

地下茎の野菜 今年の事情で影響は

今年、夏秋野菜の生育・収穫期である7月は曇天続き、8月は記録破りの猛暑で作柄に大きな影響が出た。一方、コロナ禍による消費者、とくに勤め人や学生の外出制限などの巣ごもりで突発的な消費需要が発生した。小売店が盛況で売れ行き好調となる反面、外食産業全般や観光分野の不振で野菜の

需要構造が大きく変わり、品目によって需給バランスや相場が想定を越えて迷走した。葉物や果菜類と比べれば比較的天候異変には強い根菜類や土物も、ニンジンが不作状態で高騰したが、他品目での生産面の豊凶と需要の強弱のバランスがどんな推移をもたらしたのか検証してみよう。

サトイモ

**シーズン入りも主産地・埼玉が不調
全県集荷体制整う愛媛に存在感**

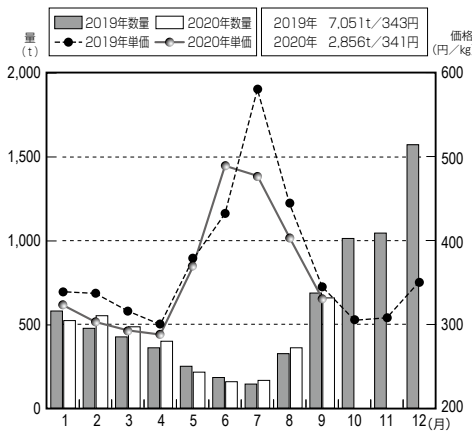
【概況】

東京市場のサトイモの入荷推移は、2～4月期に前年より多かったものの、5～6月に減らした。ところが、天候異変下でも関係なく7～8月は入荷が増えている。不需要期の夏としては異常な出方だが、前進出荷されて切り上がり早いという感じが強かった。新物が出回りだす9月には、例年は入荷が少ない8月対比で2倍になっても不自然ではないが、8割程度は不足感が強かったことから、単価も下がらなかった。

【今後の対応】

まだ地味ながら注目すべきは、9月から春まで愛媛産が入荷していることだ。昨年9月は5%のシェアが今年は7.4%に増えた。昨年10月の実績はシェア6%、11月8%、12月11%と増やしている。入荷増は偶然ではない。全県が同県内に整備したサトイモ専用の広域選果施設。全県から土付き、根付きの状態を持ち込まれ、機械洗浄から選別、荷造りまで引き受ける。ロットが大きく安定出荷できる体制が整った。各地に広がれば中国産は不要になるかもしれない。

【背景】
主産地は埼玉でほぼ半数を占める。これに続き千葉が22%ある。夏場は鹿児島、宮崎などに存在感があり、通常のサトイモの煮物というより、衣被きイモにする子芋のシーズンだ。それゆえ、9月からは東日本のシーズンインとなるが、7～8月の生育期の異常気象が主産地・埼玉に大きな影響を与えたい。通常であれば9月からは、関東産を中心に一斉に東北産の入荷があるはず。しかし、主産地・埼玉が2割以上少ない。



ゴボウ

**9月のシーズンインに勢い足りず
青森は秋以降の供給責任を自覚**

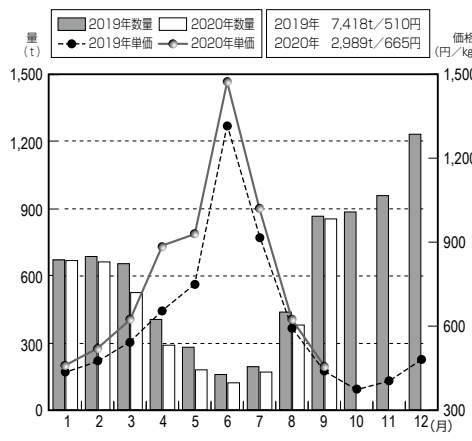
【概況】

東京市場に入荷したゴボウは、1～3月期に前年比最大3割近く増えたことで、前年より最大47%も安くなった。九州地区の春ゴボウの入荷が増えたという事情もあるだろう。5月から始まり、曇天続きの天候不順だった7月まで前年を下回る入荷が続くが、減った割には単価はあまり高くない。新物が出回りだす9月には通常は一気に増えるものだが、8月対比で昨年は2倍近く増えたものの、今年はその程度の増加にとどまり、勢いが足りない。

【今後の対応】

同じ根菜類、土物類のなかで、9月から増え始めて12月にピークを作る品目は、サトイモ、レンコン、ゴボウである。根物は体を温める機能性があるといわれ、やはり冬が需要期であり、また正月のお節料理を代表する「和食」の材料である。今年はコロナ禍で外食も旅行もままならなかったため、正月用のお節料理は盛況になると予想される。主産地・青森は、本格的な需要期を控えて供給責任を果たしてこることは間違いなさそうだ。

【背景】
9月は例年青森産が半分以上を占める月だが、なぜか青森は8月に前年比3割増と前進させ、出回りが増える9月を意図的に少なくした感もある。昨年9月の単価と比べると今年は3割近く高くなって、「作戦」は成功したかのようだ。数量の足りない分を茨城産と埼玉産が前年2割増でカバーしているが、今年9月は青森、群馬のツートップがシーズンにもかわらず、半数近く減らしたことはやはり現実的には生育時の悪天候が影響したものとみていいだろう。



今年の市場相場を読む

コロナの需要減で入荷減っても強気配 根強い地場生産 原発がらみで新産地

【概況】

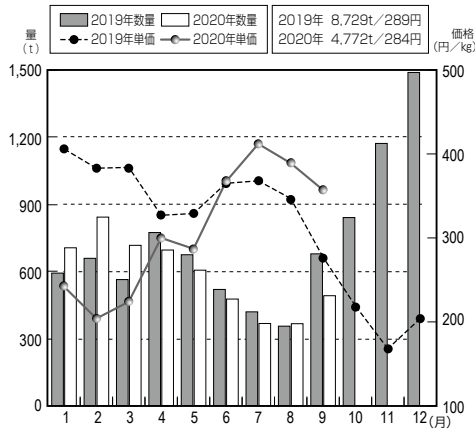
東京市場のレンコンは、今年はや明けから7月に至るまで入荷減の単価高状態が続いた。4月などは前年より数量で3割近く減り、単価も35%高くなった。これは本来なら4月の宴会絡みの需要期が、コロナ禍であらゆるイベントの中止状態を受けての入荷減と、品薄を警戒する業務筋の予備的な手当てが引き起こした現象である。以降、8月までの不需要期はさらに入荷が減ったが、単価は強含み推移だったのも同じ理由だ。

【背景】

レンコンは、茨城が主産地として92%もの圧倒的な大きなシェアを持っているが、一方で地方では地場野菜としてのレンコンが健在である。東京市場には全国22県から入荷していることでもそれがわかる。地域特産品としてのレンコンは当然、地場需要がついており、ある意味、茨城産はナショナルブランドであり、地域には地元を支えられたプライベーターブランドがあるような感じでもあられる。そのため、東京市場がひっ迫すれば、それなりの出荷潜在能力がある品目だ。

【今後の対応】

レンコンは、主産地・茨城と各地の地場ブランドといった棲み分けがあるが、地場ブランド産地も、地域内での消費拡大戦略を展開する一方で、常に中央進出を狙っている。さらに、既存産地のみならず、レンコンには新興産地もある。経緯からみると、福島第一原発事故で、茨城産が汚染されて出荷量を減らすだろうと見通した産地が、中国から九州地区にかけて存在する。その動きは、九州の一部地区における春ジャガイモの生産減の原因ともなっているほどだ。



ナガイモ

絶好調の輸出が抑制され国内に天候異変よりコロナの禍影響大

【概況】

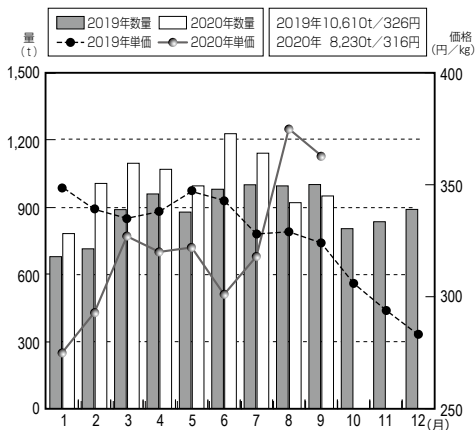
東京市場のナガイモの入荷は、すでに年明けから増加傾向で、6〜7月は最大25%も増えた。入荷増はコロナ禍で輸出のオフアワーが減ったのが国内に回ってきたのだから。市場側でもそれを察知してか、増えても単価は1割安程度に収めている。通常は収穫期でもある9月に入荷が増えるが、今年は前半に比べ勢いが弱い。8月は主産地・青森も続く北海道もやや減らしていたが、9月に向けて北海道は意識的に減らしてきた感がある。

【背景】

ナガイモは近年、リンゴとともに輸出農産物の「優等生」として、順調に数量を増やしてきた。ところが、このコロナ禍で輸出先の需要も同様に自粛してしまい、荷動きは止まった。当然、国内産地は輸出向けに用意していたものを、新物が出てくる前に処分しようかと前倒しで出荷を増やしたのだろう。産地も覚悟の上の軟調相場で推移し、「コロナ相場」となった。その受け皿は、家庭用の需要増に対応した小売業界であり、安値感の出たナガイモの販売は好調となった。

【今後の対応】

ナガイモは他の地下茎野菜類の中では比較的、天候災害の直撃に遭いにくい。収穫前には地上部は枯れているほどであり、貯蔵性も高い。昔からおがくずを緩衝材、保湿剤に使っていただければ貯蔵には問題なかった。現在では冷蔵貯蔵や脱気包装、脱酸素剤などの貯蔵技術が発達し、長期にわたって高品質状態を保てる。ナガイモの場合、今年の情勢のうち、直撃を受けた要因はコロナ禍だけだったかもしれない。輸出も結構だが、国内マーケットをもっと深掘りしたいもの。



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。