

取り戻せるか 野菜文化と「ゆとり」

貧すれば貪るといわれる。ツマ物的野菜は、料理に彩りを添えるものだけに、経済面や精神面での余裕がその食文化を育てる。残るものと消えるものの差は、文化としてどれだけ定着していたか否かだ。20年にわたる不況下で、日本人の精神的な余裕は失われた。添え物的な野菜類の入荷は減り、他の食材

に代替されていった。とすると、また景気が回復すれば、取り戻したゆとりによって、本来の食材のリバイバルは十分にありうる。とりわけこのころ、外国人観光客が「日本的な食」を求めて歩き回っている。かえって日本人のほっが、そんなにいいものだったんだ、と気がついたらしているからだ。

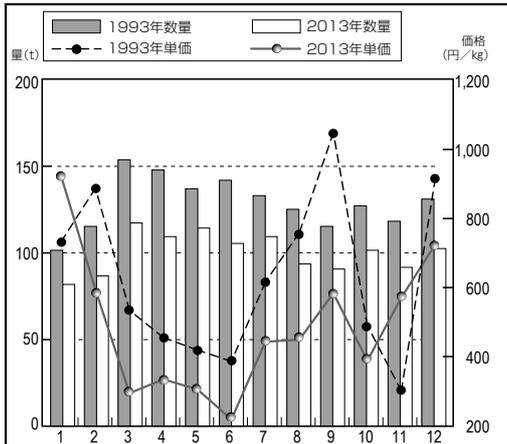
野菜生産者のための相場研究

サラダ菜

【概要】
意外に支持された洋食の飾り需要。味はまだまだでも機能性に強み

東京市場におけるサラダ菜入荷20年の経過を見ると、入荷量全体では2割強の減だが単価も同様の率で安くなっている。いまは業務用需要が中心のため、年末年始など荷動きがよい冬場には大きなピークはなく、むしろ作りやすい春から初夏にかけてがやや多い。昔からの主産地である千葉は不動で常に5割前後のシェアを持っているため、続く福岡、静岡などは千葉の調整産地という位置づけ。この3県で計9割を占める。

【背景】
用途としては洋食系の添え物野菜に特化している。長い不況下で用途の広いレタスなどに替わることなく、2割減程度に収まった。単価が下がったのも、他の野菜への代替を防ぐ販売の工夫による。さらに、定番メニューのスタイルを変えなかった外食店が意外に多かったということか。サラダ菜は独特の形状の葉物で、皿に飾るのにちょうどいい大きさと形もいい。飾り野菜としての用途をもっとアピールしてもいいのではないかと。



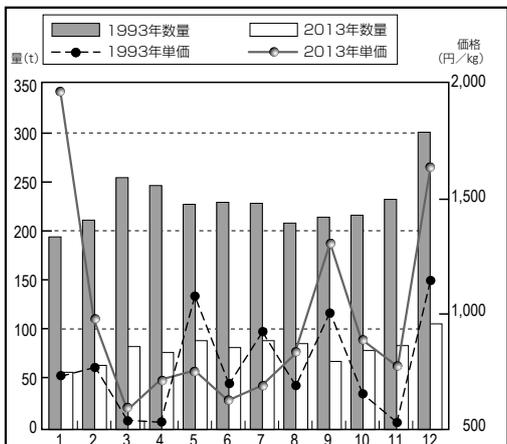
【今後の対応】
人々に余裕が戻ってくれば、同じ料理でもちよつと凝ったものにしたと思うたりもするだろう。サラダ菜は明らかにかつてより安くなっている。外食で食べるサラダやサンドイッチなどでその付け合わせになっていけば、それを家庭で再現させることも可能だ。最近急速に増えている「工場野菜」でもサラダ菜の人気は高い。出荷量も増えていくだろう。食べずに残して捨てられる。味はまだまだ改良の余地が大いだが、機能性はけっこう優良だ。

パセリ

【概要】
年末年始に相場が高騰。ハーブとしての「賢い」利用法も

東京市場のパセリは悲惨だった。入荷量が65%もの大幅減である。それでいて単価は23%しか高くならなかった。主産地はサラダ菜同様に周年型の千葉で5割程度、夏場は長野が出てくる。また、福岡、香川、静岡などの促成産地が補完している。現在では12〜1月期に単価が2倍にもなる異常事態。業務用に特化しているものの、輸入品さえ入荷する。減らしすぎというよりは、ちよつとでも多いと暴落するというリスクがあるからだ。

【背景】
公衆衛生法違反である「使いまわし」、最も行なわれているのがパセリだ。パセリはサラダ菜以上にほとんど食べられずに残り、多くは捨てられている。そんな品目は不況のあおりをまともに食らう。どうせ売れないだろうと、大きく生産を減らした産地が多かった。その結果、相場が乱高下してある種オモシロイ商売になった。だが、これからは増産が必要になっていることは事実。ゆとりの時代となって、「ハーブ」として使う家庭も増えているからだ。



【今後の対応】
パセリは景気が回復したら捲土重来はあるのだろうか。飾りに特化しているのなら、可能性はない。パセリはもとも欧米ではハーブ類であり、主に刻んで焼き物料理などの香り付けに使われる。パセリの安いときにたくさん買って冷凍保存しておいて、スパゲティ、ピッツァ、グラタンなどに、冷蔵庫から直接出してむむようにしてトッピングする。刻む必要はない。そんな冷凍野菜専門の野菜として扱ってほしい。賢い利用法、の普及を！

今年の市場相場を読む

ピーマンに奪われた需要は戻るか？ ファンは意外に多い

【概況】

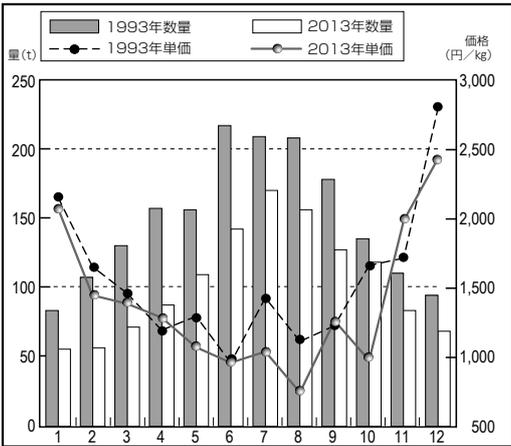
東京市場におけるシシトウの入荷は約3割減で単価は13%安い。大きく減ったのに単価はそれほど変化なし。シエアは10%減したが、主産地は変わらず半分は高知産だ。高知は相場に一喜一憂しないので、ローテーションのように生産されている。2位の千葉は、高知産の入荷量、単価を見ながら生産・出荷するという補完産地だ。業務用の天ぷら需要が中心だろうが、シシトウの代わりにピーマンに替えてしまう例が相次いだ。

【背景】

シエアはまだ5割を超すが、高知産の入荷量はかつて年間1000tを上回っていたものが460t程度まで激減している。しかしゆとりの時代が来るなら、シシトウの復帰は可能性がある。日本人が誰でも好きな「天ぷら盛り合わせ」における「定番の具」であるからだ。他の料理でシシトウはあまり食べたことがない。天ぷらに特化しているだけに、日本人のなかにはシシトウ天ぷらファンが意外に多い。この根強さゆえの復活に可能性がある。

【今後の対応】

シシトウは、不況下で業務用需要が減った。安くなった機をとらえて販促アピールをしなかったのは産地の失敗だ。もともとツマ物用のトウガラシだったため、家庭用として使う習慣はなかったし、あまりにも小さすぎて調理が容易ではなかった。同じトウガラシなら、これからは甘長などが食味的にも優れている。ピーマンのパイを食って成長できるのはむしろこのタイプだろう。だとすればシシトウの伸びしろは小さい。



シュンギク

【概況】

東京市場のシュンギクは、過去20年で減った主要品目はない。入荷量で65%もの大幅減であり、当然のことながら、一方で単価は5割高くなった。年間6000tレベルの主要品目が2000tの『そろそろ』品目並みになってしまったのだ。とくに夏場は8割前後も減少。主産地は相場に敏感な千葉。不景気、水菜の登場などで相場が下がると、簡単に生産縮小や転換する。事情ははっきりしている。

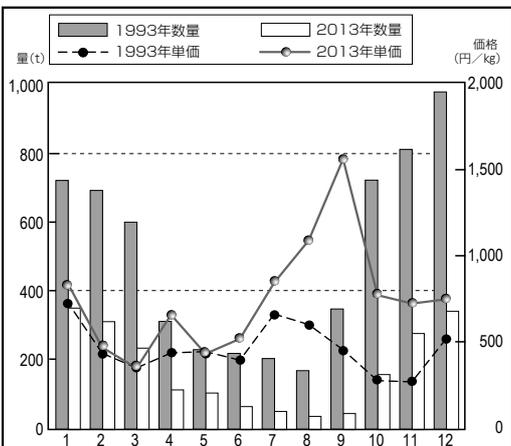
【背景】

よほどのことがない限り、20年間で65%も減らない。水菜代替説だけでも説明できない。大きく入荷が減った夏場などはキロ1500円にも。近郊産地が有利な軟弱野菜にもかかわらず、東北・北海道からも入荷しているのは、ひたすら高単価になるからだ。シュンギクは理由もなくただ減った。日本の食文化に欠かせないはずの野菜だ。鍋物ひとつとっても、色の薄い水菜が入った鍋は見た目も良くない。ゆとりは伝統に敏感になる。

65%もの減少は異常すぎる。復興の牽引役、ゆとり、に期待

【今後の対応】

和食のなかでも独特の食味、香りを持つている品目だ。が、もっとおいしいシュンギク品種や食べ方の普及は必要。大幅に減少していても、シュンギクは決して衰退品目ではない。東京ではメジャーな「木立ち」シュンギクは、本来は葉だけ摘んで食べる。葉はまた出てくる。江戸の書物に出てくるほど昔からのおいしい食べ方だ。地方には葉だけのシュンギクもある。東京でも江戸川区あたりで生産されている。シュンギクの捲土重来は間違いない。



流通ジャーナリスト

小林 彰一

青果物など農産物流通専門のジャーナリスト。(株)農経企画情報センター代表取締役。「農経マーケティング・システムズ」を主宰、オビニオン情報紙「新感性」月刊「農林リサーチ」を発行。著書に「日本を襲う外国青果物」「レポート青果物の市場外流通」「野菜のおいしさランキング」などがあるほか、生産、流通関係紙誌での執筆多数。