

# 野菜生産者のための相場研究

## 今年の市場相場を読む

大型野菜に意外なスキ間が  
基幹的な需要背景に面白い動き

この欄ではあまり触れてこなかった大型野菜だが、安定的、固定的な需要があるだけに、マーケットがある。小規模生産でも、既存の生産・出荷に食い込む余地があるほか、大型商材だけにスキマもあるのだ。地場や地域内を起点に流通実態を多少研究しただけで、品目へのヒントと差別化商材開発の力をみつけられるものである。

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)農経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「チェルシーネット」、青果物流通を斡旋する「農経マーケティング・システムズ」を主宰。著書に、「ドキュメント青果物市場」、「日本を襲う外国青果物」、「リポート青果物の市場外流通」などがあるほか、生産、流通関係紙誌での執筆多数。

### タマネギ

食味から府県産に人気移行  
甘くて柔らかい品種に期待

【概況】

タマネギ入荷量は、平成4年以降減少傾向をたどり、1割近く減っている。単価をみると、平成4年はキロ58円だったものが平成7年には104円と高騰している。産地地図は、秋から春先にかけては北海道産が、4月ごろから夏までは佐賀県など西の産地モノが中心となって出回り、不足分をアメリカなどの輸入物が補っているというのがおおまかな役割分担である。近年のタマネギの入荷減は、北海道産の不作に原因があるが、単価の高騰は静岡産などの「新タマネギ」に新しい需要が起きていることもある。夏場の高相場は単純に数量が減っているためではない。また入荷減は市場外流通の増加もある。

【背景】

タマネギの輸入がここ数年とくに増えている。平成6年に23万t、7年にも20万t近くの輸入があるのは、ひたすら北海道産の減産に原因がある。道産が豊作なら輸入はせいぜい3〜5万t程度なのである。確かに北海道の面積もあるが、不作の原因は干ばつや台風などの天候災害が続いているからだ。しかし、一方で消費者の北海道産タマネギ離れ現象というものもある。逆に言えば、府県

### ダイコン

汎用品種から専用品種へ  
特徴ある地場野菜として

【概況】

ダイコンは大型野菜の代表格のひとつだが、かつて大型野菜の衰退傾向がいわれたものの、市場入荷を見るかぎりには、堅実な動きで入荷の趨勢はむしろ増加きみといつてもいい。東京市場の場合、冬〜春にかけては千葉、神奈川県に徳島など西の産地が、夏秋期には東北、北海道が分担している。かつて夏秋ダイコンが関東の高冷地で生産されていたころには、生産者の高齢化や担い手不足で衰退傾向にあったが、ダイコン産地が東北から北海道に移動してから事情が変わった。むしろ増加傾向に転換してきたのである。

【背景】

ダイコンは、昭和50年代になって一大転機を迎える。全国的に、いわゆる「青首ダイコン」が栽培の主流となり、全国一品種状態となる。これによって、ダイコンはいつ、どこかの産地から出荷されても同一品質、年間安定した供給体制が確立された、といっている。この安定性に加え、辛味の少ない柔らかいこのダイコンは、確実に消費のスソ野を広げた。次の転機は、昭和60年に入ってからだ。東北、北海道産地に夏秋ダイコンの大型産地が出現。さらに、年間安定性が増すとともに、甘味が

### ハクサイ

ミニハクサイにスキ間が  
そろそろ差別化商品志向

【概況】

ハクサイは、東京市場の場合、年間を通じて月平均6,000〜7,000tの漬物需要がある上に、冬場を中心としてナベ物需要がその2〜3倍ある。市場経由の漬物需要が多いことは、一見意外でもあろうが、ハクサイ漬物は浅漬けだけにより生鮮に近く、需要量に波があるからだ。産地は夏場に長野、群馬が受け持つ以外は、関東では茨城が西からは兵庫が受け持つ。大型野菜の衰退がいわれていたが、ハクサイも若干年ごとにデコボコはあっても、減少傾向にはなっていない。安定した推移といつていいだろう。固定した需要がある証拠には、入荷減が高値傾向を呼ぶ。業務用には不可欠な食材であることを物語っている。

【背景】

夏ハクサイは別にして、ハクサイという商材は、一種、貯蔵品的な動きを見せる商品である。困いがあるからだ。兵庫や茨城などの主産地には、商人も多い。個人の生産者が相場を見ながら出荷市場を転々とする、といった現象があるのもハクサイならではの特徴だ。年間の平均単価はキロ70〜80円だが、一端不足すると150円、200円といった相場も

### キャベツ

拠点市場ではおかしな動き  
大型流通品目から地場品目へ

【概況】

大型野菜の「大御所」キャベツ。業務用での基幹食材であり家庭用としても常備野菜である。しかも、全国どこでも産地があり、地場対応から指定産地まで、大小の生産が散在する。東京市場では、冬場を中心として愛知産が、春には神奈川、千葉産が、そして夏秋には群馬産が一応の主産地だが、この品目は東京都内産も6月には3割近いシェアがあるほど、どこでも作られている。年間を通じてみると、とくに年明けから春に単価が高いのは、品種が春キャベツ系に変わるから。また、夏場にやや高いのは高冷地産地の独壇場となるからでもある。年明けに高いのは、実は関東市場の特徴で、関西市場ではかなり温かくなるまで春キャベツに替わらないため、単価は年内並みである。

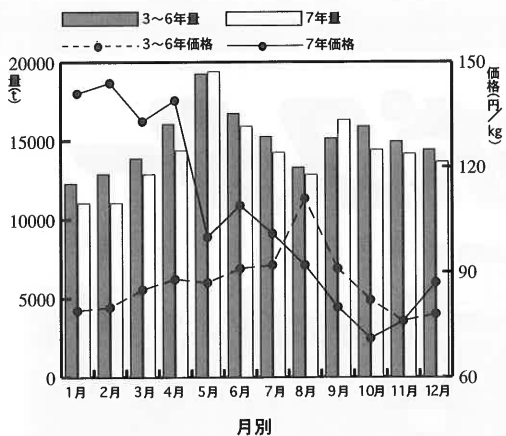
【背景】

業務用や加工用でも基幹的な品目だけに、契約栽培や市場外流通も多いが市場入荷量はほぼ変わらず推移している。業務用などの固定需要が存在しているため、数量の増減は相場の安高に直結しており、とくに品薄状態はあまりにも影響が大きいために、大災害時などの緊急輸入があるのもこの品目独特のもの

産の柔らかくて甘いタマネギが人気上昇中なのである。府県産の「新タマネギ」が旬の野菜として人気を博している。これに対して、道産や輸入タマネギは業務用、加工用として暴落的な需要をまかなっているということがある。

【今年の見通し】

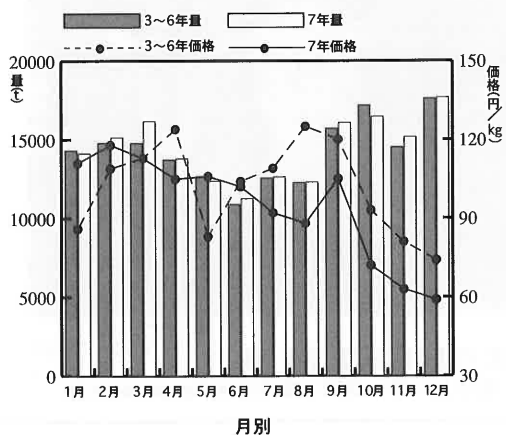
タマネギは、ジャガイモやキャベツ、ニンジンなどと同様、最も暴落的な食材である。家庭用、業務用を問わず必需品であるため、いどこで誰が作っても売れないことはない。大型産地を造成して大型出荷しようとするれば、それなりに難しい課題はあるが、作つたものを地場の市場に持ち込む分には、それなりに売れる。特殊な品目でない限り、どこでも売り先はあるのだ。とくに、柔らかくて甘いタマネギが生産できるのなら、地場の旬の野菜として結構人気を博すことは請け合ふ。タマネギは、大型産地から大型流通されているために、どうしても地場の生産品目からそれがちがいが、「地場野菜」という切り口ならば、それは一種の新商材になるのだ。貯蔵を前提にしなければ乾燥させることはない。生鮮野菜の感覚で出荷し販売するのである。スキマ商材のダークホース。



増すなどの食味の向上も図られたのだ。また水田面積調整による野菜作への誘導からもダイコンなどの露地、大型野菜の生産が増勢となる。ところが、ダイコンはまた今、ひとつの転機を迎えている。それは専用品種の台頭である。

【今年の見通し】

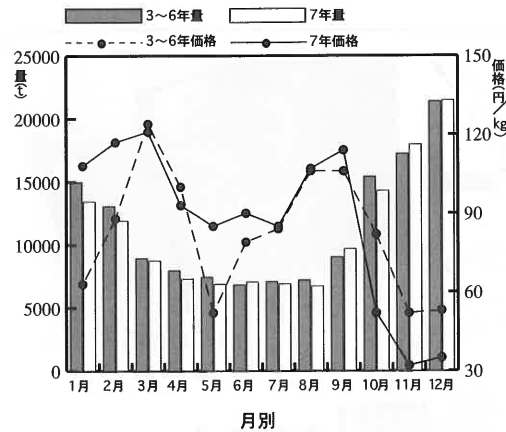
消費のスノボを駆け、年間安定性を確保した青首ダイコンは今、その汎用性ゆえにカベにぶつかった。「何にでも向く」特性は、どんな用途にも中途半端という弱点をさらけ出したのだ。ここで登場したのが、ダイコンおろしに向く「辛味ダイコン」、煮崩れしない「煮ダイコン」さらに柔らかくて甘い「サラダダイコン」などが、外食需要者や惣菜メーカーなどの契約を基盤にしながら、各地で増えつつある。地場の伝統野菜としての地ダイコンの復活を含め、いまダイコンは静かなブームとなりつつある。特徴ある地域野菜の品ぞろえは地域展開型スーパーの目玉にもなりつつあり、受け皿も整ってきた。需要側との提携や検討を土台にしながら、特徴あるダイコン作りがいま求められている。基本的な食材だけに、個性的なダイコンは青首のマーケットを代替するのだ。



珍しくないのである。だから、ハクサイ生産には独特の思惑が入り込む余地があり、出荷量が一定以上には減らないのも、そんな背景があるのだ。一方、夏ハクサイは、即売品であり、群馬の高冷地から長野の独壇場。近年では東北、北海道も増勢である。

【今年の見通し】

ハクサイは、芯の黄色い柔らかい品種にはほ統一されて、全国一品種状態である。煮物、漬物、炒め物等にそれぞれ適性があるダイコンなどと異なりハクサイには、専用品種登場の動きはない。かつて、中国系の長ハクサイなどで差別化商材を狙う向きもあったが、今はない。ただし、ミニハクサイに関しては強い支持があり、生協の産直野菜や朝市などで生き残っている。全体の柔らかさがウリで、最近流行りの即席浅漬けの素などの相性もいい。柔らかさや食味（とくに甘味）が確保されるミニハクサイなら、これから小売商材として期待が持てる商品だろう。大型ハクサイは小売、業務の汎用食材であるため、小売店での差別化商品が皆無の状況。露地の地場野菜、とくに旬を意識したミニハクサイは、利用方法としてはむしろチンゲンサイに近い存在なのかもしれない。



だ。だが、このキャベツに関しては、あまり東京市場の相場が全国の建値になることは多くない。各地の市場での相場の動きはそれなりに面白く、冬場などは困りキャベツが独特の動きをしている。

【今年の見通し】

キャベツの市場相場が昨年末あたりから「動きがおかしい」といわれている。市場入荷量が少ない割には相場が高くなるというのだ。こうした動きをする品目は、いわゆる「衰退品目」であるため、市場業者の中には「消費者がキャベツを食べなくなつたのでは」と分析する向きがある。これは大きな間違いである。キャベツは拠点市場から地方への転送が減少している。これは、地場での生産と需要がシステム化しつつあることの現れと見るべきで、大都市市場の集散機能が低下しているのである。つまり、これからキャベツは大型産地を造成して、大型流通させる品目ではなく、地場対応を中心とした流通の割合が高くなっていく品目だ、ということになる。水田面積調整などで新規に野菜生産を導入する農家は、地場の市場などと相談して需要側と提携し、価格等の目安をもって「適正規模」を考慮すべきだ。

