

時化と鮮魚介類の需要（18）

今回は「◇生産者（漁業者）の新たな評価について」誰が評価するのか、それぞれの立場から優先順位を意識し「何を」を含め考察した。

消費者として、また「鮭」を通じての鮮魚介類の提供者として言わせてもらえば、

- ・多くの消費者を支配する「お金の味」からの解放
- ・生産者・流通・提供者に染み付いた「お金の味」からの脱却・決別を達成させる

に収斂されるような評価でなければならない。つまり、新しい価値観に基づいた評価でなければ、意味はない。「未利用魚」なる言葉が死語となるように、全ての鮮魚介類の価値が平等に扱われ、それらが持つ本来の味を正しく評価し、「オイシイ」から「美味しい」へ昇華され、それらの味が正しく理解され、遍く評価される機会を得た上で「美味しい」で終止することなく「美味しいコト」へさらなる発展・昇華を切望するものである。

何れにしても、生産（漁業）者に対しては、「充足率・マッチ率・難易度」を手段に、「一攫千金」から「所得の安定化」を図り、結果として、まずは所得のバラツキ（季節変動）を平滑化し、次に所得向上を目指し、最終的には、持続的に「安定した所得の確保」に至る様に進めなければならない。また、対象となる魚種や漁法の単一化からいち早く脱却させ、多様化・多態化を図り、国内消費のさらなる上「輸出」にもその力点を注ぎ、積極的に「攻めの水産物供給業」への転換の最終目標へ導く「評価」でなければならない。

ここで、石川県内の水産業を事実上指導する立場である当局発表の10年前のビジョン「石川県新水産振興ビジョン2007」

<http://www.pref.ishikawa.lg.jp/suisanka/newvision/newvision.html>

また、昨年発表された「いしかわの水産業振興ビジョン」（平成29年度～平成38年度）

http://www.pref.ishikawa.lg.jp/suisanka/2017suisan_vision/2017vision.html

を熟読・比較し、率直な所見を述べると、

- 1) 水揚（売上）数量・金額の推移について、触れなくなった。
- 2) 今後の上記推移についてなら具体的な見通しや見解がない。危機感が希薄の印象。
- 3) なぜ「人口減を大きく下回る魚離れ」なのか原因の洗出しさえない。無関心なのか。
- 4) 相変わらず「押し売り」中心の施策。「需要に応じた供給基盤創生」の発想は皆無。
- 5) 「需要を創出する」の観点が見えない。漁業者育成よりまず先に、「需要に沿った供給への転換」と「新たな需要の創出・失った需要の呼戻し」および、それら施策が有効かつ持続可能なスキームを構築することが優先され、次にそのスキームに合わせた漁業者育成を行わないと、育成した方々は長続きしない。・・・（次回に続く）