

米国 2025年のリンゴは収穫量も多いが課題も多い

[FreshFruitPortal](#) 2025年8月7日

まだ夏は終わっていないが、生産者、出荷業者、流通業者はすでに2025年産リンゴのシーズンに注目している。早生品種は8月中旬から下旬に市場に入荷し、一方、ピンクレディー、ハニークリスプ等の人気品種は、それらのいつものタイミングで、心地良い季節に間に合うよう10月初旬に青果店に並ぶ。

今年は、在庫が多い傾向が続くことが分かっている。もしかすると、十分過ぎるかも知れない。米国のリンゴ産業は2023年に平均を上回る収穫量を記録し、シーズン終了時には合計2億5千万ブッシェルとなった。この数字は2024年には10%増加して2億6千万ブッシェルに達した。残念ながら、これは生産者にとって良い知らせではない。

米国でピンクレディー、ハニークリスプ等のブランドを代表しているプロパティバラエティマネジメント(PVM)社のケビン・ブラント副社長兼COOは、「私の理解では、昨年の数量に加えて400万箱の増加が予想されていると思うが、それはおそらくこの業界が取り扱うには少し多過ぎるだろう」と述べている。

ワシントン州リンゴ委員会のマイケル・シャドラー委員長は、これは人々を神経質にしていると言う。つまり、収穫量が増えるほど価格が下がり、その結果、生産者は今後も持続可能であるために必要な利益を得ることができなくなる。

リンゴの生育に適した天候により収穫量は増加したが、ブラント氏によれば、業界への新規参入者の流入もまた、気温が下がるにつれて市場に入荷するリンゴの量を押し上げる要因となっている。カナダ教職員年金基金、ゴールドマンサックス、ハンコックといった大手による投資の流入により、垂直統合型企業(生産から流通・販売まで行)が何社か買収され、現在ではリンゴをはじめとするさまざまな農産物を生産している。

ブラント氏は、「それらの園地は今、成園化してきている。しかも密植栽培で、流通アクセスも確保されているため、今後我々が目にする供給量はかなり増えることになるだろう」と語る。市場が過密になると、価格には直接的かつネガティブな影響が出る。ブラント氏は、品種によって「1ポンド当たり数セントから、1箱当たり数ドルまで」価格が下がる可能性があると言う。

一方で、シャドラー氏は前向きな見方を示しており、価格は安定し、品種にもよるがシーズン終盤までにはわずかに上昇することを期待していると述べている。

この大量のリンゴの収穫は大きな課題を突きつけているが、明確な、ただし簡単ではない解決策も示されている – それは「市場の拡大」である。

人々への注意喚起

何年もの間、生鮮リンゴに対する米国人の需要は減少してきた。2020年の段階で、市場では消費者行動の変化によって1985年以来市場シェアが23%近く減少したと話していたが、その傾向は止まっていない。

ブラント氏とシャドラー氏によれば、売上の減少は複数の要因が絡み合った結果だが、その背景にある主な理由の1つは、青果物売り場での他の商品との激しい競争である。シャドラー氏は、リンゴは「非常に成熟した商品」であり、消費者の関心が少し散漫になっている可能性があるとして、「時には、そもそもなぜ人々がリンゴを食べるのか、そしてそれがなぜ良いことなのかを思い起こさせることが重要だ。そしてリンゴにとって前向きな点は、我々がこれまでで最高のリンゴを育てているということだ」と語った。

品種の多さも助けになっていない。ブラント氏は、青果物売り場への新しい種類のリンゴの流入が、消費者に混乱や時には苛立ちさえも引き起こしていると言う。同氏は、「1年のうちたった2カ月しか店頭に並ばない品種なら、消費者がそれを気に入ったとしても再度見つけられないということもあるかも知れない」と述べた。

両氏は、国内市場の需要の再活性化を目的としたNGOの「Eat More Apples」など多大な販売努力が行なわれていることに同意する。しかし、それらの取り組みや、栽培面積の削減等の供給を管理するための直接的な措置は、米国のリンゴ生産者に少しでも猶予を与えるほどの速さでは成果を上げていないようである。

国境の向こうにもリンゴの季節

米国人にリンゴを食べることのすべての利点を思い出させる一方、一部の生産者は海の向こうに目を向けている。ブラント氏は「輸出は間違いなく、ますます重要になっている」と言う。

同氏の家族経営企業であるPVM社は世界中にパートナーを抱えており、最近ではAPAL(豪州リンゴ・ナシ協会)の子会社であるトゥエンティディグリーズ社と提携してアジア市場でのブランド展開を進めている。ブラント氏によると、PVMの新しいパートナー(トゥエンティディグリーズ社)はピンクレディーアメリカ(PLA)社と提携して、現在、米国以外のすべての輸出入ライセンスを扱っており、タイ、台湾、ベトナム、日本等いくつかの主要市場でのブランド拡大に注力する予定である。

しかし、現在の経済情勢では、市場の多様化は簡単ではない。米国が輸入品に対して課す関税は常に変化しており、国際貿易に不安定さをもたらしている。ブラント氏は「それは間違いなく未知の領域である。しかし、悲しい現実として、何かを変えることができれば、価格を上げられなければ、新しい市場を見つけれなければ、個人事業主は廃業に追い込まれるだろう。それができなければ持続可能ではない」と話す。

一方、シャドラー氏は冷静さと希望を保っている。同氏は、現在の不安定さは米国とその貿易相手国の間で行われている交渉の一部にすぎず、ホワイトハウスがこれまでに行った合意に満足していると述べた。同氏は、「これまでに発表されたインドネシア、日本、英国との予備合意には嬉しい驚きを感じている。この合意により、日本にワシントン州産のリンゴの出荷を開始するための足場を確保できるかどうかは予想できないが、ひとつのチャンスになりそうなので楽しみにしている」と述べた。

(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。)