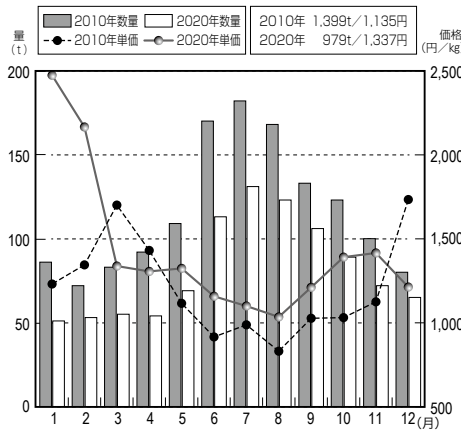


# 本格シーズンに突入 果菜類の動き、この10年

果菜類とは、果物のように実を食べる野菜のこと。葉菜類とも根菜類や土物類とも違う。日照や高温を好むために、果菜類は夏が旬。梅雨が明けると本来のシーズンに突入する。天気が良く降雨も適当であれば、すくすく生長し、マメ類同様に1日2回収穫しないと徒長気味になるのも、夏が好きな野菜の

片鱗だ。今年は、6月の農水省公表では、夏に向けて葉菜類の豊作を予測していたが、果菜類については天候推移のいかんでどのようにも変化するので、予測には慎重だ。東京市場の2010年と20年の入荷状況を対比しつつ、検証ならびに予測をしてみよう。

年間を通じてコンスタントに入荷するのが高知産だとすると、千葉産は周年で入荷があるものの、夏場の旬にはとくに多い。また数字的に見ると、千葉産が漸減傾向を誘導しているようにも見える。これは遠隔地ゆえに計画生産する高知県に対して、千葉は近郊産地ゆえに東京市場の動向に敏感に対応を変えているからだ。ピーマンと同じ産地でも生産されているかと思うが、シントウに関してはこの2県に任せる、というのがピーマン産地のスタンスのようだ。



東京市場に入荷するシントウは、5月から増え始めて7月にピーク、10月くらいまで多い。10年と20年を対比してみると、年間入荷量は3割減ながら、単価は18%程度高値になった。業務用が中心のため、夏前に入荷が少ないと高騰する傾向にある。主産地は高知で10年が49%、20年には55%にシェアを高めたが、2位の千葉は40%から36%に減らした。この2県で全体の9割以上を占める。輸入品は国内が旬の時期には入荷しない。

シントウはもともと業務用のつま物的な野菜で、天ぷらや煮物に「青み」を添える。一般野菜として普及を試みた時期もあったが、家庭用では定着していない。昨年から今年にかけての業務需要低下と果ごもり需要とが相まって、小売店頭では大きめのパックにして手ごろな価格で陳列され、値段ゆえに売れる場面もある。今年6月中旬時点では、千葉産が旬に向かう時期だが、高知産の切り上がり早く入荷減の単価高になっている。梅雨が明ければ潤沢に出てくる年だ。

## シントウ

**業務用が中心需要の壁は破れないままだが  
昨年从小売店頭で値ごろで販売**

### 【今後の対応】

## オクラ

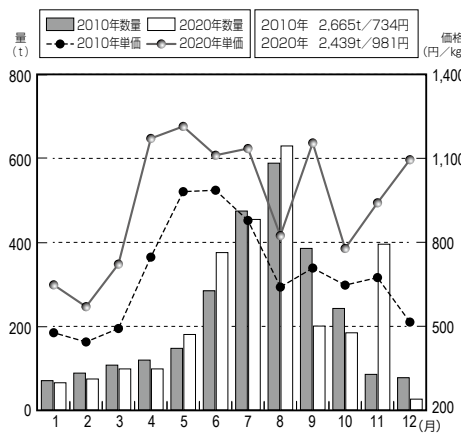
**高知産が63%増えてシェアも23%に  
夏の季節野菜から国産通年供給も可能な情勢**

### 【今後の対応】

東京市場のオクラは、10年と20年の対比では数量が8%程度の減ながら単価は34%も高くなった。6月ごろから増え始めて8月が入荷ピークとなるパターン。20年の場合は、年明けから品薄高推移、3~4月には単価は5割も高騰した。5月から夏場にかけて数量は前年を上回ったが、価格は3割前後高く推移した。10年当時の主産地は、鹿児島28%、沖縄21%、高知13%。29県から入荷、群馬県が北限だった。輸入は8カ国から(シェア20%)。

入荷パターンからすると、周年供給されてはいてもオクラは夏場の季節野菜。夏以外は主にフィリピンなど輸入品が担い、シェア2割を超える。無視できない現実だ。主産地と輸入品で85%。あと15%が全国の20数県。関東ではどこでも生産されており、東北・北海道からも入荷がある。つま物出身だが、いまは一般に普及、市場ではキロ800~900円と高値が付き、輸入品の代替もできる。今年6月現在、国産は品薄状態で輸入が必死に補充。梅雨が明ければ作柄は回復へ。

これが20年に至ると、産地地図が変わってくる。鹿児島、沖縄が数量も減少して、シェアも27%、18%。輸入はフィリピン、タイの2カ国で17%。これに対して高知県は入荷数量が63%も増えてシェアも23%まで拡大している。オクラは基本的には年間を通じて入荷するが、旬である夏場には真冬の8~10倍もの山を作る。国内のほぼ総ての産地が夏に出荷ピークを作る。他のシーズンは鹿児島、沖縄、高知が主体となる。とくに12~3月はフィリピン産が中核だ。



# 今年の市場相場を読む

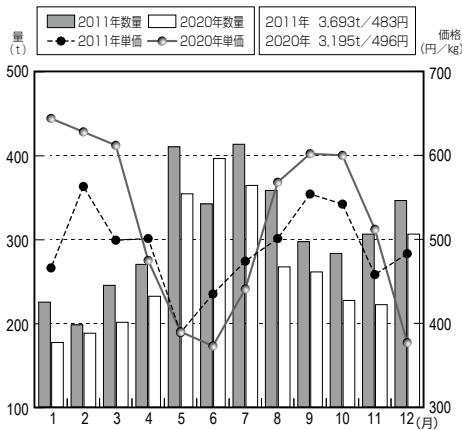
## 輸入品割合7割以上で供給は安定 スマート農業活用で国産率向上もできる

【概況】

東京市場での初統計は2011年。11年と20年の数字を対比すると、数量で13%程度の減だが単価2%高。数量も単価もあまり有意の推移ではなく、年ごとのブレの範囲内である。それだけ安定しているのは、輸入品の割合が11年で88%、20年でも75%あり、ほぼ受注納入的な商品だからだ。年間を通じてかなりコンスタントに入荷しているが、やはり果菜類が増える6月くらいから夏場にかけての入荷が比較的多い。

【背景】

パプリカは、輸入品がマーケットを徐々に作り出した新しい品目。アスパラやブロッコリーなどの例に倣って、国内産地がチャレンジを始め、そのため入荷量が増えて統計が独立した。それから10年たっても輸入品の割合は、まだ75%もある。多くはピーマン産地が新規導入する程度の規模で、様子見しながら生産していただけだ。そこに登場したのが宮城県で、商社系の大規模施設が稼働して、10年間で2.5倍に増え（実数で182t）シェアも6%まで拡大した。



【今後の対応】

20年については、宮城に加え高知県が3.5%、宮崎県で3%とピーマン産地が参戦してきた。今年6月中旬現在、全体では前年より入荷量が2割ほど少なく、1割高い。75%が韓国産で断然トップだが、国産では宮城、高知が若干遅れている一方で、宮崎が昨年同期より33%増えているほか、熊本も36%増えた。東京市場の高値に即応できるのは、大型施設が増えているためだろう。需要があるのだから、国の「スマート農業」振興事業をうまく活用したい。

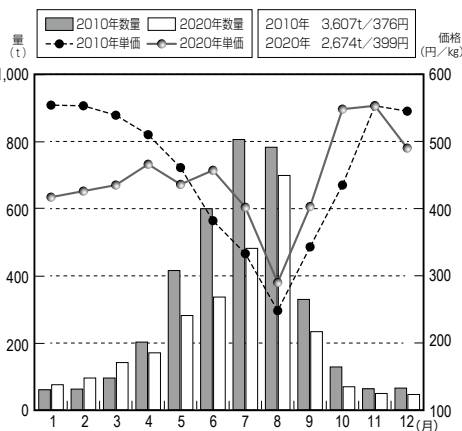
## レイシ

【概況】

10年と20年を対比すると、数量26%減、単価6%高。レイシの旬は夏のイメージがあるのは、産地・沖縄の夏野菜「ゴーヤー」であることを消費者も知っているからだ。実際に、10年7月の入荷量は最も少ない1月の13倍、20年の8月は1月の9倍入荷している。典型的な季節野菜だが、いまや業務用を中心に周年需要がある。20年で沖縄34%、茨城19%、群馬17%、宮崎12%、次ぐ鹿児島、長崎、栃木合わせて11%と、産地が分散している。

【背景】

20年に入荷が減った要因のひとつは、7月の日照不足と8月の猛暑の影響が大きく、8月にピークが低くなったこと。数量が少なく単価も高く、季節野菜として痛かった。レイシは新野菜、地域野菜としては珍しく、10数年という短期間で完全に全国区で定着した。普及の背景には沖縄の県民食、ゴーヤー・チャンプルの材料「ソウル野菜」という、物語性が有効だったからだ。ただし早急な普及を狙うあまり、「ゴーヤーの日」を「5月8日」に定めたことに無理がある。



【今後の対応】

例年なら4割以上のシェアを持つ沖縄が、6月中旬現在、前年同期比で56%。関東産地は例年通りの出荷状態だが、いかにせん数量が少ない。原因のひとつが沖縄の梅雨明け遅れだ。生産・出荷体制が間に合っていない。夏は始まったばかりなのに、夏後半を担ってほしい関東産地が早めに切り上げることになれば、今年のレイシ商戦は、あまり期待できない。早めに出して単価を取ろうとするなら、本来の産地レイシになってこない。秋に向けての後半の産地や作型がほしい。

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、オビニオン情報紙「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。