

平成24年度第3回野菜需給・価格情報委員会消費分科会の概要

1 日時

平成25年3月7日（木）13：30～15：30

2 場所

独立行政法人農畜産業振興機構 南館1階会議室

3 概要

「特にお聞きしたい論点」（資料1）、「最近の野菜の需給・価格動向について」（資料2）、「野菜の消費関連資料」（資料3）及びカット野菜製造の実態と市場動向（参考資料5）の説明の後、春野菜の需要・消費動向の見通しについて、意見交換。その概要を小林座長が取りまとめ、各委員の了承を得た上で、3月14日開催の平成24年度第3回野菜需給・価格情報委員会に報告することとなった。

平成25年産春野菜の需要・消費動向の見通しに関する各委員からの意見は以下のとおり。

(1) 野菜全体の目下の消費動向

① 景気、天候等の要因による消費動向

- ・ 通常価格の商品が売れなくなってきており、価格の安いもののみ売れる傾向になってきている。また、2月は高値が続いたことから販売が減少した。
- ・ 今年の冬は気温が低めで推移したため、はくさいやだいこん、長ねぎ等鍋物商材の販売が好調であった。

② 震災や原発事故の影響による消費動向

- ・ 現在は、店頭において風評による影響はほとんどない。
- ・ 直売においても、被災地の商品を敬遠する傾向は感じられない。
- ・ 一方で、まだ西日本産の野菜の品揃えを希望する声もあり、また、学校、保育園等で被災産地の野菜の安全性について保護者から懸念の声もある。
- ・ 春以降、産地が東北に移動した際に、消費者がどのような反応をするのか懸念される。

③ カット野菜の消費動向

- ・ 野菜の価格が高かったことから、安定して伸びている。ゴミも出ず、無駄のないのが好まれる。
- ・ 単品系よりもミックス系の伸びが大きい。
- ・ 客層としては年配の方や、若い夫婦の購入が多い傾向。
- ・ 野菜の価格高騰があるたびに、カット野菜を購入して、使い勝手のいいことに気付き、新たなユーザーが増えているのではないか。
- ・ ドレッシングや具材等を工夫し、シニア向けの商品を開発することでまだまだ販売は伸ばせるのではないか。

- ・ 業務向けのカット野菜は確実に伸びている。
- ④ 今冬の価格高騰時の販売状況と対応策及び今後の課題
 - ・ 鍋物だけでなく、温サラダといった暖かいメニュー提案をしながら、関連の商品を販売した。
 - ・ 相場や大きさに応じて、袋もの、ばら、1/4カット、1/6カット等にして、値頃感を出して販売している。
 - ・ レタスは高値であったため、サラダ用途が減少した。また、リーフレタスの葉を3枚セットで値頃感ある価格で販売した。
 - ・ 加工・業務用では生育不良で契約先から調達できない場合は市場から調達しているが、これが市場価格の上昇に拍車をかけることとなっている。
- (2) 春野菜主要6品目(春キャベツ、春だいこん、たまねぎ、春夏にんじん、春はくさい、春レタス)の今後(4~6月)の見通し
 - ① 全体(主要6品目)の傾向
 - ・ 小分け野菜やカット野菜の販売動向は引き続き好調であると考えている。
 - ・ 生育が遅れている冬の野菜と春の野菜の出荷が重なると、流通量が増えて市場価格が下落する可能性がある。
 - ② 春キャベツ
 - ・ 産地である神奈川産や千葉産の生育が遅れていると聞いているので、売り出しも遅くなると見ている。
 - ・ 葉が柔らかく春を感じることができる商材なので、春のイメージを前面に出して販売をしていきたい。
 - ・ キャベツは、炒め物やサラダ等、汎用性があるので売り込みをしやすい品目であり、調味料メーカー等とコラボレーションを行い、消費拡大を図っていく。
 - ③ 春だいこん
 - ・ 播種が若干遅れており、売り出しも遅くなると見ている。
 - ・ 消費が落ちる時期であることから、メニュー提案をしていくようにする。また、1本では売りにくく、大きいもの程甘いので、2Lサイズ等の大きいサイズのものを利用し、1/2又は1/3カットにして販売していく。
 - ④ たまねぎ
 - ・ 北海道の貯蔵たまねぎも終了を迎えることから、静岡産や九州産の生でも食べられる新たまねぎを販売していく。
 - ・ 最近の気温上昇により、九州産のたまねぎの抽苔が心配であるので、加工・業務用においては現在出荷されているものを貯蔵して販売していく。
 - ⑤ 春夏にんじん
 - ・ 国産は九州産や四国産の出回りが遅ければ、価格が高くなると予測している。
 - ・ 主産地が関東産から徳島産に変わる中で、去年は小ぶりのサイズが多かった。今年は、平年並みの予測なので、L中心のサイズであれば販売しやすい。
 - ・ 1本売りを行うなどして、価格の値頃感を出す。

⑥ 春はくさい

- ・ 春はくさいは、冬はくさいのように甘みがある訳でもなく、必ずしも魅力のある商材とはいえない。
- ・ 春は、はくさいの需要減少の時期であり、カット売りが中心になってくる。

⑦ 春レタス

- ・ 玉レタスは、葉を剥くのが手間といった理由から、リーフレタスに人気が出てきている。
- ・ 水耕栽培のリーフレタスは、クリーンなイメージがある。
- ・ レタスは、ドレッシング、トッピング等も豊富に考えられ、調味料メーカーとコラボレーションを行うなど、販売の工夫がしやすい。

(3) その他

① 春先以降の消費を左右する要因、注目している要因

- ・ 円安傾向にあることから、輸入野菜の価格が確実に上がる。国内産の需要が伸びる可能性があり、産地づくりのチャンスである。
- ・ 外食産業では、これまで価格（低価格）を重視する傾向にあったが、景気回復もあり、おいしさ（品質等）を求める方向に変わる傾向がみられる。

② 主要6品目以外の野菜で、販売戦略として特に注目している品目の動向

- ・ けんちん汁やカレーの具といった下ゆでした野菜の販売が伸びている。
- ・ 地域のブランド野菜を若い女性を中心に購入する人が増えている。また、ハーブ等が外食産業で注目されている。
- ・ 青ねぎを使ううどんチェーン店が西から東へと出店が増え、加工・業務向けの青ねぎの需要が伸びている。
- ・ トマトは、暖かくなってくると酸味が増しておいしくなるため、様々な品種を提案していきたい。

③ 輸入野菜

- ・ 春先の輸入ものの商談も始めているが、値段が上がっている。あまり高い場合には、輸入ものを減らすことも視野に入れている。
- ・ たまねぎは、中国での生産減に加え、円安傾向にあることから、輸入価格が高くなってきている。ただし、価格が高くなったことを踏まえ、生産増になる可能性もあり、動向を注視する必要がある。

④ 中国から飛来するPM2.5等浮遊粒子状物質による中国産野菜の輸入、国産及び輸入野菜の販売等への影響

- ・ PM2.5の報道をきっかけに消費者からの問い合わせがきている。行政から正確な情報を提供してほしい。
- ・ PM2.5による販売への影響は出ていないが、今後マスコミの報道次第では、敬遠する消費者等が出てくる可能性がある。