

台湾 日本がマンゴーの輸入をリード

[FreshPlaza 2025年9月2日](#)

農業部のデータによれば、日本は今年の最初の7カ月間に500トン以上の台湾産マンゴーを買い付け、最大の輸入国であった。台湾は1月から7月にかけて、1,510トン、約895万米ドル相当のマンゴーを輸出し、数量及び金額の両面で日本が最大のシェアを占めた。生鮮、乾燥、冷凍のマンゴー及びマンゴー果汁の日本向け輸出は合計515トン、約508万米ドル相当であった。米国は第2位の買い手であり、463トン、約128万米ドル相当を輸入した。次いで韓国が141トン、約110万米ドル相当であった。

2024年には、台湾は3,658トンのマンゴー製品、1,618万米ドル相当を輸出した。金額ベースでは、日本が約556万米ドルで最大の市場であり、次いで韓国が472万米ドル、香港が234万米ドルであった。一方、数量ベースでは香港が866トンで最大の輸入国であり、次いで韓国が787トン、日本が753トンであった。

これとは別に、スペインの食品ウェブサイトは、台湾のフルーツミルク、特にパパイヤミルクを伝統的かつ広く消費される飲料として紹介している。フルーツミルクは熱帯果実と牛乳を組み合わせたもので、滑らかな食感と香りが特徴とされ、パパイヤ、マンゴー、その他の季節の果実が使用される。同サイトは、パパイヤミルクは家庭で簡単に用意でき、台湾の人々が代々それを消費して育ってきたと補足している。今日では、さまざまな果実や風味の幅広いレシピに加えて、大量生産された製品が販売されている。(この段落のみ抜粋・要約)

出典: Taipei Times

中国 様々な市場への輸出ブドウ品種の多様化を模索

[FreshPlaza 2025年9月2日](#)

中国のブドウ輸出シーズンが始まっている。ブドウが主要な輸出品である陝西和沃輸出入有限公司のカイル・ゼン氏は「赤ブドウが依然として伝統的な輸出品種であり、最大のシェアを占めている。しかし、6月に輸出が開始されて以来、赤ブドウの市場需要は低迷しており、売上は以前の水準の約半分にとどまっている。特にインド、バングラデシュなどの従来からの市場では、取引先は発注に慎重になっている」と話す。

「取引先からの情報では、近年、出荷先の現地市場に流入する中国産果実が急増している。それに伴って、多くの新しい果実輸出企業が出現し、類似品種の供給過剰が生じている。同時に、現地の消費者は一部の従来品の輸入果実への関心を低下させ、購入頻度の減少と販売の鈍化を招いている。」(同氏、以下同じ)

「こうした状況に対応するため、弊社は輸出の品揃えを多様化している。今年は従来の赤ブドウの他、クリムゾン、スイートサファイア、モルドバ、シャインマスカットを輸出している。コンテナごとに1品種を出荷するのではなく、2〜4品種をまとめて出荷している。以前は、これらの品種は価格が高すぎて競争力を持たなかったが、今年はブドウ価格が全体的に下落したため、海外の消費者はこれらの品種を試す機会を得ている。フィードバックは心強いもので、特にクリムゾンとシャインマスカットは大変売れ行きが良い。」

同社の主力輸出品は、ブドウ、柑橘類、リンゴ等の大量出荷品の果実である。同氏は、市場の嗜好の変化に対応するため、同社は小玉で高品質な果実の開発にも移行していると述べた。「弊社は、各目的地の市場に適した新鮮でプレミアムな果実を選定し、現地で既に流通している同様の製品と供給時期をずらすことができるようにしている。現在の輸出品は、新疆ウイグル自治区産のヒメリンゴ、スモモ、それに様々な高級産地からのマンゴー、キウイフルーツなどである。」

一方、中国産の早生のガラ品種のリンゴは既に輸出市場に入荷している。同氏は、供給が限られているため価格が高く、今年の果実は一般的にサイズが小さいと指摘する。「ふじ品種の収穫が始まって供給量が増加すれば、価格は下落すると予想される。」

同社の主な輸出市場は、引き続きインド、バングラデシュ、東南アジアである。「同時に、中東、中央アジア、アフリカ、ロシアなどの新規市場を積極的に開拓し、各市場のニーズに応じて製品構成を調整している。」

執筆者: ホアン・ジアニン (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。)