

## 平成27年度第1回野菜需給・価格情報委員会消費分科会の意見概要

### 1 日時

平成27年7月14日（火）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

「最近の消費・輸入動向等について」（資料1）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、7月22日開催の平成27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27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 最近の景気、天候等の要因による消費動向

- 3月以降の天候不順などによる価格高騰により、野菜の調達に苦労した。特に、必要な数量が決まっている学校給食等への納品は価格高と両面で大変であった。
- 山菜やゴボウなどあく抜き等の調理時間を要する品目は敬遠する傾向がある。
- 加工・業務用の寒玉キャベツは、4～5月の供給不足と高値が多く調達に苦労する。2～3月に収穫された状態のよいものを冷蔵保管するなど、不足を繰り返さない取組が今後の検討課題である。
- 7月の前半は多雨で、客数が伸びずに販売点数は少なかった。
- 景気は徐々に良くなっていると思われるが、未だ節約志向は続いている傾向があると考えられる。
- マルシェなどでは、市場価格に影響されにくいために平年並みの販売状況であった。

##### ② 個食化・簡便化傾向等の影響によるカット野菜、冷凍野菜及び原料に野菜を使用した冷凍調理食品の消費動向

- 最近の高値傾向もあり、キャベツ1/2カット、はくさい1/8カットなど買いやすい価格で販売。千切りキャベツなどのカット野菜も堅調で、今後も販売強化を図る。
- 単品ものと比較して少し高いが、特徴的な野菜も使用し一袋でそのままサラダセットとして食べられるカット野菜製品の販売が好調。特に、ホワイトセロリ入りやハーブ入りのミックスサラダが伸びている。
- 生鮮野菜が高いとき、カット野菜はより多く売れるが、最近では、単身者等は安いときでもカット野菜を購入する頻度が高くなっている。
- ほうれんそうなど国産原料の冷凍野菜は伸びている。最近では、冷凍野菜の販売が伸びて生鮮野菜が売れないという構図ではなく、消費者が用途を使い分けて購入しているケースもみられる。
- 店頭購入の惣菜を、高齢者や30～40代の家族等がイトインコーナーで飲食する傾向がGMSを中心に見られ、今後、食品スーパーも同様の販売強化を図ることが考えられる。

##### ③ 輸入野菜（生鮮野菜及び冷凍野菜）の動向

- 本年は、九州産の不作でたまねぎの価格が高騰したことから、通常は取り扱わないニュージーランド産やオーストラリア産の輸入品の販売を行った。
- 中国産たまねぎは、昨年の残留農薬問題から、特定の輸出業者等に注文が集中している。

#### ④ 消費拡大への取組状況及び今後の予定

- 調味料メーカー等と連携したメニュー提案、店員からお客様への食べ方提案、品目の特徴などを記載したPOPの作成などにより、消費者にアピールをしていく。
- 秋以降の戦略として、調味料メーカー等と連携した、カボチャやキムチを使った鍋のメニュー提案を今年も同様の切り口で取り組む予定。
- 青果小売店では、小学生等が対象の「野菜塾」で旬の野菜の美味しさや食べ方などを伝える取り組みを実施。こうした取組は若い年代を対象に行うことが有効で野菜の消費拡大につながることも期待。
- 最近では、機能性食品が注目を集めているが、やはり生鮮野菜をバランスよく食べることが重要であることから、食育を推進する講座を行っている。
- 高齢者等向けには、高品質で一度に消費できる少量サイズのキット商品を販売している。
- マルシェでも、今後は接客対応や商品知識の向上により、リピーターを増やすことが必要。

#### 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

- 最近の高値は売る側も大変であったが、今後、北海道や東北の産地の生育もおおむね順調とのことで、長期的にみると安定供給は可能と考えている。ただし、レタスは、最近の降雨の影響による病害の心配はある。
- 今後、台風シーズンとなり生育への影響は避けられないとしても、産地への影響の程度を注視していく。また、雨が多くなると来店客数に影響して売り上げの減少につながる。
- ばれいしょ、玉ねぎ及びにんじんは、学校給食での消費のウエイトが高く、この時期の価格動向が心配である。

#### 3 その他

##### ① 夏以降の消費を左右する要因、注目している要因

- 経済状況によって消費者の財布の紐が固くなったり、緩んだりするなどその時の状況に応じた販売戦略を考える必要がある。最近では、株高や企業賞与アップの新聞報道もあり、付加価値の高い野菜へシフトする動きもみられる。
- マルシェは屋外開催が多いため、気温が高いと来場客が減少する。

##### 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

- ズッキーニが伸びており、積極的な販売に取り組んでいきたい。輸入品の取扱もあるが、国内産地の面積拡大や産地の新規開拓など、国産の供給強化を検討している。
- マッシュルームは、人気の売り手市場だが生産が追いつかない状況である。また、ベビーリーフも欧米のように販売を増やしていきたい。
- 環境配慮型のエコ長ねぎや白ナス、長なすの販売額が年々増加している。それ以外にも、レンコンやブロッコリー、ほうれんそうも増加しており、一時的な供給不足もある。売れ筋商品は、調理のしやすさや、珍しい野菜と考えている。
- 葉わさび、ケールなども商品説明をしっかりと行くと買ってもらえる。

##### ③ 野菜の物流を巡る情勢変化の影響とその対応

- ドライバー不足の問題は常態化しており、モーダルシフトも運用面で課題が多く実態は進んでおらず、どのように解決すべきか対応に苦慮している。
- 複数の産地の共同のトラック物流に取り組み、経費増をかなり圧縮できている。成立の要因は、他の販売先の荷物の調整、従来からの運送会社との関係の断ち切り、産地同士のチームワーク力と考えるが、複数産地を束ねるコーディネーターの不在等からなかなか進まないのが現状である。
- 北海道からの業務用野菜の物流は、札幌からは仙台や関東近郊までのフェリー配送等のル

ートは確保されているが、現況は、道内産地から札幌までのトラック確保ができないケースもある。このため、業務用にもかかわらず宅急便を使用する時もある。青森県や秋田県、岩手県の北東北3県も同様の事態が懸念される。北海道等の物流問題は、九州でも起こり得る。

- 流通コストアップの問題は、小売価格への転嫁までには至っていないが、産地側がその影響を被っていることが考えられる。

#### ④ 最近の原油価格や労務費の動向等による野菜価格の影響

- 最近、原油価格が再上昇しそうな兆しがあり、秋以降の施設栽培への影響を懸念している。
- 大産地では外国人研修生の確保が必要であるが、最近、その確保が難しくなっていると聞いており、出荷数量が減少しないか心配である。
- パートを含めた人材確保などの産地のコストアップについては、産地の希望価格を聞き取り適正価格で仕入れることで、産地支援と生産者手取りの確保を行っている。

#### ⑤ 震災や原発事故の影響による消費動向

- 全体として消費者などからの問い合わせは少なくなっている。
- 福島県の隣接県の地域では、いまだに被災産地の商品の発注を避ける店舗もあるが、そのような店舗は減少している。
- 学校や保育園に対しては、放射線量検査の実施状況等を説明しながら納品していることもあり、福島産はいらないという声はなくなってきた。
- 原木しいたけ等も、毎月放射能検査を行う等の取組みにより売り上げは増加している。

#### ⑤ その他

- 外食・中食・居酒屋業界では、国産野菜へ切り替えたい企業が増えている。
- 簡便化志向もあり、例えばごぼうなどのアク抜きが必要で調理時間がかかる野菜の販売量が減少する傾向にある。