

序 (改訂にあたって)

「いしかわ旬の鮭だより®百選譚」を副題としているが、初版は、設立時の熱き想いから絞り切れず、項目数118と100を軽く超えた。冷静に見直すと、取捨選択の余地があり、「日本百名山」に倣い「百」に収めることが筋であり、十分可能と判断した。

10年以上調達と研究(試作・試食)を繰り返してきた中、学んだことは多い。真に、「未来ある方へ継承すべき食文化」が炙り出されたことと、それを伝える役割を担う大人の方々に啓蒙する目的である「大人の食育書」の必要性が再認識されたこと。

それらに伴い、改善すべき点(内容に誤りがあるわけではないが)があることと、新たに追加すべき項目を紹介する機会を与えること。以上が改訂の主な理由となる。

創生数年前であった。とあるスーパーの鮮魚売り場にて、あるご婦人がため息混じりに「なんもないね」と呟いた。たまたま自分と目が合い、自分も大きく頷き、少し苦笑交じりで会釈し、お互い何も買わずにその場を立ち去った。モノは、売場全面に豊富に置いてあるが、「買うべき・買いたくなるモノがない」が真髓なのかもしれない。もちろん、売場にいる店員さんが品揃えを決定したものではないし、現場の責任者が直接市場で仕入れたものでもないから、言っても仕方がないところが歯がゆい。プロがいない。鮮魚介類の好き・旬・産地を正しく発信でき、お客様に自信を持って提案できるプロがいない。

昔、街のあちらこちらにあった鮮魚店がスーパーに淘汰され、そのスーパーの鮮魚部門の7割程度が赤字とのこと。皮肉にも自ら淘汰されるようにも映る。無くなることはないにしろ、ギリギリまで商品の量や種を縮退させ、ますます消費者が購入する機会を損なう悪循環に陥っている。「なんもないね」と買わずに帰った人・無かった対象・数量・金額、それらの「解」は、どうしたら得られるのだろうか。「A I」に問うても、計算基準となる基礎データが皆無。「無→無」。「解がない」としか返す答えがない。

「消費者は、生産(漁業)者に近づけないし、流通に聴いてもらえない」

昔、美味しかったと感じた石川県産鮮魚介類が消え、それらを基にした新たな美味しさが生まれる兆しも全く見えてこない。まずは、「ALL石川の素材を以て旬の季節感に満ちあふれた鮭」から始め、「共同調達・調理と注文して取りに行く仕組み」を構築し、石川県産鮮魚介類の需給が少しでも一致するように、新たな需要を産み出す商品や消費者が利用しやすい仕組みづくり、生産(漁業)者～流通～消費者の全体最適を目指すサプライチェーンの構築がビジョンとなる。好循環となりますように。これらが起源。