

輸入激増野菜から 何が見えてくるか

毎年明けに出される野菜の輸入統計は、青果業界だれもが関心をもって見る。とりわけ前年に比べて大幅に伸びた品目については、その理由・背景が知りたい。単なる一過性が、これからさらに増え続ける背景をもつものか、判断・検証は必要だ。TPP受結によって安いものがさらに入ってくる、との

判断もあるだろうが、逆に見れば、その輸入分を国産化で横取りできる。すでに輸入されているのは日本にそれを受け入れるマーケットがあるからだ。輸入増大は恐れる要因ではなく、日本のマーケットの需要を教えてくれている、と解釈すれば、ビジネスのターゲットが労せずして理解できるのだ。

キュウリ

輸入品が前年比11倍に。ミニキュウリのメニュー提案を

【概況】

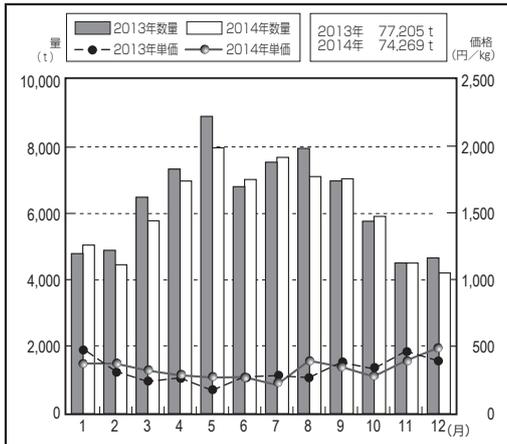
東京市場2014年の対前年比は入荷量が4%減、単価では5%高。この程度の年ごとのパワツキは、それほど特殊なものではなく、夏秋野菜産地が干ばつだったりと、すぐに現れる。ところが貿易統計によると、この年輸入キュウリは前年比107.2%、約11倍だ。夏場3カ月に合計10t、うち8tが東京市場に入荷している。内訳は米国と韓国とで8対2の割合だが、なぜ米国からキュウリが？

【背景】

貿易統計でキュウリは「キュウリ及びガーキン」にまとめて分類されている。米国から入ってきているのは「ガーキン」のほうで、ピクルスなどで多用するミニキュウリのこと。韓国とは違い、日本のキュウリと同じものではない。「キュウリ及びガーキン」は05年には900t近く輸入されていたが、13年にはなぜか1t。だが14年には11t入ったので、数字的には前年対比107.2%という途方もない数字になったのである。

【今後の対応】

しかし、ガーキンの輸入はいま限りなくゼロに近づこうとしている。需要は少ないものの、国産で賄い始めたからだ。一時、このためのミニキュウリも「ミニ野菜シリーズ」として成長が期待されたが、一般には用途がピクルスくらいのもので人気が出なかった。が、せっかくな産地が代替しているのだから、一般消費者にうれしい食べ方を提案するべきだ。もうすでにクックパッドには、いくつかのメニューが紹介されている。



ハクサイ

輸入前年比7倍。キムチ需要に万全の対応策を

【概況】

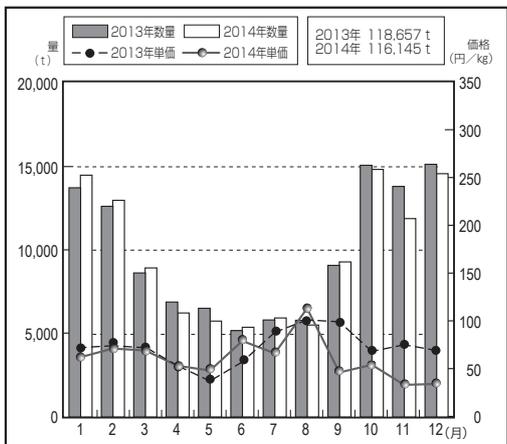
東京市場のハクサイの入荷はほとんど変わらないが、全体の輸入の前年比は700%。29tから205tに増えた。ハクサイはかつて不作時には緊急輸入が頻繁に行なわれていたが、近年では07年まで輸入ゼロが続いた。しかし、08年から徐々に増え始め11年には757t。以降は減り始めたものの、14年にはまた増えたのだ。この先どうなるのか、見通しにくいのは東京市場には入荷していないからだ。

【背景】

輸入のブレが大きいのは、業務用需要や加工需要が市場流通だけでは間に合わず、不足分を緊急に入れる、というのが最も多いパターンだ。業務用は、一時的な対応が中心だが、加工需要となると、仮にキムチなどを製造している場合は、輸入がこれから増えて固定していく可能性はある。200t余りなら取るに足りない数字だが、ケース数だと2万。多くはないが少なくとも今年15年の数字がどうなるか問題だ。

【今後の対応】

キムチはすっかり日本に定着した。韓国からの輸入もあるが、ほとんどの漬物企業がキムチを定番商品にしている。「キュウリのきゅうちゃん」で有名な東海漬物も、いまはキムチが取り扱っているのトップ商品になっている。生鮮ハクサイの一般家庭での消費減が続いている一方国内産キムチが大躍進。ハクサイは典型的な重量野菜であり、生産者の高齢化を考えると今後の自然増はない。加工業務筋との契約を進めた製品である。



今年の市場相場を読む

複数の国から市場入荷。バンナムなど古い品種への回帰も

【概況】

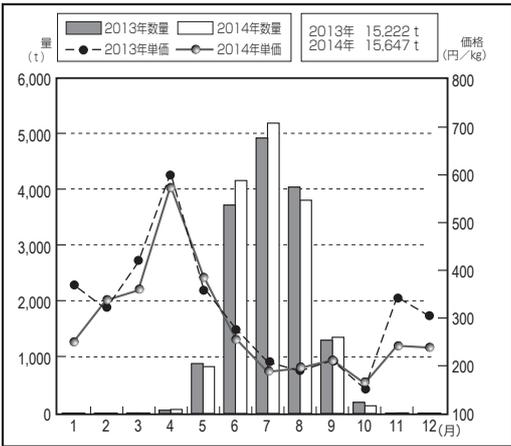
東京市場のトウモロコシの入荷は前年とほぼ同様だ。しかし、全体の輸入は対前年比165%に増えた。このうち13年の輸入品の市場入荷18tに対して14年は34tと倍増しているのが目立つ。トウモロコシの輸入は05年で480tあったが、以降、一本調子で減少し、13年を底を着いた感があった。輸入先は米国、メキシコ、中国、タイ、フィリピンなどが多く、しかも年間にわたって入荷しているのが特徴だ。

【背景】

かつて冬場などの季節外れの時期には、ニュージーランドからの輸入が定番だったが、いまはフィリピンに替わっている。ハクサイのケースとは異なり、トウモロコシは市場流通が中心。しかも、輸入量は夏から秋の日本のシーズンに合わせた時期に多い。需要は業務加工用が中心だろう。中心食材ではないため、欲しいときに市場で調達するのが合理的なのだ。14年に増えたからといって、以降さらに拡大することはない。

【今後の対応】

日本では甘い品種を各種苗会社が競って開発している。生で食べられるほど甘い品種もある。現在の輸入品に含まれているかは未確認だが、日本でもかつて主力だったバンナムという品種は、歯ごたえがあつて地味ながら(甘いというより)うまいトウモロコシだった。縁日で売るにはバンナムがちょうどいい、という話も聞いた。国産量は十分ある。が、なぜ市場には多くの国からの輸入品が入荷するか検証したいものだ。



輸入品の市場入荷ゼロ。かつてのブーム仕掛けを再考する

【概況】

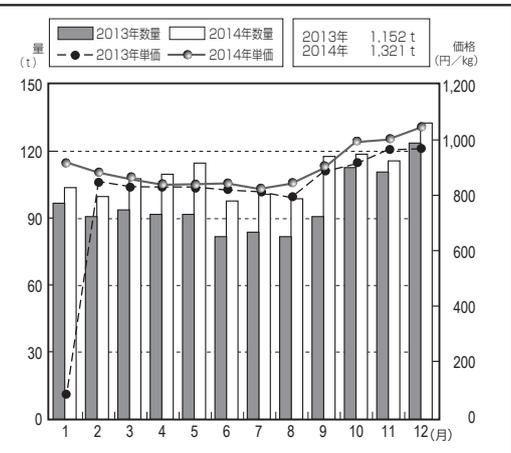
東京市場のマッシュルームの14年の入荷は前年比で15%も増えた。全体の輸入量の前年比は、輸入品目中最も高い1205%。13年が1tで14年が11tだから、こんなとんでもない数字になる。オーストラリアとカナダで8対2の割合だ。ところが、輸入のマッシュルームは東京市場には入荷していない。業務需要者や仲卸など納入業者へ直販されている部分が多い。飲食店では黒ずみなど見かけはあまり関係なく使つた。

【背景】

菌茸類といつても、マッシュルームは他のキノコと違い、西洋料理系の業務需要が中心だ。しかも、かつてより一般家庭での利用が減っている。国産のキノコ類がバラエティー豊かになったためだろう。培地の手当てなどに手間がかかるため、生産農家は減っているという。09〜10年には50t前後が入荷されていたが、最近では2〜3tになってしまった。今後は元気を取り戻しつつある業務用が缶詰から生鮮品に戻ってくる可能性が高い。

【今後の対応】

東北地方でかなり作られていたマッシュルームは、福島第一原発事故の影響(風評)でかなり減った。30数年前には、輸入品を含めて一般家庭にマッシュルームを普及させようという動きがあった。農家がカナダや米国のマッシュルーム農家を視察したり、カナダなどの生産者から生産指導を受けたりした。その試みは実を結ばなかったが、それだけでうまみが出るマッシュルームは、もっと家庭に普及してもおかしくない。



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、オビニオン情報紙「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。