

(2) 新年を迎えて

ふくらむネ、日本一の夢。山形セレクション事業創出に期待

おいしい山形は、米どころとフルーツ王国に代表される農業大国です。

今年、「齋藤知事提唱」の山形セレクション事業が、さらなる魅力づくりに向けた、県政の基幹戦略として具現化されてゆく年とあって、これを喜び、また、その成功を心から願うものである。

飽食の時代とは、「飽」ではなくて「豊」だという人もいますが、このことは多様化と選択という側面もあって、名指しで商品が選ばれる時代だとも言える。

どんな商品でも他産地に類似品はいくらでもありますが、「この商品は」他産地の類似品など足元にも寄せつけないという銘柄性を持った逸品を育てることが重要で、そのことに徹底してこだわり、タイミングよく時代をとらえたのがセレクション事業であると思われまます。

選定の基準は、安全安心、品質、数量、計画性に加え、我が産地ならではの商品特徴といった面など、詳細は追って明らかになるにしても厳しい条件が設定されるわけで、名実ともなる本物の農産物をめざすという「山形方式」が、川下側からの熱い支持を受けるでしょう。何よりも、次代を背負う農業後継者や子供達に誇りある「商標」を残すために、いま、この時代の汗を厭うてはいられない。

さて、「豊の時代」にあって、求められている対象は、勿論、心がこもった正真正銘の品質商品性であり、その理論武装であるが、この際、それを支える派生的な課題としていろいろな品質？が評価されることも考えられるところである。

その第1は、出荷組織(体制)とか出荷者の品質が評価されるということ。

つまり、JA とか、 組合とかのマークが品質保証や信頼性の目印となり、ブランドとして評価されてゆく。

第2は、技術力の品質である。

天候、気候、風土等に強い技術や熟練の腕、鋭い感性などをもとにプロとしての「ワザ」を磨いてゆくこと。

特にこれからは、消費者や実需側のニーズを踏まえた研究開発、バイオマスの利活用や加工開発など、戦略にもとづく研究開発の視点も必要で、試験研究機関との連携も考えられるところである。

第3は、番外的で、人間の品質かもしれない。

世の中は常に変化し、変化の波に洗われている。

マーケット、技術、価値観、人々のすべてがたえまなく変化を続けるなかで、こうした変化をとらえて、自身もまた変化してゆくしかないのである。

変化と競争にへこたれず、自己啓発と元気、活気あふれるやる気で頑張る。そのプロセスで取り組む人々の悲哀や歓喜のドラマが、そのまま売り先での共感と感動を揺すり続けることにつながるとしたら、何と素晴らしいことだろう。