

東果大阪株式会社 IT・マーケティンググループ プロジェクトリーダー

しん かい しげ き  
新開 茂樹

### 輸入から国産へシフト

日本の食料自給率は、ここ10年は約40%のまま低迷を続けているが、野菜の自給率は80%以上と、それほど低い数値ではない。その中でも、輸入が主体であったものが国産に大きくシフトした例もある。

ブロッコリーは、自給率30%台だった10年前と比べると輸入量が約半分ほどにまで減少、逆に国産の出荷量が全国で約1.5倍、大阪市東部市場では1.5～1.8倍に増加している。中国の餃子問題が拍車をかけてすべての輸入野菜が激減したが、2010年の大不作の年に見直されて回復、以降はブロッコリーに関しては輸入量も国産出荷量も増加を続けている。これは消費量が増加傾向にあるためで、調理の手軽さや彩り、栄養価の高さなど他の野菜に比べても優位性が高く、今後もますますニーズは高まることが予想される。

### 産地の現状

時期・産地的には、北海道をはじめとする夏産地よりも中四国を中心とした西日本の冬春産地が増加しており、近年では九州各地で産地化が進み、飛躍的に増加している。これは、市場ニーズ以上に、水稻価格の低迷やタバコの需要低下によって増加している耕作放棄地の転換作物としての適性が高い

ことも要因であり、情勢を考えると今後は他の地域にも波及していくことが予想される。

出荷については、発泡スチロールで氷詰めをするなど、出荷方法の工夫である程度はコントロールしているとはいえ、どうしても山谷が発生しやすく、安定出荷が難しいのが現状で、同じ作型の産地が増えることで値崩れを起こしやすい状況となるのは必然であり、それを回避できる栽培技術や品種が求められる。

### 市場と産地との連携が将来へのカギ

ブロッコリー以外にも、ここ10年で変化のあった夏まき野菜の例をあげると、レタスは結球よりも非結球のニーズが増えており、生産の簡便さと生産者の高齢化からも非結球に乗り換える傾向が強くなってきた。今はちょうど均衡状態であるが、これ以上非結球の



↑ここ10年でレタスは結球より非結球の生産割合が高まってきている。

割合が増えると一気にバランスを崩してしまうのではと危惧しており、市場と産地がしっかり提携しておく必要がある。

量販店におけるハクサイの販売形態は1/4カットが主流となり、それに合ったボリューム感のあるものが求められるようになってきた。1玉としての重量は重要視されなくなり、短形で尻張りしたものよりも長形で全体が上から下までまんべんなく詰まったものが好まれている。



↑近年、ハクサイの販売形態は1/4カットが主流となってきた。

これら現状のニーズを知り対応していくことは、もちろん必要であるが、将来的に継続していくものなのか、近く変化が訪れるものなのか、気候変動や世界情勢なども加味しながら判断し、全量同じものを作って出荷するのではなく、地域ごとの異なるニーズに応じたものを作れるよう、市場と産地が連携し合うことが重要だろう。



↑ブロッコリーはここ10年で国産出荷量が増加しつづけている。

ブロッコリー出荷量の推移比率

