

南アフリカ リンゴとナシの輸出先として重要性を増すアジア

[FreshPlaza](#) 2024年9月3日

南アフリカ産のリンゴとナシが、その主要なアジア市場であるインドと中国で一層求められるようになる中、新たにタイのリンゴ市場の開放が早期に実現することが望まれている。落葉果樹生産者の支援団体ホルトグロ(Hortgro)の貿易・市場担当部長であるジャック・デュブリーズ氏は、「アジアは全体として、南アフリカのリンゴとナシの出荷先として重要性を増しており、インドや中国などの既存の市場が成長を続け、うまく行けばタイ市場が早期にリンゴに解放されることから、一層の成長が見込まれる」と話す。(以下「」は同氏の発言)

これまでのところ、極東及びアジア市場への輸出は、南アフリカからのリンゴ輸出の33%及びナシ輸出の17%を占めている。「極東とアジアは南アフリカのリンゴの主な輸出先であり、インドはこの地域に輸出される果実の26%、バングラデシュは25%、マレーシアは16%を受け取っている。リンゴの色に関しては、アジア市場への輸出の62%が赤系のバイカラー、28%が赤リンゴ、9%が青リンゴ、そしてわずか1%がピンク系のバイカラーである。」

インドへのリンゴの輸出は年々増加している。過去5年間で、輸出数量は約200万箱(12.5kg/箱)から300万箱相当弱へと54%増加した。「赤系バイカラーのリンゴはインド向けリンゴの81%を占めており、そのうち主要品種であるロイヤルガラとガラが46%を占め、次いでビッグボックスが33%である。ロイヤルガラとガラの数量は、前年比34%増の134万箱に達した。インド向けのリンゴ輸出量は増え続けると見込まれている。南アフリカのナシについては今年、前年比3%増の約122万箱相当(12.5kg/箱)をインドに送った。輸出された主な品種は、パッカムズ・トライアンフ(37%)、フォレル(23%)、バーモント・ビューティー(22%)である。」

今シーズンの中国向け輸出は、リンゴとナシの両方で数量がわずかに減少している。「中国向けのリンゴとナシの出荷量は前年比でわずかに減少しているが、これは継続的な傾向ではなく、単に今シーズンの結果であると見ている。2024年は南アフリカが中国にナシを輸出できるようになってまだ3年目であるが、出荷量は20万箱相当(12.5kg/箱)に達し、フォレルが主な輸出品種である。シーズン初めの赤みを帯びた夏のナシ品種であるチーキーとセリーナは、どちらも2023年に比べて出荷量が2倍になったことに注目している。インドでは赤系バイカラーのリンゴが中心であるが、中国では赤リンゴが好まれる。ふじが主要なリンゴ品種であり、出荷量の60%を占めている。」

中国市場の開拓キャンペーン

2024年シーズンのホルトグロの中国市場開拓キャンペーンは、近年のシーズンと同じキービジュアル、メッセージ、目標を使用したとデュブリーズ氏は言う。「このキャンペーンの目的は、南アフリカ産のリンゴとナシの認知度と購入量を高め、中国市場でのシェアを拡大することである。今後の戦略的焦点は2級都市(地域的中心都市)に絞る。このキャンペーンは、フルーツデー(天天果园)、シティーショップ、ププ、パゴダ(百果园)等の小売業者と行う小売プロモーションが主体である。母親と子供を特に引きつけることに焦点を当てたテーマ別のグループイベントや、大規模な野外活動も開催する。また、卸売市場でも取引業者向けに戦略的に企画したイベントを開催する。全体として、中国市場における市場開拓キャンペーンは主要な目標を達成することに成功しており、将来のさらなる発展のための良好な基盤も確立した。」

核果類は極東・アジア向けが少ない

「核果類も考慮に入れると、極東とアジアは輸出先に占める割合が小さくなる。南アフリカ産核果類の主な出荷先はヨーロッパ、英国、中東であるが、これらの伝統的な市場にはそれぞれ課題がある。現在、中国政府と協力して核果類(アンズ、モモ、ネクタリン、スモモ、プルーン)のアクセス獲得を目指しており、歴史上初めて核果類を中国に輸出できるようになることに非常に期待している。中国市場が南アフリカ産核果類に開かれれば、我々により多くの輸出機会が提供されるだろう。」

「アジアフルーツロジスティカに参加する目的は、アジア市場だけでなく、世界中の主要な関係者と会うことである。これは、南アフリカの果実業界が提供するものを紹介する毎年恒例の機会である。」(出展の詳細省略)

執筆者: クレイトン・スワート