

主要野菜の 輸入動向に注目

この20年、主要野菜は他の野菜同様に、国産の一本調子の面積・生産量減と、それに連動した輸入の拡大という道筋を通ったが、卸売市場への輸入品入荷がそれほど増えたわけではない。ただ、加工業務用の野菜類に関しては、国産が減っても使用量全体は減らず、不足分はドライに輸入品で対応してきた。

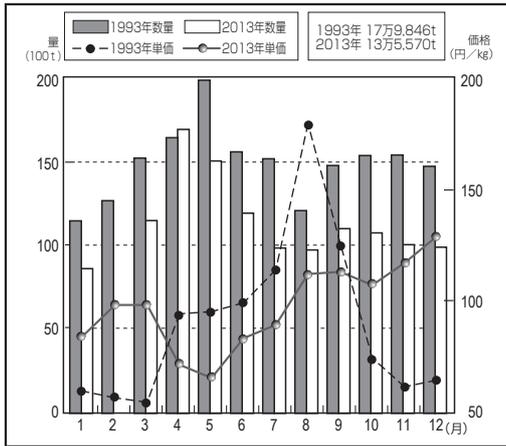
いる。問題は、輸入が恒常化すると直接取引が増える。市場流通から見えにくくなることだ。中小の加工業務用需要の多くは、卸売市場の品ぞろえ機能を活用しているが、市場相場の推移は、マーケット全体の需給バランスを反映しているために、表面的に現れた現象の背景事情を勘案しながら見るべきだ。

タマネギ

【概況】
東京市場におけるタマネギの入荷は、93年には月1万5000t前後あったが、現在では1万3000t前後で推移している。一方でタマネギの輸入状況を見ると、93年は3万t程度、13年では30万tを超えている。これだけ輸入が増え、平均単価もやや高い。タマネギは、最も基幹的な食材である。大口需要者は、やや高くてもむきタマネギを商社から直接手当てするというケースが増えた。

【背景】

93年の東京市場における輸入タマネギの割合はわずか1・5%。それが13年には約5%にまで拡大した。13年のタマネギ輸入量は全体で30万tを超えているのに、東京市場入荷は6600t程度。大口の契約需要者は、やや高くとも直接納入だが、卸売市場では中小の業務筋が他の商品と一緒に買っていく。産地・北海道は国内すべての業務加工需要に対応するつもりはない。タマネギに関しては国産が優れているという付加価値性はなし。



【今後の対応】

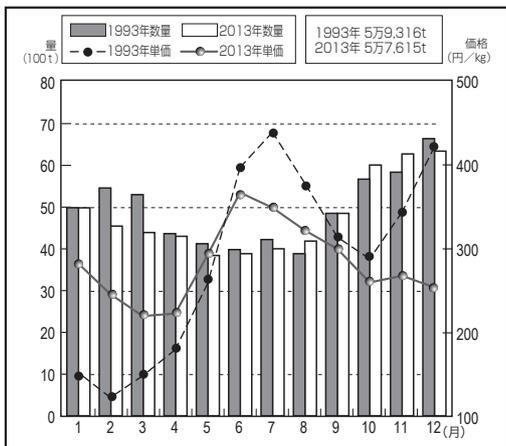
富良野と佐賀の産地が、どんな形状のタマネギもむける機械をオランダから導入、あるいは計画している。むきタマネギ用の機械はこの30年、じつにさまざまなものを見てきたが、決定版はなかった。これから先も、タマネギの需要自体は減ることはなく、変わらず主要野菜、重要野菜として君臨するだろうが、柔らかくて甘く辛い「サラダタマネギ」を生鮮感覚で使う料理がほしい。欧米では、このタイプがサンドイッチによく使われている。

ネギ

【概況】
20年前、東京市場には中国産ネギの入荷はほとんどなかった。いま全体で5万tを超える膨大な数量になっていることを考えると、いかに日本がバブル経済崩壊以降の不景気がすごかった、と逆に感心する。対日品目として中国はなぜネギを選んだのだろう。例えば企業の農業ならまずトマトに手をつける。しかし中国人は、ネギなら鮮度保持が比較的容易で、日本マーケットの業務加工用に大きな需要があると見抜いたのだ。

【背景】

輸入ネギは、ギョウザ事件後から加工業務用に特化した。卸売市場においても中国産は入荷するが、中小業務用食材の品ぞろえ用で、ほぼ需要者が固定している。最近の中心はカット業者による刻みネギ加工用になった。ネギはタマネギ同様、食味も香りも国産と輸入品に差はない(輸入品のほうが香りは強いという声もあり)。中国からのネギの輸入はこの先も変わらないだろう。ただし、最近の加工業務用需要で九条系の青ネギが増えてきた。



【今後の対応】

千葉、埼玉、茨城などの関東圏からは入荷減。青森、秋田、北海道などの夏秋産地の伸びが著しく、全体としてネギの生産意欲は高いものがある。ごく簡単にいえば、加工業務用だとしても、そのマーケットは5万tで単価200円として100億円もある。この未開拓な分野を放っておく手はない。全農もようやくそれに気づいて各県連に栽培・技術指導を始めた。ここでも、業務用青ネギの振興を忘れてはならない。大きな需要が発生するはずだ。

今年の市場相場を読む

輸入は完全に加工業務用に特化。差別化の試みも

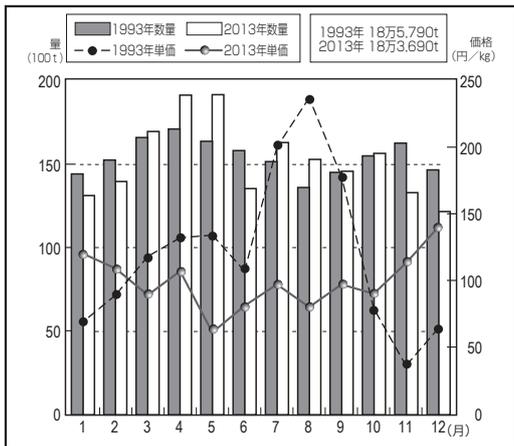
【概況】

東京市場のキャベツの入荷はこの20年の経過で見ると、年間18万t程度であり変わっていない。輸入量全体では、すでに

20年前から年間3万~5万t程度で、これほとんど変化がない。昔からキャベツは、国産が品薄で高騰すると非常に敏感に輸入が増える。ところが、東京市場への入荷となると、20年前には5万tを超える入荷があったにもかかわらず入荷は1%以下。13年においても実数で200tに満たない。

【背景】

東京市場には年間18万t以上も入荷しているのだから、輸入品入荷量200tという数字は無視できる。この数字は、余ったキャベツを市場に捨てるに等しい。そもそも市場側には集荷の意志はなく、委託で持ち込まれたようなもの。輸入が多いのは冬春キャベツの時期で、12月あたりから3月くらいまで。カット野菜の企業が緊急手当て用として使っている。最近増えている加工業務用野菜も夏春時期は作りたがない。



【今後の対応】

キャベツは品目別の入荷量ではダントツのトップである。200万tもある国内生産のなかで、輸入が3万~5万t程度あっても大した意味はない。が、キャベツという特徴のない野菜の差別化事例もある。広島県では名物「広島好み焼き」に一年中広島産のキャベツを使うことにした。東果大阪では、種苗会社と連携して「お好み焼きに最も合うキャベツ」の実食調査をしている。一般家庭でも最近「雪下キャベツ」がカタログ販売で成績がいい。

レタス類

不安定な入荷・販売でカット売り。需要に合った品質づくり

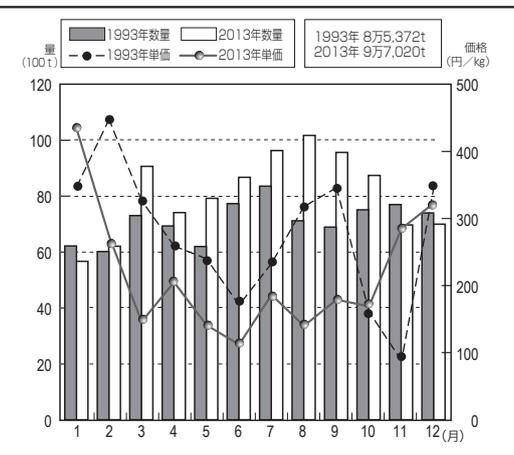
【概況】

東京市場のレタス類の入荷は意外に不安定。平均的な推移を見ると93年ごろは年間9万t前後、近年では9万4,5000t

とやや増勢だ。月ごとの高安が激しいが、年間平均は180円見当か。相場(入荷)が安定しないから、小売店では、「半分」や「4分の1」ですばやく対応している。主要野菜品目のなかで家庭用需要が比較的高いのがレタスだ。しかしカット野菜類で、ポリariumはキャベツだが、食感レタスである。

【背景】

レタスはかつてのキャベツやハクサイと異なり、国内の品薄・高騰に即対応できる機動性を持った国がない。それでは、いま急成長中のカット野菜は困る。そこで台湾で冬レタスの産地を作ったカット業者がいる。国内供給がひっ迫した13年に1万2000tも輸入できた業者の5年にわたる開発の苦労が報われた。07年で1200t程度だったのだが、10年に3000t、12年は倍増、13年はさらに8割方伸びて1万tを上回ったのだ。



【今後の対応】

台湾産レタス輸入が急成長しているのは、気候が九州と似ており、需要側も台湾産は葉の枚数が多く歩留まりがよく使いやすい、と評価が高いからだ。台湾はこれからも日本に特化したレタスの拡大に力を入れていくという。ミックスカット野菜用、ハンバーガー用、サンドイッチ用。こうした用途を見据えながら、日本の技術者も入れて品種の選択、栽培技術、収穫適期を研究しているのも、日本の需要側に満足してもらったためである。

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」、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。