

市場への入荷動向が 気になる野菜類

この1年だけを見ても、野菜の生産・流通動向は大きく変化している。中国からの輸入野菜が減り、国産化が進展していることや、資材高騰で作型や品目が変わったり、業務用需要における契約取引の部分が減ったりしている。そして何より、需要全体に停滞ムードが広がっていることが、流通や相場のあり

方に大きな影響を及ぼしている。流通の専門家からは、入荷動向や相場の如何を予測することがますます難しくなった、という声が聞こえるようになってきた。今回は、昨今の情勢から変化が見られそうな気になる品目を選んでみた。その生産・流通状況を検証してみよう。

ネギ

輸入量の減少を国産がカバー。箱1000円でペイする経営を

【概況】

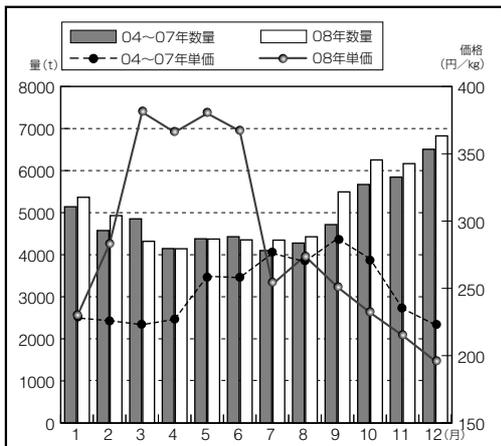
東京市場のネギは、中国産の入荷が多かった数年前から比べると全体の入荷量は減っているものの、昨年は入荷量が盛り返す傾向にあり、「増勢」というにふさわしい状態だ。とりわけ後半はその傾向が顕著で、年末には過剰気味で相場を下げた。中国産に関しては06年には年間5200t以上も入荷していたが、07年は3200t、08年は2100tと急減した。

【背景】

東京市場への中国産の入荷減は、かつて7万tを超えた輸入が、08年に半減以下の3万tを切ったためで、その減少分を国産が完全にカバーしている。07年に一時輸入がストップして高騰したことや、08年の年明けから中国産食材の敬遠気運が高まったことなどで、各産地がいつせいに増産に向かった結果である。やや過剰に突出した形だが、不思議なことに年末を除いてそれほど暴落はしていない。買い支えることができたのは、相対販売の良さが機能しただけかもしれない。

【今後の対応】

市場業者などが産地と契約する場合、薬味用などは2Lまでで箱1000、1200円、業務用なら大小・曲がり込みで箱700〜800円といった価格帯だが、それに応じる産地が増えた。2L以上の大物も「白髪ネギ」用に売れるから、反収が1.5倍程度増えることを考えると、その価格でも結構ペイするのだ。コンテナや大箱を使ったり、皮むきを機械化することなどで、1箱(5kg)平均1000円目安で経営を考えると、中国産も怖くない。



小ネギ

加工・業務用への対応で出荷増。用途別処理の一元化体制も

【概況】

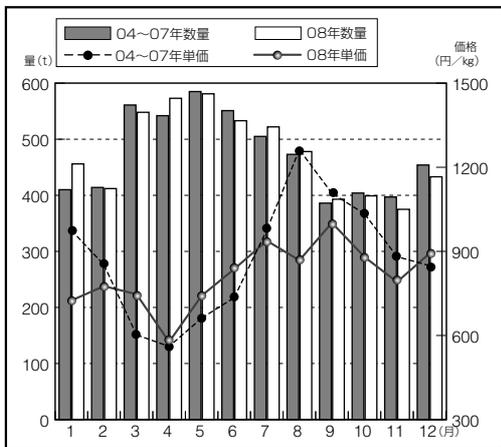
東京市場の小ネギの特徴は、毎年少しずつ入荷が減る「漸減状態」であること、出荷して行く産地がほぼ周年生産できるようになったことであろう。単価の高い夏場を中心に出荷する季節産地はまだあるものの、県レベルで見ると、どこも周年出荷している。生産量も増えており、東京市場に小ネギを出荷する県は、全国47都道府県中なんと32にもなる。全国の品目になったこと、周年需要があるためだ。

【背景】

産地が増加しているにもかかわらず入荷が漸減傾向にあるのは、加工・業務用仕向けが契約的な流通を増やしているからである。従来は市場入荷品から当用買っていた需要者が、産地と直接取引するようになったのだ。また市場を含む地方への出荷や、地元での契約が増えていることも考えられる。これは多くの産地が周年化していることや、かなりの加工・業務用仕向けが結束や袋詰めの手間が不要であることも関係している。

【今後の対応】

一般流通用の小ネギは結束や袋詰めをしなくてはならないため、そのための人手のあるなしが産地の規模を規定していた面がある。カットする加工仕向けならその手間は不要で、一部の業務用も結束は必要ない。加工・業務用向けを視野に入れると、産地規模の拡大が現実的になってくる。大分など一部の産地は、県域で調製センターを設け、生産者は作って持ち込むだけ、センターが仕向け先別の商品化を引き受ける体制を整えている。



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。(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」を発行。著書に、「ドキュメント青果物市場」、「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。

アスパラ

長期とりの登場で輸入排除。夏秋産地の生産拡大が待たれる

【概況】

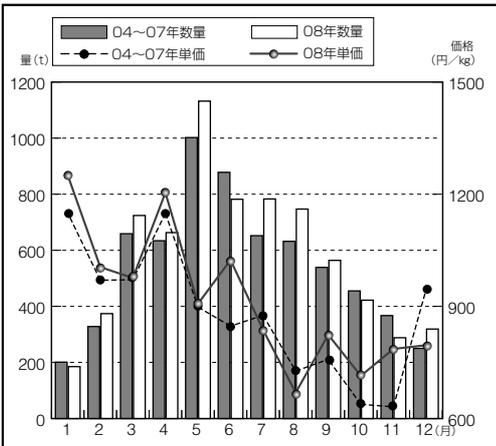
東京市場のアスパラは、近年もとも激しく産地地図が変わった品目だろう。年明けからのメキシコ産、秋から年内を引き受けるオーストラリア産の基本的な地位は変わらないうが、春から秋までの長期にわたり出荷してくる佐賀や長崎、夏場を受け持つ福島などの東北産地が地位を上げた。かつて主産地だった長野は5月、北海道は6月を中心とする「泡沫産地」になってしまった。

【背景】

アスパラは産地の新旧交代が急な品目であり、それが結果として輸入品のシェアを国産が「食った」という面白い現象を導き出した。メキシコ産が減っているのも、秋田が促成栽培を拡大したためだ。雪国が電熱で地温を上げる栽培方法を定着させた事例は、九州産地が東南アジア同様の「長期どり」方式を成功させたケースとともに革命である。これに対し、主産地の座を奪われた長野が、品種改良と少量生産、多産地方式で巻き返しを図ろうとしているのも見逃せない動向である。

【今後の対応】

5〜6月というアスパラ本来の旬に入荷のピークがあり、需要があるはずの夏から秋にかけての生産拡大が待たれている。この時期は、まだまだ作っても売れるはずだ。東京市場のアスパラ入荷は増勢であり、作っただけ売れることを裏付けている。08年の推移を見ても、入荷が増えているも単価は崩れていない。当面、夏秋産地の拡大が期待されており、実際に東北各県の生産意欲は高い。長野の復活も待たれるところだ。



ミニトマト

大玉減少の一方で増勢傾向。高値追いが招く消費減少に注意

【概況】

東京市場のミニトマトは、通常の大玉トマトの入荷が漸減傾向にあるのとは対照的に増勢している。04年にいったん入荷減を見せた後は、一本調子で増えており、単価もしっかりついてきている。トマトシーズンの春から夏までの入荷が増える一方、1〜2月という冬場も増加傾向にある。多品種化や大玉トマトからの転身組が増えるなど背景は様々だが、ミニトマトが動き出した。

【背景】

ミニトマトの取扱量はトマト全体の1割、というのが長い間の定説だった。実際、03年の実績は全体の11%だったのだが、07年には14%にまで拡大した。単価の高い高糖度トマトを含むフルーツ系が増えて、ミニトマトの多品種化が進んでいることもある。また、大玉トマトは冬場の加温にコストがかかることも、ミニへの切り替えを後押ししているのだろう。夏場に弱いとされたミニの生産技術が改良され、需要期に出荷拡大できるようになったことも大きい。

【今後の対応】

トマト類は、卸売ベースでも小売店でも販売金額が断然トップの品目であり、また売れ筋でもある。より単価の高いミニ系が増えることで、金額面での優位性は増している。ただし数量面から見ると、ミニトマトの増加分はトマトの減少分をカバーしていない。東京市場の場合、03年対07年では、トマト全体でマイナス6%になっている。消費者にもっと食べてほしいなら、通常のミニトマトの入荷減に対して今のうち

