

## ダイコン

**夏場にやや減も秋冬には家庭の鍋ブームが受け皿に**

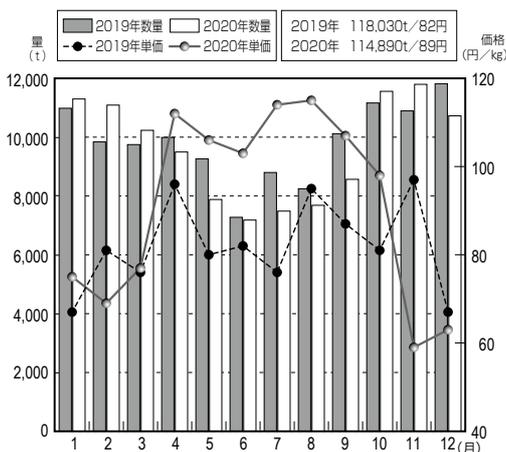
【概況】東京市場に20年に入荷したダイコンは11万4000t。19年が11万8000tだから3%減った計算だが、前年並みの範囲内だ。6～9月の夏場に最大

15%程度減っているが、需要期である秋～冬はむしろ増えている。7月には単価が前年の1.5倍(114円/kg)となったものの、年間平均すると1割弱程度高いただけだ。その要因は、関東産に続く夏場の主産地である青森、北海道などの天候異変がそれほど深刻ではなかったこと。

【背景】コロナ禍は、とうとう2年目に持ち越されて21年に入った。1～3月には20年より入荷減であったが、実際は数量も単価も平年並みだ。以降7月までは入荷は漸減ぎみで、単価はやや強含み。つまりコロナ禍や家庭需要・業務需要との相関性はみられず、夏場についてもこれまでの天候推移を見る限りでは、昨年よりは出荷多く安値推移となるだろう。また昨年夏場の単価高を受けて、今年夏秋産地のダイコン生産が増強されていることもその背景にはある。

【今後の対応】ダイコンが、コロナ禍による需要構造変化にあまり振り回されないのは、増えている家庭需要が冬場を中心としたダイコンの旬に強い反面、夏にはダイコンおろし需要程度で暴騰要因がないからだ。家庭需要は、

高かったら買わないし、安ければ多少売れる。しかし、20年の夏は天候異変による入荷減に、相場が過敏に反応した。これが業務用需要が中心の時期、品目の大きな特徴なのだが、20年は家庭での鍋物ブームが、特需になり受け皿になった。



## カブ

**コロナ年でも前年並み、簡単な料理提案が家庭でも定番化**

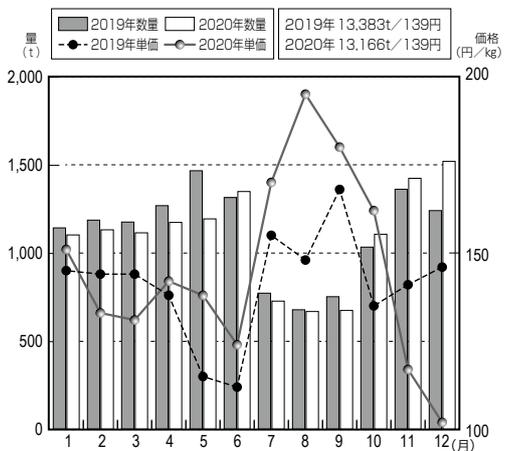
【概況】東京市場のカブを19年と20年で対比すると、数量も単価もほぼ変化ない。産地構成は千葉75%と埼玉10%で全体の85%前後を周年供給。季節産地の青森産が10%。ただし夏には最大50%を担う場面もあるほどの主力産地だ。

カブの場合、コロナ年でも前年と変わらなかったことが不思議だが、関東産にいちばん被害があった夏場でも、圧倒的主産地である千葉産のシェアは変わらない。老舗産地ともいえる技術力だ。

【背景】カブは、主産地の千葉が周年出荷しているものの、生産が落ちる夏場には青森が補完する。ほぼコンスタントに周年入荷するのは、業務用需要が必要としているから。一方、東日本では一般家庭でも、生育が進み柔らかい春カブ、寒くなりだしてから身が締まる秋カブの時期は、千葉産が旬であることを知っており、高齢層からは絶対の信頼がある。かつて家庭では糠漬け定番野菜であったが、いまや周年流通しているのだから、もっと家庭で使ってほしい。

【今後の対応】カブは安ければ売れるという品目ではない。日本人なら糠漬

けは好きだろうが、「糠床」の管理は難しく、野菜の漬物類は加工食品が手軽に手に入る。コロナ年には、自宅勤務が多くなって、こだわり料理を手作りするなどの趣味が広がったとはいえ、カブはハードルが高そう。しかし実際には、カブは柔らかく火が通りやすいため、手軽に野菜たっぷりみそ汁、もできるし、塩昆布を使ったり軽く塩を振るだけで、「カブの浅漬け」ができる。



# コロナ禍でも揺るがなかった根菜類

コロナ禍で野菜の消費構造が変わった。20年は業務需要が低迷した分、小売店需要が高まり、家庭での調理が増えたことも相まって、輸入野菜が減り国内産の流通量が増えた。一方で気象現象にも異変

が発生。果菜類中心に夏秋野菜が大きくダメージを受け価格は高騰したなかで、コロナ前19年と比べてあまり変化がなかったのが、ニンジン以外の根菜類である。21年の動きにも触れながら検証した。

# 今年の市場相場を読む

流通  
ジャーナリスト

小林 彰一

青果物など農産物流通が専門。(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。

## ゴボウ

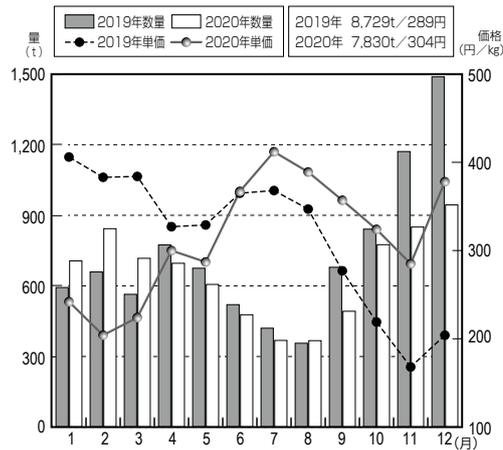
### 全国揃って10%減の不思議

【概況】20年の東京市場におけるゴボウは、対19年比で入荷量約10%減、単価は5%高くなった。主産地は青森県でシェア60%、群馬、茨城、埼玉の関東産地合計で20%、熊本、鹿児島、宮崎の九州産地合計で18%。このバランスは、ほぼ変わらない。不思議なことに、すべての産地が一律に10%減っている。年間を通じると、1〜3月は増えたが、5月から年末まで前年同月を割っており、とりわけ9月以降は減り方が大きい。

### 出荷調整と輸入が同時進行

【今後の対応】21年については、20年の凶作の影響がストリートに出た。1月から7月中旬まで、19年、20年に比べても入荷は大きく減っており、4月には単価が前年の2倍600円に高騰した。20年は4万tを超えるゴボウが輸入されたが、21年は5万tを超えるだろう。ゴボウは生鮮品扱いだが、貯蔵性があるため、潜在的に投機的売買もある。また、輸入ゴボウはほとんど業務加工仕向けであり、産地表示もされないケースがほとんど。国産は大規模化と省力生産が必要だ。

【背景】20年の特徴は、19年の9月からの入荷増に連動して、年明けから「放出」が続いたこと。4月以降に入荷が減ったのは、コロナの緊急事態宣言が出て業務用需要減が見込まれたうえに、7月の日照不足と8月の猛暑の影響から、9月以降の生産量が出荷量が減ったからでもある。こうした経緯を考えると、各産地とも同様の条件だったことから、偶然出荷傾向が合致したようにも見えるが、どうやら各産地とも情報を共有して足並みを揃えたようでもある。



## レンコン

### 21年明けから各産地の出荷攻勢激化

【概況】東京市場のレンコン20年の対19年比は、年間で数量99%、単価97%とほぼ変わらない。ただし20年は1月から9月まで19年実績を割ったが、10月以降は前年比26%増など新物の出回りがかなり多くなった。一方で長期間入荷減だったことで高値が続き、年間で均してみると19年とほぼ変わらない結果になった。絶対の主産地は茨城で、19年92%、20年94%の圧倒的シェアがある。続くのは千葉と、タマネギから転換した佐賀だ。

### 【今後の対応】佐賀という遠隔産地からの出荷は、安値による消費促進効果がある一方で、長期間の価格低迷には辛いものがある。21年は年明けから4割前後の出荷増で単価安が続いたために、出荷先を切り替えたようだ。この状況を好機とみたら、これまでそれほど入荷実績がなかった伝統産地のひとつ石川産が増やしてきた。20年の不要期前の6月に1472円、7月が1018円と高騰したために、また同じことを期待した「二匹目のドジョウ」狙いの出荷攻勢である。

【背景】21年に入ると、20年産の豊作を受けて19年、20年以上の入荷増が続き、前年より1月38%、2月35%、3月60%、4月79%、5月は2.2倍、7月も2倍近い。このような一本調子の増え方は成り行きではなく、産地側の意図がみえる。主産地の茨城は、20年前半に高値が続く一時1500円/kgと高騰したこともあってか、掘り取り意欲も高まったようだ。ただし、19年には茨城に次いでいた新興産地の佐賀は21年入荷減。石川の出荷意欲が目立つ。

