

# 薬味用といわれる野菜類

初夏から夏本番は「薬味用」といわれる野菜類の最需要期になる。ソーメンや冷奴など涼を呼ぶ食べ物の消費が飛躍的に増えるシーズンである。冬場の食べ物と異なり、夏はあっさり、淡泊な体を冷やすものが好まれる。ただ、あっさりした味は食べ続けると飽きるため、薬味によってアクセントをつける

という役回りだ。その一方で薬味用の野菜には、味を刺激したり、体の調子を整える、薬効・機能性成分も含まれている。これら野菜類の産地は、このシーズンに合わせた生産・出荷体制を取るのが原則。その流通実態は果たして需要とシンクロしているだろうか。

## 野菜生産者のための相場研究

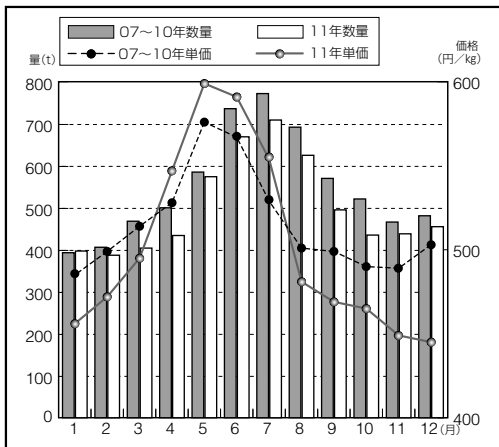
### 根ショウガ

**年間を通して計画出荷される安定性。もっとも色鮮やかで辛味の強いものを**

**【概況】**  
東京市場の根ショウガは夏に入荷のピークがある。10年前から比べると2割程度の入荷減となっているが、これは中国産が半減したことによるもので、同国産減の一部を高知がカバーする形になっている。昨年で高知産のシェアは55%程度、かつて6割近かった中国産は減ったとはいえ3割を占める。需要のハイシーズンは高知産が出荷を増やして支えており、業務用対応の中国産は年間を通して一定の入荷ペースを保つ。

**【今後の対応】**  
中国料理などの調味野菜としてでなく、薬味としての根ショウガはもっとも色鮮やかで辛いものがほしい。鮮やかな黄色が特徴の「黄金ショウガ」が一部生産され始めたほか、辛味成分であるジンゲロールの含有が中国産より優れた「黄金虚空蔵」という新登録品種が一般品種並みの生産性があることで注目されている。今年からこの品種を全国のローカルスーパーで差別化販売する計画（フレッシュリミックスの「逸品」シリーズ）もあり、期待される。

**【背景】**  
主産地の高知などでは、年内に掘り取ったものをそのまま貯蔵し、出荷に合わせて洗浄して袋詰めする。年間の需要動向はほぼ一定であり、需要期にメリハリをつけることを含めて非常に調整しやすくみえる。中国産が減少しても状況の変化にきめ細かく対応しているが、一回の収穫物を年間にわたって供給するため、年末に過不足が出ないようなコントロールは難しい。中国産の減少分を埋めていくには時間がかかるゆえんだ。



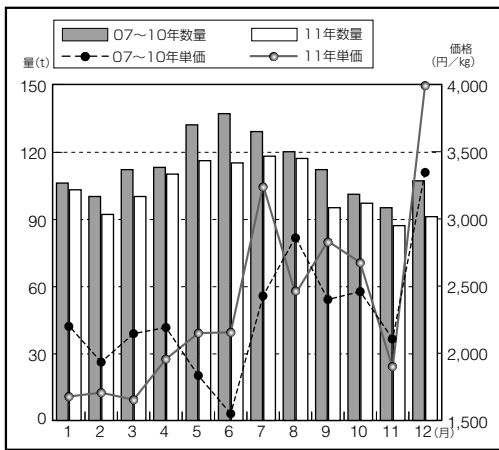
### オオバ

**夏場の3カ月に需要のピークを形成。柔らかくて香りのある品種を**

**【概況】**  
東京市場のオオバの入荷は5月に急増して夏の3カ月にピークを形成する。昨年は震災後の業務用需要の不調の影響を受けて入荷も減り、それが今年に入ってからも続いてきたが、5月からはやや勢いを取り戻した。6割弱のシェアがある不動の主産地・愛知は昨年、震災絡みで減った茨城産の減少をカバーし、7割以上の出荷を受け持った。オオバは周年生産型の施設栽培であり、出荷調整をして単価を確保している。

**【今後の対応】**  
薬味としてのオオバに求められるのは柔らかさと香りである。年間を通じてある料理の添え物や飾りとしての需要とは別に、刻んで薬味にするためには香りのある品種や若取りしたものも別途あつていい。主産地の豊橋園芸組合でも、10年前から香りが良くて柔らかい、薬味など、食べるための「オオバづくり」に取り組んでおり、その食味を保持するためのP1プラス包装もいち早く採用している。意識的に一般への薬味需要の開拓をしたいもの。

**【背景】**  
わずか1%程度とはいえ中国産も周年で入荷している。単価は平均より3割程度安いだけだが、背景には年間にわたって利用する業務用需要者が存在するはずだ。神経質に排斥するわけではないものの、20tという数字は馬鹿にならない数量である。この需要者に対応する国内産地がないのか。オオバは需要期に1束（10枚）が100円近い小売価格がつくことは事実だが、小売から加工・業務用まで全方位対応できる産地こそが今求められている。



# 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。「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。

## ミョウガ

**高知がリードして一貫して増勢基調。季節産地の施設化で長期出荷を期待**

【概況】

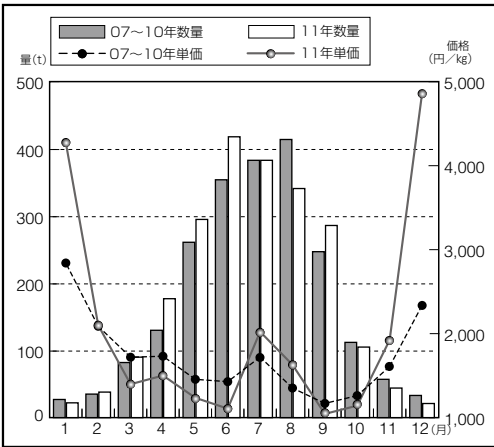
東京市場のミョウガの入荷は5月から始まって8月にピークに達する。2003年以降、年々増えて現在に至っている。ただ、見事なまでに平均単価はほとんど変わっていない。震災のあった昨年は多くの品目が入荷減に陥るなか、ミョウガはその影響が感じられなかった。周年供給産地の高知のシェアは今や84%とシーズン前半のピークを作り、季節産地である群馬や秋田などが8、9月にシェアを伸ばす。

【背景】

近年のミョウガの入荷増は高知の増産体制にある。季節産地では露地物の連作障害が多発し、出荷量を減らすなかにあって、ロックウールなど水耕型の施設化を強力に推進してきた高知がその分まで出荷を増やしている。年間を通じて小売の店頭で定位置を確保したことで消費が誘導されていくという野菜消費増のモデルケースでもあるといえる。季節産地物よりふくよかでも整っており、一定価格で常に棚にある。強く武器である。

【今後の対応】

ミョウガはある種、クセのある野菜だ。これは子供にとってはなじみにくいものであっても薬味用野菜としての資質は十分である。酢の物に使ったり、刻んで和風の薬味として利用するのが基本だが、サラダに混ぜる使い方も普及してきたことで子供のミョウガ嫌いも減っているようだ。課題は季節型産地の連作障害対策。これだけパイが拡大しているのだから、長期栽培型施設の導入で規模拡大の方法もある。高知の独占は不自然である。



## 小ネギ

**春先は安くも夏場は高騰傾向。香りや辛味を加えて薬味需要を**

【概況】

東京市場の小ネギの入荷は、3月に増え始めて5月にピークを迎え、7月以降に徐々に減っていくパターンである。薬味としての需要は夏場が多いはずだが、入荷は落ちる。そのため、春先は単価が安く、夏場は常に高単価という現象が起きている。産地は県単位だとほとんどが周年出荷になるものの、個々のレベルでみると産地といえるのは福岡、高知、大分、静岡などがあるだけで、大型産地は少ない。

【背景】

常に7、8月は入荷が少なく、相場が高くなるため、各産地とも何とかこの時期の出荷を増やそうと努力している。しかし、高温期の施設栽培は一般的に生産性が低く、どの地域も需要期で相場が高騰することから、出荷が分散される傾向にある。東京市場といえども潤沢な入荷は期待できないのが現状だ。一方、春先の単価安を夏場で取り返そうとする産地側の思惑もあり、意識的に生産拡大を控える傾向さえみえる。

【今後の対応】

薬味用野菜としての小ネギには香りや辛味が物足りないという大きな課題がある。そのため、特に関東では長ネギを薬味に使う習慣が続いており、ネギ類に占める小ネギの割合は8%以上にならない。量は多くないが、薬味ネギの本場である関西地区から、香りや辛味のある九条ネギや清東ネギ、阿波ネギなどが東京市場に入荷しているのは偶然ではない。マイルドと青みだけが持ち味の小ネギのこれからの伸びしろはそのあたりにありそうだ。

