

地域特産野菜の生産状況と流通

農水省がまとめた「2014年産・地域特産野菜生産状況調査」（隔年調査、40品目・42種類）によると、前回に比べ全品目数の3分の2で作付面積および収穫量が減少。一方でズッキーニやスナップエンドウは一貫して伸び、非結球レタスは近年連続して大幅増、カイワレダイコン・マッシュルーム・ワ

サビダイコンなども再び増加基調に。こうした調査結果と、東京市場における過去10年の推移とを比較してみよう。2年間で2・2倍にもなったワサビダイコンはヤーコンやヤマノイモなどと一緒に「その他土物」になっていて、入荷量がかつめない。この2年間で伸びた地域野菜から選んでみる。

カイワレ

近年新商品として回復、食中毒事件すでに影響なし

【概況】

地域特産野菜調査でカイワレは、2012年と14年の対比で67%伸び、1位のレホール（ワサビダイコン）に次いで2位。

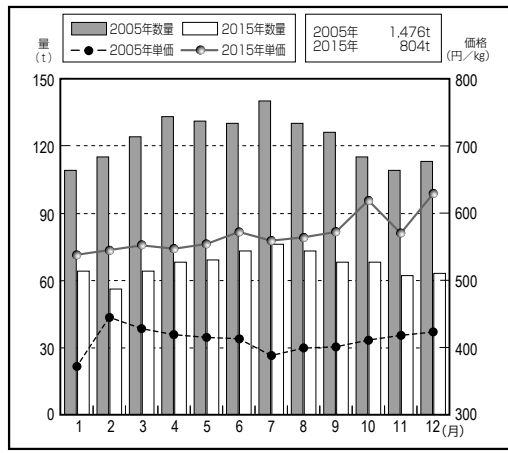
一方、東京市場の05年対15年では46%の大幅減である。単価は4割近く高い。明らかに衰退品目に見える。東京市場の15年の入荷量は804t、しかし全国的な地域特産野菜としての生産量は14年レベルで4731tある。中央では需要が回復していないが、地域内では人気上昇気味だ。

【背景】

カイワレは、単価も安く使い勝手がいい。その彩りのよさ、ピリッとした食味、シャキッと歯ごたえ。いまブームの豆苗に比べると、加熱しないで済むなど、利便性もともと高い。そのため、20年以上も前に発生した「カイワレ食中毒事件」（結局は冤罪だった）は忘れられ、若年層には新商品のような新鮮さがあるようだ。東京市場においても、かつての数量は無理でも、今後は再生する方向にいくと思う。地方からの需要も増えてくるのだから。

【今後の対応】

食中毒は、食べ物に菌が付着してタピク質が腐敗し拡散するケースで発生する。しかし野菜や果物そのものが菌を発生させることはない。ところが米国の場合、野菜・果物由来の食中毒と判断されたケースが1万件を超える。サルモネラ菌や大腸菌O・157などの食中毒菌は、収穫から流通の間に、主に人の手を媒介して汚染されるといふ。日本人は「きれい好き」だし日本の新鮮食品に対する扱いは丁寧だ。カイワレはもう安心・安全食品である。



トウガラシ

辛い品種に人気が高まり、東南アジア料理からの影響も

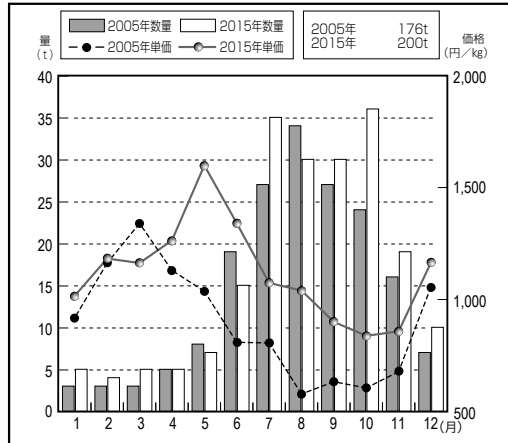
【概況】

地域特産野菜調査でトウガラシは、2年で28%も伸びた。とくに「辛味種」である。東京市場では、05年対15年で見ると入荷数量は14%伸び、単価も4割近く高い。万願寺などの甘長トウガラシの生産拡大は間違いないがじつは、なかでも「辛い品種」に人気が集まる、という現象が明らかになった。東南アジア帯は辛い味が多く、日本にも各国のレストランができていて、日本人も辛さ

がおいしいという食味に慣れたか。【背景】 東南アジア料理といえば、最近ファンが急増しているのがパクチー（香菜、コリアンダー）だ。パクチーだけのサラダを出すタイ料理店があったり、香菜だけの炒め物が名物の中華店も。嫌いな人は徹底的に嫌いだ、好きな人は大いにハマる野菜である（オタクはパクチーストという）。辛さにおいても、辛いトウガラシは増える東南アジアの料理店に需要があるが、日本人にも辛さファンが増殖している。鷹の爪としてのリバイバルもある。

【今後の対応】

日本のピーマンや唐辛子類はあまり辛くないし、辛いのが混じるのを嫌う。シシトウでも、辛くないはずのものに辛いのが入ると品質のばらつきになる。辛いものを厳密に分けて販売したら、シシトウの人気は上がる。小ネギにしても、通常の辛くないものに、新たに辛い商品を作ったらさらに支持が増えるはず。関西の辛くて香りのある青ネギは、関東では薬味にするには太すぎ。マイルド（ソフト）と「ホット（ハード）」などと区別したい。



今年の市場相場を読む

中国産敬遠も需要残り、低コスト化可能なら消費も拡大

サヤエンドウ

【概況】

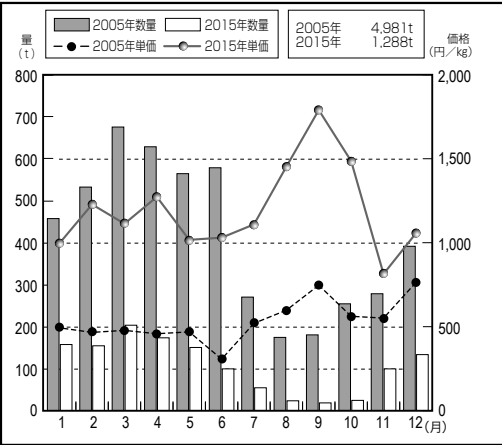
地域特産野菜調査では、スナックエンドウは2年間で22%も増え、7000tに迫っている。一方、東京市場での過去10年では、入荷量が74%も減って13000t程度。価格は2・2倍、キロ1100円を超える。この大幅な減少は、それまで人気だった中国産に残留農薬違反が続いて消費者から敬遠されたためだ。せっかく中国産スナックエンドウが消費者に支持されていたのに、なぜ国産が代替しないのか。

【背景】

もともと地域特産野菜とは、地域内流通の野菜という意味ではなく、主要品目に入らず数量も小さい、季節性が強いなどの理由で、隔年で統計が取られている品目のこと。そのひとつサヤエンドウのうち、キヌサヤは低迷から減少傾向になっているが、スナックエンドウは十分な量があって成長もしており、主要品目に格上げしてもいい。ただし、中国産の代わりというより市場で高値だからこそ、生産意欲も高まるはずだ。

【今後の対応】

エンドウ類は手がかかるため、どうしてもコストが高くなる。単価に満足するのではなく、さらに消費拡大させるなら、中国産に近い単価が必要だ。福島県は中サヤエンドウの主要産地だが、生産部会には高齢者が700人以上いて、10㎞くらいに育った中サヤだけを取ってもらう。それをJAが広域で集荷するという方式でコストを下げた。いまスナックはズッキーニとほぼ同じような生産規模になり、ともに伸びている。単価主義では後れを取る。



非結球レタス

業務用の強い支持、結球ものより使い勝手よく普及へ

【概況】

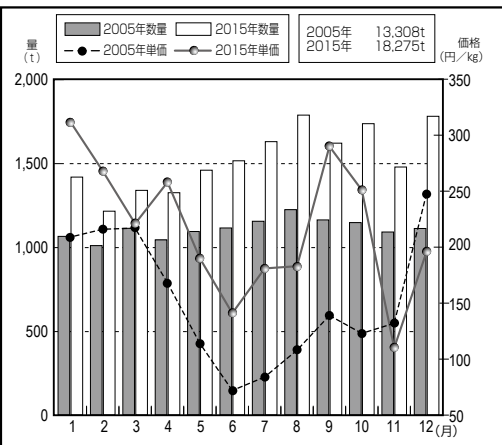
まだ地域特産野菜である非結球レタス類は、この2年で20%も増え6万8700t、面積も11%増えて3200haにもなった。サニーやグリーンリーフ、なかでもロメインは業務用需要が強く飛躍的な伸長だ。東京市場における非結球レタス(レタス類から結球レタスを引いたもの)も、この10年で37%も増え、平均単価(参考)でも44%高くなっている。グリーンリーフの代わりにロメインを主要品目に入れていい。

【背景】

リーフレタスは、結球レタスより使い勝手がいい。韓国料理のサンチュのように、料理を包んで食べられる。サラダにしても切ったり千切ったりが容易だ。日本では、レタスは結球しているもの、という思い込みがあるが、欧米のレタス類は圧倒的にリーフ系のものが多い。結球のものが日本で普及したのは、葉物より日持ちするからだろう。非結球のサニーが伸びたのは、焼き肉店がサンチュの代わりに使ったからだ。

【今後の対応】

トレビスが典型例で、業務用として初めてイタリアから輸入したものが結球していた。だからトレビスは結球しているのが「品質がいい」という評価が定着した。国産が入荷しても「輸入物に比べ巻きが甘い」と評価しなかった。ところが本場イタリアに行ってみれば非結球のトレビス(フディッキオ)こそが主流。サラダに彩りとちよとした苦味を添えるなら、むしろ結球したものは使いにくい。ロメインを中心にレタスが変わっていくだろう。



数量は、非結球レタス=レタス類-結球レタス。単価はレタス類と結球レタスの単価の参考平均値

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。