

臨床獣医師から見た

養鶏業界 55

株式会社ピーピーキューシー研究所 加藤宏光

前号に情報についての解説を試みました。改めて《情報》の意味を辞書で調べると、

①事物・出来事などの内容・様子。また、その知らせ

②Information:ある特定の目的について、適切な判断を下したり、行動の意志決定をするために役立つ資料や知識

③機械系や生体系に与えられる指令や信号(例:遺伝子情報)

④物質・エネルギーとともに、現代社会を構成する要素の一つ

(スーパー大辞林より)

われわれが業界で使う情報の本来あるべき位置付けでは、②が然るべきですが、往々にして④と混同しています。つまり、そこにある文字や言葉の羅列そのものに意義を感じてしまうのです。多くの情報に囲まれながら、情報に翻弄され、かつ、そうなっている自分を見極められない……。

今日のように経済・社会情勢が目まぐるしく変遷する時代において、こうした状態は危険極まりないことです。

そこで、情報をどのように扱うべきか、著者の主観をベースとして論じてみたいと思います。あくまで私見であることをお忘れなく……。

情報を得る方法

今年七月二十八日の日経一面コラムに、次のような内容の記述がありました。

——南アデス地域の『チャランゴ』という楽器について知りたいとき、どうしますか。古代エジプトの『ヒエログリフ』はどうでしょう。はたまた百貨店業界の売上高は？ 今度出張する街で人気の居酒屋は？

どれもインターネットで調べれば大体のことが分かるご時勢だ。世界事情から今日の晩御飯前で検索バーに言葉を打ち込んでクリックするとサイトの情報が並ぶ。

昔ならチャランゴは図書館で本を探し、うまい店は人に尋ねただろう。そうしなくても済むネットの検索エンジンには、暮らしても勉強も仕事も変えた(以下略)。

ネット情報の威力と恐れ

インターネットで情報を得ることの容易さと同時に、情報の持つパワーの恐ろしさにタジタジとすることも稀なことではありません。

つい先日、アメリカのネットワークメディア・ウイキリークが「アフガンにおける米軍の非人道的行為をすっぱ抜いて、このためオバマ政権が窮地に追い込まれかねない」と

《コラム1》

CIA(アメリカ中央情報局)といえば、ゴルゴ13にもしばしば登場する有名な情報センターです。

ただ、意外(?)なことに、そこへ集まっている情報の70%以上が新聞などの一般情報源によるものだそうです。著者はさして勉強熱心でもないため、常に目を通しているのは日経新聞と朝日新聞程度です。しかし、その内容を十分に理解していれば、相当のことが透かしてみえます。

《コラム2》

【クラウドという新しい情報システム】

クラウドという言葉が近頃よく耳にします。

Cloud=雲です。

つまり、天空に浮かぶ雲のように、空の上に大きな情報領域を構築し、使用者はそこに自分用の情報エリアをもらって、やはりクラウド内にあるソフトを応用して情報加工を行う。そして、その情報を自分用のエリアに格納・保存するのだそうです。

一方、Gmailというフリー（無料）メールを使用している人も多いことでしょう。これは、Hotmailというフリーメールに対抗するように生まれたメールシステムで、クラウドと同様にグーグルの管理するメイン領域に自分用の情報エリアを確保して、メールという手段をツールとして自分用の情報を管理できる機能がウリの1つです。

これら両者を比べてみると、似ています。

このシステムが、「今わが国で次世代の情報を管理するにあたって最新のモノである」と種々のジャーナルなどで喧伝されています。これがどのように成長してゆくものかは著者には検討が付きません。

20～25年前のコンピューター事情をアメリカと日本の2国で対比すると、アメリカではネット（そもそもネットはアメリカで軍が情報を一元管理するために生まれたシステムで、これが一般公開されて発展したものであると聞いています）を中心として各コンピューター（端末）がつながることを前提として拡充され、日本ではスタンド・アロンで使用された多数のコンピューターをネットでつなげることで、さらにシステムを発展させてきたという印象が強いようです。

すなわち、発生の起源を考えると反対の位置から頂上を目指して上り続けた登山のようなものであると感じています。

《アメリカという国の持つ中央管理の意欲の強さ》のような不気味なものを感じられてならないのは著者だけなのでしょうか？

いうニュースを流していました。この例でも明らかのように、誰でもが情報を共有できる環境としてのインターネットの成熟は、ときに国全体の組織の維持をも困難にするほどの力を持ち始めています。この例の「ウィキリーク」というサイトも極めて多くの人が情報を共有することで、国という圧倒的な力に個人の

尊厳が埋没させられる危機を避けたというビジョンで構築されているそうです。そうした力が秘められているインターネットの情報拡散力のゆえに、かの中国がインターネットの勢力コントロールに極めて神経質なのでしょう（最近一定の合意に達したというグーグルと中国の国家権力の対立

もこうした観点から見直すと納得できる気がします。コラム2参照）。

商社の利益回復

七月三十一日付の日経一面に「四大商社の利益が回復した」という記述が掲載されています。それによれ

ば、△アジア経済の回復によって四大商社（三菱商事、住友商事、丸紅および双日商事、三井物産）に関する記述はありませんでした。四〇六月の決算で大幅な増益を果したことが報じられています。

三菱商事では一、四〇四億円、住友商事では六四五億円、丸紅商事三四〇億円、双日商事でも六五億円の黒字でリーマンショック前の水準に達するのだそうです。

商社の食品事業統合

同じく七月三十日の一面に三菱商事の四大食品会社が統合して年商二兆円を超えるわが国最大の食品会社を構築する旨が記事に取り上げられています。菱食（一兆三、八四七億円）、明治屋商事（三、一三四億円）、フードサービスネットワーク（三、一二九億円）およびサンエス（二、〇三四億円）が統合されるのだそうです。伸び悩んでいる食品業界で年商額を大きくして、メーカー側との交渉

力を高めるのがメリットの一つとされています。このような動きは三井物産系（三井食品と国分の業務提携）や伊藤忠商事（日本アクセス―旧雪印アクセス―と西野商事の合併）に応じたもので、商社主導の大規模化で海外進出を睨んだ基盤整備の一環である、と解説されています。

情報の解釈

これらの情報は規模が大きすぎてわれわれの身近なものであるとは感じられません。しかし、つい二年前のリーマンショック（一連のアメリカ経済の不安定化を含みます）は、世界を揺るがす大きな波としてわが国の隅々にまで深刻な影響を与えました。もつとも、著者は日本の受けた経済被害のうちで、かなりの部分はマスコミの被害者意識を煽ることを意図した過剰な報道で増幅されたと感じています……。

先に挙げた情報は、リーマンショックのようにマイナスインプパクトではありません。そのために、われわ

《コラム3》

【採卵養鶏の浮沈】

数年前に大手養鶏場が民事再生を申請したことがありました。

実はその事件の2カ月ほど前に、あるミーティングに参加した折、この会社の社長にお目にかかる機会があり、四方山話をしたものでした。そこで、ご息の様子を伺ったところ、元気で仕事に励んでいるとお話でした。その話し振りから、いかにも自分の後を継ぐために日々努力しているご息の成長を楽しみにしていることが感じられました。

その後突然の民事再生申請事件です。著者は驚くよりも経済界で動く大きな勢力の圧力に震撼としたものです。

当時、商社はバブル崩壊の傷も癒えて、数年間大きな利益を確保していることは新聞ニュースで知り得ていました。しかし、採卵養鶏という業界は確実な利益確保を年々重ねることはなかなか容易ではありません。だからこそ、ほとんどの総合商社が昭和30年代末に大いに興味をもったこの業界において、直接の農場運営から手を引く、という消極的戦略をとったのでしょう。しかし、穀物の消費エリアとしての採卵業界は見捨てることのできない重要性を持っていました。そこで、商社たちは資金的バックボーンとしての立ち位置で業界を眺め続けていました（20年余り前に、今はない、かなりの規模の採卵養鶏生産者が、大手総合商社からの融資で農場拡大を実行した事実を知っています）。

総合商社の立場で考えれば、全社的に大きな利益が確保できる時期は、不良債権にも相当する経営不振で将来に見込みのない業界や会社については《脚きり》のチャンスと判断することは十分にうなずけます。

正確な裏の事情は分かりませんが、事件2カ月前にあった社長の言動と申請以降に社長と親族が業界から消えたことを考え合わせると、日本経済全体の事情やそれぞれのバランスと養鶏産業の盛衰が密接にリンクしていることを感じざるを得ません。

そして、本文に触れた総合商社の4～6月の利益がリーマンショック以前の時期に及びそうである、という情報に考えを及ぼせるとき、かの事件の再来が何らかの形で現れることが危惧されてなりません。

れにとつては余計に他人事として捕らえてしまいます。

しかし、先ほどの《商社主導で統合システム化が進んでいる》という情報一つを取り上げても、行く末に付け足しのように記述されている《規模を拡大することによって、メーカーとの交渉力が高まる》という事項

を取り上げても、実はわれわれの身近なテーマが潜んでいます。

著者はこの記事をスクラップするにあたって「メーカーに対する交渉力が強まるのでは困ったもんだ」と感じたものでした。

現在時点で生産過剰気味である卵を取り上げてみても、流通過程でオ

ーパーフローした卵が超安値で市場を混乱させたことは記憶に新しく焼き付いています。そして、市場への窓口である一次流通は、こういった安売り卵との競争に手を焼き、仕切り値を引き下げて対抗しようとしています。

かつて、小売りの勇であったダイ

エーの創業者、中内某が《価格破壊》を標榜してメーカーと争ったことはすでに触れました。この手法に大手メーカーで唯一、松下電器産業グループ（現在のパナソニック）が取り引きを停止して、抵抗しました。松下幸之助という大人（たいじん）だからこそ、その先に来るものが見えたのでしよう。

プライベート・ブランド（PB）というのは、マーケット側からコストを抑えることを前提としてメーカーへオーダーした製品を指します。メーカーサイドとしては、工場の稼働性を上げることによって、設備の償却コストを抑えるメリットがあります。

しかし、PBがメーカーの商品と競合するようになって二〇年以上が経過し、PBの溢れかえる市場をみると、リーマンショック以来のデフレ傾向に対応する方法として「もっと安く、もっと安く」という最も安易な方法しか選べない流通のジレンマに振り回される生産サイドの苦惱が透けてみえます。

現実には所得倍増で急速な右肩上

がりの経済拡張を基盤として形成されてきたすべての日本の経済（当然採卵やブロイラーを含みます）が拡大思考で設計されてきました。中でも流通は、バブル崩壊以降もコンビニ流通の充実という新しい局面を前提として拡大の基調を崩さずに進んできているように感じられます。

そこへのリーマンショックという巨大な経済収縮を受けて「マージン率は減っても売上高を拡大すれば当面の切り抜けはできる」といういわば禁断の実を大手流通も選ばざるを得ないというチキンレースの様相を呈しています。チキンレースの武器がPB商品であり、その前提として納入価格の引き下げがあれば、メーカーは塗炭の苦しみを味わうことになりません。

こういった状況下で、流通に乗り損ねたいわゆる余剰卵が捨て値で市場に投げ込まれ、これらが迂回してテーブルエッグとして市場の価格を混乱させ、たために、極端な安売り卵が関東領域の市場を混乱させてきました（昨年の安売り卵旋風は関東エリアで吹き荒れ、ブランド卵の需

要を低迷させる傾向が目立ちました。この現象を取り上げ、その実態を解析する試みを行い、昨年十一月に開催した日本養鶏産業研究会で紹介しました。

項の最初で触れた《価格破壊》が一企業の企業戦略に止まれば「良い品物を適正な価格で」というアイデンティティーを堅持する流通と住み分けることができるかもしれません。

しかし、リーマンショックを取り上げるマスコミの姿勢が、

・余分な消費は罪だ

・誰にも明日は分からない

という悲観的なものであったり、年末のテント村住人が最大の被害者集団であるといった特集で経済の退行を助長するものであったりすると、

世相全体が悲観的に過ぎて、事実上打つ手がなくなりません。

リーマンショックの発生以前から、虚業の何たるか、あるいは不況とはどのようなものかを冷静に解析できる感覚を養う必要性を実感します。