

# 暑さ長引き秋が遅い年のキノコ類

今年が夏が長く、しかも猛暑であった。度重なる台風や豪雨さらに地震と、各産地が大きな被害を受けた。当然、青果物の生産はこうした気候変動や自然災害に直接影響を受ける。ただし、例外なのがキノコ類である。マツタケなど天然物の菌茸類は雨量や気温に大きく左右されるが、大半は栽培環境や出

荷量がコントロールできる人工栽培である。それにもかかわらず、毎日、毎月の市場入荷動向をみると、調整できるはずの数量も単価も変わる。それは相場を決定する要因のうち、消費・需要動向が変化するからだ。いよいよキノコの本格シーズン、今年のキノコ情勢はどんな推移になるのだろうか。

## 生シタケ

**輸入の減少で入荷量4割減。原木栽培志向も強まるか**

【概況】

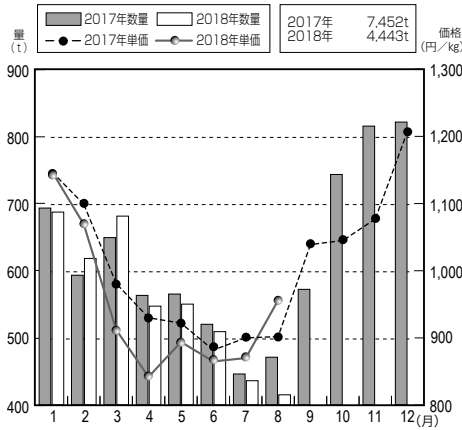
東京市場の生シタケ入荷動向を見ると、過去20年で徐々に減り続け、年間1万2000tを超えていた数量は、いまや4割近く減って7,800tまで落ちた。夏場には入荷が少なく、10月から冬にかけて急増して単価も堅調に推移する。入荷面での大きな変化は、10年前にはトップ産地はシエアが3割近い中国だったが、現在は4割程度になっていること。かつて3万tを超えた総輸入量も、いまは2000tにまで減った。

【背景】

10年前の輸入シタケ3万t時代には、東京市場への入荷だけで2000t前後あった。その需要はもっぱら小売店で一般消費者が、安さゆえに買っていたもの。しかし、中国からの輸入食品は、様々な食品事件により消費者の中国産敬遠ムードが広がり、一気に売れ行きが落ちた。その際、同様に輸入が減ったネギやキャベツ、シヨウガ、ゴボウなどは、小売店頭からは姿を消したが、加工業務需要者からの需要は強く、ほとんどが当時より輸入増だ。

【今後の対応】

いまや、シタケは鍋用キノコの代表格ではない。東京市場ではシメジとは2000t以上の差があり、エノキダケは2倍入荷する。今年も基本的な基調は変わらないが、いまシタケには、原木栽培、の見直し気運がある。それは一般的な自然回帰現象に加え、「国産」といわれているシタケの菌床が、実は中国産であり急速にシエアを上げている、という現状からだ。シタケ産業は、この問題の扱いいかんで生死を決するかもしれない。



## エノキダケ

**キノコ類のトップ。需要期は出荷増の単価高**

【概況】

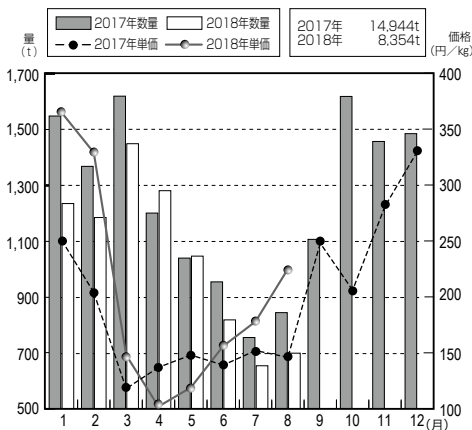
東京市場のエノキダケは、10年前より5割も増え、キノコ類のトップに立った。年間通じて入荷量が底上げされているが、夏場にも需要が増えている。今年の年明けからみると、3月までは入荷が少なく2月には前年比で6割以上高かった。春には平年並みとなったが、6月からは入荷減の単価高状態が続き、9月上旬現在では前年比2割少なく、単価は23%高い状態だ。猛暑と残暑が要因となって、秋のキノコ需要が遅れていた。

【背景】

エノキダケは、産地側からのメニュー提案も功を奏してか、鍋需要以外の月に洋食・中華にも需要が広がった。エノキを攪拌して凍らせた「キノコ氷」は、主産地・長野県中野市で開発され、ダシになるだけでなく、コレステロールや中性脂肪などを下げると話題にもなった。エノキの販売は、そのほとんどが全農長野による販売一元管理で流通しており、生産く出荷数量と価格が調整され、消費地の需給関係や野菜類の相場推移にも敏感に対応している。

【今後の対応】

今年の年明けは300円/kgを超える異常価格であったが、8月までの推移で合計すると昨年の平均単価とほぼ変わらない。夏期の需要の弱い時期の単価は安く抑えて、需要期の秋〜冬期には数量も増やして単価を上げることで、年間のバランスを取るといって全農長野のやり方だ。まだまだ暑さの残る今年の9月上旬には数量を抑えたが、温度が下がり始めて需要が出てきたための相場高になった。これから冬のシーズンも前年並みに推移するだろう。



# 今年の市場相場を読む

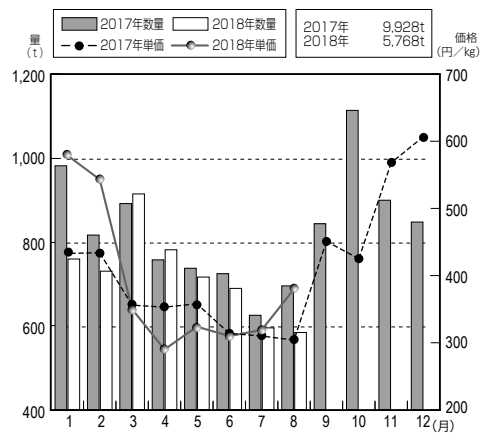
## 品種や生産構造が効率化。銅用キノコの復活で成長を

### シメジ

**【概況】**  
東京市場に入荷するシメジは、17年で72%が長野産であり、過去20年の推移をみても、新潟や群馬などの他の産地シェアは増減しても、常に長野産が不動のトップである。入荷量は全体でほぼ1万tで変わらないし、ピークは鍋シーズンではあるものの、夏場などのシーズンもそれほど少なくならない。20年間の動向ではいわゆるヒラタケ系からクリタケ系に全面転換したことで、産地が農協出荷から企業生産に切り替わったことが大きい。

### 【背景】

ヒラタケシメジと違って、クリタケシメジは鍋専用といった食材ではなく、用途は幅広い。これは日本を代表する大型キノコ産業であるホクトが、スーパーとのタイアップでマイタケ、シメジ、エリンギなど自社製品をセットで置き、液晶モニターでのメニュー提案や試食販売などに力を入れてきた成果でもある。効率的な品種変更や活発なプロモーション活動を行ない、大型栽培施設を各地に配置してきたことで、生産拡大と物流効率化が実現した。



### 【今後の対応】

生産内容と生産構造の大変革を達成したシメジだが、東京市場への入荷がほぼ変化しないのはなぜか。ひとつは各地に栽培施設を分散させ、企業ゆえの直接販売機能があることで、東京市場へ集中させて建値を作らせる必要がないこと。二つ目はホクトはすべての栽培施設を自前、直営で運営しており、地域間や販売商品、品種をバランスよく売ることが経営安定につながるからだ。これからのシメジの使命は、ヒラタケなど鍋専用品種を開発することだ。

### エリンギ

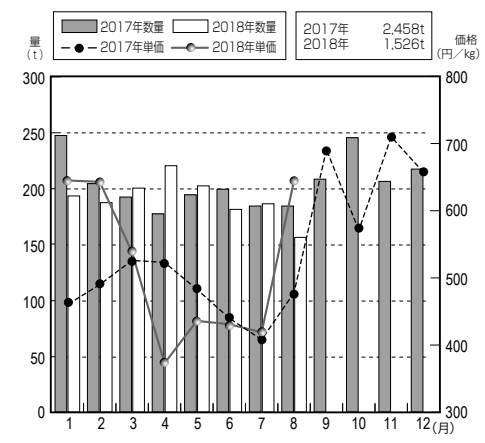
## 増えて安くの実感と入荷動向に差。セット販売の限界

### 【概況】

東京市場のエリンギ統計は、00年から始まり、当時は年間1600t、単価は706円もした。17年には54%増えて24%安くなっているが、10年前の07年と比べると22%も減っている。今年は、やはり年始めの時期に、数量は前年に比べて少なく単価もかなり高いが、4、5月は急増して暴落ぎみであった。8月から9月上旬にかけて単価が高くなっているが、これから冬にかけては数量も回復して単価も前年並みになるだろう。

### 【背景】

エリンギは、過去10数年の推移を小売店頭で見ると、徐々に単価が落ち、パック当たりの販売価格も目に見えて下がっている。東京市場で統計が独立してからはしばらくは主産地は群馬だったが、現在は長野産と新潟産の2県で95%を占めて、ホクトと雪国まいたけがトップ争いしている。東京市場への入荷が減っているのは、両社ともに競い合いながら量販店との直接販売の比率を高めているからだ。直接販売なら、市場より価格は安くなる。



### 【今後の対応】

シメジ同様エリンギも、店頭レベルでは明らかに増えて安くなったが、市場入荷は現状維持か減少だ。その背景には、両社ともキノコ商材が複数あり、それをセットで販売企画しているため。エノキダケの成長拡大は、県連が先頭に立って生産農家やJAを率先し、生産振興策やマーケティングを引き受けている。企業が集中的な大量生産する一方で、系統では少量多数の生産であっても個々を拡大している。企業誘致してJA共販という形態はアリだ。

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。