

音声メディアによる食の情報配信基地局の開発 ～「はなしことば」で、情報弱者となった若者を救う～

■要約

新型コロナウイルス感染症により、仕事を失った若しくは収入が減少した若手フリーランサーに焦点をあてた。生活資金が足りず、食費の捻出も難しい人たちがいる。まずは、「今日食べるもの」を得るために、資金面の支援を受けつつも、情報を確実に受け取ることが重要である。本稿では、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた若手フリーランサーの実態を示し、音声メディアを通じた食の情報配信の仕組みについて提言している。音声メディアを使った情報配信基地局が、地域のスーパーマーケットや飲食店とリスナーをつなぎ、「はなしことば」で、分かりやすく心の通った情報配信をする。

■働く若手フリーランサーの実態

大企業、中小企業に対しては、資金繰り、雇用に関する様々な支援策が講じられ、現在も国会等で議論が続いている。これらの企業は、自治体が独自で行っているものを含めた各施策を組み合わせることで、大幅な売上減少や休業要請を一旦は乗り切ることができるかもしれない。一方で、フリーランスで活動している人たちに対する支援は、ごく一部であり、生活や健康を失う問題点が数多く見られている。以下に4点挙げてみた。

<①生活資金への不安>

取引先の営業休止により、突然仕事が減り、収入がゼロになった人たちがいる。例えば、フィットネスクラブで働くフリーのインストラクターや、おけいこ教室で講師として活動する人が該当する。これらの人たちは、収入が生活資金に直結していることが多く、中には、普段から収支ギリギリの状態で、食費さえも切り詰めて生活している人、家賃を払うために副業アルバイトで稼ぐ人もいる。突然仕事を失い収入源が途絶えたことで、食べていくことに大きな不安を抱えているのだ。

<②緊急情報へのアクセスの悪さ>

最低限のコストで生活している人の場合、情報収集の手段が極めて少ない。最近の若い人の中にはテレビを持たない、新聞もとらない人がおり、インターネット上で情報収集している傾向がある。メインは、スマートフォンからサイトにアクセスして収集することになるが、実は契約しているパケット通信料を最低ラインに抑えていることが多い。今、新型コロナウイルス感染症拡大防止策として、オンライン会議システムの活用、動画配信、ネット通販が盛んに行われているが、長時間使用するとデータ通信料がかかってしまうため、フリーランサーの中には、気軽に利用できない人がある。国が出している給付金等支援策についても、十分に情報が行き届いておらず、行動を起こす機会を逸している。

＜③生活リズムの乱れによる健康不安＞

在宅勤務、休業で自宅待機になると、全てが自己管理によるため、生活リズムが乱れやすい。起床、就寝時間が不規則になり、外出もできないため、運動不足も相まって、健康面が懸念される。食事時間もバラバラで、経費節減から安価で買い置きできるインスタントラーメン等に偏り、栄養バランスのとれた十分な食事ができていないことが多い。中には、昼食をお菓子のみで過ごす人がおり、金銭的な困窮状態が切実であることが分かった。生活習慣の乱れは、将来慢性疾患に罹患したり、そのリスクを高めてしまったりする可能性があるため、十分に気を付けなければならない。

＜④コミュニケーション不足の問題＞

1人暮らしのフリーランサーの場合、外出自粛で長期間一日中誰とも話さないことがある。取引先と電話等で多少の話す程度で、心休まる会話は減少しがちである。実際に、フィットネスクラブ等で活動していたフリーのインストラクターの中には、普段大勢のお客様の前で仕事をしていた環境から、1人で自宅に籠る生活への変化に戸惑う声もあった。急に社会とのつながりがなくなると、喪失感や孤独感が生まれ、精神的なダメージが大きい。

仕事がなくなり収入が大幅に減ってしまった上に、貯金等の備えが少ない人に対して、スピード感ある情報提供が不可欠である。食生活すらままならず、空腹感を満たすことができない状態が続くと、気力、体力共に著しく低下してしまう。たとえ感染症予防対策ができていたとしても、別の形で命を落としかねない。まずは、十分な食事提供と孤独感の解消が急務になる。こうした若者の食を支える外食産業は、自治体からの休業要請により、事業の方向転換を迫られている。連動して、農業生産者にも影響が出ているが、その実態を次に示す。

■食品ロスとテイクアウトや宅配需要の増加

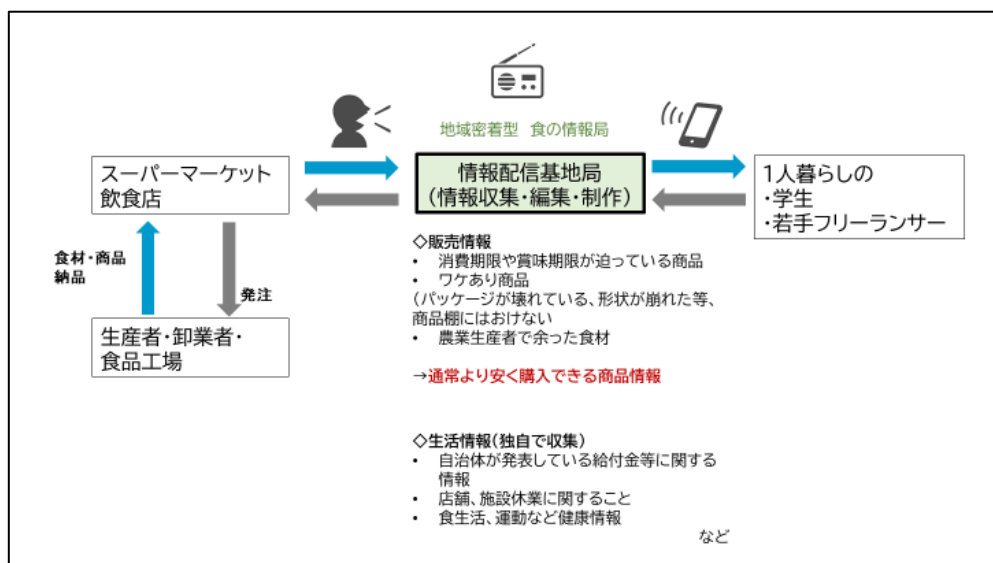
新型コロナウイルスの感染拡大防止で、イベントや催しが軒並み中止となり、イベント出店を予定していた飲食関係者は、日持ちしない食材、食品の大幅なロスを抱えることになった。また、飲食店や居酒屋等の外食事業者は、夜間の営業規制に始まり、その後、休業要請の対象になった。これにより、生産者サイドでは、飲食店に卸す予定だった食材が行き場をなくし、過剰在庫を持つことになったり、学校が休校になったことで、給食で使用するはずだった大量の野菜等が余ったりした。こうした食材は、企業が買い取って販路開拓をし、フードバンクに寄付することで、食の需給バランスを取ろうとしている。また、任意団体が在庫処分に困った生産者とお店、企業、購入者をつなぐ無料マップサービスも開始する等、既存のルートと新しい仕組みを融合させ、食品ロス解消に尽力している。一方、店内飲食が制限されたため、テイクアウトとデリバリー需要は増加している。

■音声メディアを活用したタイムリーな食情報の提供

＜声を通じた情報提供＞

生産者で余ってしまった食材を、食生活に困窮している人たちに確実に届けられないだろうか。また、テイクアウトやデリバリー事業に参入する飲食店は、売れ残りを回避したいだろう。夏が近づき気温が上がると、作ってからできるだけ早い時間帯に売り切り、お客様に食べてもらう必要がある。そのような中、「今日食べるもの」を本当に必要としている人へ、スピーディに情報を確実に届けるために、ネットラジオ等音声メディアを介した情報配信基地局の設置を検討した。コロナ渦中の今、インターネットサイトや動画でも、日々最新情報が更新されているが、これらは発信側にも一定の作業負担がある。サイトに情報をアップする場合、伝えたい情報を文章や図にまとめる必要がある。また、普段文章を読むことに慣れていない人にとっては、苦痛に感じることも少なくない。動画は、セッティングを簡素化できる場所はあるものの、再生時にデータ容量を要するため、通信環境が整っていないフリーランサーは気軽に閲覧できないことがある。一方で、音声メディアは、アプリを活用すれば、スマートフォンに内蔵されているマイクから必要情報を声で録音でき、素早く配信することができる。発信側に大掛かりな準備はいらなため、負担が少ない。視聴は、アプリのダウンロードで容易に聞けることができる。そして、何より「はなしことば」は、人に安心感を与える。同じ情報を受け取るにも、文字情報を読むより「声」を通じた情報はインプットされやすいのではないだろうか。下図に、音声メディアを通じた情報配信基地局の全体像を示した。ここでいう情報配信基地局は、配信代行会社をイメージしている。

【図：音声メディアを通じた食の情報配信基地局の全体像】



情報配信は地域密着で行なうことが良いと考えている。リスナー（本稿の場合、若手フリーランサー）は、自分の住んでいる地域のラジオ局をフォローし、常に放送を受信できる

ようにする。スーパーマーケットや飲食店オーナーは、その日の一押し商品や、ワケありで早く売り切りたい商品情報について収録した音声データを、ラジオ局（配信代行会社）に送る。ラジオ局が集約して配信するという流れだ。また、食材を生かした料理レシピ、栄養のアドバイスもコンテンツとして配信し、自宅での食生活管理に役立ててもらおう。ラジオ局では、他にも、コロナ関連の地域に密着した支援策、店舗の休業に関する情報や、健康情報等を収集、編集して放送する。また、番組の中でスーパーマーケットでの品出し作業やレジ対応要員として、短期アルバイトを募る情報提供してはどうだろうか。フリーランサーが収入を得る機会を得ることで、生活資金の確保にもつながり、売り場の人員不足解消にもなる可能性がある。

<音声メディアの市場動向>

総務省の「令和元年版情報通信白書」¹によると、2017年の我が国の音声コンテンツの市場規模は、約7,500億円で音楽が約5,400億円、ラジオが約2,000億円、ネットオリジナルが約82億円だった。ネットオリジナルは、音声市場の約1%に過ぎないが、コロナ渦で在宅勤務等、家で過ごす時間が長くなる中、新たな配信ツールとして注目されている。既にPodcast(ポッドキャスト)で、一般人が自ら音声コンテンツを作って配信する動きがあり、個性的なネットラジオ番組も存在している。スマートフォンで視聴でき、「ながら視聴」も可能。人の声を通じた情報は、物理的距離（ソーシャルディスタンス）を強いられる今、心の距離を近づけるツールとして可能性を感じている。

■「はなしことば」の効用

マスコミ4媒体のひとつでもあるラジオは、インターネットラジオの普及によって、新たな世界を魅せている。昭和時代のラジオは、高齢者層には懐かしものである一方で、若年層には新しい配信ツールとして映っているのかもしれない。食の情報配信基地局は、若手フリーランサー以外にも、学生や単身世帯にも活用できるものと考えている。緊急事態では、支援を必要としている人に、必要な情報をスピーディに発信することが重要である。そして、「はなしことば」で伝えることで安堵感を与えることは有効であると考えた。ひとりひとりの命を守るために、声からのメッセージで聞き手に訴え、確実に行動変容につなげることが、今後コロナと共存する社会を生きるために大切なのではないだろうか。

¹ 総務省「令和元年版情報通信白書」,
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/pdf/n3100000.pdf>.