

# 時化と鮮魚介類の需要（５）

前回は、「全体最適に近づく努力」が必要かつ、喫緊の課題であり、その課題を解決・解消するためにやるべき”コト”は多いと述べ、今回は、前回ご案内の通り、その課題の解決・解消に向けた、全体を俯瞰する提案を行う。その提案の骨子は、一言「需要と供給の一致率（マッチング）向上」となるが、もう少しだけ噛み砕いて、整理すると、

- 1) 「需要と供給を高いレベルで一致させる」生産者側の意識改革
- 2) 1) の実現に資する「緩衝スキーマ（バッファ）」の設置
- 3) 新たな需要の開拓・開発：食べやすさ・買いやすさの徹底した追求
- 4) 新しく正当な「全体最適」に資する生産（漁業）者の評価の制定
- 5) 流通全体の消費者を中心に据えた「見える化」「ICT化」

先ずは、1) 4) について、分かり易い事例を紹介する。

経験則として、「価格が10倍になれば、需要は1/100に減る」

例えば、1杯¥500の「カニ」が100杯売れたとすると、売上金額は¥50,000となる。同じ時間軸の間に、同種の「カニ」が1杯¥5,000となると、上手く行けば2杯。下手すると0杯。中を取って1杯とすると、売上金額は¥5,000となる。上手く行けば売上金額¥10,000だが、それでも¥50,000に遠く及ばない。

1杯¥500の「カニ」、1杯¥5,000の同種の「カニ」、美味しさは1/10なのか、実入りが1/10なのか、多くの消費者は、賢明である。日常生活を営む中で、奮発して、1杯¥5,000の「カニ」を食べたくなるような「良いコト」は、人生の中で「ほんのわずか」しかも買える期間も限定され、ゼロではないが、買っていただく（売れる）確率は極端に低い。ご贈答でない限り、一般の人は、ほぼ買わない。

「漁」は、縄文時代からあり、「漁業」は貨幣経済が地方でも確立した鎌倉・室町時代からと想像できる。いつの頃からかは不明だが、漁業者が「高単価のものが大漁に」と今でも願っていることは、極めて自然であり頷けるが、今・現在、鮮魚介類以外にも食べ物は、あふれるばかりあり、このICT時代、店舗に足を運ばなくても、何でも手に入る時代である。百歩譲って、漁業者各位は別として、せめて、漁業者をリードすべき立場の漁連・行政各位におかれましては、「高単価のものが大漁に」から「需要のあるものを安価に大量にかつ、ジャストインで」に意識を大変換しなければならない。また、「新たな需要の創造」なる課題も意識しなければならない。「部分最適の総和は全体最適とはならない」誤った考え「漁業者（のみ）の利益」を追求するから「魚離れ」が加速することを噛みしめて欲しい。「部分最適が全体最適に対する唯一の阻害要因」次回に続く。