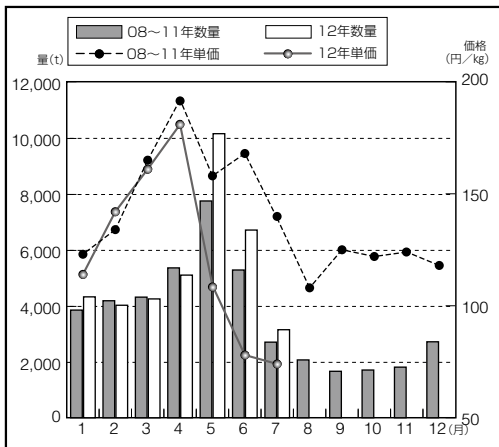


# 初秋の売り込み 野菜商材

**【背景】** 近年、「その他」のなかではインカメ、めざめやキタアカリ、マチルダといったところが、スーパードなどの差別化商材であったり、ポテトサラダの材料や揚げ物などで、小売や外食での露出が増えるとともに、知名度も徐々に上がってきている。しかしその一方で、卸売市場の相場ではまだ差別的な価格が常時出てくるまでには至っていない。専門仲卸業者がこだわり商材を提供するため、産地と取引契約をして商品を提供する傾向が強いという。



夏休みも終わり、9月にかけての時期は、業務用需要が戻ってくる半面、夏休みで疲弊した家庭の懐がなかなか消費に向かない時期だ。また、残暑のいかによっても、夏商材が引き続き売れるのか、秋の商材に目新しさを感じてもらえるのか、小売筋は判断に苦しむ時期でもある。しかし、季節の流れ

は確実に秋に向かっており、産地としても夏の果菜類から秋商材への移行を意識したもの。具体的には、秋口に新物が出る品目や秋に食味の乗る品目などだが、まだ量販期ではないため、厳選して少量アイテムを作るなどの工夫も必要になる。それには流通、販売側との連携や情報交換が不可欠だ。

## その他バレイショ

**【概況】** 初秋のシーズンインで低迷打開を。品種のセット物アイテムも有効か  
東京市場で「その他バレイショ」に分類されるのは男爵薯とメークイン以外の品種で、その6割以上が九州産の春出しバレイショである。また、「その他」に分類される品種の25%以上が北海道産であり、8月で5割以上、9月以降は9割ものシェアを占める。つまり、初秋が「その他」のシーズンインになる。今年、5月以降の入荷が特に多く、相場的には低迷基調で推移してきているだけに秋以降に期待される。

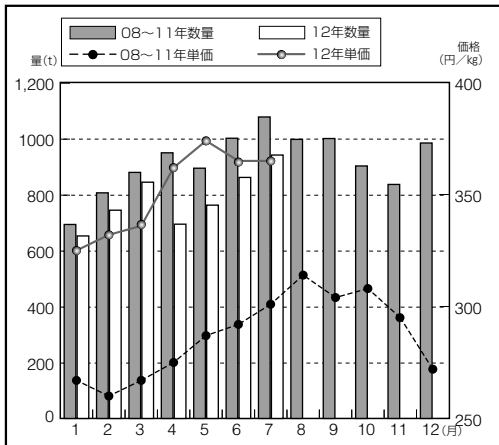
**【今後の対応】** 初秋の「その他バレイショ」商材としては単品のロットもまだ多くない時期だけに希少品種を組み合わせ、「お試しセット」や黄・紫・黒などの「3色セット」といった差別化アイテムも面白い。この場合、単独産地での対応というよりは仲卸業者などの納入業界のパッケージ機能や提案機能に依拠して商品化するのが効率的だ。まだ本格的に味が乗ってくる時期ではないため、産地も協働する「試食販売」などはもっと晩秋の企画にするべきだ。

## ナガイモ

**【概況】** 秋掘り前の9月に入荷量増え安値も。中小産地でも地場対応で活路もあり  
東京市場におけるナガイモの入荷のピークは夏場である。オクラなどと並んでネバネバ系の食品であり、夏のスタミナ維持やあつさり食志向でトコロの需要が増えるからだ。しかしその一方で、9月の入荷も多い。秋掘り物の出回りを前に春物の在庫一掃的な出荷があり、相場は一時下がる。小売筋では単価が下がって量販のタイミングだとする認識もあり、新米の出回りにも合わせてメニュー提案がされることも多い。

**【今後の対応】** 初秋のタイミングでは新物ではなく春物の残荷であるのだが、ほとんどの消費者はその事実を知らない。店頭で提案されると「旬のもの？」という勘違いをする。品質には問題ないのだから、「お勧め商品」を購入しても消費者はだまされているわけではない。特に中小産地は東京市場にわざわざ出荷するのではなく、地場の小売店に品ぞろえしてもらおう努力をしてほしいもの。地場コーナーなどに並べれば立派な旬の地産地消商品である。

**【背景】** 年間を通じて主産地・青森と次ぐ北海道産で9割近いシェアを持つ。したがって、販売のすう勢はこの二大産地の動向によって決まるが、産地は関東にも東北にもある。これらの「その他産地」は、数量がそろわないため、量販商材にはなり得ないが、小回りが利き、相場を見ながらの市場出荷というパターンが多いようだ。今年、全般に入荷減の相場高で推移してきたことから、小規模産地も好調販売が続いているものの、こんな年ばかりではない。



# 今年の市場相場を読む

流通ジャーナリスト

小林 彰一

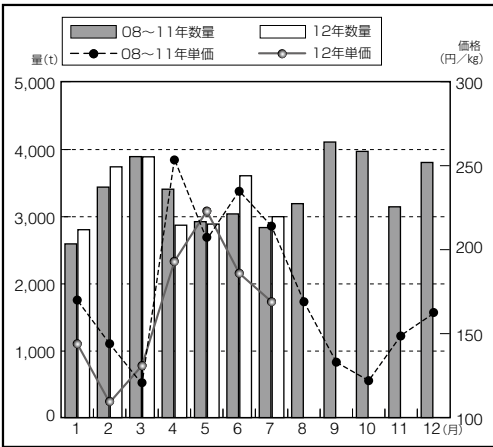
青果物など農産物流通専門のジャーナリスト。(株)農経企画情報センター代表取締役。「農経マーケティング・システムズ」を主宰、オビニオン情報紙「新感性」、月刊「農林リサーチ」を発行。著書に「日本を襲う外国青果物」、「レポート青果物の市場外流通」、「野菜のおいしさランキング」などがあるほか、生産、流通関係紙誌での執筆多数。

## カボチャ

**9月にかけて最も食味の良い時期に。問われる収穫適期とキュアリング**

**【概況】**  
東京市場のカボチャの入荷ピークは輸入物が主体の春と北海道産がメインとなる秋の年2回ある。8月下旬から本格化する北海道産は10月まで独壇場となる。11月には北海道産の残荷とトンガ産の入荷で、それ以降、春まではメキシコ産とニュージーランド産がマーケットを支配するため、いわゆる国産の旬は9月だといってもいい。また、日本は1年を通じて完熟の国産種が出回るけうな国だ。

**【背景】**  
9月のカボチャがいちばん美味しいといわれるのは8月に収穫されたカボチャが2〜3週間のキュアリングを経て供給されるからだ。収穫したてはデンプン質が多いため、ホクホク感が強すぎるが、適度な貯蔵を経ると糖化作用によってやや粘質が増すとともに、ホクホク感にややねっとり感が加わり、絶好の食味になるといわれる。貯蔵が長いとねっとり感が強くなることから、美味しいと感じる人が少なくなり、水っぽいという人も出てくる。



### 【今後の対応】

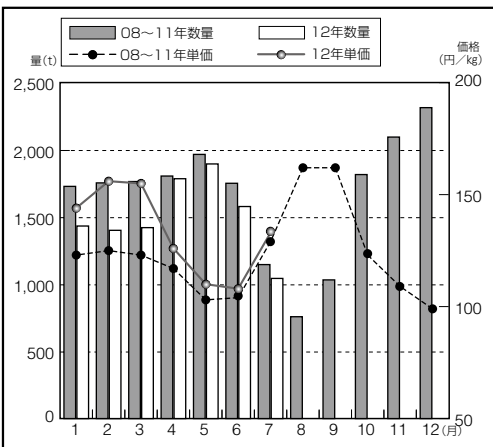
最近では小玉で皮の薄いカボチャも出回っているが、まだ人気が出てこないのは収穫適期やキュアリングの技術の問題で、食味がそろわないからだという指摘がある。和種のカボチャが衰退したのは長期貯蔵を前提に収穫していたため、食べる際に水っぽいという難点があったからだ。現在の西洋種はすでに30年以上も日本人になじみ、カボチャの美味しさはホクホク味という味覚を定着させた。コツは完熟での収穫と適度なキュアリングである。

## カブ

**秋カブの食感と食味の良さを。待たれる干葉以外の大型産地化**

**【概況】**  
東京市場のカブの入荷状況は主産地である千葉に加え、埼玉の関東産が85%程度のシェアで周年出荷をしている。夏場を中心に青森と北海道産が入荷するが、シェアは12%程度に過ぎない。冬から春にかけての時期はコンスタントであっても夏に入荷が激減し、9月ごろから増え始めるのが通年パターンになる。入荷量ベースでいうと、ハウレンソウより多く、ブロッコリー並みという主要品目だ。

**【背景】**  
カブの美味しい時期は年2回。春めいてカブの生長速度が早くなる時期と、秋めいて生長速度が鈍くなる時期だといわれる。春カブは柔らかく、煮上がり、漬け込みとも早く済む。秋カブは実が締まってきて、煮崩れせず、漬けてもしっかりした食味と食感が楽しめる。入荷が増えてくる9月には食味訴求で売りたい品目である。年間を通じて家庭には常備される野菜だが、特に夏に疲れた胃袋には優しい食感のカブはうれしい食品だろう。



### 【今後の対応】

今年では年明けから継続して入荷減の単価高状態が続いてきた。主産地・千葉の出荷減が原因だが、放射性物質問題というよりは生産者の高齢化が周年出荷を支え切れなくなっているという見方もある。関東の各産地はほぼ例外なくカブを生産しているが、東京市場には千葉産がシェアを持っていたため、地場出荷対応が多い。シェアは高いものの、個人出荷率が高い千葉産に対して、関東エリアで周年出荷を前提とした大型産地の登場が待たれる。