

野菜生産者のための相場研究

今年の

市場相場を読む

“野菜的果実”の動向

スイカ類

より季節性重視の方向に
量の消費を前提に生産を

メロン類

高級感狙うより大衆化路線を
おいしく食べさせる工夫必要

イチゴ類

商材として安定期に突入か
仕向け、用途別対応がカギ

とちおとめ

次代のスター品種足りうるか
多品種時代を予感させる動き

【概況】スイカ類とは大玉のスイカと小玉スイカの合計である。スイカ類全体では、過去5年の推移は減少傾向で、7年対11年では7・5%減であるが、小玉スイカに関しては同時期17%増である。スイカ類に占める小玉のシェアは11年で14%程度であるため、全体の入荷数量は減少する結果になつてている。また、スイカは6月、7月をピークとする季節果物であるのだが、近年の傾向として、ピーク時にはより多くなり、他のシーズンには減少するという現象が見られる。11年の場合はとりわけ冬場の入荷減が著しかった。産地の役割分担でいうと、熊本と沖縄、高知が冬場から春先の産地であり、関東の場合は千葉、茨城がピーク時の主要産地、8月、9月には山形、長野、青森などに引き継がれる。小玉スイカは茨城、群馬で85%を占めている。

【背景】スイカはその生産も消費も季節に大きく左右される。梅雨明けのタイミングや夏場の温度、残暑のいかん等々、その作柄と消費意欲とのベクトルで、スイカの動向が決まるといつていい。ただし、スイカを季節はそれに消費する傾向が減り、季節の果物としての志向が強まっていることは確かだ。そのため、スイカの平均単価は年々低下傾向にある。つまり、ピ

【概況】東京市場に入荷するメロン類は、3割近くがアールスマロン、2割強がアンデスマロンで、クインシー、アムス、プリンス、ハネジュウ、ホールマン、キンシヨウと続くが、この他に20とも30ともいわれる品種が入荷しておりそのシェアは24%もある。入荷する青果物のなかでは最も多品種の品目である。品種の多様化は、需要層に幅広く対応し、マーケットの好みを知る上で必要な現象であるはずだ。しかし、メロンは近年、入荷は減少ぎみで単価も上がつていて、7年対11年で見ると入荷量は13%減り、単価も14%安くなっている。単価を下げたのは、構造的には中心となる単価の高いアールスが入荷減（同時期に17%も減）にもかかわらず、単価も1割安くなっているためだ。しかも、続くアンデスマロン以上に減つており、代わって単価の安い輸入品のハネジュウが増えている。

【背景】メロンの販売が苦戦している。高級需要が対象だったアールスの凋落が、バブル崩壊以降回復していないことが大きいが、それ以上に一般需要を満足させる優良な品種が登場していないためである。ただし、「夕張」以来人気になった“赤肉系”は比較的堅調ではあるとはいえる。栽培の難しさから面積的に

【背景】メロンの販売が苦戦している。高級需要が対象だったアールスの凋落が、バブル崩壊以降回復していないことが大きいが、それ以上に一般需要を満足させる優良な品種が登場していないためである。ただし、「夕張」以来人気になった“赤肉系”は比較的堅調ではあるとはいえる。栽培の難しさから面積的に

このシリーズは「野菜」をメインに分析、予測しているが、耕種農家は瓜類やイチゴなど、市場では「果実」に分類されている品目も耕作対象品目にしている。こうした「野菜的果実」の動向もみておこう。果樹のような永年作物は品種転換や面積の増減をコントロールにくく、どうしても「出来たものをどう売るか」になつてしまが、同じ果実でも野菜的果実は、流通・消費動向に機敏に対応できる特徴がある。耕種農家の「うで」の見せ所だ。

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。青果物流通情報データベース「チャルシーネット」、青果物流通を斡旋する「農経マーケティング・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」などがあるほか、生産、流通関係紙誌での執筆多数。

ク時に集中するために単価が下がるということである。小玉スイカに関しては、イメージとして季節はそれの出荷が多いですが、増加傾向はスイカのピーク時にタイミングが合っている。

スイカ全体の消費インパクトと高い時期に売れていく、という構造だ。

【今後の対応】スイカの“機能性”は、利尿や体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛ける必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛けられる必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛けられる必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛けられる必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛けられる必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛けられる必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

体温を下げる働きが有名だ。だから、中国ではウリ類を冬場に食べると体をこわす、といわれている。これから日本においても、季節はいずれの単価の高いスイカを求める傾向は、健康と価格の両面から見て明らかに低下していくものと思われる。早出し産地は現在の面積と収益性を考えて、消費動向を見ながら調整していく必要があるし、ピーク時にぶつけられる産地はコスト低減で量販に耐えうる体制を整備していくべきだろう。とりわけ、8月という盛夏に地場を中心とした消費拡大を仕掛けられる必要がある。あくまでも食味本位だが、B、C品や2番果、3番果の出荷などがそれにたくさん食べさせて、単価ではなく

