

## 平成 26 年度第 3 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 3 月 6 日（金）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 2）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 16 日開催の平成 26 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 27 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 野菜全体の目下の動向

##### ① 最近の景気、天候等の要因による消費動向

- 最近の消費傾向としては、価格が高くても品質の良いものを求める消費者と価格に敏感で低価格なものを求める消費者に分かれており、消費の 2 極化が顕著に現れている。このため、中間の価格帯のものがあまり売れない状況にある。
- 昨年 2 月の降雪では、相場への大きな影響が見られたが、今回の 2 月の降雪では、昨年末からの相場安もあり、価格の変動は余り見られなかった。これまでのような、気候などの影響による相場の動きが読みにくい状況にある。

##### 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

- カット野菜の販売は、総体的には順調で 10%程度伸びている。サラダ用は順調であるが、調理加熱用は思ったほど販売が伸びずに横ばいないしは微増傾向となっている。
- 最近のデータからみると、40～50 歳代の方々を中心にカットサラダが伸びており、小さな子供がいる世代である 30～40 歳代は時短を求める傾向にあることから加熱調理用が好まれる傾向にある。
- 大手カット野菜製造業者が、コンシューマー向け以外にも業務用対応を視野に入れて比較的大きな新工場を建設する動きがある。
- 冷凍野菜については、カット野菜ほど販売は伸びていない。しかし、国産冷凍野菜の販売は伸びている。

##### ③ 輸入野菜（生鮮野菜及び冷凍野菜）の動向

- 米国西海岸における港湾ストライキ等の影響については、生鮮野菜への影響は、ブロッコリー、セルリーといった一部の品目を除いてあまりないものの、レモン、グレープフルーツ等の果物を中心に加工・業務用への影響が出ている。
- 中国産のたまねぎは、昨年の残留農薬問題や国内価格が安かったことから、27 年産は中国国内の作付面積は減少するとの情報もある。ただし、国内産が順調に生育すれば影響は少ないと思われる。

##### ④ 消費拡大への取組状況及び今後の予定

- 青果小売店において、消費者を対象とした「野菜塾」を開催して旬の野菜の美味しさや味の違いなどを伝える取り組みを行っている。参加者は、健康に気を使う 60 歳以上の方や小さい子供がいる親などが多い。
- 簡単なメニューや食品メーカーとコラボした加熱調理用野菜を使ったメニューの提案などによる販売強化を行うほか、店舗の販売員のスキルアップを図り消費者にメニュー提案ができるようにしたい。

- 産直の取り組みとこだわり商品の取り扱いを増やして差別化を図っていく。
- 消費者、子供達を対象とした食育や1汁3菜の提案をしていく。
- 一部の外出チェーンでは、単価が高くても美味しいものを提供すれば顧客も確保できるとの認識により、食材を外国産から国産にシフトする動きがある。

## 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

- 春野菜6品目については、今後の天候に左右されるが、現在のところ順調に生育しており、全体として潤沢と見ている。
- 販売については、単身世帯や2人世帯を対象として、小分け、バラ売り、2分の1カット等の販売を増やしていく。
- はくさいやキャベツ、だいこんは、低温等の影響から4月に一部で端境期がでる可能性がある。
- 外出では、春野菜を使った限定メニューが多くなっている。

## 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

- 機能性野菜の動向に注目しているが、販売する際に野菜ごとの機能性成分などを、どのように正確に消費者に伝えられるかが課題である。現在、アピールの方法を検討している。また、販売に際して科学的根拠などについても、販売する側からでは難しいこともあり、企業や生産サイドからの提供を期待している。
- 高リコピンのトマトやカロテン含有量の多いにんじんなど、高機能生野菜の販売を強化していく。
- 加工食品が値上げ基調となっていることから、生産野菜等生鮮品の販売を強化したい。

### 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

- ミニトマト、スナップえんどう、ズッキーニなどの販売が伸びており、今後も食べ方の提案もしながら販売していきたい。ズッキーニは30～40歳代の方が好んで購入されており、現在は輸入物が中心であるが、国内産地に生産拡大の要請をしている。
- 春に向けて、芽もの野菜など食べ方を提案しながら販売を強化していきたい。

### ③ 震災や原発事故の影響による消費動向

- 関心が薄れており問合せ件数は減ってきているものの、小さい子供のいる親や学校などから懸念する声も聞かれる。
- 今後、夏場に向け東北産が出回ってくるので問い合わせがある可能性がある。

### ④ 野菜の物流を巡る情勢変化の影響とその対応

- ドライバー不足は深刻な状況にある。この状況を解消するには、流通関係者等と連携していかなければならないと考えている。
- モーダルシフトでは、列車を念頭に検討していることが多いが船舶による方法も考えないといけない。また、コンテナも現在は5トンコンテナが主流であるがもっと大型のコンテナの活用も考えていく必要がある。また、他業種が使用したコンテナを折り返しで使うなども検討していく必要がある。
- 遠隔地の生産サイドでも、モーダルシフトへの対応がみられ始めたことから、今後とも生産者サイドへの情報提供を続けていきたい。
- 今後は、物流拠点を消費地に近いところに整備する必要がある。