

(1) 街の声にも耳を傾けよ

街の焼鳥屋さんでの話題です。秋田の比内地鶏や愛媛の媛っこ地鶏と共に「やまがた地鶏 赤笹シャモ」が歯ざわりや味の良さなどで好評だと店の親父さんの言でした。旨味やコクに優れているだけでなく、産地での物語性などお客さんとの遣り取りで場を盛り上げるなど、「大いに売り込み易い商材と評価されているようです」。と言いながらも全て好し——とばかりも言えないようでした。特に発注と異なる納品や物流でのミスマッチ、雑な処理の流れや品質劣化など他県産地に見られない齟齬を感じると言っており、生産者と食鳥処理場での作業体系との連係に他県との違いが窺えるようです。

実需者の側からすれば、顧客が欲しい品物を欲しいタイミングで提供するのが仕事であり、その結果としてお客に喜んでもらえることを第一義に考えるものです。それだけにかにして品揃えに満足感を与えられるか、価格に納得してもらえるか、他店との差異化を計れるか等々、よりお客に近付いた視点からモノを見たり考えているものです。それ故に品質評価にしても顧客に提供する直前を基点として考え、ここから引き算の形で出荷の状況を求めてくる筈です。しかも生産物としてではなく常に商品食材としての観点から、こうして欲しい、ああして欲しいとの要望が色濃く出されて来ることを理解してやらなければならないでしょう。

過般の商談会以降の話題でもそうでしたが、作る側の商売感覚は決して高いとはいえない面があります。交渉や契約ごとに対する認識が薄く自らのリスクを執りたがらない、自分中心で相手のことを意に介しないなど種々ありますが、最も気にかかるのは「おらが村が一番」という思い込みの強さではないでしょうか。いくら一番と思っけていても構いませんが、全国区にして最高のものを集めてみればその良し悪しは自然にはっきりします。何と言っても好奇心旺盛な都会で為される評価です。コダワリや執着を持ちながらも街の声にも耳を傾け、受け入れる土壌を持ちたいものです。

(鈴木 重雄 筆)