

米国 2024年の有機青果物販売額は95億ドルに

[FreshFruitPortal](#) 2025年5月13日

有機農産物ネットワーク(OPN)が発表した2024年の「有機農産物の現状」レポートは、小売業の取り組みの増加と若い世代の間での人気の高まりによる「有機青果物の勝利の年」について紹介している。このレポートによると、消費者はこれまで以上に有機栽培の果実や野菜を受け入れており、小売業者も対応を強化し、品揃えを拡充するとともに、アボカドやスナック用の農産物などの有機青果物を選択しやすくしている。

2024年の米国における有機青果物の販売額は5.7%増の95億ドルと力強い成長を遂げ、数量は6.1%増加した。レポートによると、慣行栽培の農産物の販売額は2.7%増、販売数量は2%増で、有機農産物はこれを上回った。有機農産物は現在、農産物全体の小売総販売額の12%及び同販売数量の7%を占めており、市場での影響力を一層拡大している。

米国内の地域別実績 米国南部地域の販売額は前年比7.2%増で33億ドルを超え、次いで西部地域が29億6千万ドルであった。北東部は有機農産物の販売額で3位にランクされており、中西部は販売額が15億ドルで最下位であった。

品目別販売額 ベリー類の販売額は前年比11.8%増の18億5千万ドルで、3年連続で販売額トップの品目となった。有機ベリーは、慣行栽培のベリーに対し66.6%の価格プレミアムを獲得し、消費者がこれらの人気の高い果実に対して引き続きより多くの支払いを行う意欲があることを明確に示した。

次に好調だったのは14億ドルのパック入りサラダで、リンゴは7億800万ドルと引き離されて第3位であった。有機リンゴは2024年に力強い成長を遂げ、販売額は前年比6.8%増で、4,500万ドル増加した。販売量では18.2%増の2億8,100万ポンドと大幅に増加し、消費者需要の増加を示した。(1億ポンド=約4万5千トン)

一方、量に関してはバナナが6億1,300万ポンドで引き続き有機青果物部門で最も売れた商品であり、リンゴは2億8,100万ポンドでベリーを僅差で上回った。慣行栽培のバナナに対する有機バナナの価格プレミアムは32.9%で、引き続きより手頃な価格の選択肢の1つであり、有機に価値を見出す予算重視の消費者にアピールした。バナナの販売額は16.1%増の4億9,200万ドルであった。柑橘類の販売数量は1億600万ポンドで、販売量で7位にランクインした。

有機ブドウとアボカド ブドウは有機農産物のトップ商品の一つで、2024年には8.5%増の2億8,800万ドルで、2023年に比べ2,260万ドル増加した。ディバインフレーバー社のカルロス・ボン副社長はレポートで、「より新しく、より早く、より甘い品種の発表が間近に迫っており、種無し赤ブドウの輸出は今後のシーズンに変化し始めるだろう。カリズマ (IFG FortySeven) とルビーラッシュ (Sugra53) の赤ブドウの2つの新品種は、将来に向けて有望な可能性を示している」と述べている。

同様に、アボカドは2024年の販売額が2023年よりも大幅に増加し、総販売額は8.4%増の2億7千万ドルであった。ただし、報告書によると、数量ベースではアボカドの販売量は6.1%減少し、前年の総販売量に比べて420万ポンド減少した。有機アボカドは、2024年に慣行栽培品に比べて54.7%の堅調な価格プレミアムを保持し、2023年に達成した56%の価格プレミアムをほぼ維持した。

ジュマラ社の事業開発ディレクターであるゲイリー・カロロソ氏は、アボカド生産者は果樹園への投入コストの高騰に直面しており、それが彼らの将来の有機栽培の成長の機会を妨げたと指摘し、「消費者は依然としてインフレと物価上昇の影響を感じているため、一時的に需要に影響を与えている」とOPNに語った。

小売業者の視点からは、インフレは2024年も引き続き主要な懸念事項であったが、販売額と販売数量への影響は2023年ほど顕著ではなかった。しかし、気候関連の天候不順によって引き起こされる供給上の問題は、入手可能性と価格に影響を与える課題として深刻化している。その他の最優先事項として、競争力のある価格設定と消費者教育がある。昨年、小売業者と卸売業者は同様に、創造性と回復力を備えた清浄で栄養価の高い農産物に対する消費者の需要の高まりに対応したと報告書は記している。

レポート全文は[こちら](#)から