

過去10年間で 変わった野菜流通

今回は、東京市場の10年（2005年対2014年）を対比して、輸入野菜入荷の変移を検証してきたが、今回はこの10年で市場流通の在り方が変わった品目を見てみたい。入荷時期や入荷ピーク、単価の異常、産地変更や全体の入荷数量激増。こうした変化はなぜ起こったのか。これまでは、気候の関係

や前年の相場、系統販売の変化などによって入荷の流通が変わることが多く、あまり明確な増減の理由は見えなかったものだが、近年においては何かしらの理由や背景、意図的な戦略などが目につくようになった。卸売市場の相場がその品目の評価にいかに関与しているか、市場側のテーマもある。

野菜生産者のための相場研究

エダマメ

春の早出しが減り夏秋が増える。食味本位の評価に

【概況】

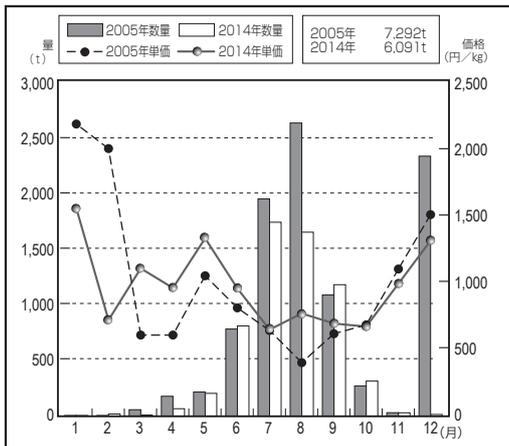
東京市場の流通状況をこの10年に対比すると、入荷量が16%程度減り、単価では3割以上も高くなった。ただし、入荷減と単価高のバランスは悪くない。いわば自然の相場推移の範囲に入る。しかし、中身を精査すると大きな変化があった。ひとつは05年ではシーズン前の3～5月の入荷が多かったのに対して、14年では春の入荷が減る一方で9～10月の秋の入荷が増え、単価も高いということだ。

【背景】

本来エダマメは6月が本格的なスタートで、ピークは7～8月。5月までは早出しで単価も良く、秋以降の入荷品はあまり評価されなかった。その意味では、早出し産地の静岡や埼玉は高い単価を享受したものだ。しかし、近年では明確に味本位で評価されるようになった。8月以降にピークとなる山形のただ茶豆の食味が本当のエダマメの味とされて早生物の評価が下がり、夏以降の晩生の濃厚な味が支持されるようになった。

【今後の対応】

食味本位の評価がされるようになる。8月以降の山形ただ茶豆、秘伝のズンダ加工、そして晩生品種の宝庫だった秋田が県育成の「香り五葉」を推奨品種として、「東京市場一番のエダマメ産地」をスローガンに、行政・系統が連携してエダマメを振興。ついに15年9月にシェア46%を達成した。丹波など黒豆の枝豆はそもそも10月解禁。晩生のエダマメこそが貴重でおいしいという新しい評価基準が定着したといえる。



ワサビ

昭和絶頂期に近づいた相場。

【概況】

この10年の入荷数量では16%のマイナスだが、単価は61%も高騰。入荷減と連動した単純な相場の在り方ではない。高くなりすぎである。しかも、相場は昭和期の「いい時」に戻っている。さらに大きな特徴は、05年では入荷していた台湾産をはじめとする輸入物が14年では生鮮ゼロになったこと。単価の安い輸入物がなくなったこともあるが、14年のワサビは相場に応じてコントロール出荷された感がある。

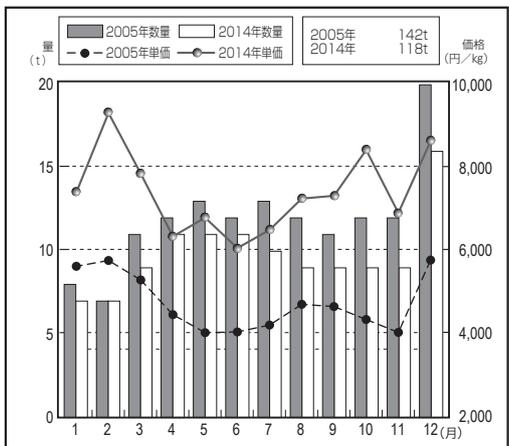
【背景】

バブル崩壊直後は極端に業務用需要が落ち込み、一気に暴落。産地は数量を調整しながら出荷はするものの、大物などは値がつかないという時期を経験した。03～04年になると、不景気も底をついて上昇に転じ、和食が世界文化遺産に認定されるなど、本物のワサビが息を吹き返した。主産地静岡は、この10年でシェア79%が95%になり、圧倒的な王座を不動のものにしている。15年もさらに数量は増え、単価も順調だ。

【今後の対応】

本物志向の和食に関心

ワサビが和食の食材として復活を遂げつつあるのは、日本の景気回復だけでなく、たとえば増え続ける外国人観光客の影響もある。粉ワサビは台湾などでも昔からあるし、最近では中国でもチューブ入りのワサビがブームだ。だから、日本に來たら「本物のワサビ」が食べられるはずと思われている。日本人自身も、フェイク（ニセモノ）ではなく、本物の味を知っておかねばならない。肉にも魚にも合う日本のワサビ文化を守れ。



今年の市場相場を読む

1・5倍増も単価変わらず。背景に契約的流通・販売

【概況】

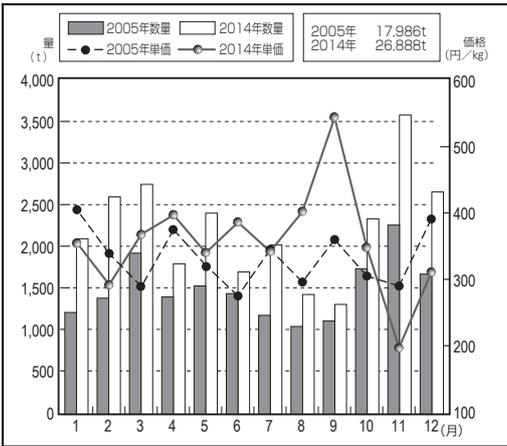
東京市場への入荷数量は、この10年間で1・5倍に。しかもキロ単価は、05年の329円に對して14年は328円で、ほとんど変化なし。供給が5割も増えても、マーケットは十分に吸収している。さらに、14年ではどの月も05年を上回っている。また、05年では3割以上もあつた輸入物は、14年では9・8%と3分の1に。国産が輸入品を食つただけでなく、それ以上の国産化、消費の拡大を達成したのである。

【背景】

産地別に見るとトップは愛知県でシェア20%。10年間の伸び率をシェア順に列記すると、愛知183%、埼玉139%、北海道238%、西の代表的産地香川は202%、長野172%、九州ではいつの間にか代表産地になつた長崎は682%という激増ぶりだ。冬春産地の愛知・埼玉はしかるべくして伸びた。驚くのが夏秋産地の北海道の2・4倍の面積増。長崎の激増は春秋期の難しい時期を乗り切る技術開発による。

【今後の対応】

これだけ入荷が増えても、米国からの輸入は1割を占めている。しかも、年間切れ目なく入荷し、とくに夏場には重要な産地だ。北海道の面積増は、ドールが輸入品を国産化したことが背景にあるが、同社も自社農場で周年供給する体制を整えている。そのため、ブロッコリーの市場外流通の割合は高い。10年経っても単価がほとんど変化しないのは、こうした契約的に生産・流通する仕組みが建値を作っているからかも。



ミョウガ

高知のシェアが9割に。他産地も施設化・一元販売を

【概況】

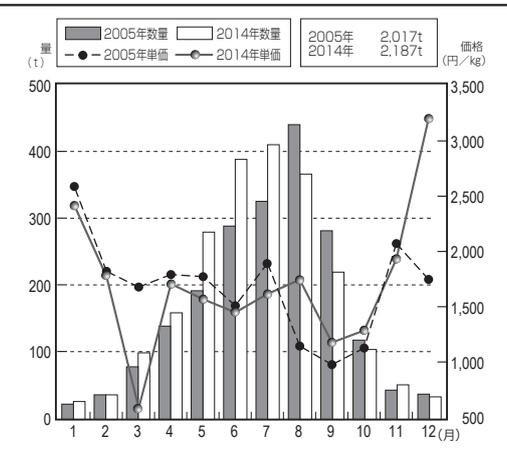
東京市場への入荷は、この10年で8%程度増え、単価も8%ほど高くなっている。入荷増かつ単価上昇は、ヒット商品の特徴でもある。05年当時、トップ産地にしてシェア約75%だった高知が、10年で出荷量を3割も増やし、シェア90%近い絶対産地になっている。健闘していた群馬や秋田は主に連作障害などで出荷が激減。高知の独壇場となり、周年供給しているため、建値を作っている。

【背景】

高知が不動のトップ産地となつたのも、出荷先である卸売市場と情報交換を密にして、相対取引をベースに、生産面では連作障害など病気に強い施設栽培を採用して産地の拡大を図つたからだ。一元販売の先駆者高知の面目躍如たるものがある。数年前、各地に直売所ができて、シーズンには地場産ミョウガが売れていたこともあり、高知も心配したが、そうした産地も、やはり季節に関係なくコンスタントに出荷できる高知の敵ではなかつた。

【今後の対応】

15年も、高知の9割シェア・全体の入荷量とも変わらせず、単価は強含みで推移した。かつての周年産地やシズン産地は、すっかり戦意喪失の感があるが、高知の独壇場がこのまま続いているのか。周年需要が発生しているのだから、他産地が名乗りを上げ、高知に追いつけ追い越せの気概が欲しい。施設栽培による一元出荷・販売を前提に契約的な取引も採用しながら拡大する。そんなパターンの生産の誕生が待たれる。



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。