

輸入野菜この10年 国産の対応を検証

これまで、東京市場の20年前と現在を対比して、さまざまな観点から検証してきたが、これはいわばバブル期の終わりと、回復の兆しが見え始めた現在の比較が目的だった。今回は、05年対14年の10年間で、輸入増減が目立つ品目について見ていきたい。05年といえば、03～07年ごろ始まったバブル崩壊期

以降の一本調子の不景気が、いったん底をついた年。以降の回復が期待されたが、リーマンショックや東日本大震災など不測の事態が起きて、日本経済はまた沈み込んだ。それからの10年間、輸入の増減がどんな背景で起きたかをチェックしておくことは、今後の消費回復期には必要事項となる。

サトイモ

国産激減を輸入で代替。各地に食文化が残る

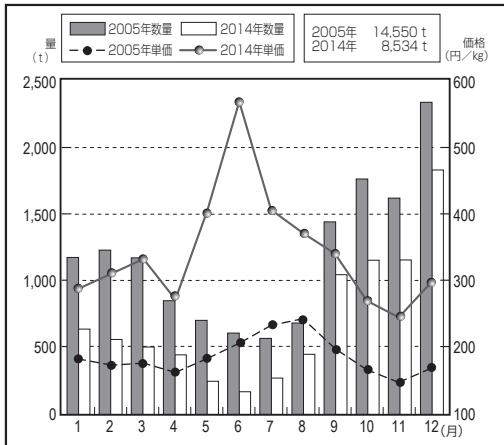
【概況】

東京市場の10年間で対比すると、入荷量が4割もの減少、単価は73%も高くなった。一方、輸入統計を見ると、この10年で数量は12%しか減っていない。しかしそれは生鮮でのことで、冷凍野菜の分類では変動はあるものの、少ない年は3万4000t、多い年で4万8000tもある。このほか調理品としての分類にも含まれているから、国産激減をさまざまな形で輸入品が代替していることになる。

【今後の対応】

生鮮・加工含めて結局4万t近くが輸入されている。水田からの転換でサトイモに挑戦している産地は少なくない。生鮮品の市場価格がキロ300円以上もするのには、最も必要な加工用は50～60円程度。生産者にとって魅力がないということになる。輸入抑制はかなり政策的なテーマだ。ただしサトイモの食文化は全国にある。かなりの数量が地場流通して、中央には出てこないという側面も忘れてはならない。

【背景】
統計上では減少傾向ばかりが目につくが、消費者が食べなくなったわけではない。地域によっては、ジャガイモより多用されるケースも。サトイモはおいしいが扱いにくい。国産が激減して高くなったなら、輸入に頼るしかない。東京市場では輸入品が年8800t入荷している。輸入統計でもやや減っているが、生鮮品は植物防疫上、土付きは御法度。結局、中国内で大量に皮むきして、水モノや味付き調理品として輸入する。



生シイタケ

中国からの輸入激減。いまこそ用途別の食提案で商品化を

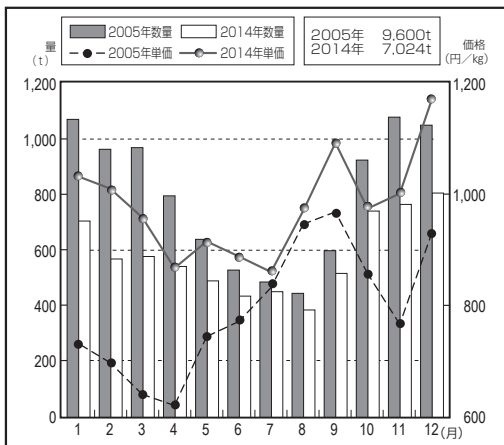
【概況】

東京市場の生シイタケは、この10年で入荷が3割程度減り、単価も3割高。一方輸入は2万tから3000tに激減。このうち東京市場には840tほど入荷する。中国の食品関連の事件が相次いで中国産敬遠気運が出てくると、利益商材だったのにもかかわらず、スーパーではスナップエンドウとともにシイタケは売り場から撤去された。国内では、エノキやエリンギなど他のキノコにも負けている。

【今後の対応】

原発事故の影響で、キノコづくりに自然モノ・原木モノが東日本では福島産を中心に敬遠される傾向にある。他のキノコがほとんど工場生産的なイメージがあるなか、シイタケだけは「自然」のイメージが逆効果になっているのだ。この10年は何も手を打ってこなかったシイタケ業界の知恵の絞りどころ。肉厚のドンコをシイタケステーキ用として高く売り、B品以下は袋詰めして気軽に買える値段を設定するなど、手はある。

【背景】
生鮮だけでなく、加工品が輸入・販売されて流通が変わっているサトイモに比べると、シイタケの減り方はいわば自然減のようなもので、人気落ちたから国内生産も輸入も減ったのだ。乾シイタケは別商品らしく、「シイタケ全体」のPRなどはやらない。乾シイタケを生鮮品の状態で売ったり、生シイタケを冷凍すると乾シイタケと同様の香りや味が出るなど、相互乗り入れも必要。シイタケはまだやり方次第で伸びる。



今年の市場相場を読む

輸入は10年で2・7倍。カット用も国産で対応を

結球レタス

【概況】

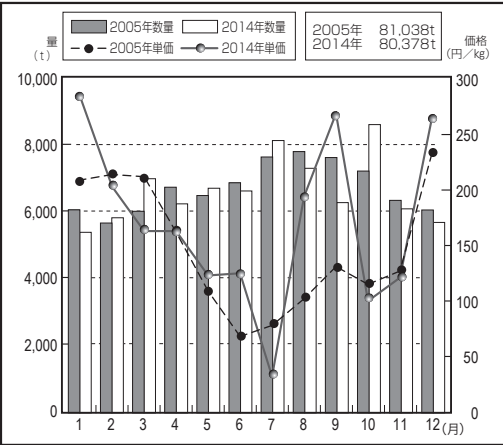
東京市場の結球レタスの入荷量は、この10年ほとんど変化がない。価格は2割程度高めではあるが、入荷の増減に影響はなかった。ところが輸入統計では、この10年で268%に増え、1万tを超えた。東京市場にも輸入レタスは230t程度入荷するが、その99%が台湾産の春レタス。卸売単価も全体の平均と同じくらいなのは、国産とほとんど遜色はない品質だからだ。米国産などの固いレタスとは違つ。

【背景】

年間8万t以上入荷する東京市場で輸入品は1%にも満たないが、特徴は台湾という新しい産地だということ。10数年前から、日本のカット野菜業者が単独で台湾に春レタスの産地を作った。日本からレタス農家を連れていき、国産レタスと同様の規格と生産技術を導入した。それが、4カ月程度しかない春レタスの時期に1万tを出荷できる産地に育ったのだ。その業者は日本で初めてカットレタスを製造した業者でもある。

【今後の対応】

この10年間は、働く女性が増える、簡便な調理が歓迎されるなど、不況期の最終段階として日本の食生活も大きな変化を遂げた。味のいい加工品が次々に開発され、カット野菜も拡大の一途。生産者組織である全農が直接、加工事業に乗り出すなど、ますます加工用食材は欠品不可、絶対に仕入れなければならぬという状況がさらに強まる。では日本に友好的な台湾に日本向けに特化した産地を作ろう、という動きになった。



ジャガイモ類

輸入生鮮品が3・6倍に。調理・用途別の商品化を

【概況】

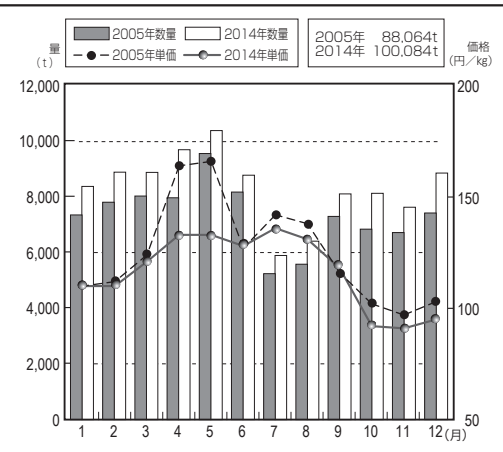
東京市場へのジャガイモ類の入荷は、この10年で14%程度増えている。それに伴って単価は8%程度下がっている。主力の北海道産もやや増えているが、単価の高い春先の鹿児島・長崎産の新ジャガ増加が数字に反映された。鹿児島はこの10年で2倍近くの生産・出荷増。一方、輸入貿易統計は、この10年で生鮮ジャガイモは363%増の2万t近くになつており、今年の推移を見てもさらに増えそうだ。

【背景】

2005年といえば、カルビーが自社での加工を条件に、2〜6月期に米国から本格輸入した年。55t程度だった。年ごとにデコボコはあるが、以降ジャガイモの輸入は増え、10年の国産不作以降は目立って増えた。市場にはいっさい入荷しないが、他社の他用途の関係で中国からも輸入されているようだ。どんな品目でも輸入が増えるのは、栽培面積や生産農家が減って国産では間に合わないからだ。であれば輸入増加は避けられない。どこまで伸びるかだ。

【今後の対応】

ジャガイモの輸入品は、ベイクドポテト用などに生鮮品をそのまま冷凍したものが毎年2万5000t前後、フレンチフライ用や粉末にしたものなどは合計で50万tを超える。日本の代表品種であった男爵薯は減少傾向にあり、代わってコロッケ用などにホツカイコガネやマルタなど、業務用ではイン力のめざめなど、用途別の使い分けが進む。輸入増とはいえ、まだ2万t程度だから、などとタカをくくつていいものか。



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。