

(2) 果 実

全体の動向と見通し

11月と12月の実績

(東京都中央卸売市場)

品目	区分	11月の取扱実績(計)				12月の旬別取扱実績							
						上旬				中旬			
		入荷量 (t)	前年比 (%)	単価 (円/kg)	前年比 (%)	入荷量 (t)	前年比 (%)	単価 (円/kg)	前年比 (%)	入荷量 (t)	前年比 (%)	単価 (円/kg)	前年比 (%)
総数(国産果実計)		70,881	111	198	82	26,135	110	227	77	28,294	104	248	76
みかん類		37,198	120	146	66	16,327	116	141	61	17,962	111	143	58
りんご類		8,965	121	230	82	2,861	125	204	68	2,515	119	195	63
(ジョナゴールド)		902	134	183	71	78	128	239	76	65	113	229	70
(陽光)		76	93	206	90	0	-	0	-	0	-	0	-
(北斗)		504	137	200	80	17	214	101	48	2	85	181	100
(王林)		962	112	178	86	210	110	165	67	179	88	172	72
(ふじ)		5,659	122	243	81	2,373	127	199	65	2,098	126	189	61
西洋なし		1,144	77	299	119	313	68	374	138	252	56	361	144
かき類		10,518	99	190	95	1,494	77	235	123	988	71	278	117
(富有)		5,018	120	201	96	1,199	72	237	129	740	64	295	128
(平核無)		3,266	83	184	97	39	45	223	94	10	77	262	71
ぶどう類		343	91	714	96	47	102	694	88	41	80	587	90
いちご類		821	134	1,784	88	1,037	122	1,269	89	1,346	100	1,442	96
メロン類		1,378	106	497	76	492	106	731	83	579	100	746	90
すいか類		210	139	216	77	86	151	206	77	156	84	173	71
外国産果実総数		8,307	87	127	111	2,584	95	126	106	2,877	85	128	121

概況

12月の果実は、みかんとりんごを中心に回った。例年になく味が良いにもかかわらず価格低迷状況となり、12月全体の入荷量は前年比100%強、販売価格は200円/kg程度で、前年比約2割安、売上げは前年比約2割減といったところ。

野菜も果実も前年を2割下回る取扱高という販売不振からは、経済不況の深刻化が食生活にも影響して、野菜・果実の消費支出を抑制しているという、推測ができる。

主力のみかんは、「表年」で、需要を大きく上回る150万前後の生産量が見込まれたため、摘果などの生産調整に取り組んできたが、潤沢な入荷が続いて、前年の半値近い価格となった。りんごは、ふじを中心に180円/kg前後と前年比65%前後と11月中下旬から安値のトンネルに入った状態だった。両主力品目とも産地間、等級間格差が大きかった。

市場担当者は、「糖度が高く、味は例年になく良好なのに、売れ行きが悪い。お歳暮等のギフト需要も予想外に少なかったようだ。不況と消費低迷で盛り上がりは弱いようだ。」と言う

このように、みかんとりんごの2大品目が低迷している中、山形産西洋なし(ラ・フランス)は、入荷減のために前年比約5割高(堅調に推移し、前半にほぼ終盤の出荷となった。出荷当初、玉の肥大がにぶりやや小玉傾向になり、病害虫の発生が見られ懸念されたが、その後傷害果の混入がなくなり、糖度が高く、食味良好となったために市況が回復していった。しかし、大幅な入荷減とその修正に追われた後半は、市場側の期待を裏切るものであった。的確な作柄、出荷情報は、販売の基本であるため、ぜひにも改善したいものである。

なお、本年は、「食べ頃」のラ・フランスを試食してもらったり、PRを強化して展開したことは、市況の盛り上がりにつながったと同時に、次年度の以降の需要増にプラスとなったであろう。

(1月の見通し)

(東京都中央卸売市場)

品目	区分	入荷量 (t)			キロ当たり単価 (円)			山形県産前年1月実績	
		前年実績	前年比 (%)	5カ年平均	前年実績	前年比 (%)	5カ年平均	前年入荷量	前年占有率 (%)
みかん類		17,496	110	19,195	269	70	229		
いよかん		6,384	90	6,699	210	80	216		
りんご類		4,758	130	5,409	305	70	254	104	2
(ふじ)		3,639	130	4,107	310	70	256	101	3
いちご類		4,069	110	4,311	1,423	100	1,365		
西洋なし		300	100	152	228	110	317	229	76
メロン類		957	100	1,030	726	90	843		
すいか類		283	80	286	203	90	286		

概況

1月の果実は、みかん類が全体の35%を占め、次いでいよかんとりんごが各10%で、シーズンもののいちご類が約8%のシェアを占めて人気を集める。

みかんは、正月だから箱で買って、こたつに入って食べるという習慣はずいぶん薄れており、安値基調が続くと予想される。

りんごは、前月歳暮需要に合わせ36玉以上の大玉比率を高めたにもかかわらず価格低迷を脱することができなかった。1月は、小玉比率が高まることも予想され、今後の販売において苦戦が続くと見込まれる。

1月のいちご類は、栃木産が「とちおとめ」を中心に40%を占め、佐賀産の「さがほのか」と「さちのか」、福岡産の「とよのか」を中心に各々14%のシェア、静岡産は章姫を中心に6%を占めて、競争し合う。いちごは、クリスマス需要を契機に堅調相場に変わったが、前年1月も高かったため、前年並の堅調価格が予想される。ただし、韓国からの輸入いちご(さちのか)が本年から本格化する情報もあるので、産地と品種の戦国時代が加速すると見られている。

競争が激しい品目の戦国時代の勝ち残り策は、従来は大量生産 大量消費の流れに乗りロットの拡大である程度成功を収められたが、現在のポイントは、

買ってくれる人(ターゲット)を設定してみることに。

ターゲットのニーズをもとに、他商品との違いを明確にすること。

わかりやすい商品を設定し、提案してみることに。

である。

さらに、ブランドづくりの途上であれば、次の事項をチェックしたい。

取引先や消費者の満足とズレてきていないか。

競合産地とかライバルブランドの攻勢に負けていないか。

ブランド推進の軌道修正期に来ていないか。

変化の時代は、広い視野で点検することが大切である。1月はそんなことにも目配りをしておきたいものだ。