

20年の推移 緑黄色野菜類の

野菜類、とくに緑黄色野菜は健康にいいとされている。1日350gの野菜類を食べよう、という農林水産省、厚生労働省が協働した消費拡大運動や、昨今の健康ブームを背景に、消費者、とりわけ主婦たちの野菜消費には基本的に強い支持がある。大型野菜を含む白色野菜に比べ、葉物や果菜類などの

色の濃い野菜は、見るからに栄養分が豊富で、消費意欲も強いが、それらの野菜類を供給する側にある生産体制はどうなっているのだろうか。過去20年といえば、日本はバブル経済崩壊後の長い不況が続いていた。野菜についても低価格志向だったのだが、それでも健康志向は不動というなかで果たして、

野菜生産者のための相場研究

アスパラガス

【概要】
国産化進み入荷量4%増の8%高、冬場の出荷拡大と夏秋の産地増を

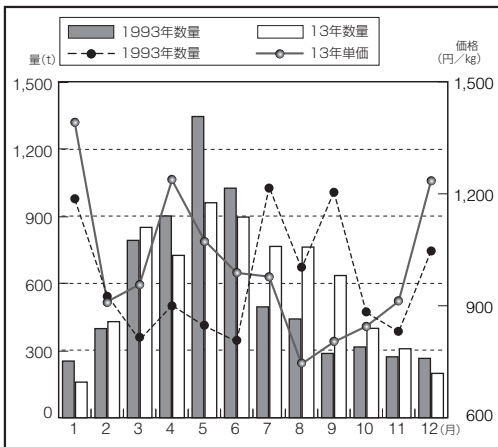
東京市場の入荷を1993年と13年で対比すると、数量全体では4%増加し、平均単価では8%高くなっている。この20年で劇的な変化を見せたのが産地構成である。93年は、トップ産地が長野で25%ものシェアがあり、16%の米国がそれに次いだ。ところが13年になると、トップは春から秋まで長期出荷される佐賀と、年明けから春先までのメキシコがそれぞれ13%で分け合い、長野産は4%という泡沫産地になっている。

【背景】

長期出荷タイプの佐賀や長崎、また福岡と熊本を合わせ、今や九州産は27%ものシェアがある。夏秋には福島産に加え、栃木産や秋田産などが増え、その影響で春にピークがあった米国産と、秋から年内にかけて増えていたオーストラリア産が激減している。国産化が進んでいることで、入荷数量は増えても単価が高くなった。年間を通じて明らかに入荷は平準化する方向にあり、これは家庭での常備野菜になりつつあることを物語る。

【今後の対応】

調理も簡単で周年利用できるようになったアスパラガスは、代表的な緑黄色野菜として支持されている。入荷が少ない冬場には、最近では栃木や秋田などの産地が頭角を現しているが、まだ数量は足りない。また、利用の多い夏秋期もさらなる産地拡大を望みたい。九州産地だけでなく、全国的に普及しつつある長期どり技術の普及や、長野県が乗り出しているように、育苗して生産者に配布することで兼業でも導入できるように生産対応が必要だ。



ブロッコリー

【概要】
北海道産成長で入荷は7割近い増、全国的に露地野菜からの転換多く

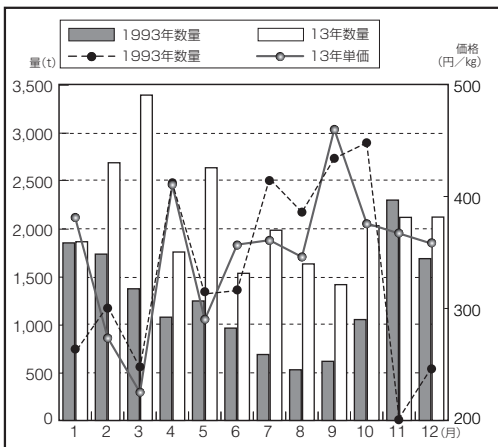
東京市場の入荷は、93年と13年対比で全体の数量が67%も伸び、月ごとの入荷も確実に増えている。年間を通じて入ってくる米国産も倍量になっているが、冬春産地の埼玉、愛知が安定して伸びているうえに、夏秋期の北海道産が6倍以上も増加した。冬場の香川、夏場の長野も急増。これだけ増えても平均単価は4%高くなった。10年で夏場の入荷は3倍増、春に向けて入荷が減っていったものが逆に増えている。

【背景】

かつて8万tを超えていた輸入量は半減している。その輸入の6割以上を占めていたドルブランドが、北海道を中心として、全国6カ所の直営農場で国産化したことが大きい。露地上に全国レベルで産地が増えた。露地野菜としての作業性や生産管理、単価面などに優れ、大型重量野菜や生産管理がやや難しいレタスなどからの転換も多い。替わってカリフラワーは激減した。

【今後の対応】

ブロッコリーは、アスパラガス同様に輸入品が年間マーケットをつくったといっても過言ではない。入荷が安定し始めると、使い勝手のいい緑黄色野菜の代表選手として、周年需要が定着した。寒さにも強い品目であるため、課題は夏場の供給だったが、北海道産の拡大でカバーされてきた。また、生育期に天候条件に恵まれない春作、秋作もの品種改良や生産技術の改善で安定してきたことも大きい。生産者の手取りがキロ70円であることを生産の目安にした。



今年の市場相場を読む

パプリカを含めて入荷は安定推移、基幹品目として規格の統一も課題

【概況】

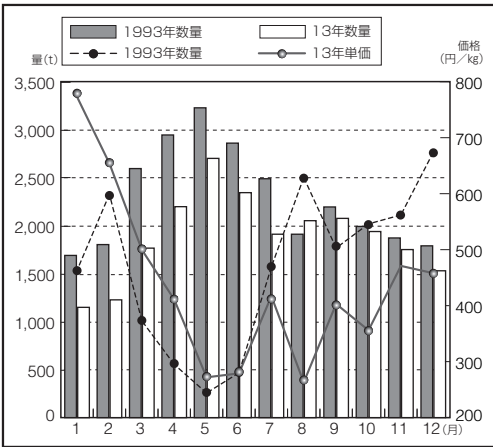
東京市場の入荷を93年と13年で対比すると、数量では17%減で8%程度の単価安になっている。この20年で産地構成はほとんど変化なく、春から夏秋期までである茨城産が50%前後のシェアでトップ。冬春は宮崎、高知などの西南暖地産、夏秋産地の岩手もシェアが高く、ともに不動。鹿児島産が倍近い伸びを見せていること、11年以降に福島産がやや減少傾向にあるのが目立つくらいだ。しかし、入荷減には違和感がある。

【背景】

栄養豊富そうな緑黄色野菜として、好き嫌いは別に、消費は安定している感がある。実は、ピーマンとしての入荷は減っていても、別統計であるジャンボピーマンなどパプリカ類は年間4000t以上の入荷があり、これらを合計するとこの20年間の入荷量はほぼ変わらない。消費者の中には「ピーマン類」という認識があるのだろう。緑一色だったチンジャオロースやいため料理などにも、今やパプリカを混ぜて使う調理法が定着している。

【今後の対応】

ピーマンは今や、野菜入荷・販売ラックで15位以内という「主要品目」になっている。消費者は、産地や品種に関係なく、「ピーマン」として購入する。そのため、差別化を狙う中小の品目や品ぞろえ品目でなくなっている以上、規格は統一するべきである。主要産地間で袋単位の重量が違ったり、ことから、ビタミンCの含有を強調したりする差別化志向は、再考を要する。パプリカの国産化や西の産地での夏秋の作型導入などが課題だ。



ニンジン

【概況】

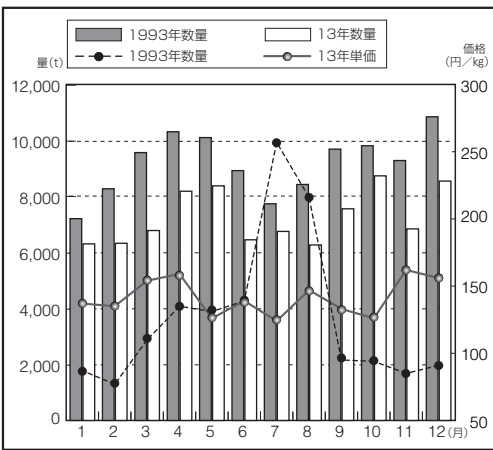
東京市場の入荷を93年と13年で対比すると、2割近い入荷減となっており、単価は14%程度高くなっている。産地構成はほぼ変化なく、秋冬期の千葉産がトップで夏場の北海道産、春期の徳島産も不動の上位。入荷のピークがなくなり、平準化しているとはいえず、どの月も数量は減っている。原因は明確に、加工業務用向けを中心とした輸入品の拡大であり、市場入荷は小売仕向けに特化している感がある。

【背景】

カット加工仕向けは、今や輸入品が中心になっている。国内でも、契約栽培型の生産は拡大しつつあるが、まだまだ足りない。輸入量は多い年で10万tに達し、8万t程度で落ち着いてしまった。一方、消費者の健康志向は、生鮮品というより野菜ジュース類の消費拡大という形に向いてしまい、その原料となるニンジンジュースの輸入量は4万tを超える。国産60万tといわれるが、生鮮換算で30万tが輸入されている。

【今後の対応】

根菜類のなかでは天候の影響を受けやすい品目である。その意味では近年の頻発する気象異常の影響をモロに受けている感があり、生産、出荷の不安定化が増している。緑黄色野菜の代表的品目として、消費そのものは確実に伸びているのだから、国産での対応にもっと力を入れていくべき品目だろう。一般需要としても、さらに地産地消的な生産が増えてもいい。そのためには、10a当たり7〜8tどりの生産技術の普及が必要になるはずだ。



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。