

世界のオレンジ果汁出荷量が減少

citrusindustry.net 2023年7月5日

エコノミストのマリサ・ザンスラー氏は6月のフロリダ州柑橘類委員会(FCC)で、世界的なオレンジ果汁の今シーズン(2022-23年度)の出回り量は前シーズンと比較して10%から12%減少したと語った。ザンスラー氏は、フロリダ州政府柑橘局(FDOC)の経済・市場調査課長であり、FCCはFDOCの管理委員会である。

ザンスラー氏によると、2022~23年度の冷凍濃縮オレンジ果汁の出回り量は13%減少すると見られ、非濃縮果汁の出回り量は少なくとも7%減少すると見られる。オレンジ果汁の約66%~68%は小売販売用である。

ザンスラー氏の報告によると、2022年10月から2023年5月までの期間に、オレンジ果汁の荷動きは11%減少し、小売価格は全体として12.5%上昇した。非濃縮果汁は、荷動きが6%減少し、価格が9%上昇した。全体的な出回り量の減少により、荷動きは17.97%減少し、総合的なオレンジ果汁価格は14.52%上昇した。

全体として、インフレは緩和してきている。しかしザンスラー氏は、食品部門では依然として高いインフレ率が持続していると述べた。2023年4月のインフレ率は4.9%低下したが、オレンジ果汁の価格は12か月の間に12.5%上昇した。

販促プロモーションで販売されたオレンジ果汁の量は、2020年以前との比較で見ると少ないと同氏は報告した。2023年5月20日までの期間中の販促価格は8.32ドルで、昨シーズンより12.1%高く、昨シーズンの非プロモーション価格である8.19ドルより1.6%高い。今年の非プロモーション価格は9.06ドルで、10.6%上昇した。同氏は、小売りの販促プロモーションの減少は、非プロモーション価格での販売量が増えることを意味していると述べた。

供給が減少したとしても、オレンジ果汁の販促プロモーションと宣伝は重要であるとザンスラー氏は述べている。同氏は、消費者にオレンジ果汁を引き続き購入したいと思わせるためには、オレンジ果汁の肯定的な認識をメディアに発信することが依然として重要であると述べた。

消費者がオレンジ果汁について持っている主な認識は、それがビタミンとミネラルの天然の供給源であるということだ。しかし、ザンスラー氏は、消費者がオレンジ果汁を購入する主な理由は味であると述べた。もう一つの主な購入理由は健康と健全さである。

出典: フロリダ州政府柑橘局