

平成25年度第1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7月3日（水）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）の説明の後、夏秋野菜の需要・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12日開催の平成25年度第1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年産夏秋野菜の需要・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) 野菜全体の目下の動向

① 景気、天候等の要因による消費動向

- ・ 5月までは価格が安かったため、消費は前年よりも好調であったが、直近になって産地の切り替えや干ばつ等の影響があり、価格が上がり、消費が落ちてきた。
- ・ 単価の高いきのこやえだまめ等の販売が好調。また、マルシェでの野菜の売り上げも良い。

② 震災や原発事故の影響による消費動向

- ・ 消費者からの問い合わせは減少しているが、未だ一部に福島産を懸念する声もあるため、西日本産のものと併売せざるを得ない。
- ・ 一部の外食事業者等において、依然、福島産を敬遠する動きがある。
- ・ 小・中学校に納品している野菜について、年3回の放射能検査を実施しているが、すべて基準値以内であった。

③ ①や②を踏まえた野菜全体の販売状況

- ・ 多様なニーズに対応するため、量り売りのものやいろいろな価格帯のものを増やしているほか、産地のこだわりや品種の特徴等を明示して付加価値を付けた販売に取り組んでいる。
- ・ マルシェにおいて、固定客がついている商品は、質が高い、圧倒的に鮮度が良いなどの特徴がある。

④ 消費拡大への取組状況及び今後の予定

- ・ ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の活用やクックパッドと連携したリーフレット等の配布により、若年層を中心に、旬、食べ方等の情報発信に取り組んでいる。
- ・ 消費者に対して、品種や産地によるおいしさの違い等の商品説明を行う「店なか八百屋塾」を開催する予定である。
- ・ マルシェでは、野菜の栽培の方法や苦労話等を伝えることで、価格以外の要素から購入意欲が引き出されている。
- ・ カット野菜のユーザーが増えているため、取り扱いを拡大している。

(2) 夏秋野菜主要6品目(夏秋キャベツ、夏だいこん、たまねぎ、秋にんじん、夏はくさい、夏秋レタス)の今後(7～10月)の見通し

- ① 全体（主要6品目）の傾向
 - ・ 高温障害、多雨等の気象災害がなければ、平年並みの価格での販売となる見込み。
 - ・ 百貨店の売れ方も変わってきているので、「量より質」という考え方で、販売していきたい。
 - ・ 昨年は、夏が暑くたまねぎやにんじんの販売に苦戦したので、カレー等の加熱するメニュー以外の提案を行う必要がある。
 - ・ 加工・業務用においては、流通コストを下げるため、関係者が一丸となって、モーダルシフト（軽量化した鉄製のコンテナの開発やワンウェイのレンタル方式の採用等により、物流機能や利便性が向上）を進めることが必要となっている。
- ② 夏秋キャベツ
 - ・ 安定した販売ができる野菜なので、出荷の谷間ができないように、仕入れルートの多様化を図っていく。
 - ・ 客に値ごろ感を与えるため、カット売りにより、単価を大きく変えない販売をしていく。
 - ・ カット野菜では、キャベツの使用頻度が上がっているが、カットキャベツは寒玉系を使っており、春先を含めた産地形成が課題である。
- ③ 夏だいこん
 - ・ 家庭向けは、消費が減退する時期なので、自然体で販売。価格を見ながら、カットして販売していく。
 - ・ 加工・業務用については、おでん用のだいこんが伸びている。また、刺身のツマやだいこんサラダ用の需要量も大きい。今後は、だいこんおろしの需要が増加する可能性がある。
- ④ たまねぎ
 - ・ 北海道では、新たな産地ができており、出荷量が安定してきている。
- ⑤ 秋にんじん
 - ・ 北海道から関東の近在ものに切り替わる時期に出荷の谷間ができる可能性があるため、産地の動向を注視する必要がある。
 - ・ 加工・業務用においては、他の食材と一緒に提供されることが多く、用途が決まっており、新たなメニュー提案が難しい食材である。
- ⑥ 夏はくさい
 - ・ 家庭での需要が少ない時期となることから、4分の1カット中心の販売となるが、必ずしも販売の重点を置いていない。
 - ・ ざく切りのはくさいには、一定の需要があり、期待できる。
- ⑦ 夏秋レタス
 - ・ リーフ系や水耕栽培のもの等、品ぞろえを増やしている。
 - ・ カットして販売する比率を上げて、全体のパイを大きくしたい。
 - ・ 核家族化の中で、大きいものが好まれるか疑問。

(3) その他

- ① 夏先以降の消費を左右する要因、注目している要因
 - ・ 昨年は高温の影響により根菜類の消費が伸びなかったため、今後の天候を注視している。
 - ・ 加工・業務用において、商品の単価が決まっている中で、包材等の価格が高騰している影響を受け、野菜の販売価格等にしわ寄せがくる恐れがある。
 - ・ 加工・業務用における品質基準・規格が年々厳しくなっている。
- 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
 - ・ トマトは、産地・品種・色等がバラエティに富んでおり、消費者にアピールしやすく、

注目している。味や機能性を前面に出して販売していきたい。

- ・ スナップエンドウは、全体の販売量は少ないが需要があり、販売量が拡大する可能性がある。
- ・ 加工・業務用では、アボカドやズッキーニ等の汎用性の高い野菜が伸びている。
- ・ 九条ねぎは、京野菜のイメージを生かし、居酒屋での需要が伸びている。
- ・ コンビニや外食では、「地場野菜・地域野菜」に力を入れている。

③ 冷凍野菜やカット野菜の動向

- ・ スチーム野菜（カットして蒸気で加熱した野菜）に注目しているが、現状では生のカット野菜と比較してボリューム感がなく、販売単価が高いことが課題となっている。
- ・ 外食チェーンでは、プロの料理人がいないことから、包丁を使用しなくてすむカット野菜の需要が伸びている。
- ・ カット野菜は、特にシニア層の需要が伸びているので、シニア層向けの商品開発を進めたい。
- ・ 冷凍野菜は、輸入品が多い中で、品質の良い冷凍野菜を製造する国内の冷凍野菜産業を育成することが重要である。

④ 輸入野菜（生鮮野菜及び冷凍野菜）の動向

- ・ 中国産たまねぎは、作柄だけではなく、人件費の上昇や中国企業の販売戦略の影響もあり、価格が高止まりしている。
- ・ 円安等で輸入が減少している中で、コールスロー用のキャベツと剥きたまねぎ（皮を剥き芯をくりぬいた状態）については、輸入品に対する一定の需要がある。