

コロナ年の異変は 特殊事情か趨勢か

コロナ状態に陥ってから、図らずも2年目に入った。人々の生活は変わり、産業構造の維持も危うい段階まで来てしまっている。人はどこかで毎日必要なカロリーを摂取しなければならぬ。だから食品の生産・流通・販売の業界は停滞せずにたゆみなく、淡々とその仕事に従事することが求められる。ただ

し、食の提供形態は変わらざるを得ず、業態によってはコロナ状態に翻弄され続けているため、流通統計や市場の相場推移などにはかなり特徴的な現象が現れる。とりわけコロナスタート年の2020年の統計は注意深く検証の必要がある。特殊な年だった。...だけで思考停止にはならない。

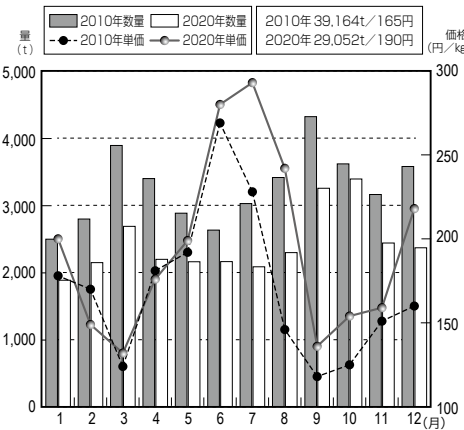
カボチャ

**入荷量10年対比で26%減の背景に
国内産地の大型化や流通構造の変化**

【概況】
東京市場に入荷するカボチャを、2020年のコロナ年とリーマンショックの2年後の2007年に対比すると、入荷量は26%も減っても単価は15%高程度。月単位で見ると、20年は10年のどの月より入荷が減っている。特に減少率が高いのは7月(69%)と8月(67%)。主産地は北海道で20年のシェア37%、10年の33%より高い。面白いことに、輸入品はニュージールランドとメキシコ合計で変わらず42%のシェアをキープしている。

【今後の対応】
カボチャは20年前には輸入が15万t程度あったが、現在では10万tくらいにまで減った。東京市場の入荷量は10数年前には4万tを超えていたが、以降、デコボコあっても現在は3万t程度まで自然に漸減している。加工・業務需要に対応して北海道など機械化が進んだ大型産地が規模拡大し、直販の割合も高くなった。消費者のカボチャ離れはあり得ないが、中食需要などへはカット業者が仲介する割合が高い品目でもある。流通が変わりつつある。

【背景】
カボチャという品目は、国産と輸入品が連携して需要に対応しているが、近年では、全体の入荷の増減はあっても、輸入品の割合は固定してきている。ただし、20年の特徴として外国からの入荷が6カ国でそれまでの半数に減った。通常であれば、15カ国くらいあってもおかしくないが、この異変は加工・業務用からの引きが強くなかったため。7月と8月が特に減ったのは、曇天続きから猛暑による生育不足と出荷が遅れたから。とも20年特有の事情である。

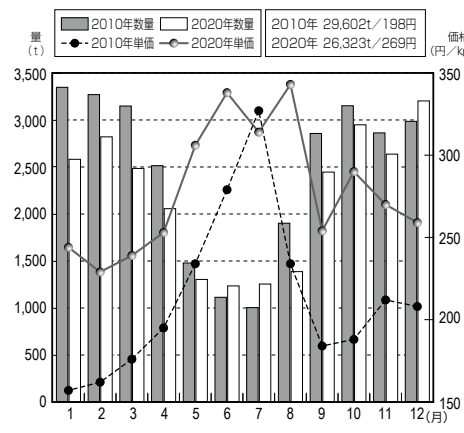


カンショ

**干葉産減っても市場外流通増加の可能性
焼き芋用が伸びて業務用が定着**

【概況】
東京市場のカンショ20年の対10年対比は、数量89%、単価で136%である。主産地は20年では干葉が54%と過半を占め、茨城33%でこれに次ぐ。ただし10年には、干葉が6割近いシェアで茨城が3割弱だった。大勢としては主産地の干葉のシェアがやや下がり、茨城が徐々に存在感を増しているという流れ。その他では、ナシヨナルブランド産地・徳島だが、10年のシェア7%が20年には12%に増高した。実際数量も7%増えている。

【背景】
過去10年に、数量は1割程度減ったが単価は36%も高くなった。特に20年の入荷が減ったのなら、その背景には「コロナ」がらみの事情があるだろうが、カンショの入荷減傾向は17年くらいからみられ、とりわけ干葉産の減りが目立つ。一方で、茨城の減りはごく少なく、逆に増えているのが徳島産。これは、近年における焼き芋ブームと無関係ではなく、専用品種が開発されている茨城の入荷が減らないことと連関する。増えた徳島産の仕向けは業務用だ。



【今後の対応】
市場入荷量が減っているのは、その漸減状態からみると、市場外流通が増えた可能性が高い。量販店を中心に定着した「焼き芋」販売用に、キュアリングなど調整をしながら納入する専門業者もいる。いま、カンショはかつてないほどのブームで、コロナという環境下は焼き芋にとっては追い風だ。一方で、規格性を重視する業務用には、単価に関係なく徳島産が重用されている。焼き芋に向く「ねっとり型」は、「ぼくぼく型」が好適な天ぷらには使わない。

今年の市場相場を読む

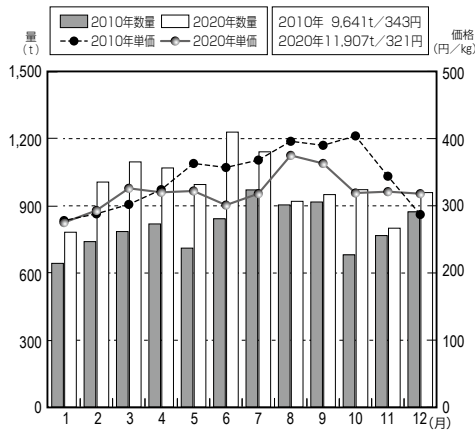
20年は輸出抑制分で出荷増えたが国内・海外の仕向けバランス再考を

【概況】

東京市場におけるナガイモを、10年と20年で対比すると、数量は124%、単価で94%となった。20年の産地構成は、トップの青森が75%、2位の北海道産と合計すると93%になる。10年では2産地合わせて90%だから、20年の入荷増は他産地が増えたのではなく、主産地が増やしてきたのだ。ちなみに20年は前年対比で数量が112%、単価はほぼ変わらない。また20年はどの月も10年の入荷量を超えているが、前年対比でも7、8月以外は同様だ。

【背景】

20年はコロナ騒動によって輸出が制限を受けた。貯蔵性が高いとはいえ、やはり一定量用意された輸出向け分も、秋前にはマーケットに出てくる。その分の入荷増で一番目立ったのが20年6月の46%増であるが、単価は16%安程度でギリギリ、キロ300円を守った。国内市場に出す分を調整しながら、輸出も安定化を図るといって近年のナガイモ事情は、流通業界では思いのほか定着している。入荷の増減で相場はあまり敏感に反応しないことでもそれがわかる。



【今後の対応】

ナガイモについては、コロナ事情に影響されつつも、輸出とのバランスをとりながら、従来の生産・販売体制を維持していくだろう。産地も意気が高く、輸出用に向く品種改良もしている。輸出も20年の秋からは回復基調に向かっている。ナガイモは、代表的な優良輸出品目と評価されているが、足元の国内需要安定化には目が向いていない。単価も下げたメニュー提案するなど、世界に誇るニッポンの食文化を、日本人自身がリードしていくべきだ。

男爵

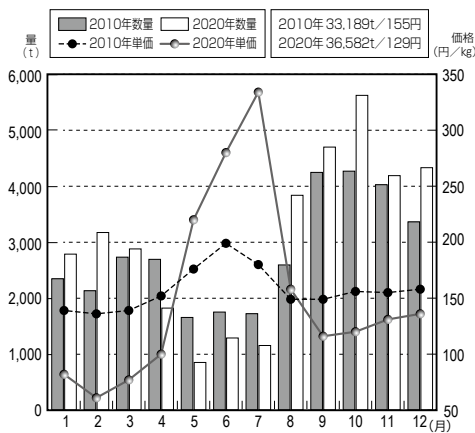
春は過剰入荷で暴落も秋から回復へ不安定化が趨勢になったとの認識を

【概況】

東京市場の男爵の入荷状態を10年間で対比すると、入荷量は110%、単価は83%。20年は年明けから入荷増で推移し、2月には数量149%、単価45%。キロ61円と暴落した。この早出しの後遺症として5月は数量51%、単価123%。7月にはキロ300円を超え、秋以降、数量・単価ともによやく収まった。20年は前年19年と対比すると数量は20%増、単価も2割高。19年は18年の不作から一転して増え平均単価107円だった。

【背景】

20年という年に入荷が増えたということで、コロナとの関係をみてきたが、10年間で対比した、数量1割増の13%安という数字自体は「ブレの範囲内」であり、特別な年ではない。東京市場にとって男爵はもともと基幹的な品種で、業務用にも家庭用にも支持され、需要は動かない。北海道産を中心に8月始まり、年明けはなんと5月までつないで、待ちわびた静岡産の新ジャガにタッチされ、8月の道産にだれ込む。これで周年つなげて回っているのだ。



【今後の対応】

「コロナの影響といえば、業務用の不調を家庭需要がカバーした」という事情はあるが、市場相場がらみでは直接的な影響はない。影響があるとすると、むしろ、近年の異常気象の頻発こそが心配されている。その意味では、入荷の急増、急減といった不安定化は趨勢としてみておかななくてはならない。一方で、東京市場の極端な「男爵志向」は、食文化という範疇を超えて、多品目の排除や異常な固執など危うさを含む。籠を分けておく、といったリスク回避が必要かもしれない。

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。