

講演会

「ファベックス」 「デザート・スイーツ&ドリンク展」での 注目のセミナーを紙上で紹介



日本食糧新聞社主催の「ファベックス」など6展同時の展示会が4月4日から3日間開催された。その中でも最新トレンドを発信することで毎回話題を集めるのが、同会場で様々に展開されるセミナーだ。「ファベックス」のイベントゾーンで行われた講演会、「デザート・スイーツ&ドリンク展」のステージで行われたプレゼンテーションの中から、注目のセミナーを8本紹介する。



ファベックス2012 15周年特別講演

震災後の食ビジネスの 新しい動き



一橋大学名誉教授
東京理科大学大学院教授
FABEX 運営委員会運営委員長
片岡 寛氏

今回の大震災で厳しい食生活を強いられている地域はいまだ数多くあり、私が住んでいる千葉県の佐倉市でも放射線の関係で厳しい状況に置かれている。震災後の食ビジネスは復興のため、そして私達の食生活が安全で心配のない暮らしができるよう動くことが重要だと考えている。震災を受け、従来のスタイルから少し変わった考え方もしないといけないと思っている。その一端を皆さんに理解してもらえればありがたい。

戦後の食ビジネスの変遷

私の親の世代には服は布を買ってきて作るのが当たり前であり、この他の分野でも「家計内生産」を行っていた。家庭の生活の原点は「素材」で原料や原材料を購入し、道具を使って目的材、つまり使えるものを生み出しながら生活してきた。衣食住のほとんどを自前で作る自給自足といってもよい暮らしだった。食べるものも同様で、炊事は日常生活の原点だった。私達の3世代くらい前だと綿を摘むことから衣類作りを始めている。家計内生産は戦後急速になくなって、素材を売るビジネスではなく素材を加工するビジネスが始まり、最終的には完成品を売るビジネスへと変わる。ただし、「衣」「住」が家計内生産の範疇からすぐに外れたの

に対し、「食」に関しては炊事を通じて比較的家庭内生産が残っている。原材料、加工品、完成品が売られており外食もある。その点で、ビジネスとしては複雑な分野といえる。ビジネスの発展とともに家計内生産の技術・知恵・知識を放棄、つまりアウトソーシングしてビジネスが代行している関係が災害などで切られると大変なことになる。まず私たちは、災害から数日間は自力で生き延びなければならない。インフラの代わりになるものは何かというところに新しい食ビジネスのヒントがある。

さて、何を食べるか決めて材料を買い、調理するのが日常で、それだけに、外食は「ハレ」の場であった。非日常の外食が日常になっていった原点は昼食である。福利厚生の一環として社員食堂ができ、連動して小学校では給食が出るようになり、昼ごはんは家計内で必要なくなった。このあたりで生活側の意識が変わり、社員食堂のサービスを受けられない環境の人たちをどうフォローするか、といった発想からビジネスも変わってきた。次に、外食が日常になる過程として社員食堂の赤字が顕在化してきた。当然、食堂をやめる会社が増えても、もう一度弁当を復活させる構造はない。そこで外食、ファストフード、チェーン店などが隆盛してきた。女性をターゲットにした「大戸屋」などの戦略は興味深いところだ。

内食への備え

非常時に配給がどこからも来なければ、自分で食を作るしかない。作る体制を持っていないということ意識が震災を通じて生まれた。例えば自宅で調理できるカセットコンロとボンベなどを準備して、まずは火を使えるようにすることが重要。今後のビジネスもこうした状況に対応して動くだろう。その他、個人向けの手軽に配布できる小分けの形態や、真空・密着型で長期間保存の利くもの。こうした形態も