

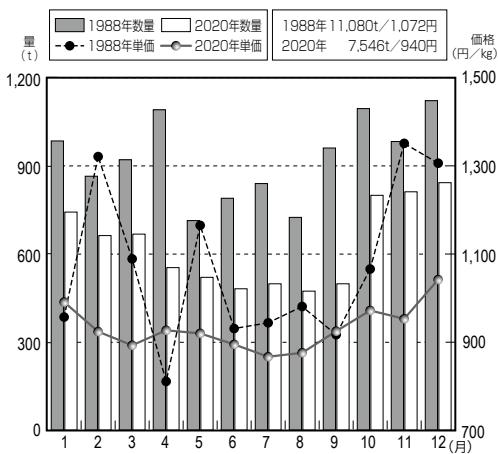
生シイタケ

バブル期から33年経て32%減ったが生産振興の余地が

【概況】東京市場の生シイタケの入荷量は、昭和の最後（1988年）に国産のピークを迎えた後は、バブル崩壊と軌を一にするかのようになり、単価の安い中国産が増え始め、2000年ごろには一時シエアが50%を超えた。これが08年ごろに至ると、中国産食品に対する消費者からの敬遠気運の高まりとともに輸入は急減。ところが国産が伸び悩み、88年から20年までの33年間に、中国産の短期間の下剋上を経て、入荷は32%減少した。

【今後の対応】非農業系の工場生産もが中心のシメジ、マイタケ、エリンギが確実に伸びているのは、マーチャンダイジングがしっかりとっているからである。シイタケも遅ればせながら、JA系統が県域を含む広域集荷して一元販売体制を強化したり、菌床栽培用のハウスをリースするなどの生産振興、販売力向上の途上だ。規模拡大と効率生産で単価を下げられれば、必ず消費がついてくる品目である。卸売市場でさえシイタケの生産に参入してくる時代である。

【背景】実数でいうと1万1000tを超えていたシイタケの入荷は、7500tまで減り、33%でトップシエアだったが、いまやエノキダケ、シメジに抜かれて20%に。ただし、単価はこの間12%程度安くなったものの、キロ940円はキノコ類のなかでは断然トップだ。88年には「その他キノコ」（410t）だったマイタケ、エリンギが共に2000tを超えてきた。シイタケの努力不足、だけではない。シイタケはほぼJA系統から出荷されている状況をじっくり見るか。

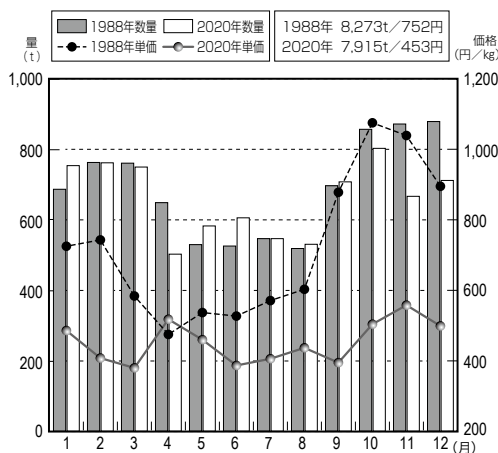


シメジ

入荷数量は変わらないが品種開発や量産体制で価格下げる

【概況】東京市場におけるシメジ20年の入荷は、88年に比べ4%減程度で、横ばい状態、といつて差し支えない。ただし、単価は4割も下がっているから、この間に大きな変革があったはずだ。入荷の特徴だけをみても、この33年間で、春〜夏の出荷が増えた。寒い時期の鍋用食材に特化したかのような流通をしていたが、近年では年間を通じて販売されている。やはり鍋シーズンには生産・出荷量が多いものの、出荷が標準化する傾向にある。

【背景】シメジが変わっていく様は、かなりドラステックだった。昭和期を謳歌したシメジは「ヒラタケシメジ」であったが、平成に入ると、ホクトが「ブナシメジ」を開発、「ホンシメジ」の名称で量産を開始した。鍋用に特化したかのようなヒラタケは、加熱すると小さく軟化してしまい、あまり存在感がなかったが、煮ても炒めても歯ごたえよく和洋中なんでも使えるブナシメジに替わったことで「シメジ」としての生産・出荷は10年で4倍に拡大したのだ。



【今後の対応】拡大のもうひとつの要因は、大量生産によってコストが下がり、戦略的に値ごろ価格で売ったことだ。依然として単価の高いヒラタケシメジは、みるみるうちに3分の1にまで減った。ホンシメジは優良誤認の疑いがあると行政指導されてブナシメジに呼称が変わったが、量産に加え「ブナピー」などシメジアイテムを増やしたホクトの尽力は大きい。なお、株から外れた茎を中心に、規格外をバラで一袋にした「外し」品の商品化は評価できる。

生産も消費も伸びたキノコ類この30年

菌床栽培の飛躍的な技術革新によってキノコ類は計画的、安定的に入荷、小売店には年間を通して指定席がある。極端な高騰も暴落もない。キノコは健康食品という認識も浸透して、家庭では常備野菜化している。

バブル崩壊以降、野菜類は減少の一途だったが、キノコ類だけは13%増加した。この推移の背景に何があったのか。東京市場1988年と2020年の入荷データをもとづき、キノコ流通33年間を検証する。

今年の市場相場を読む

流通
ジャーナリスト

小林 彰一

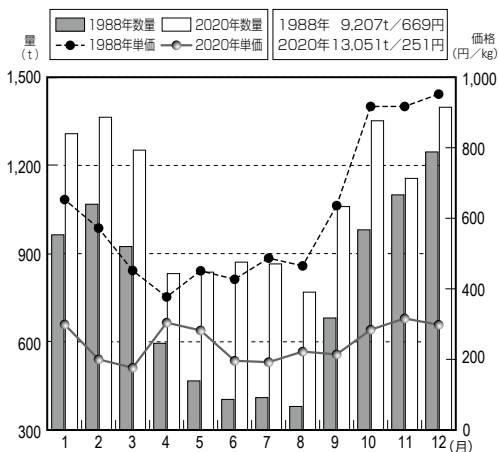
青果物など農産物流通が専門。(株)農経企画情報センター代表取締役。「農経マーケティング・システムズ」を主宰、オビニオン情報紙「新感性」、月刊「農林リサーチ」を発行。著書に「日本を襲う外国青果物」「レポート青果物の市場外流通」「野菜のおいしさランキング」などがあるほか、生産、流通関係紙誌での執筆多数。

エノキダケ

系統販売が飛躍的な成長を促してキノコの王座に

【概況】東京市場におけるエノキダケは、この33年間に42%もの入荷増をみた。いまや、かつてのシイタケの地位を上回る。キノコ類のうち入荷量は1位でシェア34%、単価はかつての3分の1近く、キロ250円は最安値である。月ごとで見ると、かつての需要期の冬場を中心とした鍋シーズンもかなり増えているが、春から夏場にかけても2倍前後の入荷をみている。主産地は長野で58%、次いで新潟が33%。JA經由の割合が高い農業系生産である。

【背景】88年当時はキロ669円もした。現在は1株物が中心だが、かつては半株を脱気包装してあった。高いキノコだが鍋で煮てしまうと他の材料に紛れてしまったため、シイタケの存在感には負けていた。しかし、長野県では農協、経済連主導でポット栽培の技術革新と大型施設化を進めることで、コストを下げることも販売単位も大型化して消費を喚起した。また、用途に際しても煮るだけでなく、炒めてもいいし麺と絡めるような料理にも合う。食感、歯ごたえも好まれる。



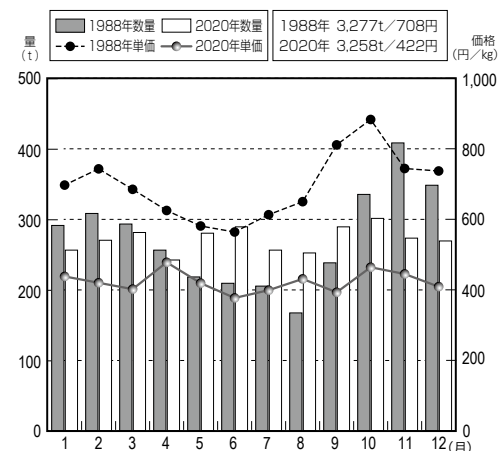
【今後の対応】これだけ商品として成長し定着した背景には、販売方法が大きく関係している。主産地長野では、全農長野がほとんどの量販店と直接商談しており、実際の商流は市場の予約相対を使うなど、代表的な「直販」品目になっている。いまやエノキダケは、全国各地で生産しており、近郊生産に近い存在だ。ホクトもこれと同等の供給体制を持っているが、各地に支店、生産工場を配置して対応している。キノコのポット栽培方式は、エノキが発祥である。

ナメコ

長期間にわたり変わらない堅い需要に、生鮮感、付加を

【概況】東京市場のナメコは、入荷量はほぼ変わらず、単価は4割下がった。主産地は山形30%、長野25%で、以下10%前後の産地が福島、群馬、新潟などである。入荷数量は変わらなくても、内容的には頭だけの袋入りの伝統的な商品に、近年ではポット栽培のまるごと1株入りの商品が加わっている。用途は味噌汁や大根おろしとともに食べるなど、あまり広がりを見せていない。独特のねばねば食感ほ他に類似品がないことから需要は安定している。

【背景】88年の東京市場の統計には今回取り上げた4品目しかなく、いまや2000tを超え2500tに迫る勢いのマイタケ、エリンギは当時「その他キノコ」に分類され、190tしかなかった。それでもナメコ需要は底堅く、現在も3200tレベルで推移している。そういう意味からは、シイタケ、エノキ、エリンギそしてシメジは、鉄板品目ともいえるべき存在だ。対してナメコは、同じキノコ類といっても鍋用の食材ではなく、秋のキノコ商材と一口にいっても買える一般食品だ。



【今後の対応】ナメコが伸びる余地があるとすれば、袋入りの加工品が多いではなく、生鮮品扱われるような商品形態のものを増やす必要がある。加工品ではなく生鮮品という意識が、早め早めに消費する習慣を生み、購買機会を増やす。また袋入りは、冷蔵ショーケースで他のキノコとは別列だが、株取りナメコなら、シメジや株取り型マイタケ、エリンギとの陳列併売を可能にする。そこで必要なのは、外食メニューの開発・売込みや店頭での積極的なメニュー提案である。