

## 野菜生産者のための相場研究

# 今年の市場相場を読む

秋冬野菜

インゲン

一見すると「裏退品目」だが  
実際は少なくない潜在需要

トウモロコシ

問題になってきた早出し物  
勝負は食味や糖度で輸入に対抗

ナガイモ

供給減がもたらした暴騰相場  
早くも中国産へシフトの動き

マッシュルーム

市場の商品性と異なる一般需要  
まだまだ伸びる消費にどう対応

一昨年の冷夏、昨年の猛暑など、このところ市場相場が平年の状況とは異なる推移を見せていく。そのため、市場人荷量と単価の推移などを勘案しながら、次のシーズンの作付を検討してきた生産者にとっては、その目安を失っているというのが実態だ。今年から来年にかけての作付けや品目導入とその流通販売で迷っている農業者のために、特徴的な品目にについての流通状況を分析する「市場相場を読む」をお届けする。生産、出荷、販売のための参考になれば幸いである。なお、入荷量、単価は東京市場のものを利用しているが、数量はこれを10倍するとおよそ全国卸売量となる。

**【概況】**  
インゲンは、1~2月の冬場に最も少なく、7~8月のピークに向かって素直に増加し、ピークを過ぎると静かに減っていく。これに付随して価格面は、高値から始まりピークには最も安く、量が減るにつれて高くなる。グラフとしては非常にきれいなU字を描く。ただし、平成6年に関しては、年明けからやや増入荷込みで推移したもの、猛暑の影響でピークは7月8月はガタ減りして10月並みの単価になつたことが特徴であった。過去5年を対比すると、数量は2割弱の減で単価はほぼ変わらず。一見すると表退品目である。

**【背景】**  
本来は、6月~9月の夏場を中心とした季節野菜であるが、需要は周年にわたる。ただし、1~2月の冬場はピーク時の5分の1程度の数量があり、サヤエンドウのように、業務用需要時期と一般需要期とが明確に分化しているわけではない。産地で見るところ、ピーク時は関東から東北物であるが、年明けからは沖縄産の芸術的な業務用の細インゲンが4月までを分担。秋~冬は西南暖地物が分担している。ただし、近年においては沖縄産の時期に一部オセニア産が

トウモロコシも、インゲンと良く似た産地移動をする。一般需要期は5月から9月であるが、この時期は宮崎などの九州産地から始まり10月の北海道産まで、典型的な季節野菜。昨年は、天候異変の影響で9月、10月の北海道産が激減したため10月などは端境期並みの高値になつたが、本来はキロ150~200円までと値ころのシユンである。ここ数年来、トウモロコシ販売のスタートは5月といつ前進化がみられ、6月はもはやピーク並みの数量が入荷するようになっている。ただし、現在、一部の業務用需要を含め、小売店業界でもトウモロコシの周年販売が定着してきているため、12月から4月までの産地の沖縄産とオセニア産の輸入品が、いい単価を取っている。

**【背景】**  
近年の特徴として、トウモロコシの5月販売開始が定着したため、4月から比べると5月は7~8倍の入荷となつても、単価は1割程度しか下がらないという現象が見られる。ただし、6月に関しては昨年の場合、急激な入荷増となり単価は5割も下げた。シーズン始めでありながら、販売意欲が強いために単価がいいことから関東産地が強いために単価がいいことから関東産地

東京市場でのナガイモ入荷は、最需要期の12月に1000トンを超えるがその他の月は800~900t前後で推移する周年需要型の野菜である。単価も300~350円前後と安定している。冷蔵技術の発達で出荷調整ができるようになつたために、出荷量、価格共に安定した。しかし、これが経年の推移でみると、非常に不安定な動きをしている。平成2年のバブル最後の年に1万1千tの入荷でキロ単価も323円と好調だったために、平成3年には入荷が2割近く増えてキロ200円を割る暴落。翌4年には2年並みまで減つたがキロ単価は250円程度までしかがらず、平成5年にはさらに2割以上減つたため、キロ450円とハネた。この基調が6年の10月まで続いたために、6年平均単価は524円という暴騰症状になつた。

**【背景】**  
天候異変などの影響だとはいえ、ナガイモがキロ500円以上しては、ヤマトイモ並みの価格である。せいぜい300円が上限である。別にナガイモ消費が下向ぎになつてはいる訳でもないのに、昨年は過去5年では最高だった平成3年の35%も入荷が減つたところ、中国産はキロ200円強である。

東京市場への入荷はほぼ毎月変わらず80~90t前後が“適正需要”であるが、5月、10月、12月に小さなピークが見られる。価格的には入荷量との相関よりも、夏場に安く、冬場に高いといった品質との相関がありそうだ。平成6年にも、ほぼ基調は変わらないが、春に増入荷があり単価を下げた。この入荷増と単価安は、その原因は中国産の入荷のためである。平均単価は全体でキロ1100~1200円だが、産地別には千葉産が1500円見当でトップ、岡山、福島、山形、群馬が1200円見当、静岡、山形、秋田などが500~800円見当といったところで、中国産はキロ200円強である。

市場入荷のマッシュルームは、主に業務用のものであり、そのため、ホワイトのきれいに上がった商品を出荷する、実績ある産地のものが高いという原理原則がある。単価の安い県は、農業外資本や新規参入産地のもので、市場出荷以外にもルートを持っている場合も多い。これだけキノコ類に消費志向が集まっているのにもかかわらず、市場入荷が総量においても、季節においても変動が少ないということは、マッシュル

流通ジャーナリスト  
小林彰一

青果物など農產物流通専門のジャーナリスト。(株)農經企画情報センター代表取締役。青果物流通情報データベース「チャエルシーネット」、青果物流通を斡旋する「農經マーケティング・システムズ」を主宰。著書に『ドキュメント青果物市場』『日本を襲う外国青果物』『リポート青果物の市場外流通』などのほか、生産、流通関係誌紙での執筆多数。

入荷し単価を稼いでいる。沖縄産がキロ1200円前後する時にキロ700～800円だから、タイミングよく入荷しているといえる。まだ、数量的には1%程度のシェアしかないが、これから冬場の一般需要を狙つてきそう。

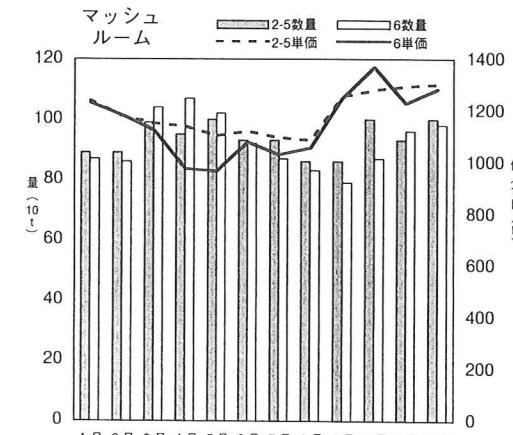
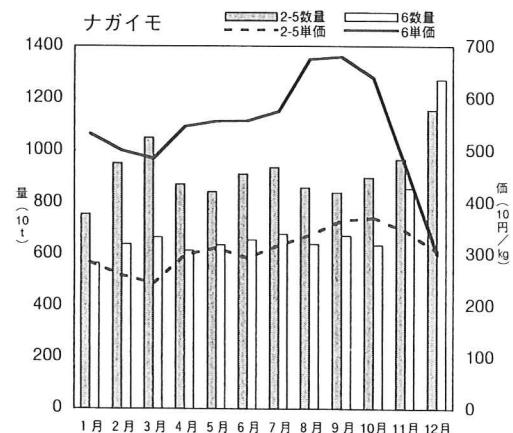
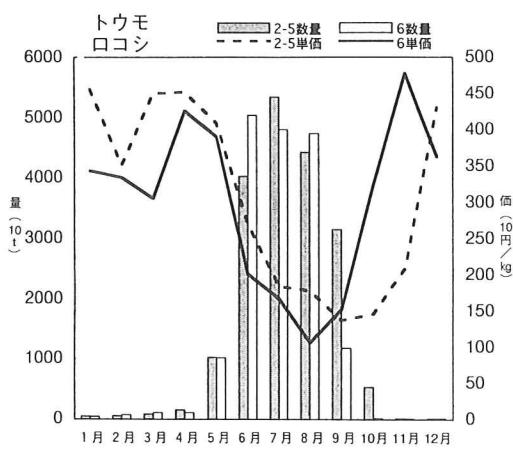
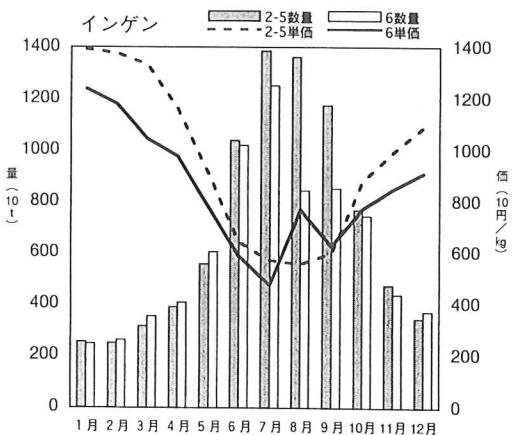
#### 【今年の対応】

市場入荷の推移だけをみていると衰退品目

のパートナーだが、インゲンの業務用需要、一般需要は意外にしつかりしている。(豆類)

は健康食品として着実に評価されてい

るからだ。これらの需要は、このところ品質が飛躍的に向上した冷凍品によって支えられており、産地の労力不足や市場の入荷減を補っていることを見落としてはならない。そのため、生鮮の輸入品にもマーケットがあるということで、今後、輸送や着荷規格の問題が解消されなければ、輸入はさらに拡大する余地がある。国内産地として選択できる。ピーカク時以外だつたら市場流通を、ピーカク時なら量販店などとの提携をと、その中心ターゲットも異なる。



トウモロコシは、いま品質志向に戻りつ

る。トマト、カボチャと並んで、食味が糖度で測れる野菜であり、品質を訴求しやす

い。トマト、カボチャと並んで、食味が

すい品目であるからだ。その意味では、5

～6月の前進販売のものより、どちらかと

いえば8月以降の東北、北海道産地の糖度

がしつかり上がったものへの志向が強くな

ついている。見掛けだけのハイカラーリー

かってのハニーのような外見でも糖度が14

度以上といった、食味本位のものが求めら

れるようになっている。産地の対応の基本

は、地域で最も食味の上がる時期を中心と

して生産し、糖度訴求をしていくこと。い

たずらな前進化は、結局は長続きしない。

端境期はオセニアに任せればいい、とい

うほどの割り切り方を。

ていれば、それだけ価格は高騰する。その

1%程度だとはいえ、冬場も需要がある

ため、オセニアを中心として、海外産地

も注目している。空輸を使つても着荷さえ

よければキロ300円以上に売れるのだから、関心は高い。事実、生産技術や輸送技

術が上がっており、食味のいいものが着く

ようになっている。

#### 【今年の対応】

トウモロコシは、いま品質志向に戻りつ

る。トマト、カボチャと並んで、食味が

糖度で測れる野菜であり、品質を訴求しやす

い。トマト、カボチャと並んで、食味が

すい品目であるからだ。その意味では、5

～6月の前進販売のものより、どちらかと

いえば8月以降の東北、北海道産地の糖度

がしつかり上がったものへの志向が強くな

つっている。見掛けだけのハイカラーリー

かってのハニーのような外見でも糖度が14

度以上といった、食味本位のものが求めら

れるようになっている。産地の対応の基本

は、地域で最も食味の上がる時期を中心と

して生産し、糖度訴求をしていくこと。い

たずらな前進化は、結局は長続きしない。

端境期はオセニアに任せればいい、とい

うほどの割り切り方を。

#### 【今年の対応】

トウモロコシは、いま品質志向に戻りつ

る。トマト、カボチャと並んで、食味が

糖度で測れる野菜であり、品質を訴求しやす

い。トマト、カボチャと並んで、食味が

すい品目であるからだ。その意味では、5

～6月の前進販売のものより、どちらかと

いえば8月以降の東北、北海道産地の糖度

がしつかり上がったものへの志向が強くな

つっている。見掛けだけのハイカラーリー

かってのハニーのような外見でも糖度が14

度以上といった、食味本位のものが求めら

れるようになっている。産地の対応の基本

は、地域で最も食味の上がる時期を中心と

して生産し、糖度訴求をしていくこと。い

たずらな前進化は、結局は長続きしない。

端境期はオセニアに任せればいい、とい

うほどの割り切り方を。

#### 【今年の対応】

ナガイモは、中国産を手当て

こうした入荷推移を受けて中国産を手当て

しようとしている商社や量販店が目立つて

いる。貯蔵性が高いだけに主に市場外流通

して、流通の表面に出てこないだけに、危

険なのだ。いたずらに市況をコントロール

して、”有利販売”をしているつもりが、結

局は輸入の促進を誘導して、産地が自らの

力を締めかねない。ナガイモに限らないが、

今年に異常な単価が出たから来年には輸入が

激増するという新しいルールが出来上

がつている。適正価格で安定出荷すること、

これが結局、国産を守ることになる。

#### 【今年の対応】

ナガイモは、中国産を手当て

よい合うことは浸透しているため、店頭で

は安ければ生鮮が良く売れている。ただし、

大振りで調理のしやすいフランマッシュ

などに人気があり、市場において高値が取

れる白くて小振りなマッシュとは正反対の

商品性があることが問題。中国産は業務用

が徐々に浸透しており、国産でも後発のメ

ーカーや生産者は、この業務用のマーケッ

トを狙つている。しかし、これから需要

を考えると、なんとか一般需要に食い込み、

購入を促進させたい。外見や規格は度外視

して、量販できるような仕組みを需要側と

組み立てることが肝要だ。