

キュウリの消費拡大に向けて

専門的な情報提供

野菜と文化のフォーラム

野菜の文化を継承し、健康の増進に寄与することを目的とした「野菜の学校」などを主催している野菜と文化のフォーラムでは、より専門的な情報提供をしようと「野菜特性研究会」を企画。その第一弾として「キュウリ」を取り上げ、研究会を開催し、青果卸や生産者、種苗会社、流通業者、食品メーカーなど約80人が参加した。

キュウリは40年ほど前までは東京市場の取り扱い金額の10%を占め、第1位の品目であつたが、20年前にトマトに抜かれ、以来、生産・需要は低迷が続く。

また、昨年度の栽培面積は約1万1600畝で、ピーク時（1965年）3万4000畝の3分の1に減少。生産量は昭和の終わりの頃の103万トをピークに、約59万トと約半分まで落ち込んでいる。栽培技術の向上による反収増が、面積の減少による生産減を緩

やかにしているものの、確実に栽培面積も出荷量も縮小しているのが現状。

作付面積の減少の原因は、生産性と価格。野菜の中でもキュウリは栽培が難しく生産者は重労働となる。さらに市場価格が安定しにくい品目であることから、収入が不安定になることも多い。

「近年は栽培コストの上昇から、現在の3本100円では採算が合わなってきた



ている。せめて1本50〜60円といった価格を作らねばならない。冬場であれば石油などの光熱費を考えると1本80〜100円。でなければ、作り手がなくなってしまう」と、青果卸のキュウリ担当者は危惧する。さらに「キュウリの1人当たりの

消費量は、12年の収穫量と日本の人口で換算すると、1か月に3本の計算。根本的な消費量を増やしていくには、1か月に5本を消費してもらいたい。そのために、どうしたらよいかをえたい」と話した。

また、キュウリは表面に粉が落ちたのではない。ブルームレスは日持ちするので量販店などでセールを行う場合、数量を揃えるため3〜4日前からストックする。よって消費者は収穫から4日以上も経ったキュウリを食べることになり「おいしくない」と認識する。流通では

研究会に協賛している種苗会社の埼玉原種育成会、ときわ研究場、久留米原種育成会、サカタのタネ、カネコ種苗、トキタ種苗、トホクの7社が一押しのキュウリを展示した。

の出来ないブルームレスの出現により、「味が落ちた」と、よくいわれるが、これはキュウリ自体の味が落ちたのではない。ブルームレスは日持ちするので量販店などでセールを行う場合、数量を揃えるため3〜4日前からストックする。よって消費者は収穫から4日以上も経ったキュウリを食べることになり「おいしくない」と認識する。流通では

こうしたセール対応は常識だが、これがキュウリ自体の価値を落とすことにもつながっているという認識を持たなければいけない。

研究会では、生産、流通、消費など、キュウリにまつわる様々な課題を踏まえ、今後どのように消費を増やしていくか、そして生産者をどのように支えていくかなどの課題を共有し、意見交換を行った。