

## 南半球の柑橘類の出荷シーズンに天候が大きく影響

[FreshPlaza](#) 2024年6月17日

現在、チリ、アルゼンチン、ペルー、ウルグアイ、南アフリカでは、柑橘類の出荷シーズンである。今シーズン、これらの国々に共通しているのは、天候条件の影響である。干ばつ、降雨、強風は、果実の量や品質、またはその両方に影響を与えている。

### チリ

チリのクレメンタインの出荷は例年どおり開始されたが、今シーズンは栽培面積が減少した。セブンシーズ社(米国)のビル・ウェイランド氏は、「干ばつ状態のため、多くの生産者はどの作物に水を与えるかを選択しなければならなかった。他の作物に水を与えることにした生産者もいれば、作物生産から完全に離れてしまった生産者もいた」と言う。その結果、栽培管理された面積が少なくなり、全体的なクレメンタイン出荷量も減少すると予想された。同氏は、「しかし、我々が目にしていないことはそうではない。輸出データによると、多くの箱数が米国に入ってきている」と述べた。

クレメンタインの収穫量は予想よりも多いかも知れないが、天候が果実の品質に影響を与えた。生育期間中、生産者らは干ばつと闘ったが、過去6週間は天候パターンが変化し、雨が最も必要とされない時期に雨が降った。同氏は、「収穫期には生産者は雨、時に大雨に繰り返し直面した。降雨は来年以降のシーズンの役に立つであろうが、そのタイミングは、今シーズンの果実の高い品質を確保するのには向いていない」と述べた。

チリからのクレメンタインの出荷は5月に開始され、6月中続く。レモンも5月下旬に出荷を開始し10月まで続き、今シーズンは輸出が増加すると予想されている。同氏は、「この夏は小玉のレモンが不足している米国市場がよい販路になると予想されるため、輸出量の増加が見込まれる」と言う。7月にはネーブルオレンジの出荷が始まり、出荷量は昨年と同程度と見込まれている。晩生のマンダリンの出荷は、7月上旬から中旬に始まり、11月まで続く。

### アルゼンチン

アルゼンチンは5月からレモンを出荷している。この生育期は雨が多かったため、レモンは大玉になった。さらに、雨の多い状態は果実の品質に影響を与えている。同氏は、「今年は着荷時点で問題があり、アルゼンチン産レモンの棚持ちが悪いようだ」と話す。

### ウルグアイ

主にマンダリンとオレンジの輸出国であるウルグアイは、チリやアルゼンチンと同様の状況に直面している。雨のため農場に入れず、収穫に影響が出た。その結果、柑橘類の出荷シーズンは開始が遅くなり、今シーズンはウルグアイからの出荷量は減少すると予想される。

### ペルー

ペルーは南米の柑橘類生産国で唯一、収穫期に雨の影響を受けていないようだ。同国ではマーコットの梱包を通常より1~2週間早く開始した。出荷量は昨年と同程度と予想されるが、今シーズンは米国への入荷量が減少している。同氏は、「ペルーは国内市場が非常に堅調であり、また中南米で果実の良い販路を見つけている」と語った。

### 南アフリカ

アフリカ大陸でも、天候の問題が南アフリカの柑橘類の出荷に影響を与えている。この国は例年になく暑い夏に見舞われ、この高い気温は収穫期間中に例年よりも長く影響した。その結果、着色が思うように進まず、生産者らは果実が色づくまで収穫を遅らせた。そのため、クレメンタインの収穫開始は平年より約2週間、オレンジの収穫は平年より約1週間遅れて始まった。

さらに、4月の暴風雨により果実に傷がついた。同国では高い品質基準を順守しているため、出荷率は予想よりもはるかに低いようである。そのため、今シーズンは、米国向けの早生のクレメンタインとネーブルオレンジの出荷量が減少すると予想される。業界関係者は、晩生の品種が暴風の影響をあまり受けておらず、傷

がついていないことを願っている。同国の晩生のマンダリンであるナドルコットは、昨年比べて約10%の生産量の増加が見込まれている。収穫開始は例年より2週間早く、出荷時期は7月末から10月までと見られる。晩生のオレンジ品種であるミッドナイトの出荷量は、昨年と同様のようだ。同氏は、「8月下旬から10月にかけては、かなりの出荷量が見込まれる」とコメントしている。

グレープフルーツは、南アフリカからの柑橘類の総輸出量に占める割合は小さいものの、今シーズンの見通しは良好である。生産者らが果実の着色を待ったため、収穫はゆっくりと始まった。同氏は、「2週間の遅れはあるものの、収穫量は昨年と同程度になる見込みで、本当に品質の良い果実だ」と言う。南アフリカ産のグレープフルーツは今週米国市場に到着し、10月まで入荷する。

## 需要

シーズンの成功は、需要と供給のバランスが取れているかどうかにかかっている。ウェイランド氏は、「業界は引き続き、(米国の)消費者の手元にあるドルをめぐる戦いに直面している。厳しい経済状況のため、消費者はお金の使い方に注意を払っており、できるだけ手持ちのドルの使用を引き伸ばそうとしている」と述べた。同氏は、このパターンが短期的に変化するとは考えておらず、「どちらかといえば、支出は減っている」と言い、「できれば、小売業者がこの夏、柑橘類を積極的に宣伝し、人目を引くディスプレイをしてくれることを願っている。それが需要の喚起に確実に役立つからだ」と語った。

執筆者: マリーケ・ヘムズ

(翻訳は情報の提供を目的としており、特定の企業や製品を推奨するものではありません。)