

ポストコロナの経済活動

東京大学大学院経済学研究科長

渡辺 努 教授

2021年は新型コロナウイルス感染が収束し、ポストコロナの時代が訪れると期待したい。いわゆるニューノーマル(新常态)だ。

コロナ危機後の新たな社会規範のことを指す。経済活動、とりわけ消費活動でも、ニューノーマル



マルの到来を予想する向きが少なくない。

感染回避のために多くの消費者は店頭へ出かけることを控え、インターネット注文に切り替えた。オンラインサービスを提供する企業はコロナ下にあつて活況を呈している。コロナ収

束後もこれが続き、ニューノーマルになるのか。

実は、パンデミックを契機としたオンライン消費の増加には有名な前例がある。中国のアリババが運営するタオバオというオンラインモールだ。中国

しかしアリババ創業者のジャック・マーは反対を押し切つてタオバオをスタートさせた。

SARSで巣ごりに追い込まれる中、それまでオンライン消費になじみがなかった中国の多くの人がタオバオで物を買いはじめた。活況は感染が落ち着いた後も続き、いまやタオバオは世界屈指の企業へと成長した。

が一気に挽回を図りたいところだが、数字を丁寧にとらえてみると、必ずしも願い通りにはならない可能性が見えてくる。

クレジットカードの会員100万人を追跡調査し、コロナに入る前の20年1月と入ってから20年4月を比べると、コロナ禍の時期のオンライン消費をけん引したのは、以前からオンラインでの販売と店頭販売を併用していた人たちであることが分かった。

感染を恐れてオンライン消費をさらに増やしたのである。全くなじみのない人たちが突然始めたのではないというのがどう

やら事実のようだ。

コロナを機に初めてオンライン消費を経験して便利さを実感し、コロナ後も使ってみようと考えてる人は残念ながら少数だ。感染収束後も、オンライン消費の活況が続くと信じる理由は乏しいと言わざるを得ない。

ただし、これは「政府が何もしなければポストコロナはこうなる」というシナリオと解釈すべきだ。政府と民間が知恵を絞ればデジタル化への新たな扉を開くことは可能だ。

菅政権はデジタル化の推進を最重要課題と位置付け、21年にはデジタル庁の創設を計画している。コロナ禍で機能不全に陥った日本の行政システムのデジタル化を進めるのは当然のこととして、消費や資金決済など民間の経済取引のデジタル化にも積極的に取り組み、生活者の利便性向上と企業の生産性引き上げをめざすべきだ。

デジタル化 新たな扉を

利便・生産性向上へ 官民で知恵絞れ