

野菜生産者のための相場研究

今年の市場相場を読む 夏秋野菜

チングンサイ
地道ながらアスパラ並みに
一般需要にはミニチングン

サヤエンドウ
業務用と一般用に時期区分
夏場中心の産地をどう作る

オクラ
タイ産の輸入で大きな影響が
高品質化と鮮度面で差別化を

ニンジン
かつてない堅調推移に増産傾向
糖度を目安の品質が生き残りに

【概況】
平成6年は、3月、4月、7月、9月の4ヶ月だけ過去4年間の平均単価を下回つただけで、とくに年明けの1月、2月、11月、12月の冬場に過去の平均数量を上回つたのにもかかわらず平均単価を上げるという動きを見せた。年間で見ても入荷量は前年とほぼ変わらないながら単価は高くなつており、5年前の平成2年との比較でも、数量は6%増加したのに対し単価も5%アップしている。東京市場で年間7000トン弱の数量は、成長著しいアスパラガスをやや上回るほどの品目になってきたといふことだ。東京市場に関しては、茨城、静岡、埼玉が三大産地で周年出荷をしている。長年かけて地道に成長してきた品目だけに、産地が固定している。

【背景】
年間ほぼ安定して入荷がみられ、微妙な増減に対して相場が敏感に反応するといういふまでもなく中華料理の食材として、不可欠な野菜となつてゐる。ただし、とりわけ冬場に相場が強含みになつてゐるのは、業務用でも鍋物に利用される傾向が出てき

【概況】
この品目ほど需要構造が明確に入荷や販売に表れるものはない。年間通じてある業務用。そのため、夏場は絶対量が不足してキロ2000円以上という信じられない価格となる。一方、一般需要が強い12月、1月は数量も多く単価もキロ500円前後となる。この品目は、収穫や選別、出荷作業

【背景】
の中心は一般家庭用である。安くなつたら売れるという品目である以上、成長品目であるといつていいだろう。一方で業務用に関しては、国産に強い支持があるので。年間を通じてコンスタントに入荷している高品質の高知産などは、タイ産が圧倒的にシェアの高い11月～5月期においても、キロ1000円から2500円と圧倒的な評価

5月、6月は夏秋野菜の定植から育苗の時期。昨年は猛暑で生産に大きな影響が出たがその分、単価は良かった。単価がいいだけに、多くの品目で面積拡大が行わるとみるべきで、その増勢にどれだけ消費がついてくるかを見極める必要がある。作付規模や品目導入で迷つてゐる農業者のために、特徴的な品目についての流通状況を分析する「市場相場を読む」をお届けする。生産、出荷、販売のための参考になれば幸いである。なお入荷量、単価は東京市場のものを利用しているが、数量はこれを10倍すると大体、全国の卸売量となる。

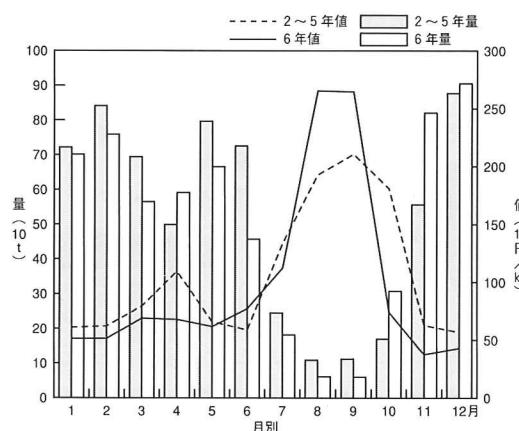
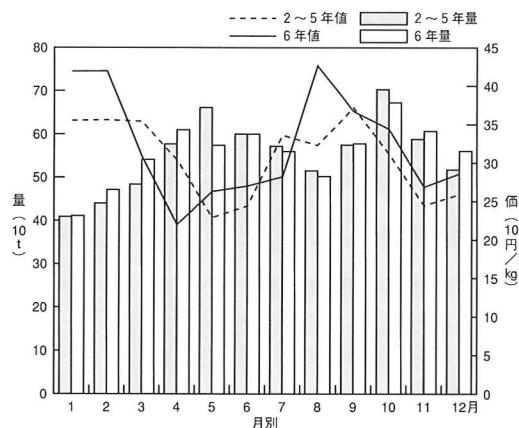
流通ジャーナリスト
小林彰一

青果物など農産物流通専門のジャーナリスト。(株)農經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「チャルシネット」、青果物流通を斡旋する「農經マーケティング・システムズ」を主宰。著書に『ドキュメント青果物』『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。

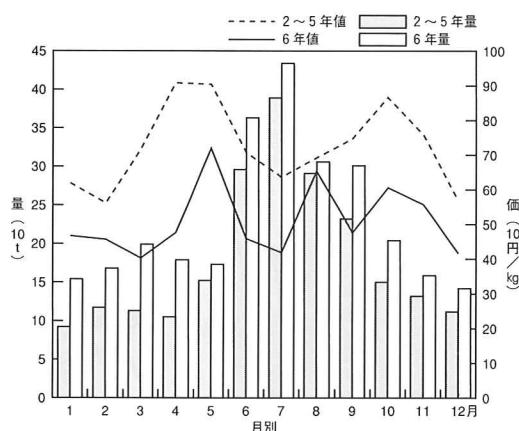
たことを意味しており、最近急成長のみの居酒屋チーンなどで利用拡大が背景にありそうだ。もちろん、これに加えて一般の家庭需要も、スーパーにおける定番品揃え傾向とともに、徐々に拡大傾向である。

【今年の対応】

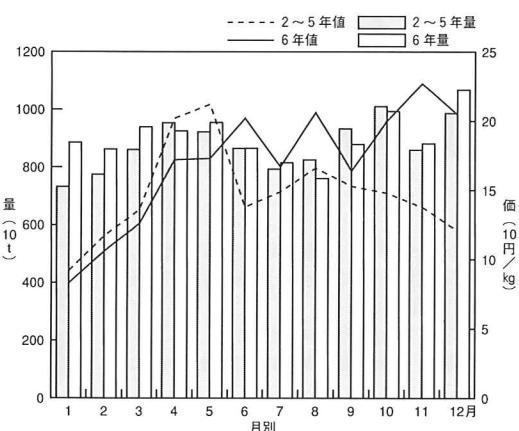
全国的に中華料理の基本食材として定着しており、どの地域で生産しても地元の拠点市場では、一定の需要がある。むしろ、葉物一般に見られるような、地場対応野菜（地場市場に出荷する野菜）としての仲間入りを果たしているといえるだろう。新たに導入をする場合は、業務用需要への対応の場合はなるべく周年化できる作型がとれる地域が望ましい。また品目ローテーションの中に組み入れる場合は地域で無理なく生産できる季節を選び、小売用の「若どり」を勧めたい。スーパーによっては、柔らかさが身上のチングンサイ「ミニチングン」を売れ筋商品に仕上げているケースもある。丈の成長が止まり、株の肥大期に移行しようとすると時期で収穫するのが、「ミニチングン」の生産のコツだといわれる。この場合は、できれば特定のスーパーなどにあらかじめセールスしておくことが重要になる。



この品目に関しては、10月から3月ごろまでの中国産主体の時期には国内生産は導入しないほうがいい。しかし4~9月の高温期には国産温期には、当分輸入拡大は見込めない。低温流通システムなどのインフラが未整備だからだ。春から夏にかけて中部東海から東北、北海道地区においては、まだ生産導入の余地がある。最もネックである労力不足に関しては、生産と出荷作業の分離や外部化などの対策のほか、東北産地などで見られる「シルバーパワード」の活用などに活路にまとめる、といった工夫を。



この品目は生産、出荷に当たっては輸入品との「棲み分け」の発想が重要である。時期で見ると、5~10月の高温期には国産のマーケットがあり、需要面からは高品質のものは業務用としての支持がある。オクラは、外来野菜でありむしろ東南アジアのほうが適地。品種的に国産も輸入物も外観的には違いがない。あとの違いは、鮮度と選別くらいのものだ。当たりやスレで皮が黒ずむのが、商品性で大きなネック。国産は、黒ずみがなく鮮度がいい規格の揃つたもの、という商品性で勝負すべきである。そんな意味を含めて、オクラは包装形態を見直す必要がある。色をこまかくのような緑色のネット入り、単価に関係なく量目が一定、などが改善ポイントだ。フィルム資材にも工夫を。



この品目は、各産地とも軒並み単価を上げたことから、全国的に今年は生産拡大がみられる年になると予想される。また、昨年の単価高を見て、量販店筋が中国やベトナム、オーストラリアなどで開発輸入の準備に入っているため、今年の出回り急増は避けられない。こうして増加した供給に、消費がどこまでついてくるかが焦点となるが、ジュース需要がここまで拡大したことで、生食用への需要が強くなることは事実だろう。しかし、ジュースでニンジンに対するイメージを変えてくれた消費層が、生食の食味に期待を裏切られると、このニンジンブームは長く続かない。生食（サラダやスティック）でも充分に耐えるほどの食味、特に糖度の上がる生産を心掛けないと、ニンジンブームの行きは危い。糖度での目安は8度以上か。

に手間がかかり、かつての産地の規模の縮小または中止が見られる。これに対してかつては台湾産、現在では中国産やベトナム産が急成長している。この国々がサヤに、強いのは、国内でごく一般的な野菜であり生産量も多いこと。たくさんある国内向けのものから、日本市場に向く規格のものを選別すればいいだけだからだ。ただし10月に関しては、中国産の供給が多すぎて値崩れ状態。まだ業務用主体の時期だからだ。

【今年の対応】

この品目は、最近、小売店業界では「価格破壊」といった現象が見られ、これが野菜類の販売にも及んでいるが、安くなつた分、消費者の購入量は拡大の傾向にある。特に緑黄色野菜や旬の特徴ある野菜、さらに香辛野菜などが人気である。オクラも色の濃さや、スマミナ野菜的な評価がある。

【今年の対応】

が見られる。最近、小売店業界では「価格破壊」といった現象が見られ、これが野菜類の販売にも及んでいるが、安くなつた分、消費者の購入量は拡大の傾向にある。特に（東京市場への）が少なかつたことも「暴騰」の原因だ。加工仕向への輸入品は多かつたが、市場出荷できる成品の輸入はまだ少なかつたからである。

【今年の対応】