

コロナ騒動で野菜の消費構造に変化

新型コロナウイルスの影響で国民の生活全般が全く新たな対応を余儀なくされ、食の形も変わった。外出自粛要請で、家食、中心になる中、家庭向けの食品需要が突然増えて野菜の相場も予測が立たず、迷走している。入荷の増減に敏感に反応する、底堅い業務需要が建値を作ってきたが、小売需要が主体

になると、どうしても軟調推移となるのではと予想していた。実際、小売需要、つまり家庭用品目については、通常であれば高くなったら手が出なくなるが、子供がいる家庭だと1日3食用意しなくてはならないことから、主要品目で家庭需要に引く張られて高くなるという珍しい現象も起きている。

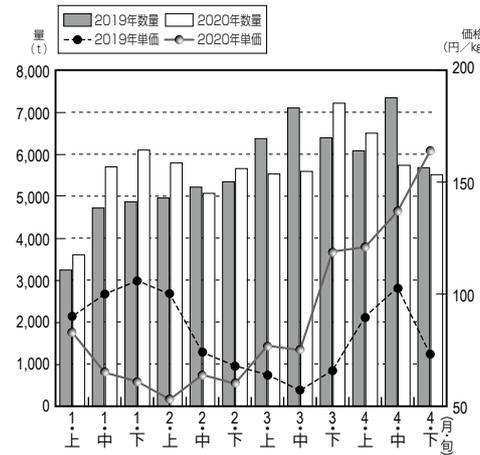
キャベツ

【概況】
季節野菜である春系が遅れて高く、家庭食に不可欠な便利食材として

東京市場ではすでに、昨年の12月末から主産地・愛知が前進気味で57%というシェア拡大もしつつ、前年より22%も多く、単価も前年を2割も割り込んでいた。この勢いが2月上旬まで続き、単価は前年のほぼ半分の¥50円台まで落とすという近年まれなほどの前進となった。3月に入っても春キャベツの産地である千葉や神奈川県が遅れ、3割程度下回る出荷状態。愛知産を例年より引く張って4月に入った。

【今後の対応】
緊急事態宣言が出た4月には、最も使い勝手のいい野菜であるキャベツの家庭需要が強すぎ、小売店頭では半玉で198円という高値が続いた。業務用需要から最後まで支持される愛知産の寒玉が、前進化で後半に続かず、関東産地が遅れ、そこに、いつもは値ごろに敏感な消費者が、家食に欠かせないキャベツを多少高くても必需品として買うという非常事態になったのだ。コロナ流行って、キャベツが高くなる……。これはやはり今年だけのもの。

【背景】
単価は3月下旬に至ると119円と100円を超えて、4月上旬にはやっと神奈川県が遅れを取り戻すかのように6割近く増えて135円の「春キャベツ相場」になった。愛知産の寒玉は100円相場に落ち着いてくるかと思えば、千葉産が遅れを取り戻せず、高値推移した。下旬には千葉が4割以上増やしながらい入荷するも、絶対量が少なく、愛知産も前進化の影響で不足感が強くて150円を超えた。季節商材である春キャベツが不足したことで、相場全体を引き上げた。

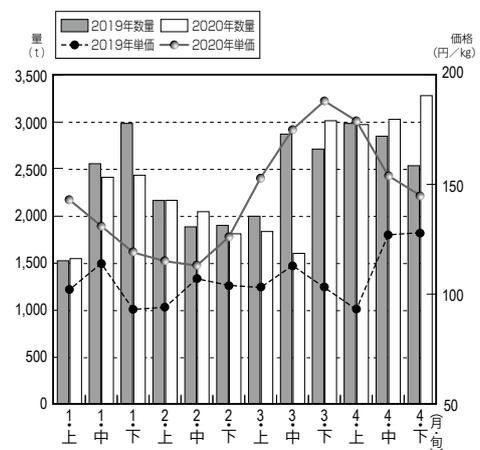


ニンジン

【概況】
業務需要から家庭用に強い引きが、必需野菜としてイモ・タマととも

東京市場の昨年末のニンジンには、いつもなら8割をはるかに上回るほどの主産地・千葉が十数%少なく、その分他の関東圏や輸入品も入荷してなんとか全体で1割減の2割高くらいで収めた。年明けも一時高値があったが、前年並みかやや少ない程度で単価も2割以上をぎりぎりキープしてきたが、3月に入ると学校の始業が延びて給食需要が減ったものの、家庭でもカレーやシチューなどでニンジンの引きは強く、増えても高値続き。

【背景】
3月は、産地側の事情としてやや前進化していた千葉産が3割近く減ったのに対し、それをカバーするように単価の高い徳島産が前進出荷してきたことも単価高の理由でもあるが、あまりにも千葉産の終了が早すぎた。中旬には徳島も早出した分、やや減って千葉産も半減して前年の半分、単価も55%も高い。4月は外出自粛要請が出て業務用が落ち込むも、旦那も子供も家籠りが長引き、入荷がやや増えたくらいでも単価は180円と家庭需要が強い。



【今後の対応】
5月は、これから学校も外食店も徐々に開いてくるが、産地は徳島中心の季節で、数量、単価とも安定してくるだろう。コロナは閉塞感があるものの、国民に内籠りを楽しくやろうという意識が芽生え、子供や旦那参加の家庭食が確実に増えた。近年、家庭需要の低迷が言われてきた野菜類としては、やれば出来る、しかも楽しいという文化が醸成されると、家庭食が見直されてくる。その際の常用野菜はイモ・タマ・ニンジンであることは間違いない。

今年の市場相場を読む

台風で大型ハウスが倒壊しトンネル化、家族ごと家籠りで鍋物の頻度高まって

ハクサイ

【概況】

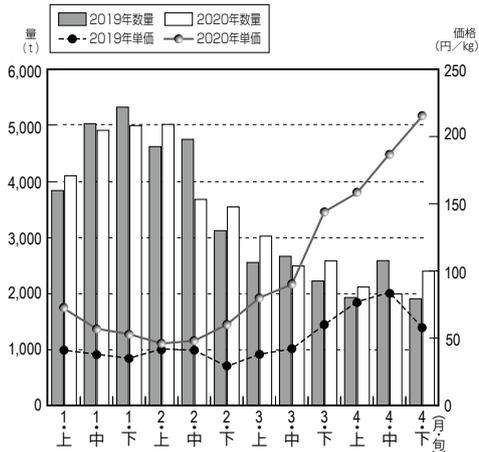
東京市場の秋から年明け1、2月にかけてのハクサイは絶対的主産地・茨城からの入荷が不安定で、やや強めの推移で来た。そもそも、前年の同時期には量も多くて安値が続いた時期だったこともあるが、2月下旬から4月までは単価は前年の2倍以上。4月下旬には単価は215円、なんと前年の3.7倍も高騰した。そろそろ暖かくなる季節にもなると家庭需要がなくなって業務用だけの時期に至るも、茨城産がなぜか不安定なのだ。

【背景】

このハクサイの事例は、ある意味非常に分かりやすいケースだろう。簡単にいえば絶対的産地である茨城の作柄が悪く、需要が強いからだ。この作柄の問題は、昨年の秋の15号台風による強風の影響で、ハクサイの大型ハウスがダメージを受け、今シーズンはトンネル栽培が増えていること。面積が制約されて生育も遅れ気味になるほか、品質も問題。それに対し、いわばコロナ特需ともいべき家庭での簡単食の代表格の一つ、鍋物が増えたからだ。

【今後の対応】

ハクサイの需要はいま、キムチの原料として、そして鍋物類の食材としての位置にある。かつては家庭でも野菜炒めにはハクサイがよく使われていたが、いまは業務用に特化している感がある。いま、家庭用として丸ごと買う家庭は少ない。高齢者は使い方を知っていても持ち帰れない。若年層は鍋にしか使わない。かくしてハクサイは、いまや半分が4分の1カット販売が主流になった。こんなに家食が長引くなら、産地はメニュー提案したかった。



ダイコン

神奈川・千葉の二大産地で担う、おでんも家庭食で頻度が上がる

【概況】

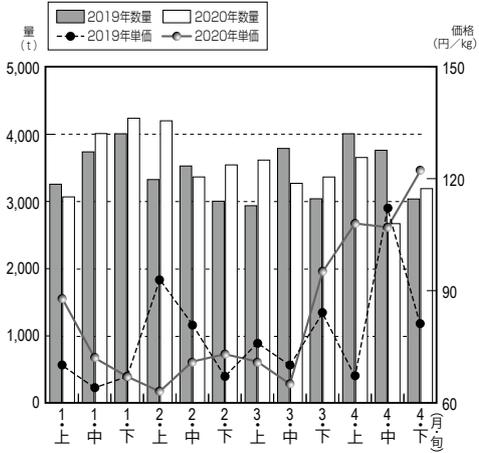
東京市場では年末から春にかけて、ダイコン産地は神奈川そして千葉で9割以上を占める。3月までは、神奈川がやや先行しながら、千葉もほぼ肩を並べて入荷するが、この二大産地は、片方の減りをもう片方が補完しながら相場を作っていく。今シーズン、1〜3月の入荷を旬単位でみると、いわゆる増勢での推移という言い方ができる。しかし4月に入ると、単価が100円を超えてきて、4月下旬には120円を付けた。

【背景】

このとき、入荷は前年より5%多かつたが、単価は前年の1.5倍。4月には神奈川が終わりに向かい、千葉が7〜8割を占めるようになるが、残りの2割は茨城が主になりながら福岡や青森などが少量ながらも補完している。東京市場には中小産地や産地商人、品目によって産地市場からも同時に入荷しており、全体の状況を見ながら出荷数量を調整し、それなりの機能を果たしていることになる。大型品目は必ずこうした構造になっているのが特徴である。

【今後の対応】

今回のコロナ関連で増えた家庭食は、簡単、早い、一品で食事になる、皆で食べられるなどの共通点があるが、調理の手間が省ける・簡単・一品で食事になるの代表例は「鍋」である。ダイコンが結構、家庭用に売れたのは、おでんという鍋物の頻度が高かったことを意味する。若年層がなぜダイコン?と思うが、コンビニのおでんでは売れ筋ナンバー1だ。青首ダイコンは煮上がり早い、サラダにも使える。ダイコンの家庭需要が定着してほしいと思う。



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。