第206回

周年でも需要がある 季節野菜

野菜に季節がなくなったなどと言われて久しい。日本の試験研究機関、種苗会社の開発精神と、野菜生産農家の努力には脱帽する。たしかに本来の旬はあいまいになってはいるが、季節野菜を周年化することで新たな需要が生まれている品目も多い。いまだに残されている季節野菜は、種苗開発が遅れているもの、流通の専門家や消費者が〝季節外れ〟を評価しないために、生産者自身も周年需要があることに気がつかない等々、それなりの理由はあるだろう。しかし、出荷ピークにあれだけ消費されているのだから、シーズン以外にも需要があるはずだ、という見方で品目を検証してみる価値はある。

ナノハナ

半年以上のブランクへの対応を。アブラナ系の「はなっこりー」に期待

【概況】

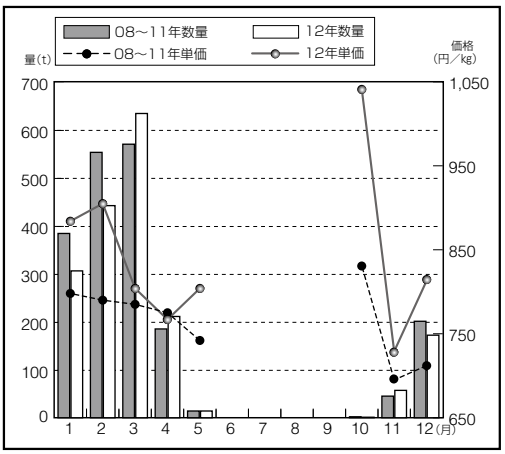
東京市場のナノハナの入荷は、2～3月に6、700t規模でピークを形成する。4月になると途端に入荷は1／3に減り、5～11月の半年以上にいたってはほとんど入荷しない。6割のシェアを占める千葉が主体となって典型的な季節野菜の地位を確立した。11月から始まる福岡産も、春に出てくる東北産も、その季節野菜の早出し、遅出しという位置関係にある。この季節性は業務需要から強く支持されている。

【背景】

しかしその一方で、こうしたアブラナ系の野菜は年間にわたって需要がある。ポエム菜やアスパラ菜などの同系野菜は各地に生産があり、また中国本土や台湾、香港などの本場の中華料理圏では周年需要に対応するための年間供給体制が整っている。ナバナはおひたしなどの需要に特化されがちだが、本来はいためても色が変わらず、かえって甘みが増し、どんな料理法にも合うなどの優れた調理用野菜なのである。半年以上のブランクはもったいない。

【今後の対応】

もちろん、この季節限定の状況を主産地の千葉が黙ってみているだけではない。周年は無理でも販売期間の長期化を目標に、県試験機関では高温期対応品種の開発に着手しているほか、山形県の試験場では典型的な中国野菜である菜心とブロッコリーとの交配種をもとに、9～6月の作型別に品種改良した「はなっこりー」の導入を検討している段階だ。厳密にはナバナの代替品種ではないが、有望なアブラナ系の軟弱野菜である。



ソラマメ

季節限定需要を狙う体制は限界。夏秋の生産拡大は加工も意識

【概況】

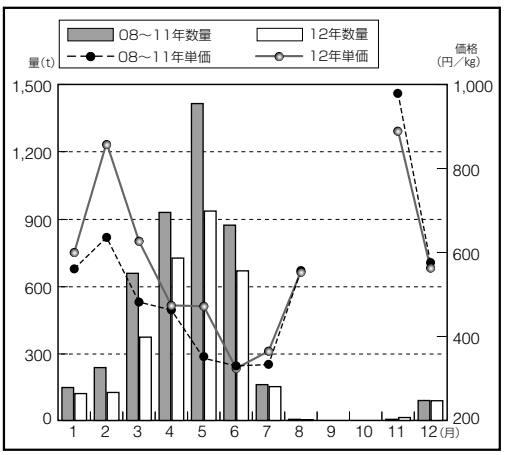
東京市場のソラマメの入荷は、年内から始まる鹿児島産と関東の主産地である千葉産が重なる4～6月の間に1000～1500tものピークを形成する。その後、東北産が7月に入荷すると年末まで入荷がない。季節野菜の入荷パターンであり、季節限定の大きな需要を狙った生産体制なのだが、深刻なのは鹿児島産を含む全体の入荷量が10年前に比べ半減していることだ。生産出荷体制の長期化が課題の品目である。

【背景】

ソラマメは、露地栽培ゆえの生産、相場の不安定さと、出始めはカサの割に高く、ピークは突然やってきてあっという間に終わる。販売面からみたらチャンスロスのある品目だ。もっと安定的で平準化されていれば、購入も消費も進むだろう。市場関係のなかには、ソラマメはエダマメが出るまでの商品、などと言う向きもあるが、それは業務用需要を意識したもので、一般消費者にとっては店頭にある限り購入対象になる。夏から秋の生産拡大がカギだ。

【今後の対応】

冬の安定した時期に、鹿児島産に先立つ沖縄の生産導入もポイントだが、夏、秋の東北、北海道産地の奮起が待たれる。宮城や北海道の十勝地区などのソラマメの既存産地が生産を復活させることのほか、露地栽培の不利をカバーするためのむき豆や冷凍加工、さらに豆板醤加工なども積極的にチャレンジしてほしいもの。ソラマメは、一般消費者にも愛好家が多く、外食産業でも供給があれば周年メニュー化したいというニーズがある。



今年の市場相場を読む

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。㈱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。

ズッキーニ

冬場1／3のアンバランス解消を。作型別の産地構成も見直しが必要

【概況】

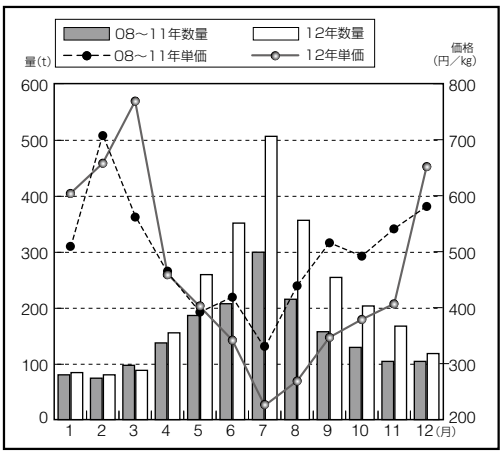
東京市場のズッキーニは、2008年対12年で6割以上の入荷増という飛躍を見せており、同市場には全国32都道府県から入荷があるほど、生産も全国区になっている。成長品目の場合によく見られる現象だが、ピークは夏場、とくに7月に集中しており、シェア1位の長野産を中心に増産意欲が強いという偏りがある。どの月も入荷が増えているものの、冬は夏の1／3の入荷量しかないのは明らかにアンバランスだ。

【今後の対応】

これまでのような産地間で競い合いながら有利販売の先鋒争いをする時代ではない。今のうちから共通規格や出荷予措の統一、共同宣伝などの体制を整え、新品目としての健全な成長を期すべきだ。周年にわたってコンスタントな入荷体制が構築できれば、品目的にはアスパラガスと同等の数量を必要とする需要構造ができ上がるはずだ。メニュー提案や加工品分野の充実強化も併せて進めたいもの。久しぶりのヒット商品、周年野菜を待望する。

【背景】

ズッキーニはカボチャの作型で生産されるといわれ、かつて日向カボチャの生産県だった冬場の宮崎産には必然性もありそうだが、夏場に長野産に特化する理由はない。むしろ北海道などが〝眠れる獅子〟のような存在だろう。利用法はナスに近いため、これからの成長の方向性としては、ナス並みの産地リレーが求められる。高知なども潜在力がありそうだ。すでに全国で少なくとも32県以上に産地があることから、テーマは作型別規模拡大である。



エダマメ

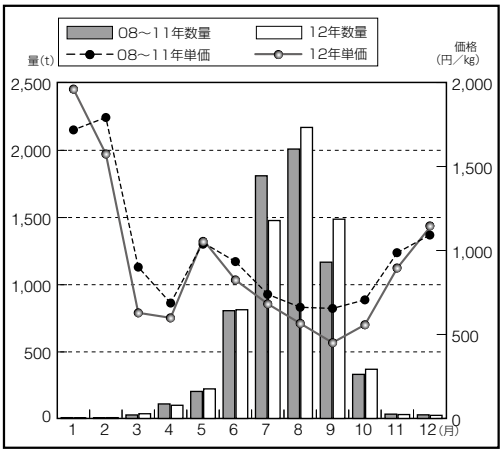
食味志向ながら冬場は輸入品依存。6万tの冷凍需要に国産対応を

【概況】

東京市場のエダマメの入荷は、8月を中心とした夏に2000t以上が集中してピークを迎える典型的な夏野菜である。近年の傾向としては、5月からの早出しが少なくなり、8月以降に晩生種が増えている。キーワードは「食味重視」であり、パッケージが鮮度・食味保持できるMA包装に統一されてきたことがそれを裏づける。シーズン後半の出荷が増えたことで販売が長期化し、市場への入荷は全体としても漸増傾向である。

【今後の対応】

年間を通じて国産で生鮮エダマメを供給することは不可能だ。しかし、生鮮シーズン以外を輸入品に全面的に頼ってしまう現状は改善できないものか。北海道など一部の産地が国産の冷凍品を生産しているが、価格も高く、食味もまだ輸入品には及ばない。格外品をむいて冷凍保存してズンダや惣菜の原料にする試みはあるが、登熟したピーク時の品質をそのままに冷凍加工し、生鮮のオフシーズンまで国産エダマメを供給してくれる産地を待望したい。

【背景】

日本人はエダマメ好きの民族である。ただでさえ国産が少ない大豆を、まだ青いうちに食べてしまうのだから、外国人からすれば不思議な民族だ。一年中、エダマメを要求するから、冬から春先までの半年は冷凍品が輸入されている。その数量は6万tにも上る。国産の収穫量は7万5000t程度といわれているため、4割以上に相当する。近年では輸入品も日本人好みの茶マメ系が増え、結構おいしいが、この状況はかなり不自然である。