に行きますからね。

私が今主張しているのは、「これからは酒を飲まないと会話ができないような人は出世できませんよ」ということです。19年末、忘年会スルーという言葉が流行しましたが、この背景には働き方改革があります。全員参加を強制すると、残業扱いにしないといけない。ならばと自由参加にすると、スルーする人がたくさん出てきた。そもそも何

のために忘年会を開くのかと立ち返ると、懇親を深めるため。下戸をお酒の場に連れ出すのは、懇親になるのだろうかということです。

伊藤忠商事が有名ですが、上場企業の中で、深夜に及ぶ2次会をやめる動きが盛んになっています。表立っては肯定しづらいでしょうが、上司と部下が参加する2次会はパワハラとセクハラの温床です。

こう考えてみると、そもそもパブリック（公的）な場でお酒が入るメリットってなんなんでしたっけとなる。だんだん、会社など公的な場でのお酒はなくなっていくと思います。

全 4273 文字

下戸は最も身近なマイノリティー

たばこが隅っこに追いやられてしまったようなことが、お酒でも起きそうですね。たばこ部屋で部署を横断した情報交換があったのになくなった、という嘆きが喫煙者から出ていましたが。

藤野氏：お酒もそうなると思います。しかし、お酒を飲める人だけで情報交換をするのって、公明正大なのだろうかって思いませんか。これからお酒は、家族や友人、夫婦など近しい人と楽しむプライベート

なものになる。ビジネスの宴会にはノンアルが入るようになる。むしろかえって、飲む人同士の飲み会は、下戸に気を使うことなく密度が高まるかもしれません。

誤解していただきたくないのは、私は、「ノミスト」と「ゲコノミスト」が共存する世界をつくりたいのであって、お酒を飲む自由を奪いたいではありません。Facebookでグループをつくったのは、下戸が団結するためでなく、お酒が飲めなくて苦しい思いをしている人がいるんだよと、飲める人に発信したいという思いです。

LGBTQ（性的少数者の総称）もそうです。私はLGBTQに関して、パソコンに「Ally（同盟、味方）」というシールをはっています。LGBTQに対する支援の意を表したもので、LGBTQの人は声をかけてくれます。女性問題は（男性が主体的に考えなければならないという意味で）男性問題であり、LGBTQもそうでない人の問題です。下戸も同じ。最も身近にいるマイノリティーといえます。サントリーグループが「ドリンク・スマート」を掲げて、適量飲酒を呼びかけています。だんだん、下戸と飲む人の共生社会に移行しつつあると感じています。

同じ立場でないと分かり合えない部分はありますが、知識として「そういう人もいるんだ」ということを共有するだけで、話はできます。知らないとは話できません。お酒を飲む人に、下戸の存在を知ってもらいたいという思いです。



藤野英人（ふじの・ひでと）

1966 年生まれ。国内や外資の大手投資運用会社でファンドマネジャーを務めた後、2003 年にレオス・キャピタルワークスを創業。主に日本の成長企業に投資する株式投資信託「ひふみ投信」シリーズを運用している。33 歳の頃にぜんそくを患い、完全な下戸に。19 年 6 月にフェイスブックで下戸が集まるグループ「ゲコノミスト」を立ち上げた。（写真：竹井俊晴）