

写真: 豪州のタスマニア島で果実を食害するインコ(豪州現地情報調査員提供)



果樹産業の動向

- 目次 -

果樹産業の動向

・品種を巡るリンゴ産業の動向

1

・米国果実の生産・輸出動向

4

現地調査報告

フランス

6

豪州

6

タイ

7

トピックス

・米国の有機農産物販売額が増加

8

品種を巡るリンゴ産業の動向

The World Apple Report 誌(2017年5月号)

世界のリンゴ産業ではいま二つの勢力がぶつかり合っている。つまり、現状維持路線の勢力と品種革新を旨としたイノベーション勢力で、様々なリンゴ生産国で、強弱様々な激しさでしごきを削っているのである。このせめぎ合いの結果がどうなるかはこの先10年、20年のリンゴ市場のあり様を決するだろう。

本稿は、このような状況を次の3点に焦点を当てている。

・リンゴ品種に関して2大勢力のせめぎ合いに影響を及ぼす要因

・中国を除く世界の主要リンゴ生産国での品種の過去の推移と今後の動向

・品種構成の変化が世界のリンゴ小売業界や消費者に与える影響

1. 守旧勢力と革新勢力の戦い

リンゴのような多年生作物の場合、現状維持、つまり果樹園を現状のまま維持しようという考えは多くの生産者が抱いているところである。彼らは既に多くを現在の果樹園に投資している。いま植栽されている果樹は、この先かなりの期間、豊かな収穫をもたらすはずである。生産者、貯蔵業者、出荷業者、販売業者も現在の植栽品種を前提にして、どのように販売数量の極大化を図るか、個々の品種の弱点をどう回避するか、そして長期的には毎年一定の収益をどうすれば確保出来るかということを知っている。

非現実的価格プレミアム

一方、イノベーションを迫る動き、つまり品種革新を急がなくてはならないという考え方も高まっている。リンゴ

産業で「イノベーションを」という主張が登場してきた最大の理由は、かつては、とてもそんな高い価格プレミアムなどあり得ないと思われていた水準のプレミアムをいくつかの新品種リンゴが実現したという事実である。

米国における「ハニークリスピー」の生産量は、2006年には2万トンであったのが、2016年には実に30万トンへ増大している。過去にこのような生産急増を記録している品種には、生産が始まって間もない時期の「ガラ」と「ふじ」がある。しかし、「ガラ」と「ふじ」は登場直後こそ FOB 価格でほぼ100%の価格プレミアムを手にしたが、その後生産量が急増するとともに価格プレミアムはあっという間に消えてしまった。しかし、「ハニークリスピー」は市場に登場して10年経っても依然として高いプレミアムを確保しており、現在でも、小売り段階で1ポンド当たり1ドル以上の価格プレミアムを得ている。

このような「ハニークリスピー」の例が示すところは何か。それは、多くの消費者は自らの嗜好に合う品種にならば前例のない程高いプレミアムでも払うことを厭わないということであり、小売業界は「ハニークリスピー」に負けないような新たな品種を待ち望んでいるということである。「スイータンゴ」や「エンヴィ」のような新品種は現在のところ結構なプレミアム付きの価格で売られている。それがいつまで続くかは定かでないが、高プレミアムに対する消費者や小売店の心理的バリアーは乗り越えられたということは確かである。

競り勝つのは誰か

リンゴ産業における「ハニークリスピー」に匹敵する新品種発見に向け、高価格プレ

果物を食べて
応援しよう!

被災地を応援

ミアムを確保できる品種の作出競争開始の号砲が鳴った。「ハニークリスプ」自体は生産・流通等が管理されたクラブ品種ではないが、儲けを得ようとする「新品種発見競争」の参加者たちは、新品種はクラブシステムの下でこそ可能だと信じ込んでいるようである。

これまで、ある新品種を核にして育種業者、品種管理会社、販売業者、出荷業者、生産者を組み合わせた様々な取組が生まれている。しかし、これらの多くは緒に就いたばかりであり、その多くがその新品種リンゴの生産や出荷を統制しているものの、それがリンゴ市

場にどれ程の影響力を持てるのかは未だはつきしない。その結果がどうなるか、次章で見ることにしたい。

2. 世界のリンゴ品種状況の回顧と展望

長年にわたり、本誌を発行するBelrose Inc.社は、その時々主要品種の生産動向を分析し、先行き10年の見通しを発表してきた。この分析では中国を除く世界の主要リンゴ生産国をほとんどカバーしている。

中国をこの分析で除外しているのは2つの理由がある。中国のリンゴ生産量は極めて膨大だということと、その生産量の3分の2以上が単一品種「ふじ」によって占められていることである。こ

のことから、世界の品種動向を分析するとき中国を含めると大きな偏りを受けてしまう。このため、品種動向の分析においては中国と中国以外の国々に分けて行っているのである。

表1は、中国を除いた主要生産国の主要品種ごとの生産量の割合を2010年および2015年の実績と2020年と2025年の見通しについて、最も適切と思われるデータをもとに取りまとめたものである。見て分かるように、これまでの品種構成の変化はゆっくりとしたものであり、この先も引き続きゆっくりとしたものになるだろう。というのは、これまでと同じように行こうという慣性の力がイノベーションを起こそうとする力より強いからである。

即ち、2010、2015、2020、2025のいずれの年も「デリシャス」、「ゴールドデンデリシャス」、「ガラ/ロイヤルガラ」の3品種のみがシェア10%を超えており、これに次ぐのが「ふじ」と「グラニースミス」だけで、いずれかの年シェアが5%超となっている。

中国以外の国々の「デリシャス」、「ゴールドデンデリシャス」、「ガラ/ロイヤルガラ」の生産量は2025年まで引き続き500万トンを上回る水準を維持するだろう。「ふじ」の生産量は240万トンを下回ると見られるが、「ふじ」の大生産国である中国を合わせると実に3,540万トンと圧倒的水準と見込まれる。なお、以前本紙は、世界のリンゴ総生産量は今後10年、年率1%強で増大し、2025年には1億トン近くに達すると予想した。

品種構成の変化の傾向を概括的に把握するため、品種を4つのグループ、即ち、伝統的な主要品種、主要な新品種、2000年以降に登場した新品種、その他の品種に分けて分析した(表2)。

「デリシャス」、「ゴールドデンデリシャス」等の伝統的の主要品種のシェアは2010～2015年の間に5%ポイント低下しているが、2015～2025年には1%ポイント以下の低

表1 世界のリンゴ品種別生産量の割合(除く:中国)単位: %

順位	品種名	2010年実績	2015年実績	2020年予測	2025年予測
1	デリシャス	21.51	18.35	18.87	15.40
2	ゴールドデンデリシャス	16.60	14.55	14.82	16.95
3	ガラ/ロイヤルガラ	13.91	14.00	14.85	15.82
4	ふじ	7.13	6.88	6.94	7.19
5	グラニースミス	5.55	5.38	4.91	5.12
6	アイダレッド	2.75	4.42	4.26	4.32
7	ジョナゴールド	2.46	2.76	2.70	2.68
8	クリプスピンク/ピンクレディー	2.18	2.65	2.73	2.93
9	ジョナゴレッド	1.00	2.14	2.18	2.35
10	ブレイベーン	2.39	2.04	1.89	1.82
11	エルスター	1.43	1.45	1.29	1.22
12	マッキントッシュ(旭)	1.34	1.38	1.04	0.97
13	ハニークリスプ	0.41	1.00	1.42	1.72
14	ジョナサン(紅玉)	1.37	0.10	0.94	0.87
15	ローマビューティー	1.03	0.80	0.74	0.69
16	グロスター	0.50	0.71	0.70	0.70
17	エンパイア	0.56	2.50	0.45	0.43
18	王林	0.69	0.49	0.48	0.48
19	レイネッテ	0.41	0.49	0.42	0.43
20	メルローズ	0.31	0.44	0.36	0.38
21	つがる	0.40	0.41	0.35	0.36
22	ジャズ	0.32	0.40	0.43	0.50
23	ピノバ	0.13	0.39	0.42	0.53
24	レッドジョナプリンス	0.11	0.38	0.58	0.67
25	スパルタン	0.32	0.37	0.30	0.29
26	ボスクープ	0.30	0.36	0.32	0.31
27	コートランド	0.44	0.34	0.31	0.30
28	ブラムレー	0.37	0.30	0.26	0.27
29	ヨーク	0.03	0.29	0.24	0.24
30	コックスオレンジ	0.43	0.18	0.18	0.16
31	パシフィックローズ	0.15	0.17	0.16	0.15
32	ノーザンスパイ	0.18	0.16	0.15	0.12
33	サンダウアー	0.14	0.16	0.13	0.14
34	カメオ	0.18	0.14	0.12	0.12
35	ロボ	0.25	0.13	0.13	0.13
36	アンブロージア	0.07	0.12	0.26	0.36
37	ステイマン	0.15	0.12	0.11	0.08
38	陸奥	0.12	0.12	0.10	0.10
39	北斗	0.10	0.10	0.09	0.09
40	千秋	0.08	0.08	0.07	0.07
41	カンジ	0.00	0.04	0.06	0.09
42	イングリッドマリー	0.05	0.04	0.04	0.03
43	RIグリーンング	0.08	0.04	0.04	0.03
	その他	11.80	13.77	14.41	13.72
	合計	100.00	100.00	100.00	100.00

表2 世界のリンゴ品種類型別生産割合(中国を除く)単位: %

類型	品種	2010年	2015年	2020年	2025年
伝統的 主要 品種	デリシャス、ゴールド ンデリシャス、グラ ニースミス	43.66	38.28	38.60	37.47
主要な 新品 種	ガラ、ロイヤルガラ、 ふじ、ブレイバーン、 ジョナゴールド、エル スター、クリプスピン ク/ピンクレディー	30.50	31.92	32.58	34.01
2000年 以降 の 新品 種	ハニークリスプ、ジャ ズ、ピノバ、レッド ジョナプリンス、パシ フィックローズ、アン ブロージア、カンジ	1.19	2.50	3.33	4.02
その他		24.65	27.30	25.49	24.50
合 計		100.00	100.00	100.00	100.00

下と見込まれ、かなり減少速度は緩慢なものになると見られる。これに対し、「ガラ」「ロイヤルガラ」、「ふじ」等の主要な新品種のシェアは、2010-2020年、2015-2025年のいずれの10年間も約2%ポイント増加している。

一方、新たに2000年以降に市場に登場した新品種でデータが入手出来る「ハニークリスプ」や「ジャズ」等の品種について、2010年から2025年までの5年刻みでの推移を見ると、いずれもかなりの速さでシェアが拡大している。とはいえ、これらの品種はスタート時の2000年時点ではかなり低いシェアから始まったことを考慮すると、2025年時点で6%以上となるとは考えられない。

これらのことを考慮すると、リンゴ業界では2025年時点でもリンゴ市場で主流を占めるのは、小売業界や消費者にとってなじみの深い従来の品種だと思われる。

3. 世界リンゴ市場における新品種の影響

今後10年、リンゴ産業にとって新しい品種のリンゴの重要性が増大することは確実だろう。それと同時に、世界のリンゴ市場で伝統的品種のリンゴが最大の生産量を占め、この結果、小売店頭でも、消費者の購入においても最大の地位を占め続けることも確実である。

近い将来予測されているリンゴ品種の構成の変化は、生産、選果・梱包、販売、小売等の業界及び消費者にどういった影響を与えるだろうか。

新品種が価格プレミアムをどの程度の期間維持し得るかが、新品種の新植、既存品種の伐採の程度を左右するだろう。

価格プレミアムの確認

価格プレミアムを確認し、それがどの程度のものか数値化することは思うほど簡単なことではない。通常、価格プレミアムは新品種の平均価格ないし代表的な価格と、主要な伝統的品種1種類あるいは複数品種の平均価格とを比較するという方法で捉えられている。新品種の中でも特に品質の優れた新品種が入手し易いところでは、伝統的品種の価格は抑え込まれるだろう。

例えば、2016/17年の米国のリンゴ市場で大々的な販売活動が行われた「ハニークリスプ」の価格は、代表的な伝統的品種である「レッドデリシャス」の価格に対し実に100%のプレミアムを手にし、同じく新品種である「クリプスピンク」のプレミアムは50%であった。

新品種がプレミアムを得るということは、さもなければ伝統的品種の購入に向かっていだろう消費者支出の何がしかを新品種が奪ったということ、つまり消費者支出を巡る「共食い」が起きたということである。新品種のシェアが増大すれば、共食いが加速化することを意味することになる。

共食いの進行

品種間の共食い、つまりシェアの奪い合いがどの程度の速さで進むかを前もって見通すことは容易ではない。しかし、その影響を予測する

ことはそれ程難しいことではない。伝統的品種に大きく依存している生産者、出荷業者、販売業者は、新品種に大きく肩入れしている革新勢力にシェアを大きく食われるだろう。経営体としては、伝統的品種を減らし、新品種を増やすことによって収益を補うことになるだろう。

革新勢力にとって、問題は新品種が市場でどれだけ長い間価格プレミアムを維持できるか、さらにはそのプレミアムもやがて減衰していくことは必至であることを考えると、それに代わる次なる新たなプレミアム品種を迅速に見出せるかが重要になる。プレミアム品種を維持しつつ、次なる新たなプレミアム品種を生み出すというのは相当なコストを要することであるが、引き続き価格プレミアムを手にしよとするならば、既存の新品種に対してさらに新しい新品種をぶつけて共食いを制する意欲が求められる。

一方、既存の伝統的品種に固執するならば、マーケットシェアの減少と販売額の低下は不可避で、収益確保のためには生産、出荷、販売のあらゆる局面で絶えざるコスト削減が不可欠である。

新・旧品種の組み合わせを模索する小売業界

小売業界への長期的な影響については、その業者が小売市場のどの部分を主戦場とするかによって大きく異なる。限られた数の伝統的品種の販売をメインにするディスカウント店の場合、これらの伝統的品種をより低価格で販売することによって、以前にも増して特売漁りの安値を求める消費者を引き付けるだろう。逆の極端な例である新しくて素晴らしい品種を求める消費者をターゲットに売り込もうとする小売業者は、次から次へと出て来る新品種を取り込むことによって利益を得ることになる。

とはいえ、小売店の形態は伝統的品種と新品種のバランスをどうするかによって様々なものがあり得る。短期的には、新品種を大量に取り扱うことによって売り上げと収益増を手に来るだろう。しかし長期的に

は、伝統的品種への需要の減少によって売り上げや収益の落ち込みとなりかねない。

消費者の分断

伝統的品種のリンゴについてどの位まで安くなれば引き続き買おうと考えるのか、あるいは新登場のより魅力的な新品种リンゴに対してどの程度まで価格プレミアムを認めるのか、これは個々の消費者の判断に係っている。しかし、小売店頭にどんな品種のリンゴを並べ、どんな品種の陳列を少なくするかを決めるのは小売業者である。つまり小売店で消費者が買える品種は小売業者の判断によって大きく左右されることになる。

消費者は小売店頭の品種を見て、購入先を他の小売店に替えようということもあり得ようが、消費者がある小売店を行きつけの店とするのは、様々な要因を総合的に考えた結果であり、ある品種のリンゴが無いからといって他の店に行くということとはあまりないだろう。消費者の選

択は小売業者の判断に大きく影響されるのである。

消費者の購買行動に関する研究によると、先進国の富裕層の購買力は増大を続けており、プレミアムを払ってでも新品种を買おうという傾向が強い。一方、消費者の半分から3分の2は実質所得の停滞ないし減少に直面していて、好きなものを気ままに買うということもできない状態に追い込まれている。

このような豊かな人々とそうでない人々に分断され社会の状況が今後2025年にかけてどうなるかが、リンゴ品種の革新に対するリンゴ市場全体の対応のあり方に大きな影響を与えてくれるだろう。

需要の制約

ブランド品種でない一般的なリンゴに関していえば、生産者はこれ以上価格が低くなって収益が確保できないという水準に至らない限り生産を拡大することができ、事実そうしてきた。

クラブ品種というものの裏に秘めら

れている考えは、市場での品薄状態を意図的に作り出すということである。クラブ品種の生産、販売は、これ以上供給量を増やしたら高い収益性を維持出来ないという水準にまで価格が低下しないことを条件に増大が認められる。理論的にいえば、クラブ品種がとてつもなくユニークなものならば、その価格は他の品種にどうこう影響を受ける筈がないだろう。

しかし実際のところ、市場で既存のプレミアム価格品種に代わるものとして登場してきた品種を見ると、既存の新品种に置き代わるだけというものが増えている。市場に新登場して来る新品种は既にある品種の価格を押し下げるだけで、こういった状況はさらに繰り返されるだけである。クラブ品種を一括りにしていうならば、クラブ品種も一般的なリンゴ品種と同様、過剰生産と価格低下の影響を受けやすいのである。

米国果実の生産・輸出動向

ASIAFRUIT 誌(2017年4月号)

2016年11月にトランプが大統領に選出されたことによって不透明感が増している。選挙期間中の同氏の見解は、貿易、移民、国家安全保障及び多くの問題で国がどのような方向に向かうのか惑わせるような感じであった。

不透明感は市場を弱気にさせている。米国の農産物業界の主要分野の多くは年々外国貿易への依存が強くなっていることから、業界内においては2017年の年初に不安感が高まった。以下は、アジア太平洋地域に輸出している主要な米国の生鮮果実分野に関し、今後数か月間にわたって貿易に影響を与えるいくつかの主要課題についてのレビューである。

ワシントン州産リンゴ

ワシントン州のリンゴ業界は史上2番目の豊作と格闘しており、当然のことながら多くの課題を抱えている。

一番はレッドデリシャスの供給過剰である。業界の報告によれば、3月初め現在、収穫された推定3,900万カートンのおおむね半分がまだ販売されていない。伝統的にアジアで最も需要の大きい品種であるが、ワシントン州のリンゴ販売業者は、現在実施中のロシアによる輸入禁止措置によって迂回してきたヨーロッパ産リンゴと競争している。このため、中東やインドのような主要市場において米国産のレッドデリシャスの需要の減少が生じている。米ドルの通貨高も問題を大きくしている。報道によれば、レッドデリシャスとガラはどちらも損益分岐点のレベル以下で販売されている。こんなことは過去数年間ではほとんどなかったことだ。今年の貯蔵品の品質が芳しくないという事実も「市場で販売しなければ」という圧力を増大させている。

高収量品種の植栽が続いているので、毎年生産量が増大していることが、近い将来のワシントン州のリンゴ業界を特徴付ける現象だ。2016/17年の生産量は、現時点で概ね1億3,300万カートンと予想されているが、この数値が並みの数量だと考えられるようになるかもしれない。数年のうちに、生産量が1億5,000万カートンを超えるのが標準的な状態になるとの予測もある。ワシントン州においては、将来レッドデリシャスが減少し、ガラとふじは横這いとなることが見込まれる。現行のトレンドは、もっと儲かるハニークリスプや知的所有権が存在するブランド品種が更に多く植栽される方向にある。

北西部のナシ

ワシントン州のリンゴと異なり、米国のナシの生産は比較的停滞

した状態である。というのも、ワシントン州のリンゴの生産を空前の量まで拡大してきた矮性台木がナシではまだ開発されていないからである。米国のナシの出荷量は基本的に年間1,800万～2,100万カートンの間で推移している。今年の実産量が1,850万カートン前後と少ないのは、主に Green Anjou の生産量の減少によるものである。この品種は生産量の概ね50%を占めるため、FOB 価格は、シーズンが始まった昨年9月以来、高値で推移している。米ドル高と合わさって、北西部産のナシの輸出量は昨年来、著しく落ち込んでいる。業界のデータによれば、アジアへの輸出は2月中旬現在で28%減少しており、中国向け(52%減少)やインド向け(28%減少)輸出に引きずられている。しかし、次期シーズン、もし生産量が2,000万カートンを上回る回復をみせれば、このような消極的な状態から急激に変化する可能性がある。

カンキツ

米国のカンキツの生産面積は縮小傾向で、1996年の330,000haから昨年の176,000haへと47%減少している。しかしながら、この減少の約92%はフロリダ州で起きている。これはカンキツグリーニング病によるものだ。その期間に、オレンジの実産量は2億2,600万箱(収穫箱)から8,200万箱に減少した。また、グレープフルーツの実産量は5,600万箱から1,100万箱を下回るまでに落ち込んだ。もしカンキツグリーニング病の治療法が今後数シーズンのうちに見つかなければ、フロリダ州のカンキツ業界は歴史の中から消えてしまうのは明らかなように見える。

1996年から2005年の間に、カリフォルニア州もカンキツの作付面積の減少が見られたが、その後、主にマンダリンが多く作付けされたことによって回復した。米国農務省によれば、「皮の剥きやすい」品種の作付面積は、2008年の約13,000haから昨年は24,000ha近くに

まで増加している。生産量が増加するに伴って、より多くのカリフォルニア州産マンダリンが毎年アジア太平洋市場へ販路を拡大することになりそうである。ネーブルオレンジの作付けは、2013年から2016年の間に主に干ばつによって5,400ha 近く減少した(11%減)。パレンシアオレンジの面積は、ジュース用の生産者手取り価格が高かったおかげで安定している。

しかしながら、カンキツグリーニング病の恐れはカリフォルニア州のカンキツ業界にも漂っている。アジア型キジラミ(カンキツグリーニング病の媒介昆虫だがまだカリフォルニア州では病原体には感染はしていない)は多くの州を越えて地域特有の病気の感染源となっている。業界は3年から5年以内にカンキツグリーニング病がカリフォルニア州で広がる可能性について観念しているが、病気のコントロールに当たっては、フロリダ州のケースよりもはるかに上手く対処できると確信している。

カリフォルニア州産ブドウ

生産コスト(灌漑水、労働力)の上昇にもかかわらず、カリフォルニア州の生食ブドウの生産者は植栽面積を増やし続けている。州の統計によれば、カリフォルニア州の栽培面積は2007年から57%急上昇して38,000haを超えた。スカーレットロイヤル、オータムロイヤル及びオータムキングなどの高収量で食味の良い新品种が毎年のように拡大している。これまで象徴的であったが食味が良くない品種であるトンプソンシードレスは、色に問題のあるクリムソンシードレスとともに主にレーズン用に向けられている。また、輸出されてきたレッドグローブは、アジアの消費者の種なし品種に対する嗜好の拡大の犠牲となった。新しい品種の実産量は、古い世代の品種の3倍になることがあり、年間生産量が1億2,000万カートンを超えるのは時間の問題である。もし生産量が1億3,000万カートンに急増した場合でも、カリフォルニアの販売業者は儲かる水準で販売するよう挑戦することが可能であろう。輸出は201

6年の出荷量の36%を占めており、将来は益々大きな役割を果たすことになるだろう。

北西部産サクランボ

ワシントン州のリンゴやカリフォルニア州のブドウと同様に、北西部のサクランボの面積は拡大を続けている。1991年以来、ワシントン州の栽培面積は約4,900haから19,600haへと4倍増加した。気象災害のあった2014年を除いて、北西部5州の実産量は、2011年以降の平均で約2,100万箱であった。若い木が多いので、この数字は2,500万箱、可能性としては3,000万箱に近づくことと予想されている。数年前までは、この数字は北西部のサクランボ販売業者にとって脅威となるものであった。しかし、光センサーを用いた選別システムの出現によって(ほとんどの大きな選果場で導入されている)、現在では果実の品質が良い限り、2,500万カートン以上の出荷量を管理することができる。ただし、太平洋岸北西部の不安定な気候のため、決して実産量は保証できない。

輸出は業界にとって販売の組み合わせの中で重要な役割を担っており、平均して実産量のおおむね3分の1が輸出向けられている。中国及び韓国は主要な市場であり、南東アジアやオーストラリア向けも着実に増加している。欧州は、かつては業界にとってシーズン後半における有望な輸出先であったが、主にトルコ産果実との競合のため、また、年々面倒になっている残留農薬基準のためもあり、今はトップテンの輸出先にも位置づけられていない。もし2017年の実産量が最終的に急増し、新たな生産水準の段階に達したとすれば、北西部の業界は入手できるすべての輸出注文に対応して、FOB 価格を受け入れ可能な水準に保つことが必要だろう。

フランス：フランスの果実消費動向

フランス現地情報調査員 佐川 みか

フランスの農業補助金の窓口であるフランスアグリメールは、今年4月に「2016年の青果物消費動向」を発表した。この資料は、人口構成を考慮して選ばれた1万2千世帯を対象にカンターワールド社が行ったパネル調査をもとに作成されたものである。それによると、2016年にはフランスの生鮮果実の平均購入価格は kg 当たり2.39ユーロで、2015年と比べて6.5%高かった。2011年から2015年の過去5年平均値と比べると12.5%上昇している。価格の上昇にも関わらず、家庭の年平均果実購入量(84.9Kg)は前年比で0.4%とわずかながら増加した。その結果、家庭の年平均果実購入支出額(203.3ユーロ)は前年比で6.9%、過去5年平均値比で14%増えた。家庭の年平均果実購入回数は46.2回で1.6%増えているが、一回の購入量は1.9kg から1.8kgとわずかながら減った。

2016年は気候条件が悪く、供給が十分ではなかった。このため、前年比で価格(a)が上がり、購入量(b)が減って、購入支出額(c)が伸び悩んだものが多い。リンゴ(a: +4.6% b: -3.2% c: +1.2%)、モモ・ネクタリン(a: +5% b: -1.2% c: +3.7%)、アンズ(a: +9.3% c: +4.3%)、プルーン(a: +11.4% c: +2%)などがその例である。サクランボは供給量が大幅に縮小し、価格が20%以上高くなったものの購入量が少なかったため、購入額が前年比より3.9%減つ

た。一方、キウイは価格が前年比6.1%下がり、購入量が16.5%増えて、購入支出額も9.3%増えた。客層が広がったことと、購入回数が増えているからだ。イチゴ、ブドウは、価格が上がったものの、上げ幅は小さく、キウイと同様、客層が広がり、購入回数が増えている。柑橘類では、オレンジも価格が上がり(+9.3%)、購入量は減ったが(-2.1%)、購入支出額は7%増えた。レモンは価格が23%上がったが、購入量も伸びて(+7.3%)、購入支出額は30%以上伸びた。クレメンティン・マンダリンは、価格が安定していたものの、購入量が伸びず、購入額は減った(-1%)。熱帯果実は価格も上がった(+6.7%)が、購入量も増え(+4.5%)、購入支出額は増えた(+11.5%)。購入支出額で見るとバナナ(+9%)、アボカド(+21%)が牽引している。特にアボカドは客層も購入回数も増え続けている。

家庭のタイプ別の購入動向は、この資料では、残念ながら果実と野菜をまとめたものしか発表されていない。それによると、果実・野菜購入量全体に占める60歳以上の高齢者の購入量の割合は46%であった。一方、「20～30歳台の子供のいない世帯」、「40歳代の子供のいない世帯」、「乳児のいる家庭」、「児童のいる家庭」は人口では42%を占めるが、生鮮青果物の購入量は全体の30%に過ぎない。高齢者の年間購入回数(85～87回)も平均の65回を上回っている。野菜・果実の平均年間購入量が169kg であるのに対して、「20～30歳台の子供のいない

世帯」では93kg と非常に少ない。また、「乳児のいる家庭」では購入量が前年比で3.9%減、過去5年平均値比でも3.7%下がっていて、減少傾向が続いている。

これらの結果を見ると、リンゴ、西洋ナシ、アンズ・モモ類などフランス人が慣れ親しんできた果実だけでなく、外来の果実への関心が広がっているようだ。レモンやアボカド、キウイの伸びは、新しいものを受け入れるのに非常に時間のかかるフランス人も健康志向に影響されていることを示しているのではないだろうか。価格が高くなっても、購入量が僅かながら増加し、購入支出額もかなり増えていることも、「果実は健康に良い」というイメージが定着してきたことを示しているように思われる。しかし、家庭のタイプ別の購入動向を見ると、そうした傾向は一様ではない。グループによって購入量が減っている世帯もある。外食の多い世代や、食料品のオンライン購入の増加も生鮮青果物の購入に影響しているようだ。特に、乳児のいる家庭の場合、ほとんどが共働きで時間もなく、冷凍食品や保存食が増えていると想像できる。時間をあり余す高齢者世代が購入回数も、購入量も多いのと対照的である。購入量の伸びた果実を見ると、2016年は果実の輸入が増えたと思われる。フランスのここ数年来の輸入超過傾向がさらに強まっているようだ。

豪州：植物防疫対策の強化ほか

豪州現地情報調査員 トニー・ムーディー

植物防疫対策の強化

ビクトリア州北西部のミルデューラ地方のカンキツ生産者とブドウ生産者は、総額25万ドルに上る病害

虫対策と輸出機会創出事業を含む3本の植物防疫対策で恩恵を受けられるだろう。副首相兼農業及び水資源相は、地元(Mallee)選挙区選

出の下院議員(国民党)と共にミルデューラを訪れ、植物防疫対策の強化及び園芸作物の輸出促進を含むプロジェクトを実施

すると表明し、「わが連立政権(自由党と国民党)は、カンキツ植物防疫監視対策の強化のための事業に8.8万ドルを支出する。これにより、政府とカンキツ産業が協力して病虫害の早期発見に向けた監視活動が強化され、豪州のカンキツ生産や輸出に影響を与えている様々な病虫害の被害を抑えることが可能となろう。今後もこの状態を維持して発生の早期発見に努めることにより、被害の拡大を防ぎ、病虫害の根絶対策経費の縮減も可能となろう」と語った。さらに、「この事業は、現在事業実施中の地域が病虫害の清浄地域である事実を明らかにする取組に資するものであり、それによって新たな輸出市場の開拓、既存市場の維持により輸出振興に資するだろう。豪州産果実の輸出相手国は、豪州からの輸出に当たって強力な植物防疫対策の実施、病虫害や病疫に対し清浄であることを示す確たる証拠を示すよう求めているからだ。輸出業者にとっては手続きの迅速化が可能となり、生産者は海外市場でより高い価格で販売出来るようになる。加えて、政府はワイン醸造用ブドウ生産者組織に対し、ブドウ産地全体でアブラムシ対策事業を継続的に実施するために8.8万ドルの助成を行う」とも述べた。

注)ブドウの根に寄生するアブラムシの一種で日本語名はブドウネアブラムシ。樹体を枯死させる。

また、「ビクトリア州政府によって設立された農業支援組織に対して7.5万ドルを出資し、予期せざる病疫発生に対する緊急対応事業の効率化を図る」とも語った。

ミルデューラ地方は豪州園芸農業において、生食ブドウの75%、干しブドウの98%、ワイン醸造の20%、カンキツ類の24%を生産する重要な地位を占めている。

新青果物取引規準の施行

2007年に青果物生産者と卸売業者の取引を律するために施行された青果物取引規準が見直され、2017年4月1日から新規規準が施行された。この取引規準は、青果物の生産者と卸売業者の取引の適正化、つまり青果物生産者と卸売業者間の取引の透明化を目的に、豪州競争及び消費者委員会(ACCC)によって実施されているもので、施行後10年で見直しが行われ、内容の強化が図られた。政府は、役所仕事の規制をなくした上、卸売業者との取引において農家の適正な収入を確保しようとしている。豪州の園芸農家は、連立政権による新規規準により、生産者と卸売業者の間で争いが起きた時、より迅速かつ適正な解決を得ることが可能となると見込まれる。

強制力を持った新規規準は、中立的立場の学識経験者からの聴取等を通じて取りまとめられ、様々な懸念等に対処する内容となっている。

新規規準は、生産者と卸売業者の青果物取引の公正性、透明性の確保を図るためのもので、罰則規定も盛り込まれている。4月1日以降、生産者および卸売業者は書面をもって所定の青果物取引契約を交わすことが義務付けられた。旧基準の下で交わされた契約ないし取決めは12カ月の猶予が認められているが、2018年4月1日までに新基準に則したものに改めなくてはならないとされている。新規規準は旧規準の不要な条項が削られ、価格決定、プール計算等で生産者と卸売業者がより柔軟な対応をとれるようにした。

新規規準によりACCCは、規準違反に対し迅速に対処するためにより強力な権限が与えられた。またACCCには、生産者と卸売業者の間で取引を巡り争いが生じたとき、法廷に持ち込まずに適切な解決が図られるよう誠実に当事者間の利害調整を行うことが義務づけられた。これにより、生産者は適時適正な代金を手にすることができるとともに、農村や地域で青果物産業に携わる人々に対する信頼を確保することができるようになるだろう。

タイ：プレミアムグレード果実の輸入・販売会社の動き

タイ現地情報調査員 坂下 鮎美

プレミアムグレードの果実を輸入・販売するワッチャモン・フード社社長のウィパウィ・ワッチャラコン氏によると、タイ政府は現在、国の経済構造について、重化学工業を中心とする経済から「デジタル化」、「テクノロジー」、「イノベーション」、「生産性」、「サービス貿易」を中心とする持続的な付加価値を創造できる経済「タイランド4.0」への移行を試みている段階

であるという。これに対応して、同社では商品を集荷するハブと商品を展示できる店舗を併設することができるロジスティック施設を都市部に建設することを試みている。このような施設があれば、消費者へ届くまでの時間・距離を短縮することができるためである。また、店舗では、果実の小売のほか、需要が増えつつある贈呈品用のフルーツバスケットの販売を行なう。このほか、店舗から

果実を配送するのみでなく、様々な形態で品質・鮮度の良い果実を提供することを試みる。その一環として、同社はマクドナルド社の子供向けセットメニューHappy Mealに、Ready to Eatの状態になった果実を提供したり、パーティー会場において果実のケータリングサービスを開始するという。

同社は、6月6日からマーケティングキャンペーンとしてプレミアム

(公財) 中央果実協会

編集・発行所

公益財団法人 中央果実協会

〒107-0052

東京都港区赤坂 1-9-13
三会堂ビル 2階

電話 (03)3586-1381

FAX (03)5570-1852

編集・発行人

今井 良伸

印刷・製本

(有)曙光印刷



毎日くだもの200グラム運動

当協会のweb サイト

www.japanfruit.jp

本誌について、ご質問、お気づきの点、ご意見がおりになる場合や、転載を希望される場合には、上記にご一報下さるようお願いいたします。より一層有益な情報発信に努めて参ります。

本誌の翻訳責任は、(公財) 中央果実協会にあり、翻訳の正確さに関して、

The World Apple Report

ASIAFRUIT

The Packer

は一切の責任を負いません。

果実フェアをバンコク市内のショッピングモールで開催し、1パック100パーツのニュージーランド産のりんご「ジャズ」を9パーツ、1パック2

00パーツのアメリカ産チェリーを39パーツといった破格値で販売して話題を呼んでいる。【2017年4月の為替は1パーツ=約3.2円】

加工用パインアップル(未選)の月別農家庭先価格(2010年1月~2017年5月)

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月
2015年	8.51	9.35	9.79	9.75	9.59	10.00
2016年	10.43	10.54	9.75	9.33	10.35	11.95
2017年	7.62	6.37	6.70	6.12	4.62	
7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
10.56	10.79	11.26	11.85	12.18	10.52	10.35
12.22	11.50	10.89	10.69	9.96	8.34	10.50

出所: 農業経済局 単位: パーツ/kg

トピックス

米国の有機農産物販売額が増加

The Packer 電子版(2017年6月1日)

2016年の米国の有機農産物の販売額は、2015年に比べると増加率はわずかに下回ったが、力強く拡大した。有機トレード協会(OTA)の2017年度調査報告によると、2016年の有機果実、野菜の販売額は前年に比べ8.4%増加し、156億ドルに達したようだ。

なお、2016年の調査報告によると、2015年の販売額は、前年を10.5%上回る144億ドルであった。

OTAによると、果実、野菜分野は全有機農産物販売額の40%近くを占め、また、果実、野菜全体の販売額の増加率が3.3%であったのに対して、8.4%の伸びであるとのことだ。

OTAの推定値には生鮮だけでなく加工果実、野菜も含まれているが、生鮮果実、野菜の占める割合は90%程度だと説明している。残り10%は缶詰、冷凍品、乾燥品である。

OTAのために栄養学ビジネスジャーナルが2月、3月に行った調査によると、今や有機果実、野菜は、アメリカ人が口にする生鮮農産物の中で15%くらいを占めているという。

OTAの調査によると、全ての有機農産物の販売額は430億ドルで、前年に比べて33億ドル、8.4%の増加であったようだ。これは食品販売額全

体がほぼ前年と同じ0.6%の伸びであったのに比べると大きく上回っている。調査はオンライン販売も対象にしており、有機食品の全食品に占める割合は5.3%であるとしている。

「有機産業は、農家の収入にとっても販売業者の売上にとっても明るい光となり続けている」とOTAのCEOであるBatcha氏はプレスリリースの中で語っている。

一方、Batcha氏はこの分野の成長に当たっては課題があるという。

「拡大する有機農産物需要に対応するためにはより多くの有機農業生産者が必要だ。また、さらに成長するためにはツールが必要だ。つまり、連邦政府、州政府、地域計画の段階で有機農業研究を推進し、農業者が成功を収められるような情報を提供することが必要だ」と語っている。



クラブ制品種のアンブロージアは2017年6月に米国国内での特許が切れる。