

(2) 美味しくても売れない

先日の日農紙コラムに「きれいな農産物、行き過ぎにブレーキを」という記事が載っていました。日本のスーパーに並べられている農産物の「きれいさ」は、世界のトップであり、きれいな野菜・果物が当たり前との感じ方が小売りや消費者の意識だとしています。そして、生産者は、きれいな農産物を出荷する為に高コスト生産にならざるをえないことになり、規格外品などの多発に苦しむ結果となってしまってもいっていました。見栄えの悪い野菜は売れない、売れないから扱わない、だから農家も作らなくなる——という輪廻とでもいわざるをえないということでしょうか。

また、書店には「真っ当な野菜、危ない野菜」という標題の本が並んでいました。手にとって見ると真っ当な野菜とは、在来種の野菜であってF1種のもは紛い物だと主張していました。F1種は形状や大きさなど、そのすべてが均質化され、大量販売を旨とする量販店などからの評価が高く、流通している野菜たちの殆どがF1種で占められています。在来種とF1種には多くの違いがみられますが、一番判り易い違いは、「味が違う」ことでしょうか。野菜そのものの旨味が凝縮され、素材の風味を活かす調理が実感できる在来種と、着飾ったF1種の差は瞭然といえるでしょう。

コラムの話題も本での話題も視点論点は全く関連ないのですが、共に食と農とに係わる面からみれば頷ける点もまた多いのではないのでしょうか。一口に消費ニーズはとか、消費地の求めることはなどといいますが、実は買ってくれる顧客と量販店との受け止め方には大きな開きがあります。顧客は美味しく食べられたと納得できれば良いのですが、売る側に求められるのは常に売り上げであり、結果として利益につながることです。それだけに美味しいものをといいながら、見てくれの良いものを優先して仕入れようとするものです。そんなこんなを眺めてみれば、生産と流通そして消費の間には種々な矛盾を抱えながら、越えることの厳しい大きな壁が横たわっているように感じます。

【今回のポイント】

- ・多ければ安く、少なければ高い —— かつての野菜市況は単純明瞭でしたが、今時のスーパーは高値になると特売を打っています。
- ・消費者が満足するものと小売り業者のそれは異なっており、作る側にとっては、御し難い場面が増えてきています。