

(1) 年中行事にしたくないこと

市場調査から戻ってきた担当者の報告を聞いて「やっぱりなー」と言わざるをえませんでした。最盛期に入っの佐藤錦とこれを引継ぐ紅秀峰の旨さで山形産の評価を高めている中での話題です。秀 L と表示された 1 kg バラ詰の箱が 100 円の値付けであったと言います。怖れていたウルミ果の多発ばかりかカビの発生も見られたとあつては、それが個選の品物であるといいながらも許されることでしょうか。梅雨末期の豪雨に災いされたという産地の事情は決して判らない訳ではないのですが、それは単なる言い訳としか受け止められないものです。又、別の売り場では LA6 個入れアンデスメロンの色付きがばらばらで、明らかに熟度が違いすぎるものがあるなど選果の基準を疑わざるをえないとの指摘も受けています。

大上段に振りかぶって卸売市場論をするつもりはありませんが、卸売市場の機能として大切なことは価格形成に係わる商品の評価です。良いものは良い、悪いものは悪いと判断を下し、適正な値段を付けるのがせり人の職務の第一です。そのせり人が評価に値しないと極め付けたモノは、商品ではなく単なるゴミと言わざるをえないのではないのでしょうか。100 円で競り落とした業者はおそらく 1 粒 1 粒を改めて吟味して歩留まりを嚙締めていると思います。そして改めて今日の仕入れはどうであったのかを自省しているのではないのでしょうか。同時にそれが以後の仕入れ行動に影響を及ぼすことを見逃してはならないと思います

個人出荷であれば、個人の責任において全てが終結すると思われるかもしれませんが、受け止める側では決してそのようにはとらないといわざるをえませんが、何某さんのものであつても、意識の内では何某は消えて「山形県産」だけが強烈に遺ってしまいます。一人は万人の為に万人は一人の為にとは言い古された言葉ですが、俺ひとりぐらいの心根が立ち向かう相手にとっては極めて大きなバリアーとなって立ち塞がってくるものです。共選品であれ個選品であつても、全てが食べてもらえるものでなければなりませんし、結果として顧客に喜んでもらえるものを提供するのが作る側の義務であると思います。売れる売れないではなく、買ってもらい更には後引き上戸にまで育てあげる努力は生産者個々人に課せられた責務ではないのでしょうか。

(鈴木重雄 筆)