

時化と鮮魚介類の需要（7）

前回は、一部の利益を追究するあまり、その全体に対する大部分の利益を得る機会を損失してしまうことを述べた。言い換えると、何かのゲームにおいて、需要（量）を満たす供給がより多く出来た者が、そのゲームの（実利のある）勝者となるということである。

当然ながら、金額は単価×数量で決まる。その金額を大きくするためには、ア）単価を上げる。イ）数量を増やす。その2つしかないし、両立はしない。

A) 供給が潤沢・過剰な場合

①ア）を採択した場合、イ）は極端に減る。経験則として、単価2倍になると売れる・買ってもらえる数量（需要）は1/10に、単価10倍で1/100に減るのであろう。

②供給側がなんらかの努力を行って、イ）が成就された場合、金額の増分は、数量の増分ではなく、単価×数量の増分増えることとなる。掛け算であることに留意。

B) 供給が追い付かない・過少の場合

①ア）を採択した場合、上記①と同様となり得る。金額ベースで考えると、金額は必ず減となる。理由：高単価による数量減（売れ残る）が明らかであることから。

②供給側がなんらかの努力を行って、イ）が成就された場合、上記②と同様。

何れも、②の供給側がなんらかの努力を行って、売れる（買ってもらえる）数量を増やすことが、金額増への「術（すべ）」となるのは明らかである。生産（漁業）者が「高単価に沸く」のは「性」理解できる。しかし、生産（漁業）者をリードすべき立場の漁連・行政がこの事実（甚大なる機会損失）に気付かず、生産（漁業）者同様に沸き立っていたとすれば、問題は深刻である。「金額」を増やすために、何を成すべきなのか「緊急」にかつ「深く」考えなければならない。なぜなら「魚離れ」は現在進行形であるから。

さて、もう一度「需要」と「供給」の一致について振り返ると、前々回・・・（5）で

- 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究
- 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」

以上をやるべき”コト”（課題）として整理し、取り上げた。

1) については、もう十分に述べた。これで理解できないのであれば、もうこれ以上読まない方が良く、説明しようがない。正しいと思われた方向へ責任を持って進むべし。

次回は、2) について、具体的に掘り下げて述べることにする。