

# 記念日を設けた野菜類その後

マーケティングでは、いわゆる「物日」に焦点を当てて売り出す手法が定着している。成功した典型的な事例はバレンタインデーや母の日。最近は何物を作り出して需要を創出するといった傾向が強い。恵方巻はスーパードの仕掛けだし、ハロウィーンも誰かが持ち込んで仕掛けたものだろう。青果物でも物

日作りが盛んで、由来などにちなむというよりは「おやじギャグ」のノリで語呂合わせのものが多いため、必ずしも生産のピークや季節感に合わない。しかし、あえて「○○の日」を設定するからには、消費促進といった産地側の思惑がある。いくつか○○の日を設定している品目のこの10年を見てみよう。

## キュウリ

### 4・19「いいキュウリの日」

#### 【概況】

東京市場へのキュウリの入荷は、過去10年で、6%ほど減ったものの単価は36%も高くなっている。入荷が減少しているといっても、わずか6%程度にとどまっているのは、やはり06年から全農福島が始め、08年には東北6県がすべて参加するようになった「キュウリビズ」のイベントを継続しているからか。一時、夏の主産地である福島が、原発事故絡みでダメージを受けたが、福島は10年前同様の数量を出荷している。

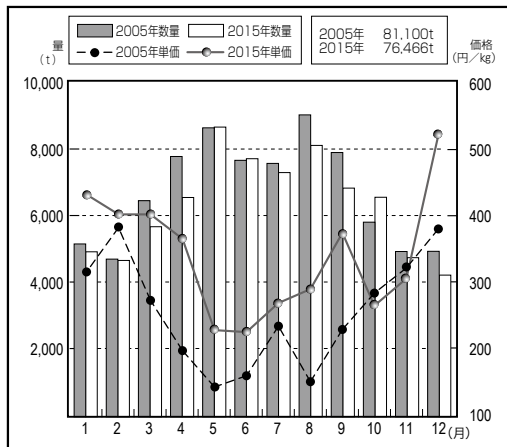
#### 【背景】

そんなキュウリの「いいキュウリの日」が4月19日と決まった。4月といえば、ちょうど西ものから関東〜東北産に切り替わる時期で、冬場の西の産地からは不満が出てきそうだが、これを機に毎月19日を「キュウリの日」に定めることになった。今年の第一回キュウリの日には、関東の主産地群馬や、最後の商品だろつが高知産も参加している。そのつど、荷受け会社が窓口となつて、キュウリ産地を順繰りに小売店に紹介する形を取っていく予定だ。

### 荷受けを窓口以小売店と連携も

#### 【今後の対応】

最近では、キュウリの物日といえば、恵方巻の需要が生まれてくるくらいだが、主婦たちは「キュウリは栄養素がない」と、単品としてはあまり興味を寄せない。ただ、キュウリビズで定着しつつある、冷やしたキュウリに味噌をつけて丸かじりするという、昔ながらの食文化にはやや盛り上がりがある。キュウリ消費そのものより、毎月19日に卸売会社小売店と連携して、特定の産地のキュウリを売るという試みは面白くて期待できる。



## ゴーヤ

### 5・8「ゴーヤの日」8月にぜひ当地メニューの提案が大貢献

#### 【概況】

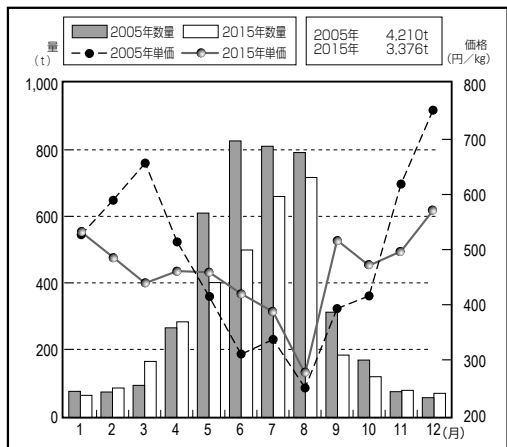
東京市場のゴーヤ（にがうり）は、この10年を見ると2割も入荷が減っている。その一方で単価は1割程度高い。傾向としては関東産地の伸び、とくに群馬・茨城・埼玉の増加が著しいが、九州など西の産地が東京市場まで持っていくことがない。京阪神などに分荷する傾向らしい。ハッキリとした傾向として、東北産地は福島以外は大きく減らし、関東各産地はほぼばらばらだったが、初出荷を5月ぴつたりとそろえてきている。

#### 【背景】

ゴーヤだから5月8日を「ゴーヤの日」と決めた。5月上旬の商材のない時期に、この新しい物日に各スーパーは飛びついた。真夏の野菜といわれるゴーヤの記念日が5月というミスマッチながら、末端のスーパーが売り出しを組むなら、産地としても5月8日に照準を当てて作型を考えなくてはならない。本場・沖縄では、5月8日に対応すると同時に、県内では8月5日を「逆ゴーヤの日」としてイベントを催している。

#### 【今後の対応】

ゴーヤが東京市場では10年で2割も減った理由は、ゴーヤの人気低下ではない。ゴーヤという新野菜が全国の野菜に定着したためであり、かつては東京市場から分荷・転送してもらっていた地方の市場でも、西の産地や地場から調達するようになったからだ。それにしてもなぜ、あんな苦い野菜がこんなにヒットするのだろう。ひとつは、「ちゃんぶる」という、ご当地のメニュー提案が大きい。入荷が集中して安値のときも多いから。



# 今年の市場相場を読む

## 4・17「なすび記念日」。早い制定のわりに目立つ効果なし

### 【概況】

## ナス類

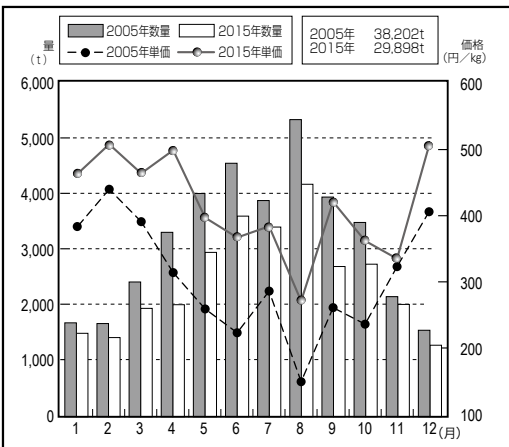
東京市場に入荷するナス類(ナス+長ナス)は、この10年で入荷量は22%も減り、4割以上も高くなった。年間を通じて一定の需要があるナスは、たくさん入荷があれば安くなるが、逆に減ると途端に高騰する。ナスそのものを単独で味わう料理は、漬物や焼きなすなど限定され、調理材料のひとつとして欲しいという感覚はある。しかも、最も固定的な需要は天ぷら。これも盛り合わせの具のひとつだ。

### 【背景】

4月17日が「なすび記念日」。冬春ナスの主産県6県(高知、徳島、岡山、福岡、熊本、佐賀)が決めた。4月は皮肉なことに、夏秋産地の関東のスタート時期。あまり必然性はない。もっとも、ナスが好物だったという徳川家康の命日、といった怪しげな説もある。すでにちょうど10年前、毎月17日を「国産なす消費拡大の日」としているが、この物日だけは盛り上がった事例を見ることがない。やはり9月以降の秋ナスの時期にすれば。

### 【今後の対応】

ナスについては、長ナスの周年供給と、小ナスあるいは丸ナスの普及といったテーマがある。ナスが低迷する一方で、ズッキーニが伸びているのは偶然だろうか。どちらも油になじみ加熱するとすぐ煮える野菜だが、汁物にしたときに色が黒ずむのがナスの欠点だ。ナスは、ヒットしている味の素のクックドゥシリーズ「麻婆ナス」など、やはり外食などでおいしい食べ方に出会うことが重要だ。本場イタリアの最も好きな「ジャ」は「なす」「ジャ」である。



## スイカ類

## 7・27「スイカの日」。給食で食べさせる記念日が欲しい

### 【背景】

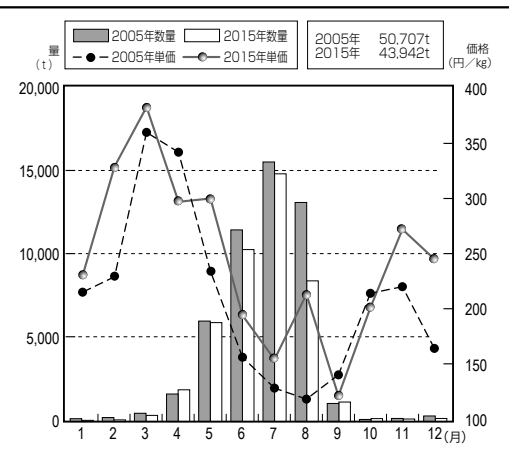
東京市場へのスイカ類(大玉+小玉)入荷はこの10年で13%減ったものの31%も高くなっている。ひとつの要因は、大玉に代わって小玉が増えていること。これは主産地の群馬でも熊本でも同じ傾向だ。小玉で味のいいものが増え、大玉でもカットしやすいシャキッとした果肉のものに変わってきたこともある。昭和期からここまで徐々に減ってきて、そろそろ下げ止まりだろう。カットフルーツの材料としても採用が多い。

### 【背景】

7月27日が「スイカの日」だ。なぜこんな日に決めたのだろうか。いわく、スイカの縦縞模様を綱にたとえ、27を「つ(こ)な(フ)」（綱）と読む語呂合わせからだといふから、がっかりする。確かに7月は一年中で一番スイカの多いピークである。それはそれとして、「スイカの日」などと聞いて一番喜び、一番食べてくれるのは誰か? 小中学生である。が、27日では遅い。20日ごろから夏休みが始まっていて学校給食がないからだ。

### 【今後の対応】

学校給食に地場のスイカを食べさせようと、かつてのスイカ産地は7月上旬に間に合う4月からのトンネル栽培を導入したのをご存じか? しょうがないから機能性でもアピールしようか。スイカの真つ赤な果肉にはカロテン(βカロテン)が豊富。カロテンには抗がん作用、髪や皮膚、粘膜を健康に保つ効果も。大量に含まれるリコピンは、アンチエイジングや生活習慣病、ガン予防に効果的。シミの原因になるメラニンの生成を抑える。



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、オピニオン情報紙「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。