

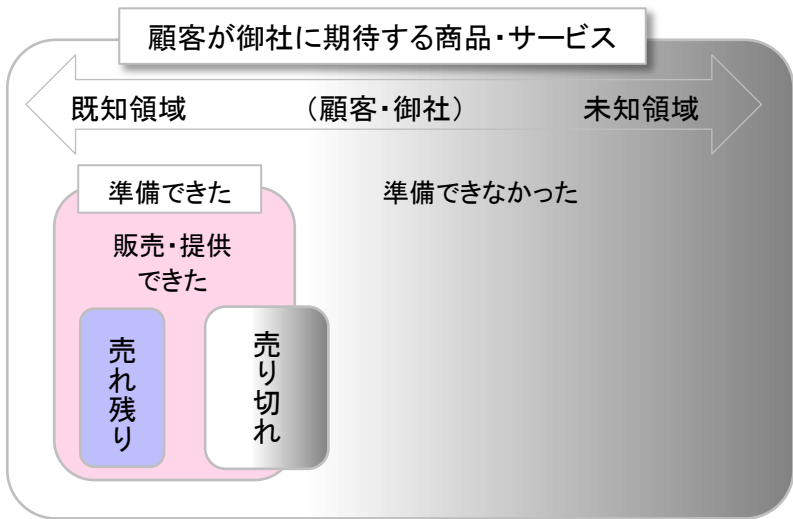
ないものはない（2）

前回「ないものはない」は以下の2通りの解釈となり得ると説明した。

- 1) 「ない」ことは「ない」（何かある）
- 2) 「ない」のだから「ない」（何もない）

以前「真空のからくり」（山田克哉著 ブルーボックス）を読みました。真空だから、「何もない」と思っていたが、豈図らんや生まれては消え、生まれては消えの「反粒子」が蠢いているとは知らなかった。上記2)と決めつけていたが、結果1)の目には見えない「何かがあった」と、「真”に何もない”空”の空間はあり得ない」という事実をたいへん違和感があるもの認識させられる（認めざるを得ない）ことになる。

ビジネスに置換えて「ないものはない」を考察してみよう。その前に「機会損失」について触れておく。「機会損失」とは、一般的な経済用語として「最善策を採らないことによる利益の損失」のことを言う。平たく言えば「稼ぎ損ない」や「儲け損ない」のこと。



図中「売れ残り」は①売れ残りタイプ、「売り切れ」は②売り損ないタイプ、「準備できなかった」は③ないないタイプに相当する。何れも当HP「大人の食育書ページ（いしかわ旬の鮭だより®百選譚）」のコラム①「機会損失について」の中で取り上げた内容であり、詳細は当該ページを参照願います。（次回に続く）