巻頭言

「ニッチとの遭遇」

(公財)日本植物調節剤研究協会　評議員
日本農薬(株)取締役兼常務執行役員
研究開発本部長
今埜隆道

今からほぼ26年前の1987年1月，米国はミシシッピ州の州都ジャクソンに降り立った。当地で開催された米国昆虫学会の東南支部大会に参加するためだったのだが，ローカルな大会といえども目玉であるシンポジウム「米国農薬企業の現状」と「昆虫学におけるバイオテクノロジー」のタイトルに魅せられて遥々出かけた次第である。折しも東部一帯が大雪に見舞われ，迂回路線を駆使しながらの到達だったが，ここから物語が始まった。

シンポジウムの前半は，大手化学会社数社からの講演で構成されていたが，拙いヒアリングで必死に聞きかじっていると，突然“niche”という単語が飛び込んできた。演者は，当時すでに畑作除草剤や非農耕地用除草剤で一世を風靡していたM社で，同社の新たな開発戦略としては，mega productだけでなくniche productも志向するという。　niche？　この単語は何だ！　確か学生時代に動物学の講義で学んだ「ニッチ」は，種の生態的地位または棲み分けを意味する筈だったが，商品にも当て嵌まるのか？　しかし，megaとnicheの違いは何だ，線引きの基準は何だ・・・と思っているうちに講演は終わってしまった。頭の中は完全にこの単語で固まり，気がつくと他の演者の話はリズミカルな子守唄に変わっていた。やがて後半のバイテクに関するシンポジウムが始まった。当時は勉強不足もあって，遺伝子組換え技術の応用面への導入はまだまだ先のことと思っていたのだが，何と同社が再び登場し，Bt toxinを産生する，あるいは除草剤に抵抗性を示す農作物をいずれ世に繰り出すという。そうか！　同社が言うniche productとは，この遺伝子組換え作物のことだったのか！　成程，農薬と遺伝子組換え作物は棲み分けが可能になる筈だ。そう勝手に合点し，気分良く会場を後にした。程なく帰国し，社内で報告したものの一向に関心を呼ばない。確かに周囲を見回してもニッチのニの字も見当たらず，あれは米国特有の言葉だったのだろうかと自問しつつも，いつの間にか日常生活に埋没してしまった。しかし，90年代に入り，国内の産業界にもマーケティング戦略が導入されるようになると，突如として“niche product”は「隙間商品」なる言葉となって浮上してきた。これが第2の遭遇となったが，自分がイメージしていたnicheのあまりの変わり様に，ショックを通り越して憤りを感じたほどだった。生物学的には「生態的地位」といった堂々とした意味を持つ単語を，果たして「隙間」のような位置づけに貶めていいものだろうか？　nicheに対して失礼ではないだろうか？　ましてglobal niche（世界の隙間？）をどう理解すれば良いのか？　釈然としない思いが続いたが，ある時，「ニッチは，一味違う技術やノウハウで勝負するものとして意訳した方が良い」とのコメントをネットで見つけた。この訳こそ言い得て妙であり，漸く溜飲が下がる思いがした。しかし，それでも当時抱いたもう一つの疑問は解決していない。M社がシンポジウムで披露したGMOの実用化には，さらに8年の歳月を要したが，その後の市場形成には目を見張るものがある。果たしてあの日の講演は，nicheを意図したものだったのか，それとも最初からmegaを狙っていたのだろうか・・・。

四半世紀前にとり憑かれたnicheの亡霊にかくも振り回されてはいるものの，nicheは未知で奥深く，まだまだ亡霊との付き合いは続きそうだ。