

食産業の多面的価値とポストコロナの展望

コロナ禍の出口がワクチン接種により見えつつある中、現在の日本はワクチンの在庫や配送の混乱が続いている。昨年来の「不要不急」や「ニューノーマル」が求められている。だが、これらの言葉の使用には慎重が必要である。十人十色、一人十色の多様性の時代、何が「不要不急」かはにわかに判断しがたい。また「ニューノーマル」という麗句は、従来のノーマルと決別しさえすればポストコロナにバラ色の日々が待っているかのような誤解を与えかねないからだ。

大学教育の現場は、コロナ禍によりオンライン授業への転換を余儀なくされた。鶴の一声で、マンモス私大のキャンパスに学生が溢れ出る、芋洗いさながらの光景が一変したことは、過密を改めて反省する機会となった。だからといって、オンライン方式で対面方式のもつ教育効果を全面的に代替しうるわけではない。2020年度入学生の多くは、入学式なしに始まり、対面の授業も、キャンパス生活もない、三無学生のまま大学生活の半分ほどを終えかねない。対面と遠隔双方のメリットとデメリットを精査することが教育する側の責任として問われている。

こうしてコロナ禍が人々の暮らし、経済、そして社会に及ぼす甚大な影響は広範かつ多面的だ。最大の災禍は人命と健康の危機にある。これを守る皆たる医療崩壊が叫ばれ、日本の医療体制がいかに脆弱であったのかが露呈している。医療と並んで平時、非常時を問わず重要なのは、万人の生存に必須な商品・サービスを日夜、供給する食産業だ。現時点で食料崩壊が聞かれないのは、ひとえに事業者の一途な努力によるのではないか。もっとも、経済全体でそうであるように、食産業においても業種、業態、さらには企業間の明暗が大きく分かれる。暗の代表格は、デパ地下、都心部のコンビニ、とりわけ外食である。

産業・企業間の明暗についての有力な解釈はこうである。明のグループは、消費者の行動変容による新規需要に適合的な業種ないしこれに適合的な技術を採用した企業であり、暗のグループはその逆だという。一例は、映画館や劇場からオンラインコンテンツ配信サービスへの需要シフトだ。これをコロナショックのマクロ効果としてみると、時代や技術革新に乗り遅れた「ゾンビ企業」に市場から

の退出を迫ることで、ビフォアコロナの構造変化を加速化するとの見方になる。

ステイホームで食生活が巣ごもり消費に向かう中、注目されるのは外食のデリバリーへのシフトだ。だが、この業態は配送コストの吸収なくして収益化が見込めない。デリバリーの成功例がピザや寿司などの高単価カテゴリなのはその証左だ。急増するラストワンマイル配送が地球環境への負荷を高める懸念もある。何よりも、外食とデリバリーでは提供される価値に決定的な違いがある。生産性に焦点を絞った議論では、製品差別化の視点が希薄なのではないか。

コロナ禍に苦悶する居酒屋やデパ地下に対し、安易に「ゾンビ企業」の烙印を押すわけにはいかない。現下の需要の消滅は、メディアの発信により増幅された消費者の恐怖心、そして政府・自治体の自粛要請・規制による面が強い。それらの事業者に対する消費者の支持の消失を必ずしも意味するものではない。

事業者の立場からすると、コロナ感染ではなく、コロナ対策によって、経済的に息の根を止められたのでは浮かばれようがない。彼ら彼女らには、地域固有の多様で豊かな食文化を支えてきた自負もある。同時に、外食や小売の休業や業績悪化は、非正規労働者の収入減をもたらし、貧困問題を深刻化させている。果たして、感染対策を徹底した外食店への休業要請にエビデンスはあるのか。本来、目指すべきは行政と外食店が連携して、事業継続性の確保と感染阻止対策を両立させることにある。

ポストコロナの食産業を展望するとき「いかにあるべきか」という当為論の観点は必須だ。生産性のみならず、食産業の裾野の広さと多面的価値を踏まえたゴールの設定が求められる。各論的なシステムデザインでは、密から疎へ、集中から分散へ、アナログからデジタルへ、など論点は多々ある。分散化については、低人口密度の地域の消費者にフードアクセスを保証する食サプライチェーンをどうデザインするのかという難問に答えなければならない。DX化が有効な部面とそうでない部面の峻別も欠かせない。多様性の時代、食と農の結びつき方は単線モデルではなく複線的なハイブリッド型のシステムが有効性を発揮する。簡単ではない関係者での合意形成を図るには、二項対立の超克を目指し二者択一ではない多様な選択肢の提示と丁寧な議論の積み重ねが必須のステップとなる。

(中央大学 商学部 教授 木立真直・きだち まなお)