



東京園芸ニュース(28年度-103号)

平成29年2月/群馬県東京園芸情報センター

きゅうりの卸売価格が低迷、緊急会議を開催

卸売価格と小売価格のアンバランスによる販売低迷から消費宣伝・予約相対販売を強化

本県産きゅうりの促成作型の出荷が2月から本格的にスタートし、3月中旬以降に出荷ピークを迎えます。しかし、現在卸売市場においてきゅうりの価格低迷が続いており、販売は厳しい状況となっています。そのため、産地では緊急販売対策会議が行われ、卸売市場では関係者への販売促進を図る試食宣伝会が行われるほか、予約相対販売の拡大などの対策がとられています。

今回の相場低迷の原因を市場関係者に聞くと、一つは“卸売価格と小売価格のアンバランス”です。昨年9月以降の全国的な天候不順により青果物全般の流通量が減少したことで、10月の卸売価格・小売価格はともに高値基調となり、テレビ等でもニュースになりました。その後、徐々に入荷量が回復したことで卸売価格は落ち着きを取戻しましたが、一方で小売価格はそのまま高値基調が続きました。このアンバランスが、きゅうりの入荷量が増える2月（関東近郊の春きゅうり出荷開始）になっても続いており、現在の流通の滞り、相場低迷の原因となっています。今年は好天に恵まれ、きゅうりの作柄が順調で入荷量も潤沢であることがさらに供給過多の原因になっています。

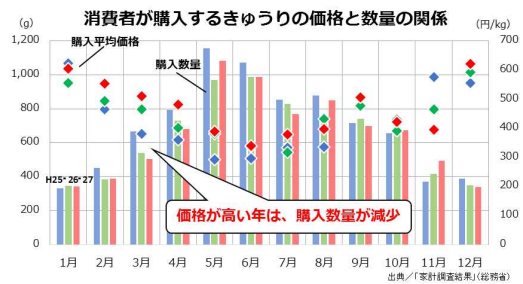
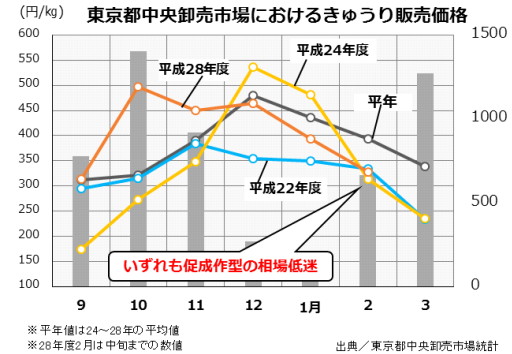
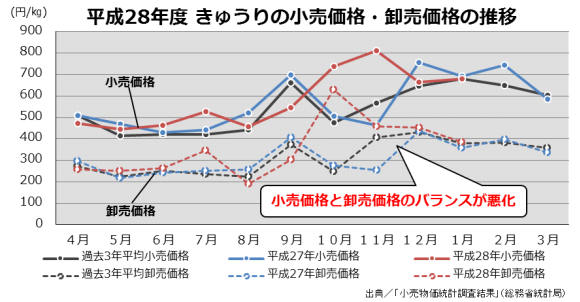
二つ目は、“多くの販売店の決算月が2月である”ことです。販売店などでは特売や〇〇フェアといった期間限定の売り込みがありますが、決算月である2月については特売等を実施する販売店が少なくなる傾向だそうです。特に今期は売上げ目標を達成している販売店が多く、積極的な特売も少なくなり、結果的に小売価格は高止まりとなりました。加えて冷え込みによる消費減少も重なり、上述のとおり流通の滞りを招いたそうです。

市場関係者からは「6年前（震災前）にも緊急販売対策会議を開催したが、それ以来の状況の悪さ。」との話もあり、また平成24年度にも同様の会議が開催されています（いずれも促成作型、22年度・24年度の価格推移はグラフのとおり）。このような状況を脱却するためには、販売店における特売や、産地による市場PRなど消費を促す“きっかけ”が必要とされ、そのため本県では全農ぐんまが中心となり、市場及び量販店等での宣伝活動に加え、市場関係者への売り込みによる予約相対取引の重点化などが行われる予定です。

	1月			2月	
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬
平成28年	413	487	584	556	438
平成29年	435	447	426	365	333
平年	439	481	489	444	401
前年比	105%	92%	73%	66%	76%
平年比	99%	93%	87%	82%	83%
(参考)29年数量	49	86	140	190	247

* 単位は円/kg、数量はt

出典/「東京中央卸売市場統計」



群馬県産春きゅうりの試食宣伝を実施 「うまい！」の声多数

これらの状況を受けて、早速大田市場や淀橋市場で「群馬県産きゅうり土間試食宣伝」として、卸売場にて試食宣伝を行い、仲卸業者やバイヤーなど売買参加者に向けて試食や商品の展示を通して、「群馬の春きゅうりが旬を迎えます！」とPRが行われました。

出荷がスタートして間もない本県産の春きゅうりは、品質も良く、シャキシャキとした食感が十分味わえ食味も良好です。試食した方々からも「シャキシャキしてうまい!」「やっぱりきゅうりは群馬だね。」という声も聞かれました。今後も横浜市場等にて同様の活動を予定していますが、これらをきっかけに、流通、消費が促され、気温とともに相場の浮上が期待されます。



東京荏原青果(株)での商品展示の様子