

野菜生産者のための相場研究

今年の市場相場を読む 秋冬野菜

今年の秋冬野菜の作付計画を考える時期である。今年は、どんな品目をどれだけの面積、作付けようかと迷う声も聞かれる。何しろ、平成四年は年間を通じて野菜類は大低迷した。昨年夏秋期から野菜は軒並み高くなった。今年の作付の目安になる、昨年の市場相場の推移を、どう「読んだらいいの」か。そんな農業経営者の参考に供するために、「市場相場を読む」をお届けする。なお、以下は東京市場において、特徴的な相場推移を見せた品目について解説したものである。

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。青果物流通情報データベース「チェルシーネット」、青果物流通を軸とする「農経マーケティング・システムズ」を主宰。著書に『ドキュメント青果物市場』『日本を襲う外国青果物』『リポート青果物の市場外流通』などのほか、生産、流通関係誌紙での執筆多数。

アスパラガス

注意したい輸入物の動向
クリスマス需要では品薄

【概況】

年間を通じて五月にやや少なかつたものの、入荷量は例年より一〜二割は多いという推移をたどった。そのため単価についても年間を通じて例年より安く、他の野菜類が暴騰した七月、八月にも高騰せずに、むしろ例年並みの相場推移を見せた。秋以降は前年並みからやや少なめの入荷であったが、その割には価格的には安定した推移だったといえる。

【背景】

アスパラガスは年明けから国産の最盛期である五月にかけ入荷が増えて単価が下がりが、夏場には少なくなって単価を上げるといふパターンが定着した。秋冬期には絶対数量は減ってくるが、オセアニア産のアスパラが開拓した一般需要があり、そこにタイ、フィリピン産が過不足なく供給されるため、価格は安定している。ただし、一二月のクリスマス需要に対応した国産物が、まだ不足しているという感はある。

全体として注意しなくてはならないことは、現在、輸入アスパラの五割弱が周年出荷対応が可能なフィリピン産となっており、国内小売店渡し価格で一〇〇g一〇〇円をペイするという価格訴求品である。国

レタス

予約生産できれば堅調か
量販店筋に食い込む必要

【概況】

平成五年は、年明けから三月までは入荷数量が少なく、四月に増加するものの、以降九月までは、入荷減の単価高の状態が続いた。二月、三月がかなり高い推移をしたことから反発も予想されたが、四月には季節としては入荷が多かつたものの、本格的な需要期を迎えて末端が動き始めたために、相場は強めの推移。

【背景】

六月には長雨などの消費環境が良くなかつたことといったんは価格は下がりが、最需期の夏場に数量が足りなかつたために、急騰した。秋冬作からの増大と反発もあり、一〇月、十一月と暴落商状を呈するが、極端な出荷の絞り込みと一二月の年末需要もあつて、二月は例年になく高騰した。

【背景】

レタスは数量の微増、微減であっても相場は敏感に反応する品目である。それは、底堅い業務用需要があるためで、そのうえに一般需要が乗っている形になっているからだ。夏から秋にかけては需要期であり、一〇月、十一月と寒くなるに従って需要が落ちて入荷が減り、相場としては高値安定といったパターンが通常であるが、平成五

ナス

変化する漬物用・業務用
箱物と袋物の調整柔軟に

【概況】

昨年は春までは過剩傾向を示すような推移だったが、六月以降の日照不足の影響をモロに受けて、本来最需期であるはずの七〜九月期に極端な入荷減となった。そのため、価格は真冬並みの高値推移をたどり、それが入荷減となる秋冬期にも引き継がれて、高値にはいついたまま平成六年に入っていくのである。ちなみに平成六年も春まで相場的に下がりぎらずに推移した。

【背景】

夏秋ナスは一般需要がおう盛な商品だが、昨年は夏場に極端に少なかつたために冬場並みの高い単価となった。逆に、秋冬ナスは、業務用への対応が主となる商品で高値推移は業務用の堅調が支えた。一〇月を境にして、相場推移としては変わらず高値だったとしても、需要の自身が違うのである。また、年明けから三月までは業務用、以降は一般消費が加わってくるという推移に、生産体制や作型を合わせているものだが、今年には高知産に灰色カビ病などが発生して、袋物の価格が四月までは高かつた。

【今年の対応】

ナスの需要構造は、約六割が漬物などの

ハクサイ

和食系外食にすぎ間需要
コメ消費との関連重視を

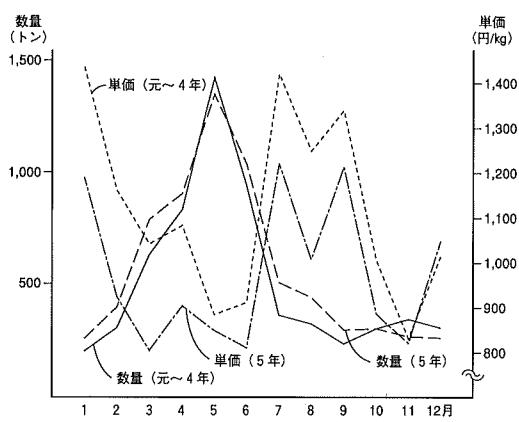
【概況】

年明けから三月までは少なく、四月から九月までは例年より入荷増であった。そのため、四月ごろまでは単価も高かつたが、五月にはさすがに量の多さから暴落ぎみになる。しかし、以降、九月までは入荷が多かつたにもかかわらず高値推移となるのだが、一〇月以降になると、例年より入荷は減少するものの単価は例年を下回る。

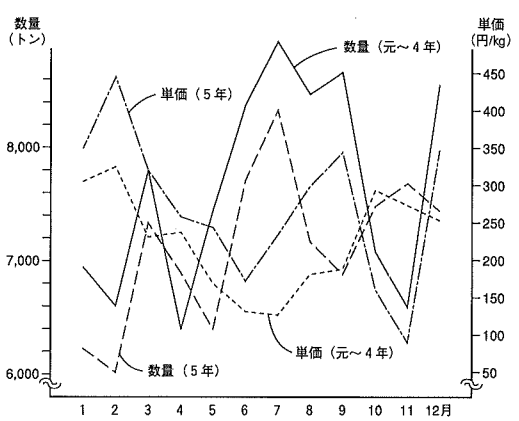
【背景】

需要期である冬場から入荷減の影響で高値が続き、春になつても入荷減が続いて拍車がかかつた。一般の不要期は加工、業務用が支える需要であり、それが五月まではセオリー通りであったが、六月以降に異変が起こる。天候不順の影響で軒並み野菜類が高騰する中で、ひとり入荷増だったハクサイに代替需要が集中した形となった。しかし、その騒動が一段落した秋冬期には景気低迷の影響もあつて、業務用需要が例年より弱かつたことから、入荷減でも相場の買い支え機能が働かなかつた。今年も、年明けから三月まで体感温度の低い日が多く、例年になく堅調だったが、一方で、ナスなどと同様に、代表的な漬物用野菜であ

「今年への対応」
 アスパラガスは、単価の推移が比較的安定し、供給面でも安定感があることから、量販店の基幹品目としての地位を確保している。年明けから春先までは北米産、五月七月が国産で、秋以降はオセアニア産という年間のローテーションのうえに、タイ産、フィリピン産といった周年供給産地の存在がある。従来、春だけであった消費者の旬意識も薄れ、周年で購入することに抵抗がなくなっているため、単価が高い夏場は、まだ需要が見込める。鮮度保持上での課題が克服できれば、夏場の生産増は受け入れられやすい。秋冬期については、春から夏にかけて消費者はアスパラを十分に堪能しており、消費にもダレがくる時期となる。そのために、旬感覚の量的消費は望めないものの、基幹的な食材として安定した購入行動となる。したがって、秋冬期のアスパラガス生産は、周年産地の作型の中に活路があるか、それとも地場消費対応といった、地道なものとして考えたい。

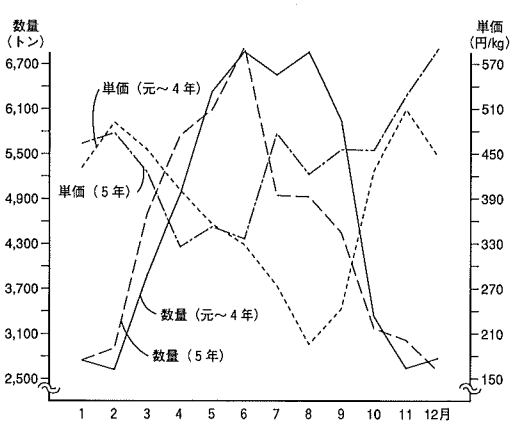


「今年への対応」
 今年は事情が異なった。夏場に数量減の単価高の推移となったために、作付けた産地もあつたことから一〇月、十一月とかえって入荷は増え、一月にはキロ一〇〇円を割り込むという事態を招いた。それが、需要が増える一二月に入荷減を誘ったために高騰するという、非常に不安定な推移となった。

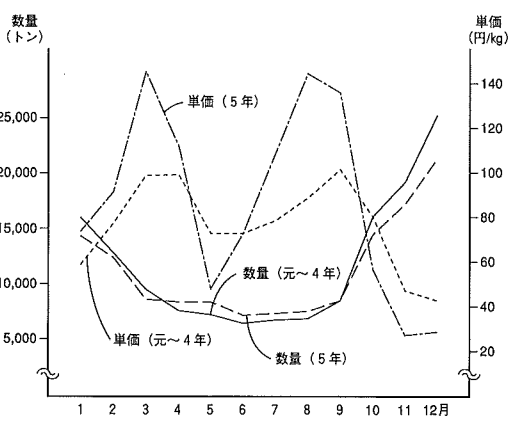


「今年への対応」
 今年は、年の前半までは季節の推移という意味では順調にきており、後半も異常気象にはならないのではないか、と推測される。七月九月の夏秋レタスは需要期に対応して多く、一二月にピークを持つてくる冬作との端境期を一〇〜十一月に作るという従来の方法で推移させるべき年であろう。ただし注意しなくてはならないのは冬作で、今年は一月から三月ごろの冬場に輸入レタスを手当てする動きが、一部の量販店で確実に起こる。また、カット業者などの業務仕向けに関しても、冬場は輸入物に切り換えていきたいという意向も強い。今年には冬作については、生産の増減より、いかに特定の需要者を確保しているかが勝負の分かれ目になりそうだ。JAや市場業者を通じて、予約生産的な体制を考えておくべき。

加工業者仕向け、四割が業務用と一般需要という内容になっていくといわれる。ところが昨年後半から今年にかけて、漬物需要が落ち込みを見せており、業務用需要も元気がない。漬物需要が落ちているのは、一連のコメ不足騒動で、一般家庭の米消費が落ちて、朝食をパン食に替える家庭が増えてきたことと関係がある。パン食が増えていることは、スーパーなどでのヨーグルト販売が絶好調といった現象を生んでいるが、反対に「朝ごはん」が減ると、ナスの漬物需要がガタッと落ちる。これは、ハクサイやキュウリにも言える。一方、業務用需要に元気がないと、A品の箱物が買支えられず高値が出ていく状況となる。今年に入つて、むしろB品の袋物がA品より単価が高いという現象さえ見える。これは袋物を求める一般需要が強いというより、業務用が弱いと見るべきだ。産地によってA品とB品の価格推移や動きを見ながら、A品でも袋入りの形状で出荷するなどの柔軟な対応をしているが、今年の場合は、仕向け先別の動きに注意しながら、キメ細かな商品づくりの心がけるべき年である。とくに、加工用、業務用の動向から目を離せない。



「今年への対応」
 重量野菜のハクサイは、数年前までは生産衰退品目か、という観測もあつたが、単価の高い夏秋ハクサイを中心に、長野県や北海道での生産意欲が高く、また、茨城県など秋冬から冬期の東京近郊産地にも、根強い生産意欲が残っている。年間の需要曲線はグラフを見れば一目瞭然で、このパターンに今後とも変化はない。



「今年への対応」
 そのため、すぎ間需要や入荷の谷間を狙ったような新規参入は原則的には難しいといえるが、需要分野としては大型の業務用需要に、まだすぎ間がある。和食系の外食チェーンなどがそれに該当するが、彼らは年間の仕入れ対象産地の固定化を希望している。そのため売り込みは単独産地のみでは難しいが、他県産地と共同したり出荷方式が提案できれば、歓迎される。もちろん、その前提には中間業者である仲卸や下請け加工業者などとの提携が必要。できれば独立系の業者より、市場系の業者がよい。数量調整や代金清算、物流面などでメリットがあるからである。