

# 「三方よし」の本丸は「世間よし」

## 世間よしに転換した アベノマスク

コロナウイルス対策として不評であった「アベノマスク」が昨年の年末から再度、世間の話題となった。八〇〇〇万枚以上が不良在庫になっており、その保管費用だけで年間六億円近くになるということが発表され、当初から不評であった政策がいつそう批判される状態であった。ところが、その不良在庫を政府が輸送費用も負担して無償で提供するという政策を発表したところ、在庫枚数の三倍以上の要望が全国から殺到して話題になったのである。

これは政府の失政を**弥縫**する苦肉の政策という見方もできるが、政府にとっては失政を挽回できる利点があり、受領する人々にとっては必要

とする品物が無償で入手できる利点があり、社会にとっては費用をかけて廃棄される品物が有効に利用できる利点があると理解すれば見事な「三方よし」である。三方よしは商品の売買において、買い手、売り手、世間という立場にそれぞれ利点がある商業活動から発展した概念であるが、このような社会活動にも登場している。

## 負の資産の豪雪を 正の資産に転換

北海道沼田町は冬季に除雪した豪雪を貯蔵し、夏季に販売する事業を実施している。一トン一〇〇〇円で販売しているが、毎年、一五〇〇トンから二〇〇〇トンの需要があり、倉庫などの冷房に使用されている。除雪したのではなく新雪の場合には

た商品の購入を回避でき、慈善団体は配布する食品の入手の苦勞が軽減されるという三方よしが実現している。さらに視野を拡大すれば大量の廃棄食品を減少させる世間よしの効果もある。

## 最大の目標は世間よし

一九五〇年から七〇年後の現在までに世界の穀物生産は四・三倍に増加し、一人当たりでは一・四倍に増加した。同様に肉類の生産は一人当たり二・六倍、魚介の漁獲も二・七倍に増加した。ところが現在でも世界では約八億人が飢餓状態にある一方、肥満で減量の努力をしている人間は人口の約一三％に相当する九億五〇〇〇万人である。そのような状況であるのに世界では生産された食料の約三〇％が廃棄されている。適正に配分すれば飢餓は撲滅できるはずである。

そのためさまざまな政策が実現され始めた。フランスでは「食品廃棄物削減法」が施行され、食品販売商店は賞味期限が接近した食料は慈善団体に寄付することが義務とされている。これにより売り手の商店は廃棄を減少することが可能になり、買い手の顧客は賞味期限が間近になっ

ここまで紹介した三例では、売り手は予測した消費を根拠に生産し、買い手は広告などに左右されて消費するという前提による三方よしであった。しかし、インターネットという多数の売り手と多数の買い手が直結して情報交換できる通信手段が実現した結果、革命が発生した。相互に見知らぬ売り手と買い手が直結し、無駄な見込み生産と無駄な見込み購入をしない世間が実現してきた。その能力を利用すれば、既存の生産・販売構造を打破した新規の世間よしの流通構造が実現可能になる。

その成功事例がメルカリである。これまでは不要になった持ち物は質屋のような仲買組織で処理するか

東京大学名誉教授  
つきお よしお  
月尾嘉男



昭和十七（一九四二）年生まれ。東京大学工学部卒業。工学博士。コンピュータ・グラフィックス、人工知能、仮想現実、メディア政策等を研究する。とともに、全国各地で私塾を主宰し、地域の有志と共に環境保護や地域計画に取り組む。

約一〇倍の単価で販売しているが、都会のイベントなどで買い手があり、毎年五〇件ほどの取引があるようである。厄介な資源が商品になる売り手と宣伝効果を期待できる買い手に利益があるのは当然として、それ以上の効果がある。

北海道内から東京まで鉄道で輸送するとエネルギーを消費し、地球規模の環境問題が世界の課題になっていく時代は趨勢に逆行するのではないかと想像される。ところが東京のホテルの冷房に使用したところ、二酸化炭素発生量は電力による冷房の場合の半分程度であることが判明した。さらに鉄道会社にとっては輸送需要が減少する晩春から初夏の貨物として歓迎という結果にもなった。

売り手と買い手だけではなく、世間にとっても歓迎すべき活動であるこ

リーマーケットで売買するしか手段がなかったが、相互に見知らぬ売り手と買い手が直結して情報を交換して品物を流通させる手段の登場である。メルカリなどフリマアプリの経済規模は日本だけでも二〇二〇年に二兆円弱と推定されている。これは売り手と買い手の経済規模であるが、不要な在庫が価値のある商品に再生する効果も追加すれば、世間よしの規模は膨大になる。

この変化は流通構造にも波及してきた。アパレル衣料の企業は大量に生産して大量に陳列する方法から、店舗には見本のみを陳列し、注文されれば生産して発送するという形態に変化させ始めている。これまでの三方よしは売り手と買い手の満足が基本で、さらに世間よしも実現するという認識であったが、最近の地球環境問題や経済格差問題が顕著になってきた現在、世間よしを第一の目標に近づいてきた。この潮流に対応できる三方よしを実現できる企業は成功する時代である。