

カットしてあれば 買いたい野菜

昨年はとりわけ夏から秋にかけて野菜高騰。タキイ種苗がまとめた「2016年の野菜の総括」を見ると、食べる機会が多かった野菜はキャベツとタマネギ。例年に比べて高かった野菜の1位もキャベツだ。キャベツは割安感のあるカットを使いながら、利用頻度を減らさなかったのでは、と同社は分析し

ている。また、「購入したいカット野菜」でも1位はキャベツで42・3%。以下、レタス(24・8%)、カボチャ(21・0%)、ダイコン(18・4%)と続く。これら上位4品目を10年前と対比し、今後の販売対策等を考えてみよう。

キャベツ類

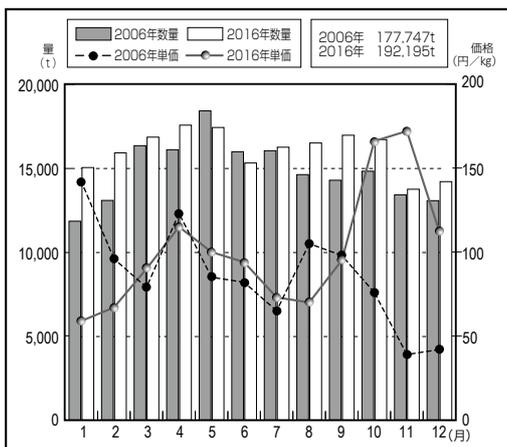
買いたいカット野菜1位。必需品だが重さや値ごろに？

【概況】

東京市場のキャベツ類(玉キャベツ)の入荷を10年前と比べると、約8%の数量増で単価は17%高くなっている。キャベツは露地栽培のため、天候に左右されやすく年ごとのブレが大きい。そのため特定の単年同士を対比させることはあまり意味がないが、この10年対比は若干特徴がある。06年の全体の入荷量はその前の10年間と、それほど変わらないが、10年後の16年には天候順調にもかかわらず2割近く増えた。

【背景】

「カットされていたら買いたい野菜」1位だったキャベツは料理の汎用性があり、業務加工用はもちろんだこと、家庭でも野菜高騰時などに、ハーフカットや4分の1カットになって値ごろなら、真っ先に購入したい野菜だということ。この場合、袋入りのスライス品でなく、丸野菜のカット品という意味である。輸入品については、両年を比べると06年が10カ国以上から410t程度。16年は中国・韓国・米国の3カ国からわずか180tだ。



【今後の対応】 日本全体では、16年の輸入品は9月から急増して11月には単月で9000t、年間では3万t程度。そのうち東京市場には180tしか入荷していない。ほぼ加工用に直接納入されているが、市場でも国産を安定仕入れしている。業者によっては市場仕入れは数量調整というケースさえある。カットされたキャベツが売れるのは、高齢世帯が、量を食えない、調理をしなくなった、重いから丸野菜を買えない、という事情にもあることを忘れないよう。

レタス

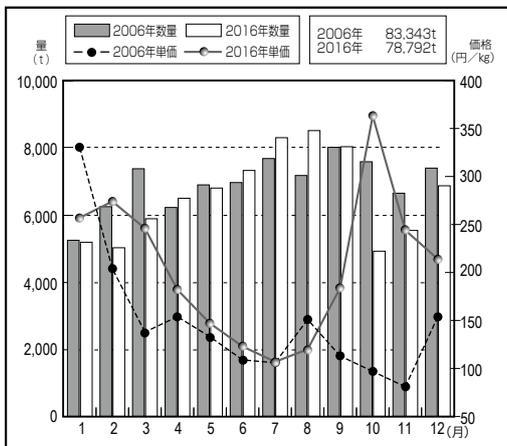
10月には360円超え暴騰。半分カット品も産地から出荷して

【概況】

東京市場のレタス(結球)はこの10年で入荷が5%減り、44%も高くなった。いまや業務加工用の食材のなかでは、キャベツに次ぐ重要な原材料になっているため、大きな入荷増減がないようにリレーされている。しかし、16年は10月に前年比2割減、茨城と並ぶ産地長野は34%減と極端な入荷減で高騰(10月でキロ363円)、平均単価を押し上げた。どうしても業務用納めが優先されるため、小売単価も暴騰した。

【背景】

昔は業務用で必要な野菜は、高騰(品薄)すると主要品目については政府が緊急輸入した。主にキャベツとハクサイで、当時はまだレタスは対象外だった。いまは野菜供給安定制度が廃止されているため、民間が独自の判断で輸入する。昨年の10月の高騰時には東京市場に米産が20t程度入荷。一般家庭は、高騰すれば買わないだけで、小売にすれば仕入れた以上は売らなくてはならないため、半分カットや4分の1カットにして売る。



【今後の対応】 レタスの場合、重いからカット販売するのではなく、高騰時に値ごろに収めるため。また袋入りのカットレタスはスライスではなく、多くは「手ちぎり」にしている。これも使い勝手がいいため、野菜高騰時だけでなく常用する家庭も増えている。高齢者や単身世帯では1玉では多すぎるため、常にハーフ物の需要がある。そのため産地でハーフカットしてトレイ包装したのも出荷する事例がある。リーフレタスとの詰め合わせ品なども面白いだろう。

今年の市場相場を読む

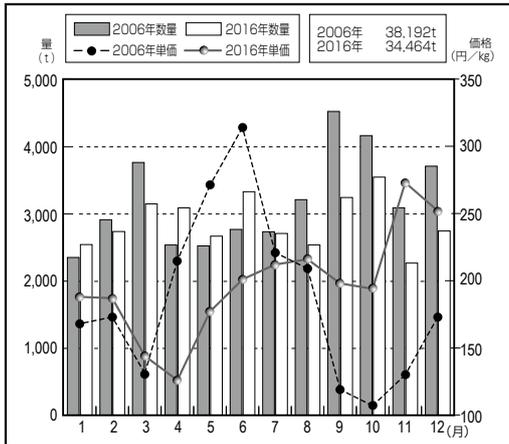
道産台風直撃で輸入対応できず。スライス加工商品も

【概況】

東京市場における入荷を対比すると、ざっくり1割減って1割高。これは16年の特殊事情で、秋の主要産地である北海道が大被害を受け、8月から年末にかけてガタ減りだったためだ。カボチャは近年堅調で漸増状態にあるため、16年の統計は例外。日本に流通するカボチャは、国産と輸入とが棲み分けて周年にわたり供給されている。今回は北海道産の出荷減を、メキシコなどが早出しでカバーできなかったのだ。

【背景】

「高いものはカットして売れ」の原則も秋以降には当てはまるが、カボチャはそもそも、小玉以外はほとんどがカット売り。理由は、重くて持って帰れない、家庭で切りづらい、切つてあると熟成度に分かる、値ごろになる等だ。典型的な「開発輸入型野菜」で、国産も輸入品も品種は同じ日本種、熟成度・品質も長い時間をかけて同等になるよう、海外産地を指導してきた。なお、業務用のカットは、専門業者がテンブラ用のスライスカット等になっている。



【今後の対応】

カボチャは、テンブラなど総菜用にカット納入される割合が増加中。スーパー等の総菜用には、メニューに必要な具材をセットして納める形が主流になりつつある。この商材は業務用だけでなく一般家庭用にもっと売り込みたい。総菜の完成品だけを扱うのではなく、具材を調味料とともにセットした商品は、主婦の「手作り料理」を演出する。外間やウケのためのパフォーマンスではなく、共働きでも食事の手を抜かない、の思いをかなえるものだ。

ダイコン

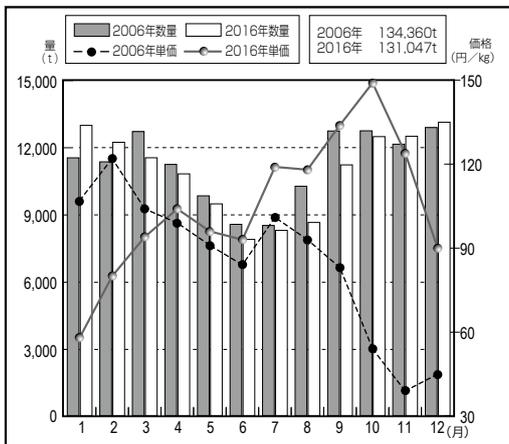
すでにカット販売が主流。ミニや太物もカット売りを

【概況】

東京市場の入荷状況を10年対比すると、数量は微減ながら単価は25%高い。これは8月からの主産地である北海道産が2割も少ないうえに品質悪く、それを青森が2割増でカバーしたため全体数量は少ないが単価は前年並みに落ち着いた。しかし9月になると北海道産が2割減17%高、青森産1割減3割高、岩手3割減5割高という事態のため、10月にはキロ149円まで高騰した。単価がこれだけ高いのは珍しい。

【背景】

ダイコンは典型的な重量野菜であり、そもそも持ち帰るのに重すぎるために、2分の1、3分の1カットで売るのが主流。そうした習慣があるために、高騰しても値ごろ感があり、サンマのシーズンに不自由はなかった。また、業務用としては、なんといつてもコンビニのおでん需要が大きい。均一の大サイズに型抜きするため、耐病総太り系の効果がいいが、一般の出荷用ではあまり太らせない。専門のベンダーの契約栽培が多い。



【今後の対応】

ダイコンのカットは、価格調整というよりは、軽量化が主目的だが、それなら初めから「ミニダイコン」でいいのでは、という発想はある。市場での評価はイマイチだが、2〜3年前から生協や野菜宅配業者などは、サラダダイコンといった名称でカタログ掲載して結構売れ行きはいい。練馬や三浦源助など煮ダイコンは、カットしていても太いダイコンがいい、という消費者はいる。また、本当に辛い「辛味ダイコン」の周年供給も課題である。

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。