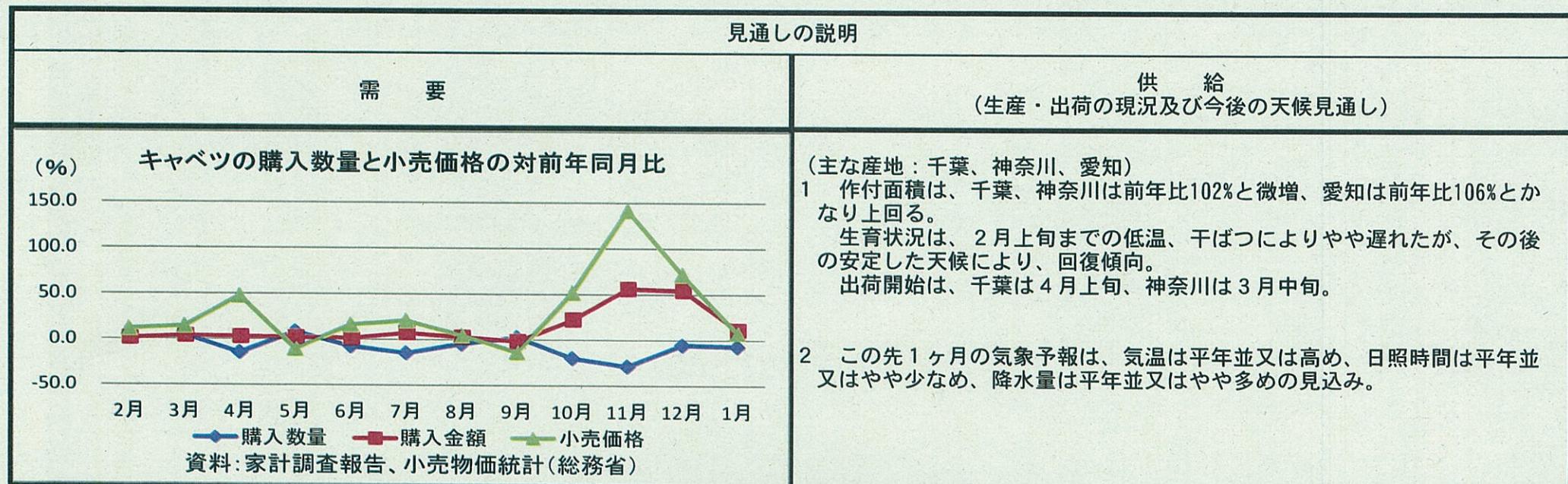
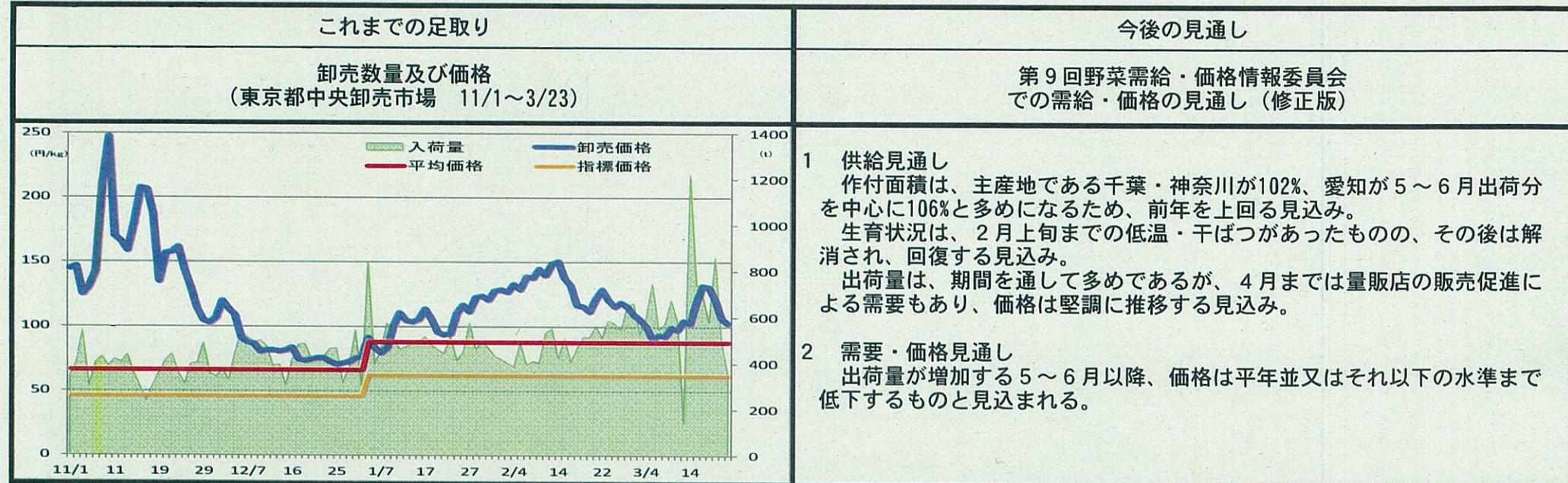


○2 3年産春野菜の需給・価格の見通しについて（概要）

春キャベツ（4～6月）

資料1-1



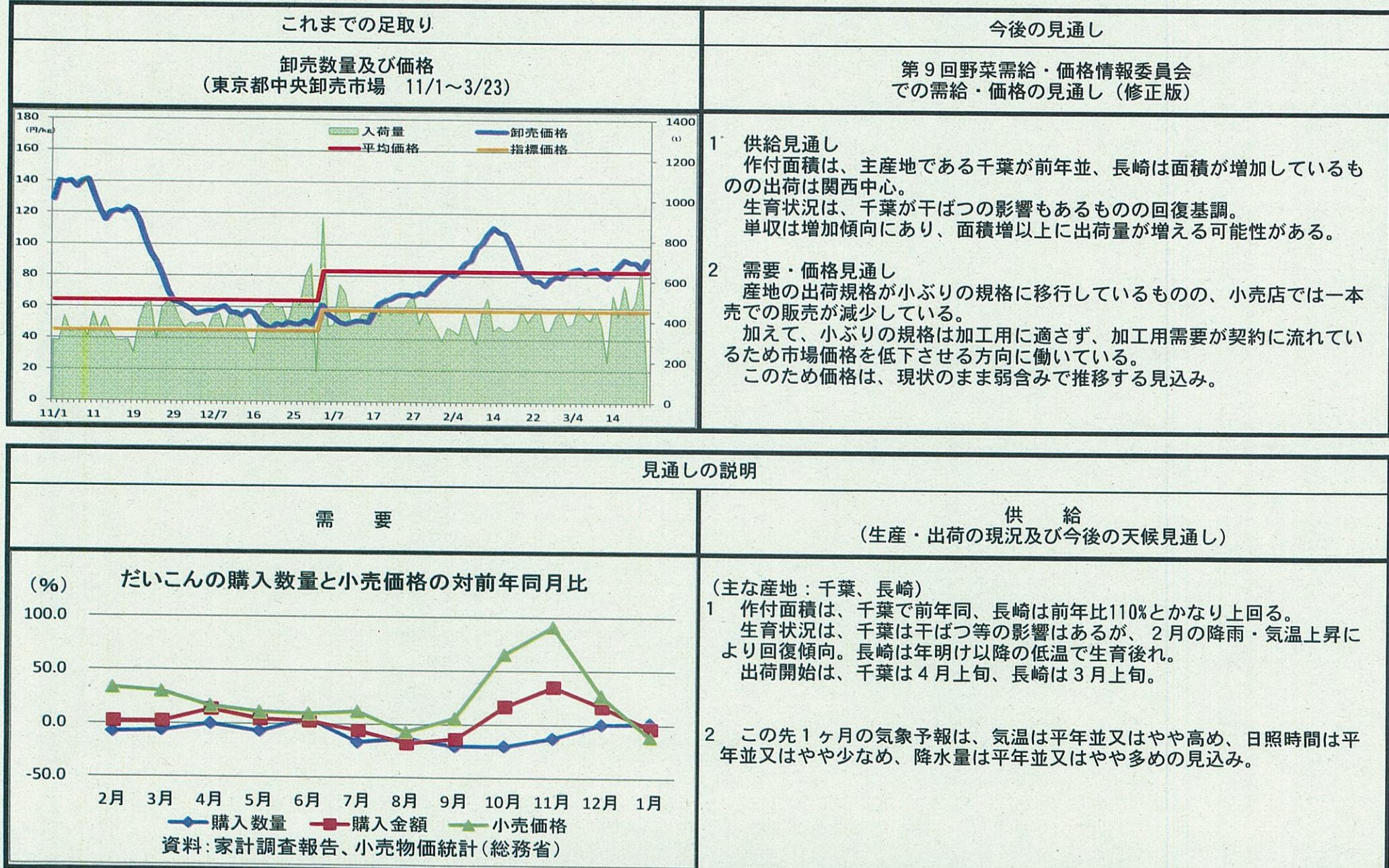
○23年産春野菜の需給・価格の見通しについて（概要）

たまねぎ（4～6月）

これまでの足取り	今後の見通し
<p>卸売数量及び価格 (東京都中央卸売市場 11/1～3/23)</p>	<p>第9回野菜需給・価格情報委員会 での需給・価格の見通し（修正版）</p> <p>1 供給見通し 作付面積は、主産地の佐賀・兵庫で前年を上回る。 生育状況は、佐賀・兵庫ともにやや遅れていたものが回復し、現状は順調。 出荷量は、平年を上回る見込み。（2L玉が増えれば出荷量はさらに増加する。）</p> <p>2 需要・価格見通し 価格は、北海道の貯蔵品の在庫が多くないことから4月までは現在の水準で推移するものの、作付面積が増えた府県産が出回る5月以降、現在より1割以上低下する可能性が高い。</p>
需 要	供 給 (生産・出荷の現況及び今後の天候見通し)
<p>たまねぎの購入数量と小売価格の対前年同月比</p> <p>資料:家計調査報告、小売物価統計(総務省)</p>	<p>(主な産地: 北海道、佐賀、兵庫)</p> <p>1 作付面積は、北海道は101%と微増、兵庫は103%と微増、佐賀は108%と前年をかなり上回る。 生育状況は、佐賀は12月以降の天候不順による定植遅れ等で遅れ気味であるが、兵庫は2月以降の適度な降雨・上昇により回復傾向。北海道は播種・苗立て作業中。 出荷開始は、佐賀は4月上旬、兵庫は5月。北海道は前年収穫された貯蔵物を出荷中であるが、地震の影響による輸送上の障害が懸念される。</p> <p>2 この先1ヶ月の気象予報は、気温はやや高め、日照時間は平年並又はやや多め、降水量は平年並又はやや多めの見込み。</p>

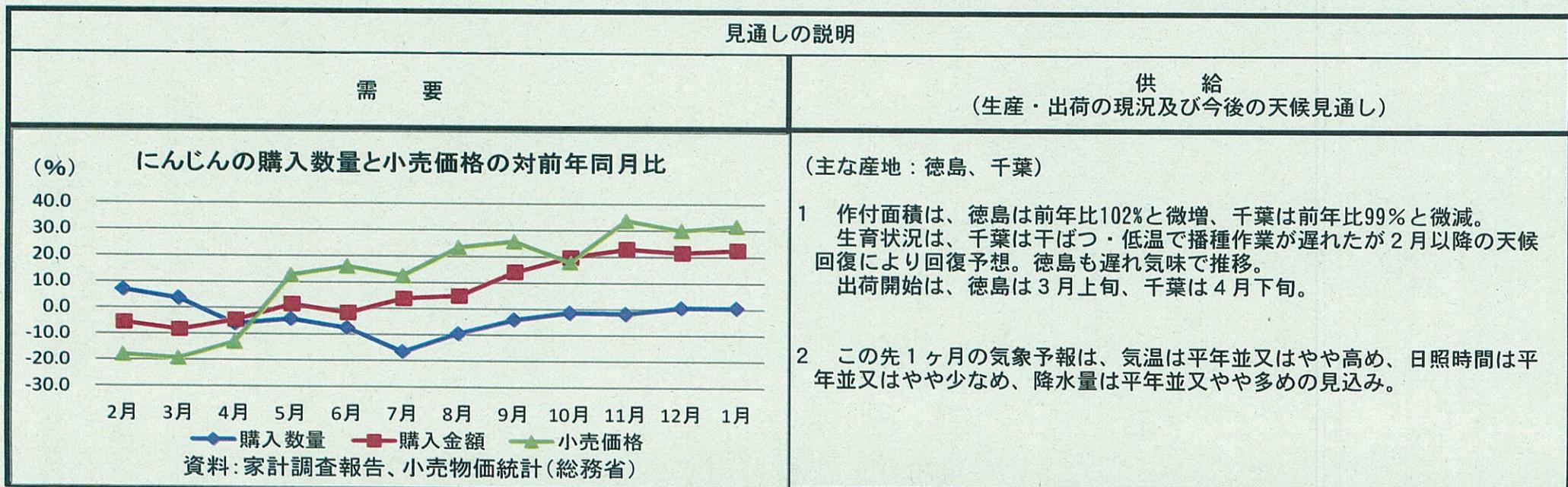
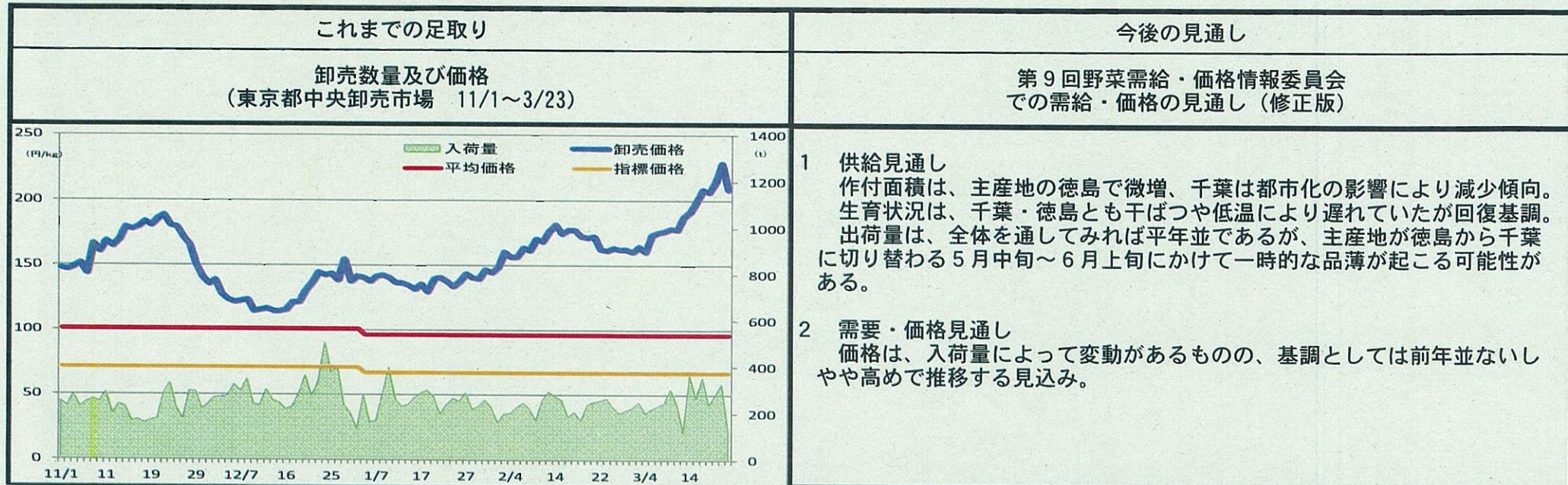
○ 23年産春野菜の需給・価格の見通しについて（概要）

春だいこん（4～6月）



○2 3年産春野菜の需給・価格の見通しについて（概要）

春夏にんじん（4～7月）



資料：家計調査報告、小売物価統計（総務省）

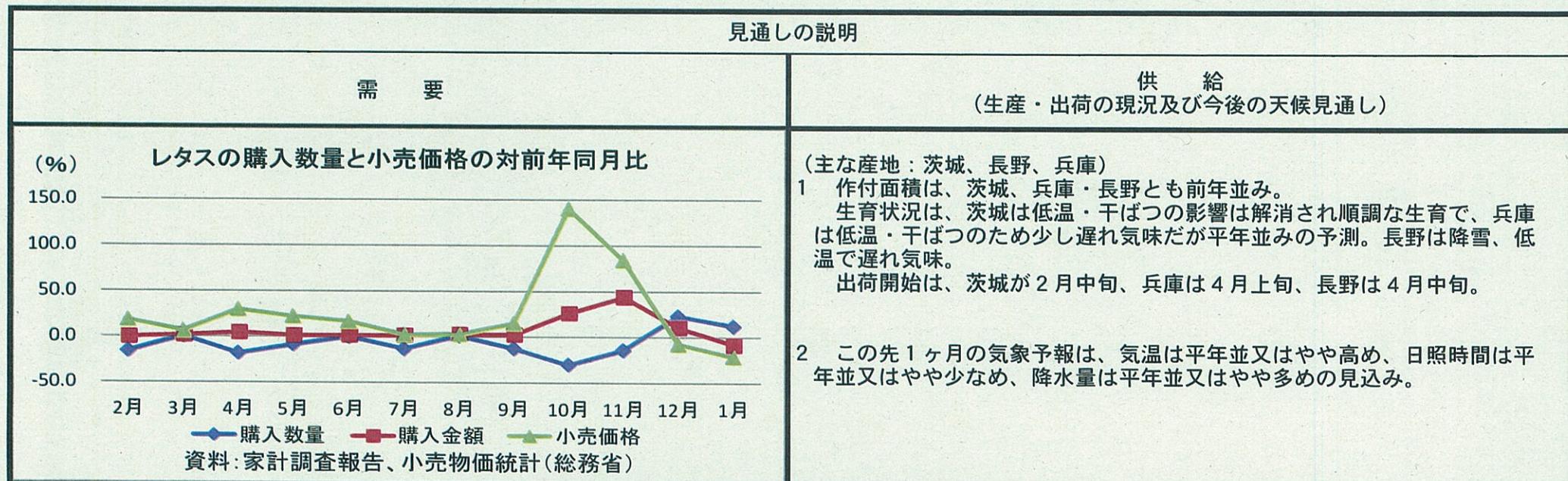
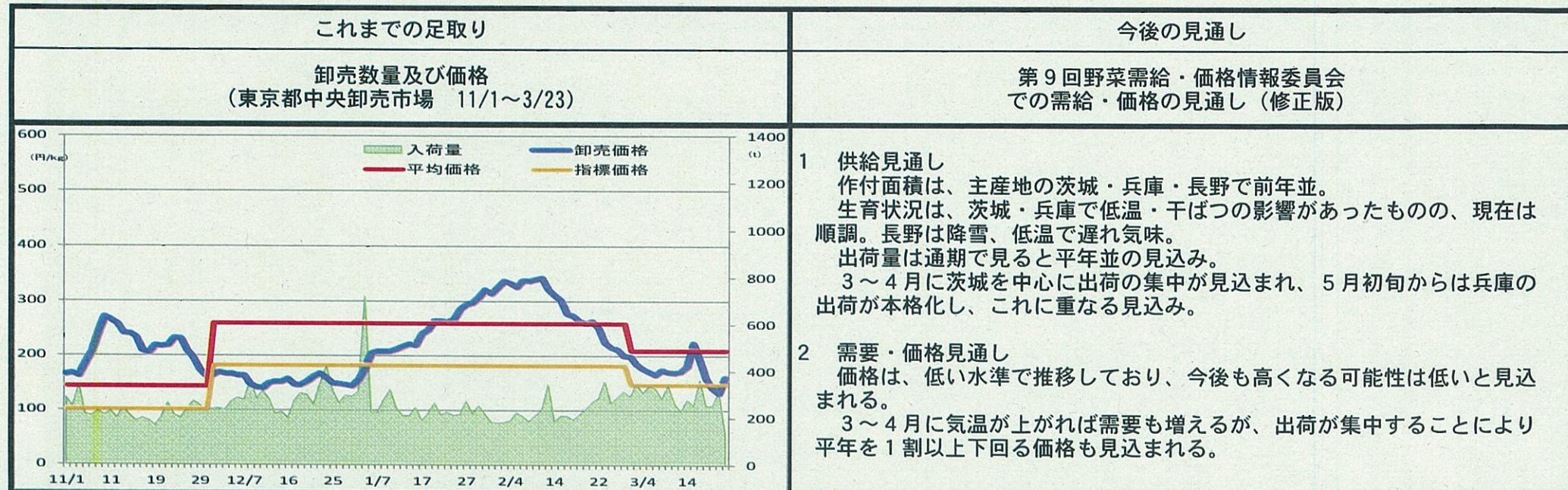
○2 3年産春野菜の需給・価格の見通しについて（概要）

春はくさい（4～6月）

これまでの足取り	今後の見通し
<p>卸売数量及び価格 (東京都中央卸売市場 11/1～3/23)</p>	<p>第9回野菜需給・価格情報委員会 での需給・価格の見通し（修正版）</p> <p>1 供給見通し 作付面積は、主産地の茨城・長野とも前年の高値を受けて5%程度増える見込み。 生育状況は、順調であり、面積が増えていることから出荷量は増加の見込み。</p> <p>2 需要・価格見通し 国産キムチの需要増はあるものの契約栽培や、冬場に収穫し冷蔵保管したもので対応している。 例年5月以降は、量販店での販売量が大幅に減少。 このため、4月までは平年並の価格が維持されるものの、5月以降は昨年を大幅に下回って推移する可能性が高い。</p>
見通しの説明	
需 要	供 給 (生産・出荷の現況及び今後の天候見通し)
<p>はくさいの購入数量と小売価格の対前年同月比</p> <p>(%)</p> <p>資料：家計調査報告、小売物価統計（総務省）</p>	<p>(主な産地：茨城、長野)</p> <p>1 作付面積は、茨城・長野で前年比105%とやや増加。 生育状況は、茨城は順調。長野は播種時期。 出荷開始は、茨城は3月中旬。長野は5月下旬。</p> <p>2 この先1ヶ月の気象予報は、気温は平年並又はやや高め、日照時間は平年並又はやや少なめ、降水量は平年並の見込み。</p>

○2 3年産春野菜の需給・価格の見通しについて（概要）

春レタス（4～5月）



資料：家計調査報告、小売物価統計（総務省）

その他野菜全体の消費の動向・見通しなど

【価格・購入価格帯】

- 野菜の購入価格は、客層により違いはあるものの、総じて販売単価100円～158円が中心となり、200円以上だと売り上げが止まる。

【景気の影響】

- 景気の影響が食品の販売に波及してくるのには半年程度の遅れが生じる。また景気が悪化すると特売商品の動きが活発となり、必要なものを必要な量だけを買う動向が見られる。

【祭事と野菜の売れ行き】

- 祭事と野菜の売り上げとの関係は年々薄れる傾向にあり、祭事に関する売り上げが伸び悩んでいる。旬が薄れていると感じるが、節句等を大切にする文化が必要である。

【こだわり、健康志向、国産志向等】

- 価格が高くても国産志向が強い消費者も多くいる一方で、購買動機として価格に重きを置く消費者も多い。また、健康・ダイエットなどのキーワードがあると特定の素材が売れる動きが出るが、その効果は長続きしないことが多い。

【小分け販売へのニーズ】

- 小分けしたものを見る消費者が増えたが、年代によっても違いがあり、高齢者は「使い切れず、もったいないから分けたものを買う」傾向が強いが、若い年代では「レシピ等に記載されている量」を求める傾向がみられる。

【カット野菜の消費動向】

- カット野菜・サラダなど即食の商材が売れ筋になっており、昔は野菜相場が高い時はよく売れるが、安くなると急激に売り上げが落ちる商品であったが、現在はコンスタントに良く売れる商品に成長している。
- カット野菜は、若い人が買っているイメージだが、販売データによると年齢による偏りはあまりない。家族4人（親2、子2）の一般家庭でも買っており定着している。共働きが増えて時間を短縮したい時に使われているのではないか。
- 最近、キャベツを食べる生活シーンが変わってきている。以前はキャベツの千切りは家庭で作られていたが、現在、カット野菜としてキャベツ千切りが最も売れている。

【売り方の工夫】

- 時節ごとに安い野菜を使ったメニューや野菜の部位のおいしさを味わえるメニューなど、小売段階での提案や情報発信をしていく必要がある。
- 今後、簡単便利みたいな調味料やキットが増えていくと季節の山菜や栽培面積の少ない商品は販売量が落ちていってしまうとともに、食べ方が解らない人が増えてしまうので、もっと小売段階でのメニュー提案、商品案内を行っていく必要がある。

【需要と供給のバランス】

- はくさい、だいこんについては、需要は鍋もの消費など冬期に集中しており、春野菜の時期の需要は漬物用などの加工業務用需要が中心となってくる。
- 他方、はくさいの作付面積の増加など供給は増加傾向にあることから、今後は家庭向けの調理方法の提案とあわせた販売や、加工業務用の規格・品種に特化した生産により、需給のマッチングを図っていくことが必要。