第170回

業務用需要を占う野菜類

日本経済は一昨年のリーマンショック以降、とりわけ景気が沈滞した。バブル経済崩壊以来、長きにわたって経済の浮上が試みられ、ようやく景気回復の兆しが現れてきた時期にリーマンショックだ。病後の回復期に強烈なアッパーカットをもらったようなもので、いったんは瀕死状態に陥った。

そんな経済状況と密接な相関関係を持つのが野菜の業務用需要であり、昨今の景気動向とそのまま連動している。ここにきて、ようやく経済も一部に回復基調が見え始めたといわれるが、その影響は業務用野菜類の流通動向にどう現れているのだろうか。今回は光明の見えそうな品目に注目してみよう。

サラダナ

09年まで減少の一途。今年に入り3割以上の単価高推移

【概況】

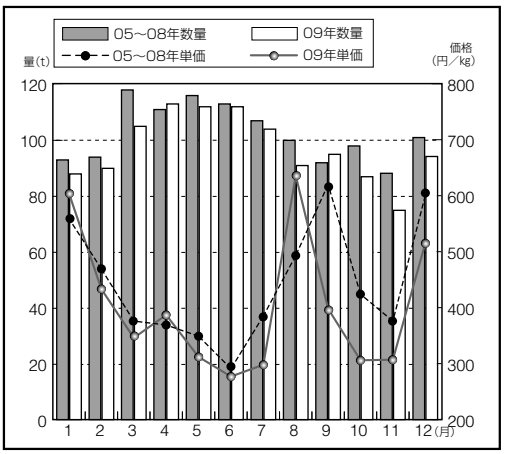
東京市場のサラダナは、92年までのバブル期に比べて、現在は3割以上の入荷減であり、単価も3割近く安くなっている。約半分のシェアを占める千葉が主産地で、静岡と福岡が周年供給している。年間を通じて入荷はコンスタントだが、春から夏にかけてピークがある。月別の単価の差は、単価の安い千葉産が多いか、単価が高い福岡産が多いかによる。少なくとも09年までは入荷減かつ単価安の一本調子だ。

【背景】

業務用のサラダナは、ほぼ料理の飾りでしかなく、レタスと容易に代替する。一般家庭での定着もなく、サラダナでなくてはならない料理もない。安ければ買われるが、高かったら無理して買う必要がない品目なのだ。入荷動向と単価のあり方を見ると、サラダナの不安定な地位が如実に現れている。ただし今年の1月から6月までの入荷動向を見ると、入荷量は前年並みながら、単価は前年の同時期に比べて3割も高い。この現象をどう見るか。

【今後の対応】

今年のこれまでの入荷動向は、近年で最も高かった04年の推移よりさらに高値である。例年単価が安い夏場にどうなるかは予測できないが、この動きは業務用需要がようやく回復基調になってきた、と見ても差し支えないだろう。問題は前半の高値推移から秋以降の出荷が増えることと、それを買い支える需要がどこまでしっかりしているかだ。出荷を予定している産地は、あまり欲張らずに、夏以降の推移をしっかり見守りたい。



パセリ

バブル期から6割も減少。料理の飾りとして復権果たすか

【概況】

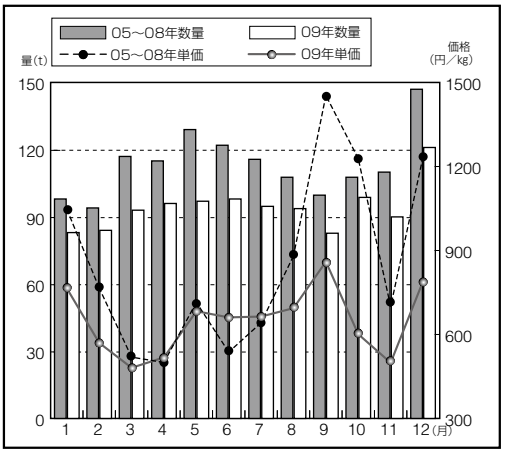
東京市場のパセリは、サラダナより景気の影響を手ひどく受けている。92年に年間2800tあった入荷は、09年には6割減の1133tになり、それでいて単価水準はあまり変わっていない。年末に多く、年明けにやや少ないが、年間を通じてほぼ同じような入荷パターンである。シェア5割以上の千葉と、3位の茨城が周年型、2位の長野が夏場型、4位の静岡が冬型で供給しており、関東産は相場に敏感に反応する。

【背景】

パセリの需要はほとんどが業務用だけに、入荷のちょっとした増減で、普段は600～700円のものが2倍以上に高騰することも珍しくない。業務用需要はあくまでも一定であり、弾力性がない証拠。そのためバブル期に比べて入荷が6割減ったということは、パセリを使う業務用需要が同じように減ったということだ。パセリは近年減少に次ぐ減少で、09年までは単価も安くなる一方だったのだが、今年前半にはサラダナ同様の変化があった。

【今後の対応】

今年前半の入荷量はほぼ前年並みで推移してきたが、キロ単価は前年同期に比べて28%高い772円。5月などは19ヵ月ぶりに1000円を超えた。ごく一部の刻んで使う需要を除いて、業務用のパセリは単なる飾りであり、近年は高かったら使わずに済ませていた需要が戻りつつあるのだ。ただし今後、数量がどこまで復活するかは予断を許さない。いったんはパセリを使わないか代替品で済ませていたメニューが、そのままなのかどうかだ。



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専門のジャーナリスト。㈱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。

エシャレット

10数年で入荷が半減。輸入品の堅調ぶりにヒントをつかめ

【概況】

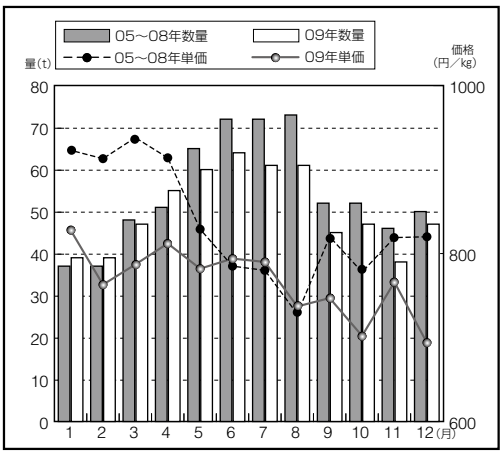
東京市場のエシャレットは、92年と比べると現在の入荷量は約半分に落ち込み、近年でも入荷減の一途をたどっている。年間で見ると夏場を中心に需要のピークがあるが、その頃は年間シェア5割以上を占める茨城産のピークでもあり、単価が安くなる。ここ10数年来、茨城産の入荷にはほとんど変化がないが、静岡産は大幅に減り、かつて高かった単価が茨城産と同様になっている。このほか約18%が輸入品である。

【背景】

エシャレットの需要は大きく分けて2つある。ひとつは魚の煮物などの付け合わせやモロ味噌などと食べる和食系、もうひとつは刻んでソースなどの材料とする洋食系だ。夏のピーク時には一般家庭でも利用することがあるが、年間を通じた需要はあくまで業務用である。近年減ったのはどちらかといえば和食系。入荷があまりに減りすぎて、ここ数年は単価が高くなる傾向にあり、洋食系で使われる輸入品の割合も高くなっている。

【今後の対応】

右頁の2品目は、今年に入って需要が復活しつつあるが、エシャレットに関しては相変わらず入荷減と単価の横ばい状態が継続している。仮に業務用需要が浮上しつつあるといっても、エシャレットのようなマイナー作物にまで影響が出るには時間がかかるのだろう。その一方で、本場フランス産に代表される輸入品については動きが堅調である。洋食需要を意識した品種の導入や売り込みが必要だろうし、従来品種によるメニュー提案もほしいところだ。



アーリレッド

2倍の入荷増で利用法も拡大か。一般向けのメニュー提案を

【概況】

東京市場のアーリレッドは、バブル期に比べると2倍以上もの入荷量がある。主産地の北海道が5割以上のシェアを占め、出荷量を増やしてきた結果だ。需要は夏場に伸び、いわゆるサラダシーズンにピークがある。需要のほとんどが業務用にもかかわらず、ほかの類似品目が大きく入荷を減らしている状況とは対照的だ。この時期にこれほど入荷量を増やした品目は珍しい。ただしかつてより2割は安くなった。

【背景】

アーリレッドは、サラダ類に「赤み」の彩りを添える食材だ。同様に利用されるレッドキャベツも、ここ10数年で2割ほど入荷が増えているが、2倍も増えたアーリレッドにはかなわない。佐賀、兵庫、北海道と代表的なタマネギ産地がリレーして供給している強みだろうか。ただし業務用需要が、トレビスのような単価の高い食材の代替としてアーリレッドを多用するようになったとすれば、景気低迷の影響といえるだろう。

【今後の対応】

レッドキャベツは赤みを添えるだけに特化して、ほかの利用法がないが、アーリレッドは基本食材であるタマネギとしての活用や、ピクルスの材料などやや広い利用法を持っている。バブルの頃は洋食系のツマ物扱いでしかなかったが、流通が倍増することで利用法が広がっている可能性がある。食味のいい品種も増えているのだから、普及が遅れている一般家庭需要に対して、そろそろ産地は具体的なメニュー提案を仕掛ける時期にきている。

