

(3) 盛期を迎えるサクランボ

恒例行事としての知事トップセールスが終わってよいよ本格的なサクランボのシーズンがやってきました。今年度に入ってから5月24日までのJA全農山形の取扱量は、前年比76%の68tとのことですが、冬季間の低温や東日本大震災の影響を受けての加温不足もあって遅れをみせたようです。しかし、これは独り山形県産ばかりではなく、6月上旬の東京中央卸売市場での取扱は、山形97.9%、山梨46.7%、長野67.8%と主力産地それぞれが前年を下回った数量となっています。単価面では103.4%とかろうじて前年を上回ったのですが、震災以後の混乱から落ち着きを取り戻してきたといいなながらも、節約意識は拭いようもなく、法人需要ばかりが個人でさえも贈答品需要の手控えがみられています。

とはいいなながらも、量販店などを中心に6月下旬からの2週間は、ハウス物から雨除け物へと繋ぐ盛期として販促活動を活発にすすめる時期です。彼らは待ったなしに短期決戦で山形県産を主力と恃んできます。ただかつてのようにサクランボは「ギフトの王様」ではなくなってきているのも事実です。そうしたなかで、今、市場仲卸や量販店バイヤーが苦勞しているのは、高いものが敬遠されている現状で値頃感によっても売れるものと売れないものがあるからです。一流の果物店で早い時期から山形県産を売ってくれていたのに、この盛期を迎える段になって、山梨県産に乗り換えるのを見せ付けられてもいます。何故？どうしてなのでしょう。

価格は品質を推し量る材料です。値段の高いものは「質が良いだろう」と思わせませし、あまり安いと「大丈夫かなあ」と不安になります。去年の7月上旬に市場卸売価格が1パック70円で取引されたことを思い出します。品質劣化の激しい商材だけに折々の天候条件に左右されるのは止むを得ないことですが、化粧箱でのウルミ果とパック物での着色不良果が目立ってみられるのが山形県産だと聞かされるのは癪ではありませんか。棲み分けが為されているアメチェリは甘いだけといいなながらも、「不美味くないから」それなりに安定した位置付けを確保しています。今こそ生産者だけでなく、全ての面でNO.1を目指して行きたいものです。

(鈴木重雄 筆)