

日本フードシステム学会

2021年5月発行

FS ニュース・レター 第69・70合併号

巻頭言

会長就任にあたって

コロナ禍により世界中の社会と経済が大きく翻弄される中、2020年6月、本学会の発展に多大の貢献をされた中嶋康博前会長の後任として、日本フードシステム学会第14期の会長に選出されました。13期までの成果を継承しつつ、現下のコロナ禍においても学会活動の継続性を維持することを目指し、その上で、学会の活性化に向けた改善を一步でも前に進めることが課題であると認識しています。微力ながら、茂野隆一副会長、清水みゆき副会長、辻村英之副会長、廣政幸生副会長、大石敦志事務局長をはじめとする有能な理事・役員のご協力を得て、2年間の責務を果たしたく存じます。

コロナ禍はフードシステムの各段階に様々なかたちで深刻な歪みをもたらしています。外出自粛に伴う需要の蒸発で廃業の危機に瀕する外食事業者、これに伴い赤字に転落する業務用食品卸や売上の激減に直面するメーカー、あるいは限られた予算と人員で感染症対策に追われる中小零細スーパーの広範な存在が指摘できます。産地では学校給食の中止により販路を失ったり、外国人労働者が入国できず農作業が滞ったりする一方、消費地では経済的弱者を支援するセーフティネットである子ども食堂が活動できない事態が生じました。今後、感染の収束がみられずコロナ禍がより一層、長期化すると、消費者の不安の定着と失業などによる所得の減少の両面から、食需要の蒸発が常態化し、フードシステムに回復不能なダメージを与えることが懸念されます。こうした危機を克服するための食品関連事業者の事業革新や行政の施策展開が進められる中、研究者集団にはオープンな議論を通して問題の本質と対策の有効性に関する科学的裏付けを提示することが求められています。コロナ禍の下で、社会の公器としての学会の存在価値があらためて問い直されているといえるでしょう。

今期の課題を整理すると次のようです。学会活動の柱である大会および研究会の開催について茂野副会長を委員長とする企画委員会にて魅力ある企画の検討及び調整を行っていただきます。その際、今期の特殊事情はウィズ・コロナにおける学会活動の継続性をいかに確保していくのかという点にあります。今期執行部の初仕事として、2020年6月に開催予定であった公開シンポジウムを2020年11月に秋季研究会として開催いたしました。本学会としては初めてのオンライン方式での実施となりました。新体制では、コロナの収束時期が見通せない状況を踏まえ、従来の情報システム委員会の名称を情報・オンライン支援委員会に変更し、学会のオンラインによる活動を後方からサポートする体制を採りました。企画委員会と連携しつつ、山本淳子委員長をトップとする同委員会には早速、ご活躍いただいています。

学会活動のもう1つの柱は会員諸氏の最新の研究成果を社会に向けて発信する学会誌『フードシステム研究』の刊行です。2020年3月発行の第26巻4号をもって冊子体を原則廃止し、電子ジャーナルとして広く、かつ速やかに公開しています。年4号の刊行という重責を担う編集委員会は、吉田行郷委員長を中心にすでにフル稼働しています。学会の広報活動と産官学間でのコミュニケーションの手段であるニュース・レターは、2020年6月時点で68号を数え、コンパクトな媒体ながらも最新の情報発信を続けています。今期は、小林弘明委員長の下で食品産業や行政の理事のご協力を得ながら、内容の更なる充実を図っていきます。

本学会独自のプログラムとして特筆すべきは、中嶋前会長によって創設された学生・院生を対象とする教育支援事業です。ウインタースクールとサマースクールは、多くの食品産業関係者や農林水産省からのご支援を得て定着してきました。これまでに味の素、アートコーヒー、カゴメ、キッコーマン、キューピー、サントリー（ビジネスエキスパート・マーケティング&コマース）、日清製粉、日本ハム、日本マクドナルド、マルハニチロ、農林水産省（五十音順）から講師にお迎えし、貴重な学びの機会を提供していただきました。すでに準備を進めていた企画をはじめ今後のオンライン方式での実施の可能性とリアルの再開の見通し、さらには特別研究会との関係を含め研究者育成プログラムとしての充実に向けた総合的な検討を廣政副会長にお願いしています。

学会の国際化については、コロナ禍で不透明な状況ですが、辻村副会長に全体を俯瞰していただきながら、具体的には中国フードシステム研究会連携の推進を中谷委員長にご担当いただきます。

本学会が中長期的に活動を継続していく上で、1つに財政の安定化、2つに学会業務の外部化などによる事務局の負荷軽減の実現は避けて通れない課題となっています。財政の安定化の方策としては、各種の活動の広報や公開を通して、学会の魅力を発信し、会員の更なる拡大につなげる必要があります。事務局体制については、学会活動が元来、ボランティア的要素の強いものであるとしても、日本大学を中心とする事務局には多大のご負担をおかけしています。総務担当の清水副会長が具体的な改善策の検討と導入をすでに開始しています。

コロナ禍の真っ只中でスタートした第14期執行部は、これらの活動を柱に、当面、可能なかぎり学会活動の維持、継続することに注力し、中長期的な学会活動の持続的な基盤づくりを着実に進めてまいります。今期の委員会体制は、一部、組織の名称変更を行い、総務、企画、広報・産官学連携、学会誌編集、情報・オンライン支援、教育支援プログラム、さらに中国フードシステム研究会連携、といたしました。これらの委員会が個々の事業部として機能しつつ、相互に連携しながら、学会活動の質的パフォーマンスを高めていきたいと存じます。会員各位には、学会活動全般、ときには委員会活動などへのご参画をお願いすることも考えられます。何卒、ご理解、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

(中央大学 木立真直)

寄稿

COVID-19によるフードシステム等への影響

私は、農林水産政策研究所からの派遣職員として、経済協力開発機構（OECD）農業貿易局に2019年4月から勤務している。主として、「OECD-FAO 農業見通し」における穀物及びバイオ燃料の中期的な世界需給見通しに加えて、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）パンデミックが世界食料需給に与える影響試算等を行っている。本稿では、OECDにおけるCOVID-19パンデミックが世界食料需給及びフードシステムに与える影響分析を中心に紹介したい。

経済協力開発機構（OECD）では2005年以降、国連食糧農業機関（FAO）と共同で開発した経済モデル（AGLINK-COSIMOモデル）を用いて、10年程度の中期的な世界の食料需給予測を毎年、公表している。直近では、2020年7月に「OECD-FAO 農業見通し2020-2029」を公表した。この見通しでは、趨勢予測とは別にIMFの同年4月公表のGDP成長率を活用して、COVID-19パンデミックの影響を勘案した代替シナリオ予測も実施した。ただし、その後、COVID-19パンデミックが世界的に更に深刻化し、世界経済が更なる深刻な影響を受けることが同年6月公表のOECDの経済見通し（Economic Outlook）で予測されたため、同経済見通しによるGDP成長率を用いたCOVID-19パンデミックが世界食料需給に与える影響試算を同年11月に再度、公表した。この影響試算の結果、同パンデミックにより、世界の食料価格は今後、10年以上にわたり影響を受け、特に低開発途上国における摂取カロリーが世界平均に比べて大幅に減少すること等を指摘した。また、フードシステム関係では、定性的な分析を中心として、「COVID-19とグローバルフードシステム」、「フードサプライチェーンとCOVID-19」、「COVID-19による食料危機回避に向けた市場透明性確保の役割」等のポリシーブリーフを刊行してきた。これらのポリシーブリーフは課題毎の分析と加盟国を中心とする政策担当者向けの政策提案をまとめたものである。特に、「COVID-19による食料危機回避に向けた市場透明性確保の役割」では、農林水産省HPによる国内の食料供給体制の確保についての国民への迅速かつわかりやすい情報提供が評価・紹介された。

COVID-19パンデミックにより、世界全体の食料不足人口の増加やフードサプライチェーンの混乱等の問題が指摘されている。FAOによる「世界の食料安全保障と栄養の現状（SOFI）：2020年報告」によると、2019年に約6億9000万人が飢餓に陥ったと推定され、COVID-19パンデミックにより2020年末までに、さらに1億3000万人以上の人々が慢性的な飢餓に陥る可能性があると予測した。そして、このパンデミックの状況次第では、飢餓人口がさらに急増する可能性についても示唆した。そして、フードサプライチェーンの強化についても世界的な課題となっている。2021年9月に米国ニューヨークで開催される「国連食料システムサミット」では、質・量両面にわたる食料安全保障、食料消費の持続可能性、環境に調和した農業の推進、農業地域の収入確保に加えて食料システムの強靱化もテーマとして議論される予定である。特に、食料システムの強靱化のテーマでは、健康的で安全な食料アクセスに関するフードシステムについても議論の対象となる。

また、これに先立って準備会合が本年初夏にFAOのあるローマで開催されることとなった。この「国連食料システムサミット」や準備会合の開催により、2021年は食料サプライチェーンの重要性がかつてないほどに国際的に注目され、国際的議論が深まる節目の年と考える。このため、フードシステム学会においても、同サミットでの議論や宣言文等について十分に注視していくのみならず、貢献可能な分野については貢献していく必要があると考える。

（経済協力開発機構（OECD）農業貿易局食料・農業市場貿易課農業政策分析官 小泉達治）

新型コロナウイルス感染症の拡大により、仕事や観光、あるいは留学でも、人間が国境を越えることの障壁がとて高くなった。東西冷戦の終結以来、思考の大きな前提となってきた、ボーダーレス化、グローバル化という潮流は、ひとまず停止した。一方で、社会変化のもう一つの大きな動因であるデジタル化は、コロナ禍の中でさらに加速し、生活を広く深く変えている。今起きているグローバル化の減速とデジタル化の加速を受けて、フードシステムがこれから数年かけてどのような変化を遂げるのか、興味深いところである。

2年前に科研費の調査で訪れた中国の四川省では、成都からかなり離れた農村部でも、越境 EC（電子商取引）センターが設立されていて、EC による貿易振興に積極的な中国政府の姿勢を見ることができた。中国の EC 市場の規模（BtoC）は、2019 年には 1 兆 9300 億ドルと世界全体の約 66% を占め、米国の約 3 倍、日本の約 15 倍に達した。2020 年にはさらに拡大していると報道されている。

そのような中国でも、食料品特に生鮮食品の EC への移行は比較的遅れていた。実物を見て触って、選択したいという消費者の欲求や、末端のコールドチェーンの未整備、複雑な在庫管理などが、オンラインの制約になっていた。だが、アリババ集団が始めた盒馬鮮生のような、オンラインとオフラインの融合した業態が生まれている。新小売と呼ばれる盒馬鮮生の業態は、リアルな買物の楽しみを保ちながらも、オンラインによる生鮮品販売の難しさを克服するものである。中国では、コロナの影響で多くの都市で外出制限が行われたことも追い風となって、この業態は今後、より洗練され、拡大していくと見込まれる。日本でも、ネットスーパーの売上げが増加している。コロナ禍での生活スタイルの変化に合わせて、日中、あるいは世界で、食料品の販売形態の変革のペースが速まっているように思う。

中国では、EC 市場の拡大は同時に、スマホによる急速なモバイル EC の普及を伴った。社会全体のキャッシュレス化が徹底された。数年前から中国ではすでに日常の買い物や飲食サービス、タクシーの乗車賃など、日常生活の多くの支出がスマホアプリで決済されるようになった。このデジタル化で、社会生活における利便性は大いに向上したが、一方で、外国人には不便になった面もある。街中で現金が通用しないこともあるし、クレジットカードも中国の銀行が発行したものでないと使えないケースもある。中国を訪れる外国人は、前もって AliPay、あるいは WeChatPay というスマホアプリでの支払いを準備しておかないと、レストランやタクシーを利用できないという思わぬ事態に直面するおそれがある。

こうした中国市場で利用可能な金融サービスを、日本人も利用できるようにするために、日本側で新しい金融サービスが導入されている。2019 年には日本でも、銀聯カードを発行する銀行が現れた。また、Alipay のアカウントに日本のクレジットカードからチャージすることもできるようになった。こうした金融サービスの改善は、人間の移動が前提であり、国際的な移動が激減した今日では、どのような状況にあるのか、これも動向が注目される場所である。

（農林水産政策研究所 上席主任研究官 井上荘太郎）

新型コロナウイルスは、オルタナティブ系のフードアクションにどのような影響を及ぼすのか。この問いに答えるためには、オルタナティブ系とは何かが問われるが、オルタナティブとは主流派ではないことを表しているの、その問いは同時に主流派のフードシステムとは何かを定義することでもある。主流派フードシステムとは、拡大する都市人口への効率的な食料供給という使命を前提として、生産段階では必要レベルでの安全性を確保しながら確実な生産量を実現するために、合成化学的処方に基づく近代農法を採用し、流通段階では取引の省力化が実現できる大口取引が好まれて、消費段階も含めて食料確保に割かれる労力と費用が最小化されていくシステムといえる。この仕組みは研究開発も含めた食料の生産・加工・流通・販売に浸透している。オルタナティブ系とは、そうした諸要素が相互に絡み合った主流派システムに対して、人間社会の安定だけでなく、人間と環境の健康をめざしたり、労力と費用の最小化ではなく、人間のつながりによる食の確保や楽しみの創出を見出したりするニッチなアクションといえる。

私たちの研究グループ（総合地球環境学研究所 FEAST プロジェクト）は新型コロナウイルスによる活動制限の初期段階において、農業者へのオンラインアンケートを実施した。SNS や ML を通じて調査を告知したので、私たちの関心に合わせてオルタナティブ系の農業者が主要な回答者となった。実施は2020年4月24日から5月末。回答総数103のうち、農法で分類すると、いわゆる慣行農法は22（21%）で、特別栽培・エコファーマーなどが21（20%）、JAS有機および無認証の無農薬無化学肥料農法が62（60%）となっている（2例の重複回答あり）。

この結果によると、初期の厳しい活動制限期において、イベント出店などの販売ルートはさすがに減少しているものの、その他では大きな影響を受けていないことがわかる。回答者中で最大のルートとなっている「消費者への直販」について、無農薬無化学肥料栽培で会員宅に直販している京都近辺の知り合いの農業者の話では、2020年9月時点で軒並み会員消費者の数が増加していた。「有機野菜を食べると免疫力がつく」というやや怪しげな語りもそうした傾向を後押ししたのかもしれない。

周知のように日本では高級農産物を市場やレストランに出荷する農業者が新型コロナウイルスによるレストラン等の営業制限によって販売先を失い窮地に陥った。オルタナティブ系も付加価値があるという意味では「高級」の部類に入るともいえるが、家庭内消費を中心としていたために影響は小さかったと考えられる。さらに、「巣ごもり」生活による食への関心の高まりや最近政府も企業もやたらに喧しいSDGsへの意識喚起の広がり、オンライン取引の拡大などによって、オルタナティブ系がニッチから主流派の一角を占める地位へと転換していく可能性もある。その際、SDGs達成のためは持続可能性の基準にそって、何がよりよいのかについて、複雑に入り組んだトレードオフを仕分けるためのデータ解析技法の発展が求められる。

表 調査農業者における新型コロナ前後の販売ルートの変化

販売ルート	コロナ前	比率	コロナ後	比率
産地市場、系統出荷	22	25%	21	24%
生協や産直への直販	25	28%	25	29%
八百屋、レストラン等への個人事業者への直販	30	34%	29	33%
スーパーマーケットなど実需企業への直販	10	11%	11	13%
加工メーカーやスーパーマーケットなどとの契約栽培	4	4%	4	5%
消費者への直販（会員制宅配／オンライン販売など）	51	57%	54	62%
直売所、道の駅への出荷	37	42%	35	40%
マルシェなどへのイベント出店販売	17	19%	5	6%
上記以外	14	16%	9	10%
実合計	89	100%	87	100%

(京都大学 秋津元輝)

寄稿

都市封鎖下における食料品購入と組織革新－中国武漢市から

コロナ禍がフードシステムにどのような影響をもたらしつつあるか、またこうした影響に対して、どのような対応がなされつつあるか、様々な分野で実践や研究が進みつつある。今回は、コロナ禍における消費者の食料品購入問題について述べたい。もっとも、日本においては外出自粛や厳しいロックダウン（都市封鎖）が実施されていないため、食料購入問題そのものはそれほど大きな問題にはならなかったといえる。他方、中国や欧米諸国では都市封鎖がなされた事例が存在しており、こうした地域でどのように食料購入問題が解決されたのか、その後の影響も含めて、比較検討することは興味深い問題であろう。

小職の指導学生（修士課程）がたまたま武漢出身であったことから、現在、コロナ禍での都市封鎖が食料調達に及ぼした影響について調査しているところである。結果が楽しみであるが、このような厳格な外出禁止や都市封鎖を行った武漢において、どのように食料調達問題に対処されたのか、興味深い問題である。とくに中国の大都市のように人口の規模・密度共に高い地域において、既存の食品調達方法が大きく制限される場合、様々な組織的・技術的革新が伴わざるを得ない。

今後の院生の調査を待たなければ明確なことは言えないものの、調査の途中経過を聞いている中で興味深い点があったので、断片的な情報になるものの言及しておきたい。

ひとつは、食料品購入において、住民とスーパーマーケットをつなぐ重要な役割として、買い物グループが SNS 上で組織され、そのグループを取り仕切る役割をもつひと（団長と呼ばれる）が存在しているという点である。このような買い物グループは、コロナ禍以前から存在していたものの、今回の都市封鎖で一躍重要な役割として再認識された。団長（自身も消費者であるが、仲介手数料が自分の収入になる）は、自分が居住する地域の範囲内で買い物グループを組織し、SNS を介して購入希望を住民から収集し、スーパーにつなぐ。スーパーはこれらの商品を団長が指示した場所（通常、地域のなかの住宅前庭や特定の住居など）に配送する。配送された商品に関しては、団長から SNS で連絡を受けた購入者が指定の場所でピックアップする。このように食料品購入に関して、仲介的な役割を団長が引き受け、SNS を介して受発注を行っている。

なお、SNS が使えない人々も中国には一定数存在しているので、こうした人々に対しては、親族や知人、ボランティア（地域によるものと、居住区の管理組合によるものがある）が支援する。とくに低所得者層の人々には、愛心菜という名称で、現物（もしくは低価格）での食料提供がなされている。この点も、興味深い点のひとつである。

もしも、日本においてこうした厳格な都市封鎖や外出禁止を行った場合、ネットスーパーがうまく機能するだろうか？ 武漢でみられたような居住地域単位での仲介機能を誰かが果たさなくてはならないだろう。住民全員が個別にスーパーや Uber Eats に発注しているのは、対応が困難になるのは目に見えている。中国の団長の話や院生から聞いた時に、日本ではどのようにこうしたシステムが導入できるか、考えてしまう。武漢市で食料調達に重要な役割を果たした団長は一種の組織革新であったといえよう。

（名古屋大学 立川雅司・孟思捷）

今次のコロナ禍で典型的に見られるように、経済・社会が正常に機能しない緊急時に対応するには、主体となる消費者や事業者が平常時とは異なる行動をとることが求められる。このため政府は、しばしば消費者と事業者の行動を一定程度制限せざるを得ない状況となる。フードシステムに関係するところでは、飲食店に対して営業時間の短縮やガイドラインの順守の要請が行われている。消費者に対しても、過剰な食品買いだめの自制やマスク会食の呼びかけなどが行われている。しかし、わが国をはじめ多くの国においては、政府が私権を制限できる範囲は限られていて、その実現は、多くの国でなお困難な課題として残されている。海外では、コロナ対策への反発から衝突や暴動に至った例も見受けられた。政府は、まずもって消費者と事業者の信頼を勝ち取り、さらに彼らの意識や行動が、目的とする方向に向かうように説得し、協力してもらうことが強く求められる。

説得の効果に影響を与える要因については、社会心理学や行動経済学の分野に多数の既往研究を見出すことはできる。そこで、コロナ禍における効果的な説得コミュニケーションの方法について検討するために、その知見を整理したいと思う。

1つ目のポイントは、心理的リアクタンスである。説得の受け手が自由を制限されていると感じると、説得に抵抗し、無視したり逆の行動を取ったりする。親に「勉強しなさい。」と言われると、やる気がなくなるのは、その最たる例である。リアクタンスは、高圧的な言葉遣いや、説得しようとしている意図があると強くなる。リアクタンスを抑制するには、受け手に自由があることを強調する必要がある。行動経済学で提唱されているナッジなどを利用し、自発的な行動変容を促すのも1つの方法かもしれない。

2つ目のポイントは、説得メッセージを理解する動機と能力である。精緻化見込みモデルでは、情報を理解する動機と能力がなければ、消費者は情報を精緻化するプロセスに入らず、一時的に態度が変化したとしても、行動変容にはつながりにくいことが指摘されている。動機を高めるためには、説得メッセージが、受け手自身と深く関わることを理解させることが必要である。また、メッセージ内容をできるだけ容易で簡潔にすることは、受け手の理解を助けることにつながると考えられる。

3つ目のポイントは、信頼である。説得の受け手は、送り手に対する信頼が低いと、その説得を受容しない。何が信頼を構成するのかについての研究は、古くから行われており、ニュアンスに細かな違いはあるものの、公正さ、能力、価値共有に対する認知に大別できる。つまり、都合の悪い情報を隠蔽している、自己利益のみを追求している、無責任など公正でないイメージを持たれてしまうと、説得に応じなくなるし、説得メッセージが、専門的知識に基づいたものであると認識されれば、説得を受け入れやすくなる。また、主要価値類似モデルでは、信頼する側とされる側の価値の共有が信頼を形成することを指摘していて、説得メッセージの送り手が、国民や事業者と同じ目線に立ち、気持ちを共有していることが、説得のカギとなることを示唆している。例えば、日本テレビ藤井貴彦アナウンサーの外出自粛や買い物マナーの呼びかけは、自粛に努めている視聴者に寄り添うものとして、称賛や共感する声が多くあがった。

ここでは、今次のコロナ禍において国民や事業者に、自由の制限を含んだ協力を得るための説得コミュニケーションのあり方について、社会心理学や行動経済学分野の知見から考察した。既往研究の整理にあたっては、今井芳昭(2018)『説得力: 社会心理学からのアプローチ』新世社などを参考にした。説得コミュニケーションに関心のある方は参照されたい。

(千葉大学 石田貴士)

2020年は新型コロナウイルス感染拡大で、外食産業は大きな打撃を受けた。

外食行為は、空腹のための生理的機能と外食をツールにしてコミュニケーション等を図る社会的文化的機能に大別される。また、外食の中心となる飲食店の機能は、調理をする製造業的機能、メニューの販売の小売業的機能、接客・喫食場所等の提供というサービス業的機能の3つの機能を有している。

今回の新型コロナウイルス感染防止策は密集、密接、密閉の3密の回避、大勢での飲食の自粛、不要不急の外出の自粛、営業時間の短縮などが組み込まれた緊急事態宣言により、外食行為の社会的文化的機能や飲食店の機能では、サービス業的機能が著しく制限され、不要不急の外出自粛や営業時間短縮により来客数が激減し、テーブルサービスを主とする飲食店では売上高が激減している。

今回の危機は外食産業界が今まで経験したことのないものであり、体力のない中小飲食店では廃業する飲食店や大手飲食店の中にも首都圏を中心として店舗の撤退を実施している企業も出てきている。

これらは、感染拡大防止の一環としての協力要請の結果であり、外出自粛、営業時短要請などの中では飲食店独自の努力で売上高を増加させることは無理な状況となっている。

解決策として飲食店は顧客が来なくなったことで、店舗で提供していたメニューをテイクアウトやデリバリーにより自宅で喫食してもらう、中食への参入が相次いだ。最初、片手間であったテイクアウトやデリバリーのメニューの提供が長引く自粛要請により最近では、ゴーストレストランの出現やキッチンカーでのメニュー提供など本格化しだしている。

今回の自粛要請で最も影響を受けている居酒屋では、新型コロナウイルス感染が収束した場合でも、コロナ発生前の80%程度しか回復しないと考えており、その対策として、焼肉店、定食屋などの食事主体の飲食店やテイクアウト主体の店舗などに業種・業態転換している企業も出てきている。

出店政策では、各企業のテレワーク推進等で、オフィス、駅前立地から住宅街・郊外立地への出店シフトが注目されており立地戦略にも変化が出始めている。

食材流通面では、外食産業全体の食材仕入額は、7兆円を超える大きなマーケットを形成しているが故にフードシステムの中での一経済主体である外食産業が大きな打撃を受けると、外食関連産業である食品小売業、食材卸売業、食材製造業、生産者、厨房メーカーなど、広範囲に影響が及んでいる。

新型コロナウイルスの収束後の外食産業は、引き続きマスクの着用やアルコールの手指消毒、体温測定、店舗内の換気など感染予防策の対応を行い、消費者に感染防止策は万全であることを認識してもらうが大切となる。

また、ニューノーマルの中での消費者の食行動がどのようになるか再検討することも必要となってくる。今回の感染拡大でフードデリバリー業界が活性化し注目され、業界団体も発足している。今後は、テーブルレストランであっても店内飲食だけでなく、売り方の多様化が求められることになる。

一方で、前述したように新型コロナウイルス収束後は、コロナ前の水準に戻すことが困難な状況の中で業種・業態転換のほか、AIなどの導入により利益を確保する経営・財務体質の強化も必要となってくる。

今回のコロナ危機を通じて外食産業は、フードシステムの中の各関連産業との連携を今以上に密にすることが必要で、そのことが食のインフラを維持し、リスク分散にもつながっていくものと考えられる。

(宮城大学 堀田宗徳)

寄稿

マーケットがシュリンクする業務用食品卸

20年は、新型コロナウイルス感染拡大により、かつては当たり前のようにあった、歓送迎会などの宴会、各種企業（団体）の懇親パーティー、団体の観光旅行、4000万人を目標としていた訪日外国人観光客の宿泊、食事などの外食需要が消失した。外食だけではない。安定した食数が見込まれる学校給食も3月の一斉休校により消失し、産業給食もテレワークの進展、工場の休業などで大きく縮小した。病院給食もコロナ患者を受け入れる病院は、病床を空ける必要があることなどで食数は減少。給食だけでなく、病院内の喫茶・レストラン施設の休業などで業務用食材のマーケットはシュリンクした。高齢者施設でもデイサービスなどは外出自粛のあおりを被った。

安定していたのは滞在型の高齢者施設、自衛隊・刑務所などの特殊施設の給食ぐらいだ。だが、学校給食では、東北・山陰などの一部エリアでは一斉休校はなく、学校給食もほとんど通常に提供されたなど各地域によって状況は異なる。

大きな打撃を受けたのは、飲食店・居酒屋などのアルコール主体の業態だ。業務用食品卸は大きく分けると外食主体、給食主体とに大別できる。だが、ほとんどの業務用食品卸は外食でも食堂、ラーメン店、居酒屋、焼肉店と多業態を得意先に持ち、給食も学校給食、事業所給食、高齢者施設給食など複合的に得意先を持っている。また、外食、給食を複合的に営業している業務用食品卸も多い。

学校給食キャンセル 違約金問題解決至らず

学校給食は、少子化の進展と食数が1日1食の180日分しかないといえども安定した市場だ。だが、その安定市場も新型コロナの影響で約4ヵ月消失した。「2月27日に安倍晋三首相による学校休止要請を受けて、28日にセンターからキャンセルの電話が相次いだ。3月2日から休校になり給食商品のキャンセル可能な商品と不可能な商品の精査に追われた」と関東の有力業務用食品卸が言うように晴天の霹靂（へきれき）のような学校給食の中止だった。3月はひな祭り、卒業式など高価な行事食がすべてなくなってしまった。

政府は「学校臨時休業対策補助金」として、「学校設置者が事業者に対して既に発注されていた食材にかかる違約金等（ただし、事業者が当該食材を転売できた場合、その売上金額分は除くものとする）」に対し181億円の予算を計上した。しかし、5月29日までの申請金額は予算の3分の1にも満たない額だった。学校給食関連3団体協議会（学校給食物資開発流通研究協会、全国給食事業協同組合連合会、日本給食品連合会）は「学校一斉休業に伴う給食キャンセル違約金問題」について文部科学省、農林水産省の担当官と情報共有のための会議を行ったが解決には至らなかった。一番の問題点は、それぞれの学校設置者と交渉しなければならないことで、学校設置者にその事業のスキームが周知徹底されていないことだった。

新たな取組み、21年が本格化の始まり

コロナ禍を契機に従来のBtoB（企業向け）だけではなく、BtoC（消費者向け）への参入事例も出てきている。成功事例は、業務用青果卸のフードサプライが展開した「ドライブスルー八百屋」だ。ドライブスルー方式の販売方法は、業務用卸の泉平（兵庫県）が「ドライブスルーもったいないマルシェ」「ドライブスルー肉屋」、関東食糧（埼玉県）が「ドライブスルー大宮マルシェ」などと広がり、それぞれ一定の成果を挙げた。フードサプライは、ほかの専門卸との協業で宅配ビジネスを始めるなど事業領域を拡大している。

なお本稿は日本食糧新聞21年1月1日付新春特集を再構成したものである。

（日本食糧新聞社 金原基道）

寄稿

コロナ後も変容続くスーパー

コロナ禍は、食品スーパー（SM）の業績には総じてプラスに作用した。ただ、その中でもSMの取組みにはいくつもの変容が見られ、多くは現在も進行中であり、コロナが終息した後も同じ流れのまま継続しそうだ。

20年は、全国的に緊急事態宣言が発令されたころから販促の手法が変わっていった。当初は店内の密集を避けるためにチラシ配布そのものが中止となり、宣言が明けて6月に入ると、月間特売のようなEDLP（毎日低価格）施策が強化されるようになった。

チラシが再開されてからも、特定曜日や時間帯にセールを仕掛けるといった施策は、密集につながるとして避けられるようになった。セール期間を複数日に延長したり、期限内であればいつでも使えるクーポンに替えるといった処置で分散化を図るようになり、その工夫は今も続けられている。分散させつつ集客を図るといふ、一見すると矛盾さえも感じさせる施策が、ウイズ・コロナにおける販促の新常態になりつつある。

6月ぐらいのタイミングで各社が価格強化に進んだ背景には、コロナ禍で生活防衛意識が高まるという見通しがあり、5月までの特需で確保した利益を原資にできたという面もある。また、ディスカウントストア（DS）がSM以上に売上げを伸ばし、ドラッグストア（DgS）も食品のストック需要を獲得していた。これら異業種への対抗措置という側面もあった。

ネットスーパーの転換点

外出を控える行動変容で火がついたのが、ネットスーパーの需要だった。ライフコーポレーションは、以前からネットスーパーの拠点数を増やし、19年にはアマゾンジャパンとも提携して事業を拡大してきた。

楽天が投資ファンドとの協業で西友に資本参加し、すでに取り組んでいるネットスーパー事業をはじめ小売のDXに本腰を入れるのも、ネットスーパーの市場性にあらためて可能性を見いだしたからに違いない。21年1月に設立する「楽天DXソリューション（仮）」は、西友との取組みだけでなく、東急との提携も視野に入れている。

ネットスーパーの成長には、サービス対象エリアの拡大と配送キャパシティの拡張が必要だ。ライフコーポレーションは、アマゾンとの協業エリアを広げるだけでなく、自社店舗の拠点数も増やし、すでに導入している店舗の設備も増強する。同事業の売上げは、20年度に前年比1.6倍の50億円、21年度には100億円を目指すとしている。その他のSMもネットスーパーの拡大には意欲的で、楽天やアマゾンジャパンのようなEC（電子商取引）専業との新たな連携も出てくるかもしれない。

技術革新でレジ待ち解消へ

店頭におけるコロナ対策で、焦点になったことのひとつがレジでの会計だった。顧客が列になって密集を作ること、従業員とじかに接することも、双方にとって感染リスクの不安を生んだ。そもそもレジでの会計は、買い物客の不満が最も多いポイントであり、店側も多くの人時を割いている。セルフレジ、セミセルフレジの導入やキャッシュレス化の進捗により多少は効率化していたものの、従来からのひずみがコロナ禍であらためて問題になった。これを解消するためのアプローチは、まだ実験検証の段階ながら実際に稼働している。商品スキャンをセルフサービス化するという発想だ。以前からあるセルフレジと同じものだ。買い物途中にスキャンするアプローチはレジ待ちの解消に向けた画期的な方法だが、顧客の行動変容を要する分、普及までのハードルは高そうにもみえる。ただ、レジ待ちの解消は顧客にとってもメリットが大きく、店にとっては人時の削減が魅力になる。

なお本稿は日本食糧新聞21年1月1日付新春特集を再構成したものである。

（日本食糧新聞社 宮川耕平）

寄稿

中食は価格の二極化が明確に

惣菜は、日持ちの短い即食型という性格上、新型コロナウイルス拡大の影響を最も大きく受けた食品と言える。コロナ禍以前は、生鮮3品が比較的ダウントレンドにある中で、惣菜は上昇トレンドで推移していた。ところが、新型コロナを契機にこの構図が一気に逆転。外出自粛に伴う家庭調理向け生鮮3品の需要が惣菜を上回る現象に転じた。ただ、緊急事態宣言が発令された4月を底として夏からは徐々に回復。一部小売では前年を大きく上回る売上げにまで戻ってきているところもある。

しかし、消費者の購買行動は一変。これに伴って売り方も従来のばら販売からパック販売にシフトするなど変化を余儀なくされている。また、テレワークをはじめ働き方も変化してきたことから、従来の夕食需要に加えて昼食需要が盛り上がりを見せつつある。新型コロナで消費者の収入が減ったことで、今後はより安価な惣菜を求めていく傾向が強まるとともに、巣ごもりが長期化すれば家でぜいたくを味わう高級志向も一部に見られ、中食は価格の二極化時代に突入していくことになりそうだ。

おせち予約が絶好調

20年末は、惣菜にとって異例のおせち需要で盛り上がった。電子チラシサービス「Shufoo! (シュフー)」が、全国の男女1万4424人を対象に実施した年末年始の過ごし方に関する意識調査(調査期間20年10月28日~11月4日)によると、実家に帰省しない人が65.3%を占めた。また、年末年始を通した最も高い出費の2位に「おせち料理」がランクインされ、昨年の調査より増加した。日本百貨店協会が公表した昨年10月の「東京地区百貨店売上高概況」でも、歳暮、クリスマスケーキ、おせちのEC(電子商取引)が伸長して売上げを下支えしている上、一部SMでも11月時点でおせち予約が完売になるなど好調を呈している。「Shufoo!」の調査では、おせち料理を作る予定を聞いたところ、「すべて作る予定」が4.6%と昨年と比較して0.3ポイント増加。コロナ禍で盛り上がった家庭調理需要はおせちにも波及している。

食品宅配を展開するオイシックス・ラ・大地では20年12月から、おせちを手作りするための食材すべてとレシピがセットになった商品「ちゃんと Oisix おせち」の予約販売を開始した。同社の調査によると、おせち作りに挑戦したことがない理由として「作るのに時間が掛かるから」「食材を揃えるのが手間とを感じるから」などの声が挙がっていることを踏まえた。

定番品を安価で提供

auじぶん銀行が実施したネット調査「コロナ禍におけるお金への意識アンケート」(実施期間20年6月1~3日)によると、給与の変化について3人に1人が「減った(37.8%)」と回答。さらに、給与が減った分をどのようにやりくりしているかについては、「節約をするようになった(67.7%)」が最も多かった。また、国からの特別定額給付金の使い道について最も多い回答は「貯金(42.7%)」で、次に「食費(34.8%)」などと続き比較的堅実的な行動を取ることが分かった。

一部の食品スーパーでは定番に絞った低価格の惣菜で顧客をつかんでいるところもあり、ボリュームのある定番品を安く提供し人気を博している惣菜屋も見受けられる。そうした商品は子育て世代にも受け入れられつつあり、おいしさと低価格を両立させる惣菜がコロナ禍を生き残っていく様相。一方で、20年のおせちは高額なものが売れているという現象もあり、家庭内調理に飽きた層がたまには家でぜいたくな気分を味わう傾向が見られ、惣菜は低価格帯と高価格帯にハッキリとすみ分けられていくとみられる。

なお本稿は日本食糧新聞21年1月1日付新春特集を再構成したものである。

(日本食糧新聞社 藤村顕太郎)

事務局通信

◆2021年度日本フードシステム学会大会の開催

2021年度日本フードシステム学会大会は、ご案内の通り、2021年6月26日・27日（個別報告は6月24日～27日 オンデマンド配信）にオンライン（Zoom ウェビナー）で開催いたします。参加費は無料ですが、事前に登録が必要となります。詳しくはホームページの特設ページをご覧ください。

◎6月26日 12:20 開会 会長講演（12:25-12:40）、公開シンポジウム（12:40-16:55）、総会（17:00-17:55）

・公開シンポジウム「新型コロナウイルス感染症拡大下におけるフードシステム」（座長 新山陽子・中谷朋昭）

1. 外食産業における新型コロナウイルス感染症対応の実態と課題（小川美香子）
2. 新型コロナウイルス感染症危機における生協の共同購入（宅配）の強みと課題（七夕誠司）
3. 緊急事態下における中央卸売市場と公共性 -新型コロナウイルス感染症への対応力と規定要因-（上田遙）
4. 新型コロナウイルス感染症危機の酪農乳業への影響と需給調整システム（清水池義治）
5. コメント（清水みゆき・小泉達治）

◎6月27日 公開地域シンポジウム（13:00-16:00）

「フードツーリズムの可能性 -食と農と観光の新たな連携のあり方-」（座長 鈴木美穂子・片上敏喜）

1. 生産者と消費者をつなぐ新たな観光としてのフードツーリズム（片上敏喜）
2. 地域の農産物を活用した観光がもたらす効果-『京丹後フルーツトレイル』の取り組みから-（森下裕之）
3. 地域に根付いた農業の観光資源化とその課題-ネパールとベトナムの事例から-（青木美紗）
4. 食・農・観光の連携による地域活性化の可能性（青木一実）
5. コメント（則藤孝志）

◎個別報告（6月24日～27日 オンデマンド配信）エントリーの仕方は大会ホームページをご覧ください。

◎理事会（6月25日 15:00-17:00）Zoomで開催いたします。

◆学会事務局体制の変更に伴い、今年度より以下のように変更となります。詳しくはHPをご覧ください。

◎会員管理方法の変更 クラウド型会員管理システム SMOOSY（スムージー）にて行います。

◎振込口座の変更 今までの三菱UFJ銀行の口座や郵便局振替口座はご利用できなくなりました。

◎学会のアドレスが、office@fsraj.org へ変更になりました。

編集後記

新型コロナウイルスの世界的大流行は昨今の気候変動に起因するさまざまな災害と同様に人類の営みによってもたらされた側面もある。フードシステムには強靱さや持続可能性が求められるようになる。

9月にニューヨークで開かれる国連食料システムサミット2021は、SDGs（持続可能な開発目標）の達成へフードシステムの改革への行動をどう導くか議論するとされる。わが国は、農林水産省を中心に中長期的な観点から戦略的に取り組む政策方針として「みどりの食料システム戦略」を5月までにとりまとめ、国連食料システムサミット2021で示し、国際ルールメイキングに参加するという意向を持っている。

3月5日に発表された「みどりの食料システム戦略」の中間取りまとめは、生産、加工・流通、消費に至るフードシステムを構成する関係者の正確な現状把握と課題解決に向けた行動変容が、実現には必要不可欠との認識を示した。

新型コロナウイルスは、世界中で感染予防への行動変容をもたらした。危機を見せつけたからだ。フードシステムの改革のための関係者の行動変容にも危機感の共有が必要だ。それには想像力を要する。

今回のFS学会ニュース・レターは、千葉大学の小林弘明先生のご指導の下、「コロナ禍のフードシステム」をテーマに宇都宮大学の西山未真先生とともに編集した69号、70号の合併号となりました。多忙の折、ご執筆いただきました先生方には感謝申し上げます。（川崎）