

ブランド化は本当に必要ですか

この斬はフィクションです。現実を射影していると憤らないでください。

とあるP県が、とある果実Qの新品種Rを開発し、発売初年度はその出荷額は150円（分り易い例として）となったが、P県の果実Qの出荷総額が1,000円から500円と半減してしまった。しかし、果実Qを小売ベースの視点から見ると、4,000円から3,800円への減少に留まり、県外産がその穴を埋めた構図となった。（前回内容）

その事実を知ったP県果実Q生産者A氏は、強い憤りと無念さの渦の中に陥っていた。A氏「新品種Rの開発には全く反対してはいなかったし、今でも反対していない。我々はその新品種の成功により、その相乗効果に期待していた。品種AとCを主に生産しているが、ここまでその出荷高が減るとは予想していなかった。結局、新品種Rが品種AやCの足を引っ張って引き摺り下ろし、新品種Rの踏み台にされたと言わざるを得ない」

B氏「いや。新品種Rの出荷で、新品種の収入増えた。品種Bは豊作だったが結果大半廃棄となった。もう新品種Rに絞る。今まで品種Bにお世話になったが、もういい。」

C氏「ウチは昔から果実Qは品種Aしかやっておらんかった。規模も小さいし、もう年だからしんどい。もう果実Qはやめる。他で稼ぐ」

その事実を知ったP県果実W生産者Dは「P県はなんで果実Qばかり力入れるの。果実Wにも力入れて欲しいんだけど。何か果実Qの生産者から貰ってるの。あつ。お布施か」

それらを耳にした菌類（きのこ）生産者Dは怒り心頭。「ワシらも何やら、きのこ新品種Lの開発でエライ踊らされた。売れるから作れ作れと煽られて作ったが、殆ど売れん。結局二束三文。誰が買うのか、誰が売するのか、どこが売するのか、どうやって売するのか誰が決めたんや。誰が責任取ってくれるんや。産直の店では、昔から作っていた品種で細かいヤツが一番売れる。もう新品種Lはやらん。進めたヤツらが自分でやればいいんや」

これらがP県全農産物生産者の知れるところとなり、この生産物も、こっちの生産物こそ・・・また同じ生産物の生産者からも品種AもBもCも・・・と声上がり、一次産物のみならず、二次産物までが声を上げ始めた。一方、それらを聞きつけた漁業者が怒りを爆発させた。「何で、農産物ばかり。水産物こそ大きく取り上げて欲しい。漁業者は農業者以上に厳しい。もう10年もたない。助けてくれ。こっちにも力入れてくれ」

もし、農水産物以外も含め全てのブランド化が成功したらどうなるのか。

命題「部分最適の総和は全体最適とはならない」の一つの事例。（フィクションだが）公的機関が主導する「ブランド化」は全体最適への阻害要因となることが立証された。

この斬はフィクションです。現実を射影していると笑わないでください。