

# 夏にピークがある野菜類

夏場は一般的に野菜の生産が難しい季節である。しかし一方で、夏場にピークがある元気な野菜類もある。消費面では夏休みや行楽シーズンで人口が移動するなど、支出や消費行動がイレギュラーな時期であり、販売戦略も難しいものがあるが、夏こそ売り込んでみたいのが、夏に美味しい夏野菜だ。現実面

での問題としては、スーパーなどは2〜3週間前に季節野菜の販売戦略を決めてしまいが、天候の推移いかんでは、計画通りに出荷できないことも多いということである。生産者側の心得として、販売サイドと常に情報交換できる体制を作っておくといいたる。

## 野菜生産者のための相場研究

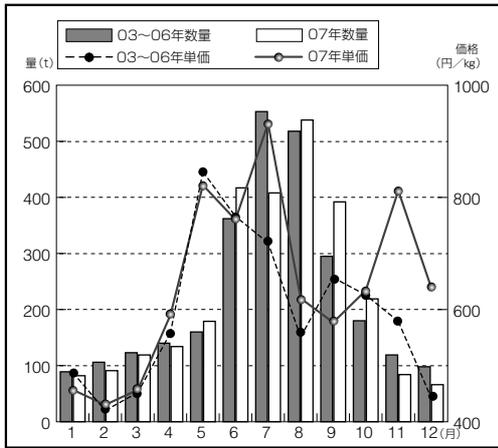
### オクラ

**【概要】**  
オクラに安く最盛期に高い。値ごろにハマれば2倍増でも可

東京市場のオクラは、5〜10月までを担う鹿児島産が3割近いシェアを占めており、11〜翌4月まではフィリピン産が中心となっている。高知、沖縄も鹿児島産と同じパターンの出荷形態で、周年供給できる産地だ。群馬、福島といった東日本の産地は夏場に特化している。数量がピークに達するのは7〜8月。オクラはシーズンに安く、最盛期に向けて単価が高くなるのは、国産が中心だからである。

**【今後の対応】**  
フィリピン産の増大は、バナナ輸送船を使えばコストが抑えられるためだが、オクラは安いから売れる品目ではない。数量のピークにはかえって高くなるのだから、国産は自信を持っていい。夏の売り込み時期、小売の量販価格は1袋98円。ほかのシーズンでも148円までに抑えられれば売りは止まらない。「ねばねば系」食品の人気は継続している。品ぞろえから定番商材になってきたオクラは、今の倍量あっても受け入れられるマーケットができていく。

**【背景】**  
オクラは熱帯ではどこでも露地で育つほど暑さに強い。そのため沖縄や鹿児島、高知といった西南暖地が適地と思われがちだが、温帯でも十分に生産可能だ。30年前から促成のオクラが千葉で生産されていたし、現在でも秋田などの東北地方で産地が育っている。今、各地で地場産品としてのオクラ生産が増えることに、周年産地の高知などは強い危機感を持っている。タイに代わって輸入量が増えているフィリピン産の牙城も揺らぐかもしれない。



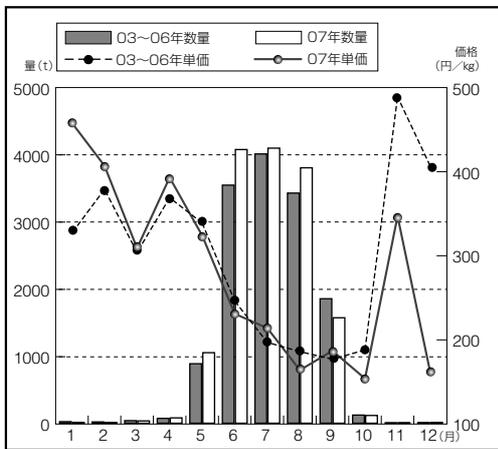
### トウモロコシ

**【概要】**  
甘すぎて料理に不向きか。焼きたてはスーパーでも売れる

東京市場のトウモロコシは、6月から急増して7月にピークがあり、9月までの商材。ピークに最安値となり、一気に量販する。8〜9月に出荷される北海道産がトップシェアで、7〜8月がピークの千葉、茨城、群馬と主要産地を形成する。5月の宮崎産は全体の7%程度のシェア。冬場の沖縄産は一般商材ではない。バイカラーの品種が一時人気だったが、今は黄色系に戻っている。出荷の最後になっても北海道産は別格だ。

**【今後の対応】**  
それならそれで売り方はある。夜店や屋台で売られる焼きトウモロコシは、結構高いがよく売れる。だから冬の焼き芋、夏の焼きトウモロコシを店頭で売るスーパーなどでは、単価が安いだけによく売れる。家庭用でも、簡便でおいしく食べられる提案をしながら売りたい。柄の部分落とし、皮ごとラップして電子レンジで5〜10分。熱いうちに3〜4分割。いつでも気軽に皮を外しながら食べればよい。夏の時期、量販価格は一本98円。

**【背景】**  
トウモロコシは野菜といっても非常に特殊な品目だ。食事として供される料理ではなく、果物と同じように食べられるからである。パーベキューで焼かれるもの一般的ではないし、ホールのコーンのように粒を使ったものや、ポタージュのようにつぶして使うものは、加工品として売られている。一般家庭で生鮮のトウモロコシから作ることはまずない。そのため、品種はもっぱら甘く柔らかく改良され、おやつに向くような特殊品目になってしまった。



# 今年の市場相場を読む

## 半減した国産を輸入が補完。C品の商品化で安さの演出必要

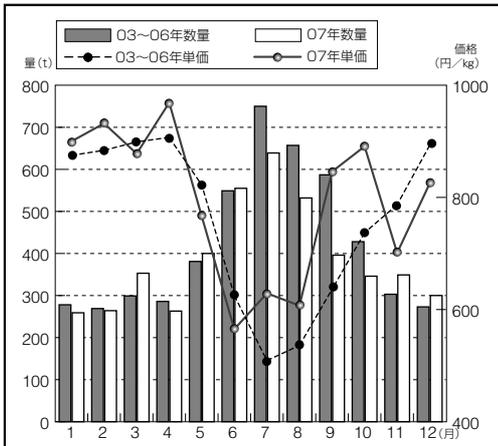
### インゲン

#### 【概況】

東京市場のインゲンは、冬場から春先までの鹿児島・沖縄、続く千葉・茨城を受けて、夏場には福島産を主体にピークを作る。周年供給されているインゲンだが旬は7～8月で、冬の3倍以上の量が出回り、単価も4割以上安くなる。丸サヤが主流ではあるが、最近ではサーベルやモロッコなど平サヤのものが増えていく。また、地方品種である縞インゲンも一部出回っている。

#### 【背景】

インゲンの作付面積は年々減少し、それに伴って6万t以上あった出荷量も3万tと半減してしまった。しかし需要が国内から消えたわけではない。インゲンの輸入量は、生鮮で1000t程度だが、冷凍品についてはここ数年3万t前後で推移しているのである。業務用需要を中心に、国産が減った分が輸入品で代替され、ガッチリ補完されている。国産が減った理由は、生産者の高齢化による労力不足や、収穫の際に手間がかかる品目だから、ということ。



#### 【今後の対応】

面積が減るなか、農家は収入を確保するために秀品率を上げてきた。種苗会社も、曲がりサヤの発生が少ない、枝から外れやすいなどの効率品種の開発に余念がない。消費者が嫌うといわれるギシギシした食感がない品種も話題だ。しかし消費者からは「季節にはインゲン料理をしたいが、価格が高い。曲がっていてもいいから、安くたくさんほしい」という声もあがっている。供給量の半分が輸入品という現状は、改善すべきではないかと思う。

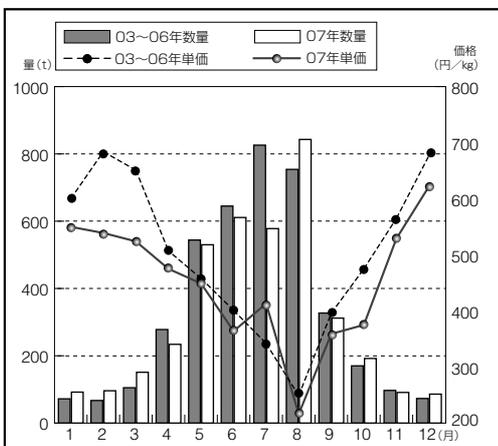
### ニガウリ

#### 【概況】

東京市場のニガウリは、5月から増え始め7～8月にピークがある。沖縄がトップ産地で、宮崎、鹿児島と続き、関東では群馬が多い。8月が最も安いが、出回り自体は主産地による周年供給体制が整っている。5月から急増するのは、「ゴーヤの日」に合わせて生産、出荷体制を作っている産地が多いから。一般家庭での定着は関西より関東のほうが進んでいる。地方では都会ほど認知が高くなり、需要の穴場といえる。

#### 【背景】

ニガウリは、東京市場でいつものまにか4000tを超える商材になってしまった。その数量において、オクラやシユンギクよりも多く、しかもその名称は方言の「ゴーヤ」として一般に定着している。沖縄発の地方野菜としてスタートしたものの、産地は今や鹿児島、長崎などの西南暖地から関東まで広範囲にまたがり、品質も断然よくなった。業務用需要への定着だけでなく、ゴーヤチャンプルなどで、むしろ家庭需要が先行した感がある。



#### 【今後の対応】

沖縄でそうであるように、ゴーヤは夏に食べておいしい、体にもいい典型的な夏野菜としての地位を獲得した。ただ、今年の場合、5月8日の「ゴーヤの日」を目指して出荷を増やした産地が多かったが、その後の出回りが急減した。沖縄では必然性のある5月の記念日は、本土ではタイミングが早い。促成栽培や、無理して5月に出す作型に固執するのではなく、本来の夏場に出荷を増やして1本100円を切る量販商材として育てたい。

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。

## 早かった家庭への浸透。夏本番に集中させて量販商材に