

広域一元集出荷で 成果が出た野菜類

野菜類の長期安定出荷体制の対極にあるのが「少量・多品目・旬生産」であり、その相互関係は「系統共販」対「直売所」という構図になるだろうか。しかし、現実には生産者の高齢化、担い手の圧倒的な不足で、わが国は、縮小的衰退、ともいえる状況であり、生鮮・加工野菜の輸入はとどまることを知

らない。時間のかかる新規対策とは別に、現状の改善の範囲内で行える対応策はある。零細、多品目・少量生産でも、それをJAや自治体を越えた広域で一元的に集荷して選別、共同販売するという手法だ。東日本大震災で経済低迷した2011年とコロナ禍メージを食らった2020年を対比してみよう。

ニラ

【概況】
軟弱野菜は本来、近郊産地に強み
高知や大分が広域一元で成果出す

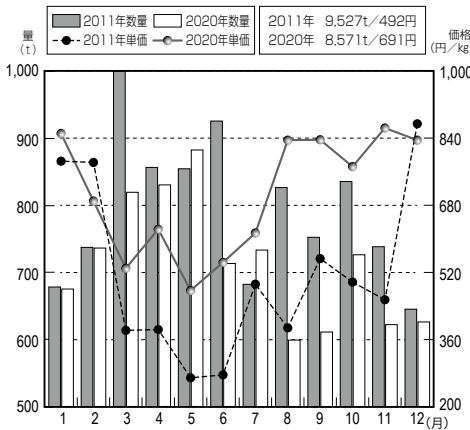
東京市場におけるニラの入荷推移を、東日本大震災の11年と、コロナ禍と夏の天候異変があった20年で比べてみると、入荷数量は90%と1割減っただけだが、単価は40%とかなり高くなった。軟弱野菜であるため、関東近郊6県からの入荷割合は68%とほぼ変化なく高い。このほか夏場を中心に山形などの東北・北海道産もあるが、総合計でも17%程度、20年は13%に落ちた。確かに全体の入荷が減ったが、なぜ4割も高くなったのか。

【背景】

業務用など一定の需要がある品目は入荷の増減に敏感に反応する。そうした傾向は家庭用には通常は見られない。また単価の安い近郊産地のもはや輸入品が減って単価の高い産地のものが相対的に増えた場合にも卸売単価は上がる。現象的に見ると、この9年間で全体が減るなか、ひとり増えたのは代表的な遠隔産地である高知県である。高知産はこの間入荷数量は27%増えながらも単価は25%高くなった。シエアも10%から13%に増高した。

【今後の対応】

東京市場における主産地である栃木産は、20数年前から「首都圏農業」と銘打ち、ニラ、トマト、ナスなどを振興品目としてきた。その成果がニラのトップシェアである。また遠隔産地でありながら軟弱野菜を出荷してくる高知県は、ニラを他の果菜類やつま野菜同様に、周年にわたり県域一元的に集荷・選別・出荷することで、有利販売を実現した。その成果に学んだ大分産ニラは、広域一元集荷するシステムに転換して、西日本の有産地に育った。



シタケ

【概況】
中国産撤退の後から国産は堅実に
秋田がセンター開設でブランド化

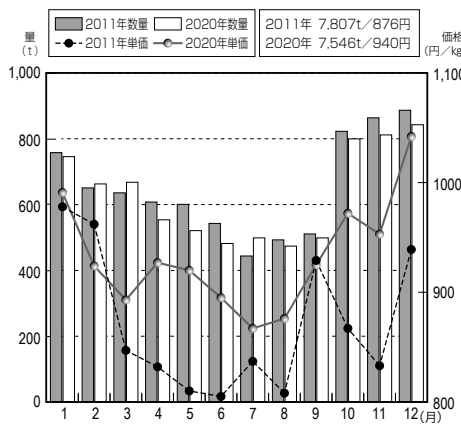
東京市場における生シタケは、20年を11年と比べると数量は97%で、エノキタケの99・6%には負けるが、シメジ70%、エリンギ71%、マイタケ81%には勝っている。急成長したエノキタケ、品種がクリタケになって人気が出たシメジには10年ほど前から後塵を拝しているものの、中国産が退散してからは堅調に推移してきた。とくに20年は家庭での底堅い鍋需要が引っぱり、シメジが3割減のなか、順調な入荷推移だったことも大きい。

【背景】

東京市場のシタケは平成の初めには、入荷量1万2000tのうちほぼ半数、単価が半分の中国産だった。その安さも手伝って原木栽培が急減したが、環境がコントロールできる菌床栽培に転換したことで、生産・流通はかえって安定化することになった。他のキノコ類が工業製的な大型生産であることに對して、シタケは基本的には農家の小規模栽培で、JAに集約してようやく商品になる。典型的な事例が、ハウスリース制・菌床生産に転換した全農福島だ。

【今後の対応】

福島産はこの9年間で50%以上伸びた。一方で、近年目立つのが広域集出荷施設の設置と二元販売である。JA単位で共販してもロットは知れている。東京市場は全国36道府県からの入荷が必要だ。それを県下一元、あるいは複数のJAを力バする一元集荷と共同選果、ブランド統一化が各地で成果を出してきた。秋田は南部にセンターを設置して県内一元化に努めてきたことでシエアは干葉と僅差で2位。秋田産は平均単価より3割近く高い。



今年の市場相場を読む

天候異変は土物にもダメージ及んで 愛媛県の県域一元施設が機能を発揮

サトイモ

【概況】

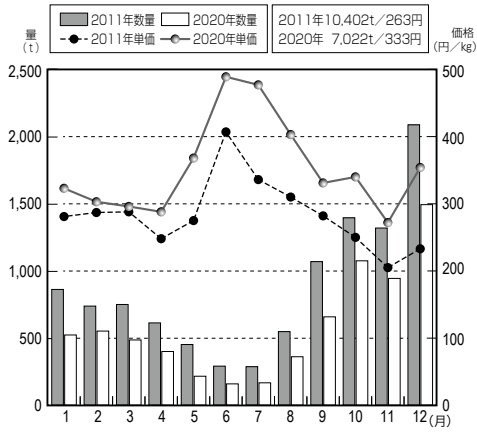
東京市場のサトイモは、11年と20年とでは数量が32%も減っている。20年は春先から九州産地も作柄悪く、夏以降は天候異変の影響で、主産地だった千葉産が6割以上減った。そのため、11月、12月と需要期に大幅に出荷が減り、年間の平均単価が3割近い高値になった要因となっている。ただし、同じ関東でも千葉に次ぐシエアの埼玉が4%減程度にとどまったことで、年末の需要増に対応できたため、中国産が不足分をカバーせずに済んだ。

【背景】

中国産は近年生鮮品目の入荷が減っているが、東京市場では11年で入荷全体の1割、1044tあった。ところが、20年は全体で3割以上減っているにもかかわらず、中国産は348t（全体の5%）しか入荷がなかった。20年の特殊事情で業務用の引きが弱かったこともあつたが、古くから広域一元出荷を実践している埼玉が、底力を発揮した部分も大きい。共販率が低かった干葉が、全く逆の意味で懐が浅かったのだ。さらに、20年のサトイモ入荷には大きな特徴がある。

【今後の対応】

サトイモ産地のなかで、20年に注目されたのが愛媛県である。JA全農は19年にサトイモ用の県域一元集出荷施設を設置した。生産者は、収穫したものを根の始末不要で施設に持ち込むだけ。施設が洗浄から選果、分荷まで引き受ける。数量がまとまるので、先行産地と競合しないよう、関西・中京圏市場をスルーして東京市場に一元出荷した。その結果、愛媛産の東京市場の位置づけは、11年にはシエア3%の296tだったのが、20年には941t、13%まで拡大した。



ミニトマト

入荷量6割増ながら相場も堅調推移 出荷作業が省かれ面積拡大が可能に

【概況】

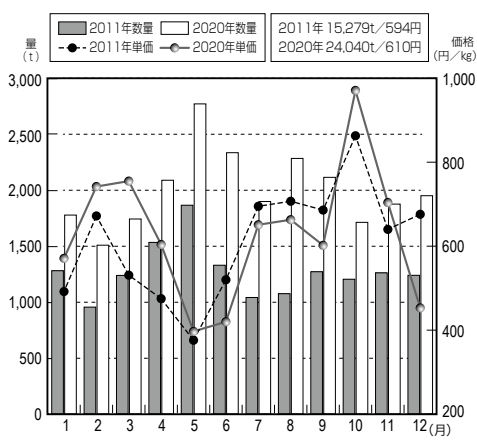
東京市場のミニトマトの11年対20年は、入荷数量が57%も大幅に増えたにもかかわらず、単価は3%ながらも高くなった。その結果、トマト類全体に占めるミニトマトの割合も、15%から24%に拡大した。長らく「ミニトマトはトマト全体の1割」という位置づけだったが、24%という数字はもう「一部」ではない。主産地は冬から春まで出荷してくる熊本県。11年で24%、20年には30%に拡大したのは、出荷量がこの間、2倍に増えたため。

【背景】

ミニトマトは12カ月のすべてで入荷増である。春と秋の愛知、静岡、千葉、茨城、夏秋は青森、北海道のリレー産地がすべて増えているということだ。そんな事象が関係してか、大玉トマトがシェアを下げただけでなく、入荷数量も8%減った。実数にすると6300tの入荷減とは、東京市場に出荷する千葉県と埼玉県のトマト出荷量に匹敵する。利用法が異なるはずの大玉の減とミニの増は、背景に需要構造、役割分担の変化をまず考えるが、20年はコロナ事情がある。

【今後の対応】

20年に関しては、弱くなった業務用需要と増えた家庭需要という特殊事情が無視できない。家庭需要が強くなったことで、スーパーなど小売店がさらに販売に力を入れたという背景がある。実はそんな傾向に産地が対応できたのは、ミニトマトの共販が拡充されて大型ロット流通になってきたからだ。それを可能にしたのは広域一元集出荷施設が各地に整備されてきたことである。生産者は作るだけ、出荷に伴う作業がなくなる、面積が拡大できる、という仕組みだろう。



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。