株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

2026 年 11 月 10 日

各　位

プレスリリース

株式会社農業総合研究所

猛暑と長雨の影響は「かぶ」にも波及。
夏場出荷前年比 3 割減、7 月単価は直近 3 年で最高値に。

～ 1 月～5 月は好調も、夏場に大きく落ち込む。秋冬の出荷本番を前に、
神奈川県三浦市「三浦かぶ」の生産者に今季の状況を聞く ～

「持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにする」をビジョンに掲げる株式会社農業総合研究所（本社：和歌山県和歌山市、代表取締役会長 CEO：及川 智正、代表取締役社長：堀内 寛、以下「当社」）は、全国約 2,000 店舗のスーパーで展開する「農家の直売所」の販売データをもとに、かぶの出荷点数と平均単価を調査しました。



その結果、2026 年 1～5 月の出荷点数は前年同期比 5.6%増と毎月前年を上回っていた一方、6 月に減少に転じ、6～9 月は前年同期比 30.8%減となりました。品薄を受けて平均単価は 7 月に 211.7 円（前年同月比 18.7%増）と、集計を始めた 2023 年 10 月以降で最も高い水準を記録しています。
あわせて、神奈川県三浦市で「三浦かぶ」を生産する株式会社 PEEKABOO の石井 亮氏に、今季の生育状況や栽培へのこだわりを聞きました。

■ 9 月の長雨・日照不足で、市場全体でもかぶが品薄に

かぶは一般に春と秋が出荷の山場で、これからの秋冬にかけて店頭に並ぶ野菜です。一方、近年は猛暑や長雨、少雨など天候の振れ幅が大きく、種まきや生育の計画が立てにくくなっています。

今年は長雨で畑に入れない期間が続き、例年 7 月ごろに行う種まきに影響が出た産地もあります。さらに資材費や人件費などの生産コストが上がる一方、野菜の小売価格は大きく変わらず、その差を生産者が吸収しているのが実情です。

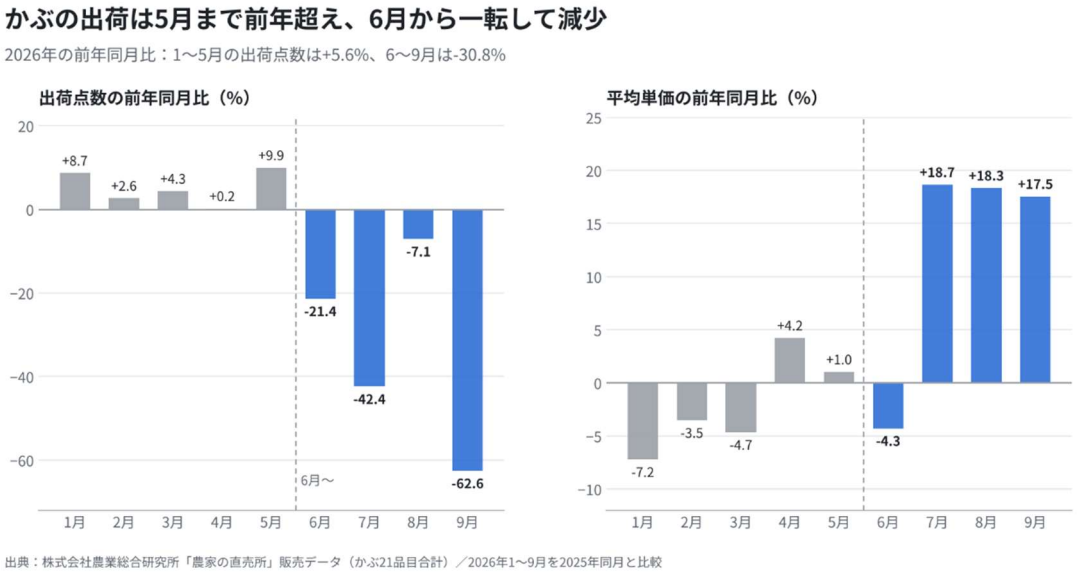
市場全体でも品薄は鮮明です。農林水産省の青果物卸売市場調査によると、2026 年 9 月下旬の東京都の卸売市場におけるかぶの卸売数量は 141.4t で前年同旬の 60.0%にとどまり、卸売価格は 1kg あたり 203 円（前年同旬比 119.4%）となりました。

また同省は、白菜や大根などで、9 月の長雨と日照不足による生育不良や生育の遅れが見られると公表しています。当社の販売データでも、かぶの出荷は 5 月まで前年を上回っていましたが、6 月以降に一転して大きく落ち込み、単価が上昇しています。

※出典：農林水産省「青果物卸売市場調査（旬別結果）東京都 令和 8 年 9 月下旬」、「野菜の生育状況及び価格見通し（令和 8 年 10 月）」

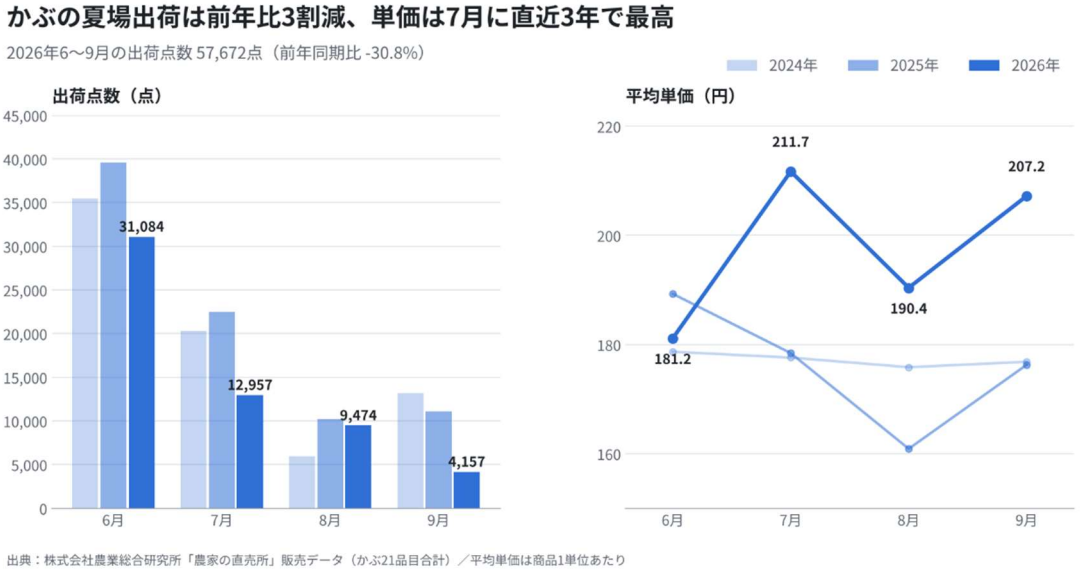
■ 5 月まで前年超えの出荷が 6 月から一転、6〜9 月は 3 割減｜7 月の単価は 211.7 円

当社「農家の直売所」におけるかぶ（21 品目の合計）の出荷点数は、2026 年 1〜5 月は前年同期比 5.6%増で、毎月前年を上回っていました。しかし 6 月に前年同月比 21.4%減と一転し、6〜9 月は 57,672 点で前年同期比 30.8%減となりました。特に 9 月は 4,157 点（同 62.6%減）と、集計期間（2023 年 10 月〜2026 年 9 月）で最も少ない月となりました。



出典：株式会社農業総合研究所「農家の直売所」販売データ（かぶ21品目合計）／2026年1〜9月を2025年同月と比較

平均単価は、7 月が 211.7 円（前年同月比 18.7%増）、8 月が 190.4 円（同 18.3%増）、9 月が 207.2 円（同 17.5%増）と、前年を大きく上回っています。出荷の減少で品薄となり、単価が押し上げられたとみられます。



一方、かぶの主な出荷期である秋冬シーズンは堅調です。昨期（2025 年 10 月～2026 年 5 月）の出荷点数は 1,102,088 点で前季比 9.1%増となり、2 シーズン連続で増加しました。平均単価は 188.5 円（前期比 1.9%減）と、ほぼ前期並みです。夏場の落ち込みが今期の秋冬の出荷にどう影響するかが注目されます。

シーズン（10 月～翌年 5 月）	**出荷点数（点）**	**前期比**	**平均単価（円）**
2025/26	1,102,088	+9.1%	188.5
2024/25	1,010,160	+12.6%	192.0
2023/24	897,374	—	180.6

※出荷点数は「農家の直売所」におけるバーコード発行枚数です。平均単価は商品 1 単位（袋・個など）あたりの平均販売価格で、期間平均は月別の単価を出荷点数で加重平均して算出しています。 ※6～9 月はもともと出荷が少ない時期のため、増減率は母数の小ささの影響を受けやすくなっています。
※数値は当社の販売網におけるデータであり、市場全体の動向を示すものではありません。

株式会社農業総合研究所
Nousouken Corporation

■ 生産者に聞く｜神奈川県三浦市の三浦かぶ生産現場



写真：株式会社 PEEKABOO 石井 亮氏（神奈川県三浦市）

今回取材した「三浦かぶ」は、神奈川県三浦市の株式会社 PEEKABOO が育てる三浦産のかぶで、2021 年に商標登録されています。有機主体の土で育て、若いうちに収穫するため、甘くみずみずしい味わいと、生でも食べられるやわらかさが特徴です。収穫後の鮮度を保つため直接取引を中心に販売しており、「ノウフク・アワード 2025」で優秀賞を受賞しています。

うまく育つかは土で決まる。周囲にない手間をかけた土づくり

三浦かぶは土づくりで品質が大きく変わります。石井氏は「健康に育てる」ことを大切にし、有機主体の肥料で土を整え、水は与えすぎも控えすぎもせずかぶの状態を見ながら管理しています。その手間のかけ方は、周辺の生産者と比べてもほかにないといいます。

「三浦かぶは、土をしっかり作らないとうまく育ちません。細かいやり方は企業秘密ですが、周りでここまでやっているところはないと思います。」（石井氏）

供給が少ない時期を狙い、10 月から 8 ヶ月間出荷を続ける

一般的にかぶは春と秋に出荷が集中します。石井氏はあえて供給の少ない時期も含めるよう作型を組み、10 月初旬から翌年 5 月ごろまで途切れなく出荷しています。若どりで収穫し、できるだけ新鮮な状態で消費者に届けることを重視しています。

「ほかの産地が少ない時期にも届けられるように、10 月から 8 ヶ月間を通して作っています。とにかく新鮮なものを届けたいという思いです。」（石井氏）

「甘い」という声がリピーターにつながる

三浦かぶは消費者から「甘い」という声が多く寄せられ、継続して購入するリピーターも増えているといいます。石井氏は一度きりの購入よりも、繰り返し選ばれることにこだわっています。

「食べた方からは、よく『甘い』と言っていただきます。一度食べて、また買ってもらえるかぶを作り続けたいです。」（石井氏）

長雨で畑に入れず、種まきが遅れた今年

例年は 7 月ごろに種まきを始めますが、今年は雨が続いて畑に入れない期間があり、種まきができない日が続きました。猛暑や大雨、少雨など、ここ数年で栽培の難しさは増しているといいます。

「雨がずっと続いて畑に入れず、種をまけない時期がありました。昔と比べると、天候の読みにくさは明らかに増しています。」（石井氏）

当社の販売データでも、かぶの出荷点数は 7 月に前年同月比 42.4%減、9 月に 62.6%減と、種まきから生育期にあたる夏場の落ち込みが目立ちます。

コストは上がっても価格は据え置き。人手不足は業界全体の課題

人件費をはじめ生産コストは上がっていますが、三浦かぶの価格は据え置いています。また、労働力の確保は自農園だけでなく農業界全体の課題だと、石井氏は指摘します。

「人件費などのコストは上がっていますが、野菜の値段はほとんど変わりません。人手不足は、農業全体で考えなければいけない問題だと思います。」（石井氏）

今夏はかぶの相場が前年を大きく上回りましたが、石井氏は繰り返し購入してくれるリピーターを大切にし、相場が上がる中でも三浦かぶの価格を据え置いています。今季の三浦かぶの出荷は、10 月初旬から翌年 5 月ごろまで続く予定です。

■ 調査概要

- 調査対象：当社「農家の直売所」で販売されたかぶ（かぶ、こかぶ、赤かぶ、サラダかぶなど 21 品目）
- 集計期間：2023 年 10 月～2026 年 9 月（月次）
- 調査項目：出荷点数（バーコード発行枚数）、平均単価（商品 1 単位あたり）
- ヒアリング対象：株式会社 PEEKABOO 石井 亮氏（神奈川県三浦市）
- ヒアリング実施日：2026 年 10 月 1 日

- 参考：三浦かぶ公式サイト https://miurakabu.com/

■ 会社概要

株式会社農業総合研究所
〒640-8341　和歌山県和歌山市黒田一丁目 6 番 12 号 寺本ビル II 4 階
URL： https://nousouken.co.jp/

「持続可能な農産業を実現し、生活者を豊かにする」をビジョンに掲げ、日本及び世界から農業が無くならない仕組みを構築することを目的とした産直流通のリーディングカンパニーです。全国約 10,000 名の生産者と都市部を中心とした約 2,000 店舗の小売店を IT でダイレクトに繋ぎ、情報・物流・決済のプラットフォームを構築することにより、農産物の産地直送販売を都市部のスーパーで実現した「農家の直売所事業」と、農産物をブランディングしてスーパーなどで提供する「産直事業」を展開しています。

■ 本件に関するお問い合わせ

株式会社農業総合研究所 経営企画部 広報課
TEL：073-497-7077
E-mail：pr@nousouken.jp