



目次

果樹農業の動向

・コロナ禍の米国における有機青果物の生産・販売を巡る動向 1

・イスラエルの果樹機械メーカー、リンゴのロボット収穫に向けて前進 3

現地報告

フランス 5

タイ 6

トピックス

・フィリピン政府は価値の高いバナナとパインアップルの輸出を支援 7

・メキシコのベリー類産業 2022年に大幅に成長 7

・カリフォルニアの生食用ブドウ生産者 機械化・自動化を促進 7

・オーストラリア産アボカド 日本市場での成長に一步踏み出す 8

果樹農業の動向

コロナ禍の米国における有機青果物の生産・販売を巡る動向

1. 有機リンゴ新年に向けて強い需要 The Packer(2022年1月2日)

有機リンゴの供給は現在引き締まっており、2021-22年出荷シーズンにはより引き締まってくる。

米国農務省の調査によると、2021年12月25日時点の米国の卸売市場における有機リンゴの平均価格は、1箱(約18kg)あたり56.26米ドル(以下単に「ドル」とする)であり、同日における慣行栽培のリンゴ(以下「慣行リンゴ」という)の平均価格39.83ドル/箱より41%高かった。同省によれば、ワシントン州産のサイズ72*の有機リンゴ(ガラ)が12月29日に1箱あたり34ドルから36ドルで取引された。

*ワシントン州の定めたリンゴの大きさの規格で、サイズ72とは40ポンド(約18kg)の段ボール箱に72個が入る程度の大きさのリンゴ(直径86.3mm)を示す。

同じく同省によると、12月25日時点の有機リンゴの全国平均の出荷価格は29.65ドル/箱で、慣行リンゴの平均出荷価格28.96ドル/箱よりも3%高とわずかに高かった。

米国の有機リンゴの販売促進小売価格の平均は、12月初旬に1ポンド(0.45kg)あたり1.81ドルとなり、前年12月初旬の1ポンドあたり1.61ドルから上昇した。

ワシントン州ヤキマ市を拠点とするセージ・フルーツ社の販売・営業担当社長であるチャック・シンクス氏は「慣行リンゴと同様に、有機リンゴの生産量も落ちている。そのため、すべての品種において値付け

が強気になってきている。現在、販売しているリンゴの約15%が有機であり、その数字は年々増加している」と述べた。

シンクス氏によれば、時間が経過し有機リンゴの在庫が減少するにつれて、国内の有機リンゴの価格は今後数ヶ月でより高くなる可能性がある。

業界のリーダーらは11月に、ワシントン州全体のリンゴ出荷量を1億1,800万箱と予測し、そのうち有機リンゴの出荷量を1,500万箱以上と見込んだ。

農務省によれば、収穫シーズン最初から12月25日時点までの同州の有機リンゴの国内トラック輸送量は総計約550万箱であり、前年の同じ時期とほぼ同じ量であった。

同様に慣行リンゴの国内トラック輸送量は2,440万箱であり、これに対して前年の同時期の輸送量は2,500万箱であった。

ワシントン州ウェナチー市に拠点を置くステミルト・グローワーズ社のブリアナ・シェールズ営業部長は、同社のリンゴ出荷量の約30%を有機リンゴが占めていると語った。

同氏は、「我々は消費者が求めている品種や味のリンゴを栽培することに焦点を当ててきたので、品種構成は有機リンゴの販売を促進するのに適している。有機農産物は、生産現場及びスーパーマーケット販売全般において急速に成長しており、またリンゴは周年供給される点で特徴的な農産物の1つである。これまでのところ今シーズンの有機リンゴの出荷は安定しており、冬の終わり

果物を食べて
応援しよう!

産地を応援

から春の販売に向けて勢いが付いている。有機のハニークリスは、有機リンゴの販売をリードし続けており、年明けに販売促進を行う余地がある」と述べた。

ワシントン州ブリュスター市に拠点を置くハニーベア・マーケティング社で営業担当副社長を務めるドン・ローパー氏によれば、有機リンゴは同社の販売額の約12%を占めている。同氏は、「すべての品種で有機リンゴの需要が伸び続けているので、我々はこの需要に合わせて成長するように取り組んでいる。慣行リンゴの品揃えと同様に、有機リンゴの品種がハニークリス、ガラ、ふじに偏りがちである。適切な品種の組み合わせを店頭のパックに配置することが大切であり、有機リンゴへの様々な顧客ニーズに対応できることを誇りに思っている。バラ売りから様々な包装形態やサイズまで、我々は店舗のパックに有機リンゴをフルセットで並べることができる」と述べた。

ハニーベア・マーケティング社では、米国内の有機リンゴの果樹のうち2021年産から出荷が始まるものが多く、今年是有機リンゴの出荷量が増加する。ローパー氏によれば、同社是有機リンゴの各品種(ガラ、ハニークリス、グラニースミス、ふじ、ピンクレディ、コズミッククリス)を供給している。同氏は、「しかし、一年中有機リンゴの需要があるので、我々は南北両半球での事業によって一年中リンゴとセイヨウナシを出荷するという解決策を提供する。冬と春においては米国内からの出荷で堅調な供給ができ、夏の終わりには南半球での有機生産事業で需要を満たすことができる」と語った。

ワシントン州ウェナチー市のCMI果樹園のブランドマネージャであるロシェル・ボーム氏によれば、同社のリンゴ生産量全体の約15%から20%を有機リンゴが占めている。同氏は、「有機リンゴの需要は依然として高まり続けているが、CMI社では幸運にも生産者とオーナーグループがずっと前に有機リンゴの需要の上昇傾向を予測していた。これにより、CMI社は消費者の有機リンゴの需要を十分にカバーできる立場に立つことができた。コロナ禍の中での購入習慣は有機リンゴの購入を加速させ、消費者は、風味のよい特別な有機リンゴなどの有機農産物の選択肢を求めている」と述べた。

トム・カースト

2. 米国の有機青果物の売上高は2021年に90億ドルを超過 The Packer(2022年1月28日、一部抜粋)

有機農産物ネットワークとカテゴリー・パートナーズ社が28日に発表した2021年有機農産物実績報告書によると、2021年の有機青果物の販売額は5.5%増加し、初めて90億ドルを突破し、販売額と販売量の両方の前年比成長率が慣行栽培の青果物を上回った。

2021年に外食サービスが復活したが、小売店舗の有機青果物の販売額と販売量は、同年の4つの

四半期すべてで前年比プラスの成長を示した。2021年の有機青果物の販売総額は92億ドルで、前年と比較して4億7,700万ドル増加した。有機生鮮ベリー類(イチゴ、ブルーベリー、ラズベリー、ブラックベリー等)は、2021年に販売額が対前年比で14%、販売量が同10%増加した。

パックされたサラダ、ベリー類、リンゴの3品目は、2021年の有機青果物の販売額の伸び(対前年)の3分の2を占めている。有機ベリー類が前年比で大幅に増加したが、販売額で第1位となったのは今年もパックされたサラダで、15億ドルを突破した。

2021年のパックされたサラダの価格は、慣行栽培品に比べて1ポンド当たり3.11ドル高く、有機青果物としてのプレミアムが依然として大きかった。有機ベリー類もまた、ブラックベリー(同3.01ドル)、ブルーベリー(同2.18ドル)、ラズベリー(同2.18ドル)と大幅な価格差を示した。一方、有機バナナは、同0.15ドルと引き続き価格差が小さかった。(1ドル/ポンド≒25円/100g=250円/kg)

カテゴリー・パートナーズ社のスティーブ・ルッツ開発担当上級副社長は、「有機青果物と慣行栽培品の単位重量当たりの平均小売価格にはまだ差があるが、昨年の両方の価格の上がり方は驚くほど似かよっていた。慣行栽培品の平均小売価格は1ポンド当たり0.08ドル増の1.57ドル/ポンドであったのに対して、有機青果物は0.094ドル増の2.97ドルであった。確かに有機青果物の増加率は小さかったが、両方の増加額は非常に近かった」と述べた。

2021年の有機青果物の販売総量は前年比2%増加し、慣行栽培品の3.3%の減少と比べて大幅に良好な数字であった。有機バナナは、2021年に5億4,700万ポンド(24万8千トン)が販売され、引き続き最も流通量の多い品目で、またこれは前年比3.4%の緩やかな増加であった。

有機農産物ネットワークのマット・シーリー代表は、「消費者のスーパーマーケットでの食品購入を見ると、2020年にはコロナ禍に触発された購買行動の変化が見られたが、この1年間は明らかに従来型の購入傾向をより強く反映している。同時に、有機農産物に移行する長期的な傾向の一環として、有機青果物は多くの品目で堅調な成長を続けており、ひいては有機農産物の市場シェアが拡大している」と語った。

ベリー類、スイカ、カンキツ類の3品目が、2021年の有機青果物の総量の増加を牽引した。一方、ジャガイモ、ニンジン等、有機青果物の一部の主要品目は、前年比で販売量が減少した。2021年の有機ニンジンの販売量は4.4%減少し、有機青果物の販売額上位10品目の中で唯一、販売額が前年比で2年連続減少した(2020年、1.3%減少)。

ルッツ氏は、「2021年の有機青果物の販売額は増加率が予想を少し下回ったものの、我々が有機青果物に期待してきた従来からの長期的な増加傾向に沿っている。外食サービス部門が再開したので、消費者

は食事の一部をそちらに戻し始めた。2021年の最終結果は、多くの品目(特に野菜)で、2020年と比べて成長が弱かったということだ」と述べた。

2021年の有機青果物の販売額は、米国の4つの地域区分のすべてで1桁台の緩やかな成長を示した。その中で、南部が最も伸びが大きく、有機青果物の販売量は4.3%、販売額は7.6%増加した。西部では、販売量は横ばいであったが、販売額は前年比3.6%の伸びを示した。

有機青果物の販売額は、2021年の第4四半期には27億ドルを突破して前年同期比4.9%増となり、8期連続の増加を達成した。有機ベリー類は3億3,300万ドルを超える売上を誇り、販売額で対前年同期比22%増、販売量で同19%増となり、販売額と販売量の両方で成長をリードした。

2021年有機農産物実績報告書は、2021年1月から12月までの米国の食品販売総額をカバーするニールセン社の小売データを用いている。

3. ニュージーランドで米国市場向けの有機リンゴ生産への投資拡大 FreshPlaza(2022年1月12日、一部抜粋)

新しいベンチャーであるサザン・ハニークリスプ・ニュージーランド株式会社は、ニュージーランド南島に5つの有機リンゴ(ハニークリスプ)果樹園を購入した。ボストック・ニュージーランド社のオーナーであるジョン・ボストック氏は、同社がミルフォード・プライベート・エクイティ投資会社と提携してサザン・ハニークリスプ・ニュージーランド社に投資することを嬉しく思っていると語る。

ボストック氏は、「米国の顧客は、増加する需要に応えるニュージーランド産有機ハニークリスプを求め続けてきた。ニュージーランドから購入することで、年間を通して新鮮な有機リンゴの供給を確保できる」と述べた。

ミルフォード社のブルック・ボーン氏は、「これは、ニュージーランドのトップクラスの園芸会社の一社と提携し、園芸部門に質の高い投資を行うもので、弊社の顧客である投資家にとってエキサイティングな機会である。

ある。ニュージーランド産の素晴らしいリンゴを輸出している地域の経済に投資できることを嬉しく思う」と語った。

リンゴ品種類別の最新のデータによると、ハニークリスプは米国のリンゴ販売額の30%以上を占め、中西部では41%を占めている。

ボーン氏は、「ほとんどの米国の小売業者は、ハニークリスプがこれら小売業者の最大の売れ筋であり、他のほとんどのリンゴ品種を上回っていることを報告している。米国では非常に人気のあるリンゴで、その人気は高まり続けている」と指摘した。

ボストック氏は、同社の顧客の多くはすでにニュージーランド産有機リンゴを少量受け取っており、その果実の品質に自信を持っていると語る。サザン・ハニークリスプ・ニュージーランド社のリンゴは、気候が比較的冷涼なニュージーランドの南島で栽培されている。

同氏は、「当社の果樹園は技術力が高く、有機リンゴの栽培方法を熟知している技術管理者が在席しており、高品質でプレミアムな果実を提供している。(仕入れ担当にとって)『ワンストップショップ』であることで物流が合理化されるので、これはニュージーランド産の有機リンゴを購入する顧客にとって良いことである」と述べた。

ボストック・ニュージーランド社は2018年に、ジョディ・カークナー氏が率いるオフィスを北米に設立し、米国とカナダの顧客に直接、有機リンゴを販売・配送している。

カークナー氏は、「ハニークリスプによって米国の消費者向けの当社の品揃えが完璧なものとなる。ボストック・ニュージーランド社が顧客の輸入ニーズに応える全ての品種を提供できることは本当にエキサイティングである」と述べた。

同社は現在、米国のスーパーマーケットにおいてその品質と鮮度によって有力な消費者向けブランドを有している。同社は、米国の消費者向けにリンゴの新しい品揃えを開発しており、ハニークリスプは、この品揃えに追加される。同社は、4月から9月まで新鮮な有機リンゴを提供するために、北米に専任チームを置いている。

イスラエルの果樹機械メーカー、リンゴのロボット収穫に向けて前進

Good Fruit Grower (2022年1月15日)

イスラエルのFF Robotics社によるワシントン州リンゴ園でのロボット収穫の試験は、新型コロナウイルスの影響で2022年には実施できなかった。2021年になって同社と協力者たちは実用化に向けて大きな期待を抱いた。同社の最高責任者であるカハニ氏によると、収穫ロボットに行った最近の改良点としては、様々な列幅に調整できる両側それぞれ6本の収穫ハンドが特徴としてあげられる。この装置はビン(収穫した果実を入れる大型の容器)の積載と荷下ろしが可能なAutomated Ag Systems社製の作業台車の

上に設置されている。改良試験のための技術チームは到着したが、サプライチェーンの混乱によりディーゼルモーターとその他の主要部品の入荷が遅れた。技術チームは、通常はビンを置くことになる場所に発電機を乗せ、その他いくつかの回避策を講じたが、予定していた大規模収穫試験を実施するには障害が多かった。

それでも、カハニ氏は「今年の進歩は劇的だ」と語った。すなわち、収穫速度の向上、枝やトレリスへの被害の低減、部品の耐久性の向上、列間の差が1メートル

ル以内であれば調整できる機能の実装が実現した。ロボットアームに関しては、2つの収穫動作、ひねり収穫と引きもぎ収穫について、リンゴの各品種に対してどちらの方法がよいか試験を進めている。

同社はワシントン州果樹研究委員会からの支援を受け、Automated AG社と自動水平台車で、MAF Roda社とビン収納技術で連携している。また、ワシントン州立大学の研究者とせん定、摘果にもロボットを利用できるように共同研究を行っている。

カハニ氏は、収穫技術の機械部分はほぼ完成していると判断している。それでも同社はより効率的でより丁寧な収穫に向けてアルゴリズムの改善を続けている。収穫ロボットはAIを使い、果実を認識・収穫しながら、成功か失敗かを学んでいくという。

本誌は、Columbia Fruit Packers社が所有するワシントン州エフラタのカンジ品種の果樹園でのロボット収穫作業を見学した。収穫ロボットは、連続的に移動しながら収穫するのではなく、両側それぞれ3~4本の果樹を収穫するように位置を決めて停止してから収穫を行う。そこでの収穫には数分かかり、その後、次の位置に移動する(写真参照)。

部品の問題や入荷の遅れにもかかわらず、「ロボット収穫技術が身近になってきているようだ」と同果樹園の管理責任者であるウェルシュ氏は語った。

今シーズン、ロボット収穫したカンジ品種の果樹園は、平面的樹形ではないが、機械収穫に比較的適するような樹形になっている。幹やトレリスのワイヤーによりロボットアームが果実に届くのを邪魔されることがいつも問題になるが、「そうした樹形でも障害の多くに対処できていることは前向きに考えてよさそうだ」とウェルシュ氏は語った。

カハニ氏によれば、収穫ロボットは、樹上の果実の約80%を収穫した。残した果実は、小玉果、未熟果、枝やワイヤーで邪魔された果実である。決して100%収穫できるようにはならない。

ウェルシュ氏は「我々は工場内にいるわけではない。改善はできるがすべての問題を解決することはできない。収穫ロボットは、どこにワイヤーや枝があるか判断でき、最善の収穫方法を見出そうとする。危険と判断すれば、収穫しようとはしない」と語った。

同氏によると、収穫ロボットがずっと直面している課題の一つは、短果枝を付けたまま果実を収穫することだという。もちろん、そうしたことは時には起こる。しかし、FF Robotics社がそのような収穫を少なくするためにアルゴリズムの改良を続けていってくれることを同氏は望んでいる。

果実の品質については、収穫ロボットにいくつか技術的問題があり選果ラインに流すのに十分な量の果実を収穫できず、品質データを取得できなかったという。

発電機を利用したことで、時々ビン配送システムが停止した。それにより1時間当たり収穫量のデータを取得できなかった。しかし、カハニ氏は、収穫ロボットは1時間で数ビン(収穫容器)の速度でまる1日収穫できると考えている。

同氏は、「収穫ロボットの経済的に意味のある利用場面はどこか明確にする必要がある」と述べた。

もう一つ別の変更は、ビジネスモデルだ。カハニ氏は、以前は収穫ロボットを生産者に販売する計画だった。しかし、今では、利用者は収穫容器数に応じて料金を支払うという収穫サービス型モデルを採用するつもりだ。

2022年の収穫では、同社は、限られた数(現状2台で、1台はイスラエルで使用)の収穫ロボットで、数人の生産者に対して限られた規模で商用の収穫を行えばと考えている。そこでは、数百ビンの収穫を行い、果実品質データを収集し、ロボット収穫技術運用の経済性をさらに明確にすることとしている。

さらに先を見据え、カハニ氏は、ロボット収穫ですでに収集できるデータを活用することで、生産者にどのように付加価値をもたらせるか明らかにしたいと考えている。もちろん、樹ごとの画像データにより着果量がわかるが、今後はさらに、どのせん定法が障害を少なくでき、より効率的に収穫できるかがわかる。いずれは、ロボットアームのハンド部分をせん定や摘花用のツールに取り換えて、年中、活用できる機械にしたいという。同氏は、「せん定と摘花を正しくできれば、収穫も非常にうまくいくことになる」と語った。

ケイト・プレングマン、TJマリナックス



写真：以前より小型化され、ビンへの果実供給システム、ビン移動機構とともに自動水平台車に搭載されたFF Robotics社の収穫機械。技術者が立っているところの上に選果システムを設置可能。

現地報告

フランス：農業分野の業際組織

フランス現地情報調査員 ジャンルイ・ラリュ

フランスの農業を語る時に業際組織という言葉がよく使われる。日本ではあまり馴染みのない組織なので、今回はその紹介をしたい。

特定の農産物が消費されるまでに生産者、出荷業者、卸売業者、加工業者、量販店、輸出入業者など、さまざまな業者が関わってくるが、多くの場合、それぞれの段階で同業者が団体を作っている。生産者や事業者がこれらの団体へ加入するのは任意である。同じ業種の団体が複数ある場合もある。そうした同じ産物(品目)あるいは産物グループを扱う異なる業種の団体が集合したものが業際組織である。

該当する産物が直面する問題について業種を超えて、集団的に解決しようとする民間組織で、生産者と量販店など取引の力関係の均衡が偏っている場合に話し合いの場となり、また、消費を促す方法を、違う業種の様々な観点から一緒に考えていく場もある。行政へ働きかける一方で、各段階での取引がEUや国の規則に沿い、かつ公正に行われるように、売買契約書の雛型を作ったり、供給を需要に合わせて、取引の透明性を高めるために、対象品目についての統計をまとめるような事業も行なっている。その他、その品目の潜在力を伸ばす研究などの指針を出したり、研究機関に研究を依頼することもある。

フランスの農業業際組織の歴史は古く、砂糖の業際組織がナポレオンの時代に作られた。農業ではないが牡蠣については1850年代に、ワインは1935年に作られた。また、シャンパンについては1941年に、ボルドーワインは1948年に作られている。現在の業際組織の多くは1960年代以降に設立され、1975年の農業方向付け法で位置付けが明確にされた。

2013年には、EUの農業共通市場組織(CMO)に関する規則で、EUの業際組織の認定についての枠組みが明確になり、EUの他の国でも業際組織が認定されるようになった。現在EUには123の認定を受けた業際組織がある。そのうち63はフランスの組織である。残りの60はスペイン(27)、ギリシャ(7)、オランダ(7)、ハンガリー(6)などのものである。

フランスの業際組織の数が多いのは、地域により特徴が異なるワイン(原産地呼称統制=AOCや、地理表示のもの)がそれぞれ業際組織を設立していることも影響している。ワイン部門はフランスの農業の中でも、農家の組織化が最も早かったという事情も業際組織の数の多さに関係がありそうだ。アルザスワイン、ボルドーワイン、シャンパーニュ(シャンパン)などそれぞれの業際組織があり、そのほかにAOCや地理表示のないワインを扱う全国ワイン業際組織(ANIVIN)もある。また、バナナ、ラム酒、きび砂糖

など海外県の産物もそれぞれ業際組織を設置している。

INTERFEL

フランスの農業業際組織には、食肉のInterbev*や、穀物のIntercéréales*などがあるが、生鮮果実・野菜についてはINTERFEL*がある。生鮮果実・野菜の関連業者団体を集めていて、ワイン用ブドウや加工用青果物はINTERFELの対象外である。加工目的の果実・野菜については加工果実・野菜業際組織(ANIFELT*)がある。なお、フランスではジャガイモは主食に近いのか、特別扱いされていて、ジャガイモだけの業際組織(CNIPT*)を作っている。(*印の組織はいずれも政府認定組織。政府認定の意味は後述参照。)

INTERFELは1976年に設立され、次の団体をメンバーとしている。すなわち、FNPF(全国果実生産者連盟)、Légumes de France(全国野菜生産者連盟)、Felcoop(生鮮および加工用果実・野菜、ジャガイモ、園芸の生産者の農業組合連盟)、GEFeL(上質果実・野菜の経済管理団体=生産者組織OPを集合)、Coordination Rurale(農村連携)やConfédération Paysanne(農民総連盟)などの生産者の団体と、ANEFFEL(全国果実・野菜出荷業者・輸出業者協会)、UNCGFL(全国果実・野菜卸売り業者連合)、Saveurs Commerce(青果物専門小売店の団体)、FCD(直営量販店の団体)、FCA(フランチャイズ量販店の団体)、CSIF(生鮮果実・野菜輸入業者組合)、SNIFEL(全国果実・野菜輸出入業者組合)や給食センターの団体(Restau'CoおよびSNRC)である。

なお、FNPFとLégumes de Franceはフランスの最大手の農業生産者団体であるFNSEA(全国農業経営者組合連盟)を構成する産物別の組織である。農村連携や農民総連盟はFNSEAとは政治色の異なる農業経営者団体で、規模が小さいため、青果物だけの部門を組織として設置していない。

協定の拡大適用

業際組織は同じ品目(もしくは品目グループ)に関して一つしか設置することが認められていない。民法に基づく組織であるが、構成メンバーである加入組織が一致して要請し、政府が同意した場合、認定をうけることができる。認定には業際組織がその業界で十分に代表性を持っていることが重要である。認定を受けた業際組織は大きな影響力を持つ。業際組織内で合意に至り、政府の同意を得た協定を、業際組織のメンバーである団体に加入していない農家や出荷業者など、同じ品目を扱う個々の事業者に拡大適用できるからである。例えば、販売に供されるリンゴの最低重量(90g、

ただし果汁の屈折率が10.5Brix以上であれば70gでも良い)や重量別の分類、収穫や販売の開始時期などの規定が業際組織で合意に至り、行政の同意を得ると業際協定となり、該当産物を扱うすべての生産者・事業者がこれに従わなくてはならなくなる。業際組織のメンバーである団体に加入しているか、いないかにかかわらず。つまり、業際協定は法律に準ずる強制力を持つ。多くの果実について、サイズ(あるいは重量)、収穫や販売の開始時期、農薬の使用方法などが業際協定で決められている。会費についても、行政が正当性を認めた場合は、該当産物を扱うすべての事業者を支払いの義務が生じる。

このような強制力を持つ業際協定を通じてフランスの農業業際組織は、フランスの農・食品業界に重要な役割を果たし、また品質向上に貢献してきたと言われている。

青果物の品目の業際組織

INTERFELは生鮮青果物の総合的な業際組織であるが、例えばキウイフルーツのBIK(キウイフルーツ業際事務局)のように、特定品目だけの業際組織もある。BIKの場合、生産者、農協、出荷業者の3部門の団体が構成し、生産者の65%が加入しているが、政

府から業際組織の認定は受けていない。BIKの活動は、①仏産キウイフルーツの認知度を国内外で高める、②フランスにおけるキウイフルーツの栽培を促進する、③仏産を保護する、④仏産キウイフルーツの統計を作る、⑤品質向上のための規格を練る、⑥他のキウイフルーツ生産国の団体と交流するとあり、INTERFELの活動と重なる。

BIKはINTERFELの下部組織とは見なされていないが、役員などを通して強力な関係がありそうである。キウイフルーツの収穫時期やサイズなどについての協定はINTERFELが正式に発表しているものの、恐らくそうした規格や統計などはBIKが基本的な作業をして、INTERFELに提供していると思われる。リンゴ、モモなどについても品目別に業際組織がありそうであるが、生産者組織が強いためか、あまり話題にならない。

なお、認定業際組織に関する法律は、EUについては、欧州議会および欧州理事会の農産物共通市場組織に関する規則 Règlement(UE) no 1308/2013(157, 158, 159, 162, 163条)、フランスについては農事法典 L632-1条以降に記されている。

タイ：米国向けポメロ輸出に朗報

タイ現地情報調査員 坂下 鮎美

「輸出許可申請から15年、米国がタイ産ポメロの輸入にゴーサイン」(2022年2月2日付け「プラチャーチャート・トゥラキット」紙より)

農業局局長のピチュート・ウィリヤパーハ氏は、タイ産生鮮ポメロについて、米国の提示する輸入条件を満たしており、かつ輸出業者がタイ農業局の輸出前照射処理検査プロジェクトに登録することを条件に米国への輸入を許可するという朗報を在タイ米国農務省動植物検疫局(APHIS)から受けたと発表した。

2006年に照射処理済み果実の輸出を米国に提案して以来、2014年にマンゴー、マンゴスチン、ランブータン、リュウガン、ライチ、パインアップル、ドラゴンフルーツの7種類が許可されたが、ポメロについては許可が下りなかった。しかし今回、提案から15年でポメロの輸出が許可された。

タイには、南部ナコンシータマラート県で栽培されている、果皮が薄く、果肉が濃いピンク色のタブティム品種や中部チャイナート県で栽培されている果肉が白っぽいカオテンクワ品種、ナコンパトム県やサムットサーコン県、ラチャブリ県で栽培されているトーンディー品種など、およそ30品種以上のポメロが栽培されており、他国のポメロとは異なり、色も味覚もバリエーションが多く、米国の消費者からの良い反応が期待されている。また、長期間保存することが可能なため、航空便および船便の両方での輸送に適している。

現在、タイは29カ国にポメロを輸出しており、その主

な市場は中国とマレーシアである。2021年にタイは29,782トン、およそ9億300万バーツのポメロを輸出している。

農業局、植物検疫研究・開発室、植物検疫研究グループ、リーダーのチョンティチャー・ラックライ氏によると、APHISからの通知には、現在行われている照射処理プログラムにポメロを追加し、輸出業者はデータを開示し、輸入許可発行の審査のため、事前検疫審査諮問グループの評価を受ける必要があるとのことであった。現段階では、2022年の8月にはタイ産生鮮ポメロの最初のロットを米国に輸出することが可能だと見込んでいる。

生鮮ポメロを米国に輸出するには、GAP認定を取得している生産地のポメロで、集荷・梱包場についてもGMP認定を取得していなければならない。また、輸出業者は輸出前照射処理検査プロジェクトに登録し、ポメロのミバエを駆除するために400 Gyの照射処理を行う必要がある。照射処理は輸出前にタイ側で行うか輸入時に米国側で行うことも可能である。輸入時に照射処理を行う場合は植物検疫証明書が必要ないが、輸入される全ロットが検査される必要がある。タイ産ポメロは商業用のみに輸出されることが可能となっている。

2022年2月の為替は1バーツ=約3.53円

トピックス

1. フィリピン政府は価値の高いバナナとパインアップルの輸出を支援 ASIAFRUIT(2022年1月12日)

フィリピン農業省は、同国の最も重要な輸出品であるバナナとパインアップルの生産を持続的に増やす計画の概略を説明した。

フィリピン統計局によると、同国産バナナの輸出額は、2019年に19億5千万米ドル、2020年には16億4千万米ドルに達し、2021年1月から10月の期間には約9億2千万米ドルであった。パインアップル製品(缶詰、ジュース、濃縮果汁)の2021年1月から10月の輸出額は、3億米ドル以上となった。

これらの果実の重要性を考慮して、フィリピン農業省は、これらの産業に対するさらなる投資と支援を約束した。また同省は、他の伝統的または新興の高価値作物の輸出の可能性を強調し、業界間で知識を共有する好機であると述べた。

フィリピン農業省のウィリアム・ダル長官は、「我が国は、バナナとパインアップルの比較優位性を享受しており、このため、当省では高価値作物開発プログラム(HVCDP)を通じて、価値の高い作物部門の振興に投資している。価値の高い作物が、農業バリューチェーン内の農業者とその家族、起業家とその他の関係者に持続可能な収入を提供することができることは間違いない」と述べた。

同長官によれば、同省は今年も、丈夫でよく育ち回復力があり、かつ適切な市場が存在し、結果として収益性の高くなる農作物の栽培により多くの農家が移行するように奨励した。この施策は、農業者に生産支援を与えるばかりでなく、収穫後処理の設備とフィリピンの農産品や水産品のグローバルな競争力を高める高付加価値化のメカニズムを提供する。さらに、バナナの主要輸出国としての地位を維持するために「パナマ病」を封じ込め、パインアップルの市場をさらに開拓し、民間部門や農業者グループと連携して、マンゴー、カカオ、コーヒー、ゴム、オクラなど輸出できる可能性の高い作物の振興に向けた取り組みを強化する。

ダル長官は、最近、日本がフィリピン産バナナの全量検疫検査手続きを解除*したことに言及し、日本市場での成長の好機を指摘した。現在、フィリピン企業82社が植物衛生要件に対して遵守の水準が高いことから全量検疫検査を免除されている。

*注:長官の発言のまま。実際の検疫検査は全ロットが検査対象で、各ロットから規定に基づいて抽出検査を実施。

同長官によれば、HVCDPや農業省のその他の機関は、他の潜在的な輸出市場を開拓し、より革新的で魅力的なパッケージングとマーケティングの戦略を策定するために、民間部門、果実・野菜の業界団体、農業者グループとのパートナーシップを強化することに積極的である。

リアム・オキャラハン

2. メキシコのベリー類産業 2022年に大幅に成長 FreshFruitPotal(2022年1月14日)

Agroberichten Buitenland*の調査によると、メキシコのベリー類産業は2022年に8~10%の成長を見込んでいる。

*オランダ政府の農業担当官の世界的ネットワークで80カ国の農業関連のニュース、イベント等の情報を毎日提供している。

この部門は近年大幅に成長しており、2022年も引き続き成長する見込みである。

メキシコのベリー類は、ビール、アボカドに次いで3番目に重要な農業輸出品目であり、ベリー類の輸出の半分は、ハリスコ州からのものである。

過去10年間で、イチゴ、ブルーベリー、ラズベリーの生産量は、2011年の25万7千トンから2020年には75万4千トンと3倍になった。

メキシコのベリー類輸出額は、2011年の5億1,600万米ドルから2020年には24億米ドルと5倍に増加した。

ラズベリーの輸出は、2011年の1億8千万米ドルから2020年には11億米ドルと特に急速に増加した。全国ベリー類輸出協会は、2022年にはラズベリーの輸出額が30億米ドルを超えると予想している。

ベリー類はメキシコの32州のうち22州で栽培されており、主産地はミチョアカン州、ハリスコ州、グアナファト州、シナロア州、バハカリフォルニア州である。

ハリスコ州には約1万ヘクタールのベリー農場があり、輸出量全体の50%を占めている。同州では栽培技術を駆使しており、生産者のヘクタール当たりの収量は高い。

この種の農業はまた多くの雇用を生み出し、約72万人がこの分野で働いている。これらの雇用のうち6万人から7万人はハリスコ州のものである。

ベリー類部門の成長に関しては、十分な労働者の確保と世界的な物流問題が最も大きな課題である。

3. カリフォルニアの生食用ブドウ生産者 機械化・自動化を促進 The Packer(2022年1月10日)

カリフォルニア生食用ブドウ委員会(CTGC)のプレスリリースによると、カリフォルニア州の生食用ブドウ生産者は、同委員会の下で共同して、コストの削減と作業効率の向上を目標に、作業の機械化・自動化を進めている。

同委員会によれば、委員会の優先事項の一つは、作業の動きを最小限に抑え、生産を最大化することである。収穫作業に関して行われた所要時間と動線に関する研究は、収穫と収納の作業においてどの場面でどの程度の時間を費やすのかを生食用ブドウ業界関係者が理解するのに役立った。

所要時間と動線に関する2回目の研究が施設内での梱包作業に関して実施され、まもなく完結するところである。研究の目標は、梱包に関わる労働力が各

(公財) 中央果実協会**編集・発行所**

公益財団法人 中央果実協会

〒107-0052

東京都港区赤坂 1-9-13

三会堂ビル 2階

電話 (03)3586-1381

FAX (03)5570-1852

編集・発行人

今井 良伸

印刷・製本

(有)曙光印刷



毎日くだもの200グラム運動

当協会の web サイト

www.japanfruit.jp

本誌についてのご質問、ご意見、お気づきの点がある場合、転載を希望する場合は、上記にご一報願います。

より一層有益な情報発信に努めて参ります。

本誌の翻訳責任は、(公財)中央果実協会にあり、翻訳に関して、

The Packer**FreshPlaza****Good Fruit Grower****ASIAFRUIT****FreshFruitPortal**

は一切の責任を負いません。

作業や施設間でどのように分配されているかを理解し、機械化と自動化の可能な領域を特定することである。

同委員会のもう一つの優先事項は、生食用ブドウの収穫作業を自動化することである。この試験は、収穫したばかりの生食用ブドウの園内での移動を支援する自律移動カートを使用して行われている。

カートに搭載するその他の機能として、センサーを使用して熟したブドウを検出し、ロボット工学を使用して果実を損傷することなくブドウの房を収穫すること等が試験されている。また、房数及び粒の色と大きさの計測や遠隔モニタリングによって作柄の推計とマッピングを行い水利用効率の向上を図るなどの分野についても研究開発が進められている。

さらに、同委員会は、バッテリー駆動の手持ち式剪定装置や、ブドウ棚で使用されるトラクター装着型の剪定装置など、ブドウ園での剪定効率を向上させるための機械・装置を研究している。最近、生食用ブドウの機械剪定に利用できる包括的な機器と技術に関する関連製品のレビューを完了した。

同委員会は、害虫や病気の検出や現場での治療、自動化された生産と梱包の指針、自動化と機械化を容易にするための新しいブドウ園インフラなど、他の分野の技術革新も検討している。

エド・ボリング

4. オーストラリア産アボカド 日本市場での成長に一步踏み出す

FreshPlaza(2022年2月3日、一部抜粋)

オーストラリア最大のアボカド業界団体は、先月東京で開催された展示会を受けて、生産者にとって日本市場でのチャンスが増していると確信している。

西オーストラリア州と南オーストラリア州リバーランド地域の生産者らは2018年から日本市場へのアクセスを獲得している。オーストラリア・アボカド協会のジョン・ティアス代表は、今シーズンは生産量の増加も輸出増につながったと述べた。

同氏は、「日本はアジア最大のアボカド市場なので、(展示会は)本格的に市場を構築する上で良い機会であった。日本市場にはオーストラリア産アボカドが参入するチャンスがあると考えているが、市場シェアを築くという点ではまだ初期の段階だ。我々は効果的な販売促進活動を実施し、またこの貿易イベントは西オーストラリア州政府がアボカド協会及びホートイノベーション(非営利業界団体)と連携して本当によくサポートしてくれた。我々は、時間をかけて日本市場を構築していく計画だ」と言う。

同氏はまた、オーストラリアは、日本市場における同国産のアボカドにとってのチャンスが何であるかについて、ここしばらく調査を行っていると言及し、「日本での販売を伸ばすためには、高品質の産品を提供するに際して、良いサービス、良好なバックアップ体制、優れた営業販売計画が伴うことが必要だ。日本の一人当たりのアボカド消費量は依然としてかなり少ないが、それでも人口が多いためアジアで最大のアボカド市場である。我々の調査によると、日本の消費者はオーストラリアに大変好感を持っているので、オーストラリア的な価値観を踏まえて取り組んで行きたい」と述べた。

オーストラリア・アボカド協会は、他の州もできるだけ早く日本市場へのアクセスを獲得することを望んでおり、政府の交渉が迅速に進むことを期待している。

ティアス氏は、「アクセスの獲得手続きを支援するための調査を行ったので、我々は中央政府が交渉を進めるように圧力をかけている。総合的な観点から我々は輸出市場の成長を重視しており、市場アクセスは我々にとって最大の課題である。中国等の主要市場へのアクセスが獲得できておらず、日本についても他の州ではまだアクセスが獲得できていない。周年供給ができるよう、オーストラリアの他の州の生産者が日本へのアクセスを獲得できることを願っている」と語った。

マット・ラッセル