

サツマイモ

優良品種が入荷増。単価も上がる焼き芋ブーム

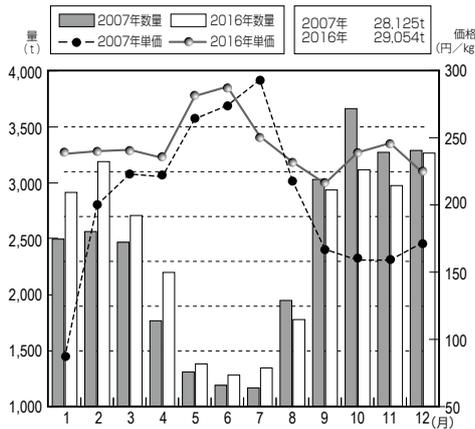
【概況】

東京市場におけるサツマイモは、07年対16年の実質10年間で、入荷は3%程度ながら着実に増えており、単価も同時期の対比で22%も高くなった。年間を通じて3%程度の増加ながら、大きく異なるのは出荷時期だ。10年前には特に秋以降冬にかけて入荷が増えていたが、16年では年明けから春先までの入荷増が著しくなった。主産地は変わらず半分以上のシェアがある千葉で、茨城が3割を超える成長ぶりだ。

【今後の対応】

サツマイモには「キュアリング期間」が必要だといわれる。本来の意味は掘り取った後の傷を治す（curing）という意味だが、高温多湿で3〜4日置いたあと、13〜14℃の適温を保つのがキュアリング貯蔵法だ。これで芋のデンプンがシヨ糖などに変化し、タンパク質の加水分解も進むため、粘質となって甘味が増す。大分では、べにはるかを4カ月貯蔵して糖度20度に達したものを「甘太くん」ブランドとする。各産地の焼き芋合戦が楽しみだ。

【背景】
青果物全体に市場経由率や入荷そのものが減る中、横ばいから微増なら、大きな伸びだといえる。しかも単価が高くなっているのは、甘くてねっとりした焼き芋に向く優良な品種が増えているからだだろう。安納芋やべにはるかが代表的な品種だが、焼き芋専用品種的な品種開発やブランドも登場している。年明けから春までの時期が増えているのは、青果物商材が少ないため量販店では近年、焼き芋機を設置し販売に力を入れているからである。



クリ類

この30年で漸減傾向。潜在的な利用価値見直すべき

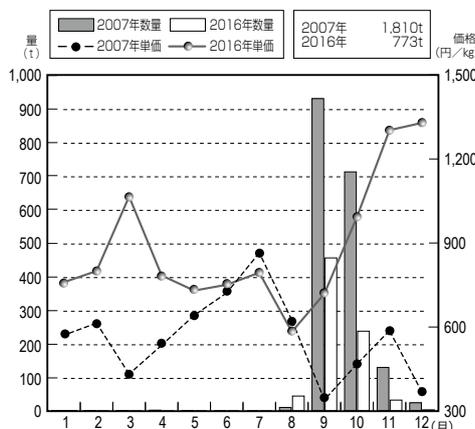
【概況】

東京市場におけるクリ類の入荷動向は、過去に遡ると30年前後をピークに一貫して減り続け、この10年では57%も減少してしまっただけで、単価は10年間を比べると倍に。この入荷の推移は国内生産の減少と歩調を合わせて、減った分が輸入されていたのは20年くらい前までで、その後は輸入さえも減少している。家庭用を含め生鮮のクリの需要が落ちていることは間違いない。加工品として輸入が増えているものとみられる。

【今後の対応】

産地としても、下落したクリ人気をなんとか挽回しようと渋皮も一緒に剥ける「ぼろたん」といった新品种の導入も多くなっている。まだ目立った効果は見えないが、ただ言えることは、消費者はクリ離れをしているわけでもなく、嫌っているわけでもない。イタリアなど欧州でみられる大振りなクリの焼き栗は、根強い人気があり、日本でも小布施などクリの産地では、観光客に絶大な人気だ。国産のクリは、潜在的な利用価値を見直すべきである。

【背景】
昔から女子の好きな甘いものの代名詞は、「イモクリナンキン」といわれてきたが、本当に甘いのは栗ご飯などではなく、栗きんとんや天津栗栗のような加工品である。クリの扱いの難しさから、一般家庭での利用が大きく減ってしまった。一方で、焼き栗を剥いたものや、モンブランなどのクリの利用は、かつてより大幅に増えたとみてよい。産地でも冷凍したクリのペースト加工品は、加工業務用需要者からの定番人気商品になっている。



※空欄は入荷実績なし

秋になれば イモクリナンキンの旬

秋になれば、イモ・クリ・ナンキンなど甘い青果物の旬になる。夏場に崩した体調を取り戻すシーズンでもある。少しするとカキも参加してくるが、ドライフルーツにすると甘さダントツの干し柿も冬に向かったの楽しみだ。青果物の甘さは果糖などが中心で、直接肥満の原因にはならないというが、甘さ

を心配するより含まれる多くのビタミン、ミネラル、繊維質などの栄養・機能性成分を摂取できる、二度おいしい食品であることが肝心だ。そのまま食べても調理や加工食品にしても、この甘さは砂糖不要である。そんな理由で底堅い支持がある「イモクリナンキン」の類の動向を見よう。

今年の市場相場を読む

内外産地リレーが成功。さらに簡単調理の提案を

カボチャ

【概況】

東京市場のカボチャの入荷は、07年と16年の対比では入荷量は15%減っているが、単価は25%高くなっている。入荷量は12年ごろ

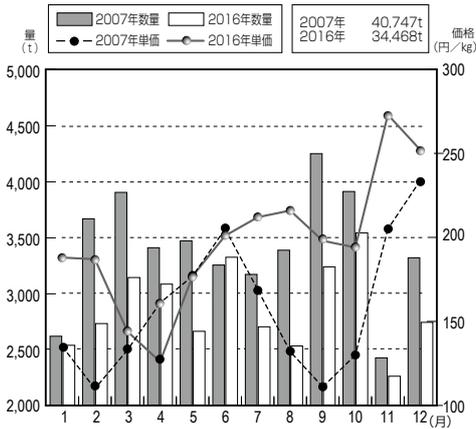
までを境に減少に転じた。全体のシェアトップは秋から始まり30%台をキープしている北海道で、年末から年明けにかけてのメキシコ産、春までのニュージーランド産、また1月の冬至需要のためのワンポイントで増えるニュージーランド産、トンガ産が、それぞれの役割分担で供給する。

【背景】

夏場の8月から北海道産が出荷される。ただし美味しくカボチャを食べるなら、2カ月程度のキュアリング期間が必要であり、北海道産の食味としての旬は10月ごろになる勘定だ。日本で流通するカボチャは、国産輸入品問わず日本種でリレーされる。カボチャの輸入品に対して、消費者がほとんど問題にしないのもそのせいだ。もちろんその背景には、専門商社による気の長い現地指導と開発輸入の歴史が「年間通し完熟カボチャ」を作ったのだ。

【今後の対応】

カボチャは本来、煮あがりも早く手早く調理できる代表的な品目のはずだが、半分や4分の1カットで買っても、皮を剥いたり小さく切り分ける作業に非常に技術と力が必要。品種改良や栽培技術が進んで、いつ調理しても砂糖もみりも不要なほど甘い。東京市場での入荷が漸減状態でも、生鮮品としての家庭需要はその分底堅いものがある。「ready to cook」(そのまま調理できる)の形態の商品がほしい。



干し柿

地味な品目だが健闘。外国人観光客から評価される

【概況】

東京市場の干し柿の入荷は、この10年で16%程度しか減っていない。しかも単価は3割以上も高くなっている。秋口にはまだ生鮮の

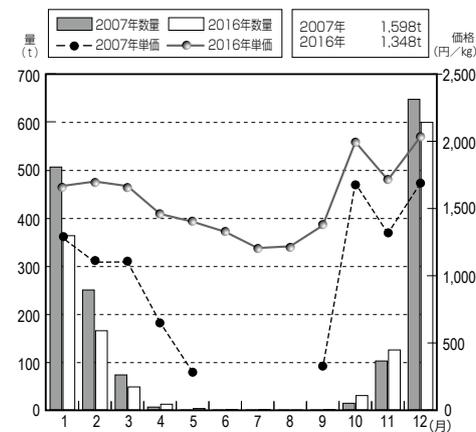
カキであるが、晩秋から冬にかけて寒干しすると甘くなる。市場には、11月から翌2月にかけて入荷がピークを迎えるが、最近の傾向として、数量はわずかながらも春から夏にも入荷して周年商材化しつつある。主産地は福島であるが、かつては5割近かったシェアも最近では26%程度となっている。

【背景】

市場には、生鮮のカキ以外に干し柿が入荷する。加工品であっても、小売店の青果物売場の品揃えに必要なことと、野菜、果実の生産者が家庭果樹の柿で、ついでに作った干し柿も、他の商品とともに市場に持ち込まれば受託拒否はできない。かつて1割近くあった中国産も、今は半数以下だ。出荷する産地も、古くからブランド化された干し柿中心になってきていることから、単価も上がっている。消費者が品質志向になっていることもあろう。

【今後の対応】

干し柿は、昔から日本を訪れる外国人が、その甘さに一様に驚く。今、日本文化を称賛し頻りに訪れる外国人観光客が飛躍的に増えている。日本の生鮮果実の見事さを知りだした人たちが、干し柿を発見するのは時間の問題だ。まだ高い食品だから手が出ないのだろう。東日本には家庭果樹としてのカキの木がどこにもある。こんな「お宝」を放置しているが、いまこそホシガキの復活を狙うべきだろう。高齢化はこんな時に大いに役立つはずだ。



※空欄は入荷実績なし

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。