

(2)赤いルビーが欲しい

出勤するとショッキングな話題が待ち構えていました。大田市場での桜桃卸売価格が個選品ながらも1パック70円という落札であったとのことでした。セリ人の話では、連日の安値続きで荷動きも悪く、遂に引導を渡さざるを得ない状況に陥ってしまったと云っています。早速デパ地下やスーパーを巡って見ましたが、ギフトコーナーの主役の座は他に譲り渡ししながら、販促フェアでの棚割りでは存在感を示してはいました。試食宣伝のマネキンさんは声を張り上げて「ようやく甘くなりました！」と勧めていましたし、店のほうでも2パック、3パック幾らとまとめ買いを促す値付けが多く見られています。でも、お客の声は「お安くても1パックでいいわ！」と少ないほうを手にとることが多く見られました。

店の担当に聞いてみると、「この時期になるとさくらんぼよりデラウェアを売りたい」と云っていますし、「赤いものは冬場の柑橘からマンゴーやさくらんぼで終わり、これからは青いものを並べて行く」として季節商材の扱い戦術の変転を示唆してもいます。売る側の立場からみれば売りたい時季に売りたいだけの物が欲しいが、それを失った際には、即他の商品に転換してしまいます。今この盛期に市場で買い支えてもらえないのはどうしてなのか、どうすれば良いのかを反芻する必要もあるかと思えます。

今年は4年振りの豊作が予想され大いに期待していたのですが、シーズンが深まるにつれて、市場調査などで聞かされる愚痴は色乗りの悪さであり、ウルミの発生でした。景気低迷から法人の贈答需要は確かに例年より減じていましたが、節約に飽きた個人のそれは相変わらず根強いものがありました。家庭消費においてもアメリカンチェリーとは棲み分けが為されており、売場は確保されています。にも拘わらず評価されなかったのは当初からの着色不良や着色遅延が目立ったからではなかったのか・・・とは云い過ぎでしょうか。果樹園芸は気候に対する適応の巾が狭いと聞いています。厳しい自然条件と戦いながらの生産者の努力は充分承知していながらも、食べる側の身勝手な言い分は「いつも美味しいものを少しずつ」だと云わざるを得ないのです。

(鈴木重雄筆)