

写真: ウメ(東京都大田区)



## 目次

### 果樹農業の動向

・香港の生鮮果実市場(一部省略)

1

・ブラジル オレンジ果汁の輸出量が7%減少

2

・ロボット収穫にも対応可能なモモの平面的樹形

3

### 現地報告

フランス

4

タイ

5

### トピックス

・2024年はチリ産果実ブランドによる市場開拓の年

7

・ペルー 今シーズンのブドウ輸出は10%以上減少の見込み

7

・イタリア 生産量増加で有望なリンゴyello

7

・ニュージーランド リンゴとナシの収穫量は回復の予測

8



## 果樹農業の動向

### 香港の生鮮果実市場(一部省略)

米国農務省GAINレポート 2024年1月23日

#### 市場の概要

香港の域内の果実生産量は極わずかである。香港農水産自然保護局(AFCD、漁農自然護理署)のデータによると、香港で生産された生鮮果実の品目は、パパイヤ、スイカ、レッドドラゴンフルーツ、プランテイン、ライチ、リュウガン等、極わずかである。

2022年の米国から香港への生鮮果実輸出額は、2021年と比較して27%減少し、1億500万ドルとなった。新型コロナウイルスのパンデミックによる価格の高騰と海運物流の混乱が、2022年の下落の一因であった。とはいえ、米国の生鮮果実の輸出は2023年に回復し始め、2023年の年初からの10か月で20%増加した。香港の消費者は、オレンジ、リンゴ、サクランボ、ブドウ、イチゴ等、米国産の様々な果実を好む。米国から輸入される果実の中で、柑橘類は最も人気があり、香港は2022年に7,100万ドルを輸入

した。米国以外の主要な果実輸出国は、チリ(サクランボ)、タイ(ドリアン)、ペルー(ブドウ及びクランベリー)、日本(イチゴ及びリンゴ)等である。米国は2022年に南アフリカに次いで香港にとって2番目に大きなオレンジの供給国となった。香港市場では、その品質から米国産のオレンジが広く好まれている。香港は果実輸入の70%を再輸出しており、主な輸出先は中国本土(98%)で、その総額は26億ドルである。この再輸出のパターンは長年にわたって一貫している。約10億ドル相当の果実は、香港での消費用に確保されている。

#### 香港の生鮮食品貿易

##### (ア) 香港の輸入

香港の2022年の世界からの生鮮果実輸入額は、2021年と比較して18%減の37億ドルとなった。この全体的な減少傾向は2023年の年初からの10か月間も続き、輸入額は



図1 香港の世界からの主要生鮮果実輸入額(2022年、百万米ドル)

前年比で27%減少した。米国は第5位の輸入先国であり、香港の果実輸入全体の5%を供給している。2018年以降、香港の果実市場はチリとタイに席捲されている。

チリ産サクランボは、同国から香港への果実輸入額の82%を占めている。米国もサクランボを供給しているが、チリのサクランボは米国のサクランボとは季節が異なる。米国のサクランボは4月から7月の間に熟すが、チリのサクランボは(米国の)冬の季節に成熟する。香港の家庭では通常、冬にいくつかの祝日(クリスマス、新年、旧正月)があるため、果実は家族の集まりの際や贈り物としてよく使用される。したがって、この時期には、高品質なプレミアム果実に対する大きな需要がある。

一方、タイ産のドリアンは、タイから香港への果実輸入額の76%を占めている。この熱帯果実は、その本物の味、柔らかな食感、甘い風味のため、香港の人々に特に好まれている。ドリアンを栽培する世界的な輸出国は多くないため、タイはこの市場を支配しており、果実全体の売上高に占めるシェアも拡大を続けている。

香港市場における米国産果実の販売額は、オレンジが圧倒的に多いが、リンゴ、サクランボ、ブドウ、イチゴといった他の果実の間でも均等に配分されている。

#### (イ) 香港の輸出

香港は常に、中国、マカオ等の近隣地域との貿易を促進するハブとなってきた。香港は2022年に26億ドル(果実輸入総額の70%)を他の市場に再輸出し、10億ドル(果実輸入総額の30%)が香港内の消費のために留まった。

2022年には、輸入果実の約69%が中国に、1%がマカオに再輸出された。最も多く取引された果実は、ドリアンとサクランボであった。再輸出が多いことから、市場の需要は、香港の主要な再輸出先である中国本土からの需要に牽引されている。

#### 見通し及び販促機会

香港は輸入した果実の多くを中国に再輸出しているが、香港の現地消費市場が依然として10億ドルあることは注目に値する。香港の消費者は食品の選択に目が肥えており、季節性(果実が甘くて柔らかい時期)と原産地(安全性と品質)によって果実を選択する傾向がある。また、香港の消費者は、特に季節商品や特産品の果実に関しては、価格をあまり気にしない。この傾向の良い例は、日本の果実がその価格にもかかわらず香港で人気を博していることである。この点で、米国産の生鮮果実は、安全性と品質の面で高い評価を得ており、この市場で独自の地位を確立している。米国の生産者は、その生産物と持続可能な農法について多くを語ることができ、有機農産物を提供している。これらは、まさに香港の消費者の心に響くテーマである。さらに、香港では米国農務省の有機認証ロゴが認識されており、香港の消費者は小売店でこうした商品の差別化を求めている。

2023年初頭に香港の国境が全面的に再開された後、香港の経済は回復傾向にあり、2023年には3.2%の成長が見込まれている。2023年下半年は、香港の人々が買い物や食事のために中国本土に押し掛けたため、香港では食品の小売販売額とレストランの売上高の両方が鈍化した。季節の青果物や特産品は依然として人気の高い商品である。

#### 香港における商品紹介の機会

- ・店頭での小売プロモーション(夏): 当事務所は、香港の小売店と提携し、年に約6回の店頭小売プロモーションを開催している。
- ・アジアフルーツロジスティカ2024(9月): 毎年9月に香港で開催されるアジア地域の見本市である。これは米国農務省が承認した見本市であり、当事務所は米国パビリオンを主催している。

## ブラジル オレンジ果汁の輸出量が7%減少

FreshPlaza (2024年1月30日)

ブラジル産オレンジの収穫量の減少はオレンジ果汁の輸出量に影響を与えたが、価格の上昇が最終的にそれを打ち消し、2023/24年度上半期(7月~12月)の出荷額の増加が確実となった。

CitrusBR(ブラジル柑橘類輸業者協会)が取りまとめた対外貿易事務局(Secex)のデータによると、ブラジルの冷凍濃縮オレンジ果汁(FCOJ)の輸出量は、前年同期比7.25%減の54万3,800トンとなったが、輸出額は20.7%増の13億ドルであった。

柑橘類保護基金(Fundecitrus)の最新の推計では、サンパウロ州とトリアングロ・ミネイロ地域(ミナスジェライス州の三角地帯)の今シーズンの収穫量は0.7%減の3億722万箱で、4年連続の低い水準となる。

一方、米国農務省(USDA)のサンパウロ駐在農務官は、2023/24年度のブラジル全体のオレンジ総収穫量を1.03%減の4億800万箱と推定している。

出荷額は、果汁の国際価格の上昇に伴い増加した。ニューヨーク証券取引所で最も取引量の多い3月に満期を迎える先物取引の契約価格は、1年で67%上昇した。

CitrusBRのイビアパバ・ネットー会長は声明で、「米国フロリダ州の収穫量は過去最低で、ブラジルの生産量は平均して低く、果汁の供給の観点から非常に困難なシナリオに陥っている」としている。

次頁のグラフは、ブラジルの港から世界に向けてコンテナで出荷されたオレンジ果汁の輸出量(コンテナ数)を示している。データはDataLinerによる。

ブラジル産果汁の主な出荷先であるヨーロッパ向けの輸出量は、今年度上半期に10.5%減少し、合計29万8,800トンであった。同じ期間の米国向けブラジル産オレンジ果汁は1.2%減の17万2,300トンであった。



図：ブラジルのオレンジ果汁輸出量(2019年1月～2023年11月) 20トンコンテナ換算コンテナ数(TEU)

出典: DataLiner

## ロボット収穫にも対応可能なモモの平面的樹形

Good Fruit Grower (2024年1月15日)

モモでも、カリフォルニア州中部の生産者が進めている自動化と機械化に適した平面的栽培法を使えば、ロボット収穫の可能性がある。キングズバーグにあるHMC Farms社(以下HMC社)は、その方向で進んできた。平面的樹形を取り入れた同社は、2018年から自然形整枝の樹を植えておらず、新植園はすべてがトレリスを利用した平面的樹形の高密植栽培である。

ブドウ、モモ、ネクタリン、スモモを栽培するHMC社の生産責任者のドリュー・ケテルセン氏は「ロボット収穫はうまくいきそうだと感じている。それこそ将来の姿であり、進めていかなければならないことである」と語った。

ここ2年、HMC社はロボット収穫のスタートアップ企業である、イスラエルのテベル社とカリフォルニア州のアドバンスド・ファーム社を招いて収穫試験を行った。本誌は、9月にHMC社を訪問した。すでに収穫は終わっていて収穫ロボットを見ることはできなかったが、ロボット収穫に適する果樹園を見ることができた。ケテルセン氏によれば、トレリス樹形を進める最大の理由は、作業の効率化だという。

平面的樹形では、作業者は今までの自然形整枝樹形に比べ、速やかに移動しながら、より安全に楽に樹の上部でも下部でも作業できる。この新しい樹形では、樹や枝の間隔、整枝、せん定を標準化でき、作業者への指示も簡略化できる。

ケテルセン氏は「平面的樹形は、効率作業を実現するためのものであり、機械化と自動化のような技術的なことは副産物でありボーナスである」と語った。

HMC社は、高所作業台車、刈込機械、摘花摘果機械を使用している。摘花摘果には、回転する毛の長いブラシで花蕾や幼果を落とすフランス製のエクレアベールという機械を利用している。ダーウィン摘花機と異なり、トラクター搭載のエクレアベールは動力利用でなく樹にブラシが触れることにより回転する。

HMC社では、樹の上部は回転刃の刈込機でせん定する。収穫前の着色促進のために行う夏季せん定の多くは手作業で行い、一部は試験的にヘッジトリマ

ーを利用している。

HMC社の社長であるジョン・マッカルティ氏によれば、新品種で高密植栽培を行う際には、課題も出るといふ。同社は、100品種もの核果類を栽培し、中には権利品種も含まれ、平面的樹形に仕立てればすべてが異なる発育特性を示す。同氏は「品種の変遷につれ、すべての品種が同じように発育するわけでない」と語った。同氏とその妹でケテルセン氏の妻であるチェルシーさんは、家族経営する果樹園の5代目である。

### モモ

作業効率化の実現のため、HMC社は平面的樹形を積極的に取り入れ、毎年、果樹園の10～15%を改植してきた。そのすべてでドリップ灌水を採用している。平面的樹形は、早期に結果し、モモでは2年目から収穫でき、3年目で成園化できる。

線虫抵抗性非わい性のネマガード台樹のモモ、ネクタリンは、トレリス仕立てにする場合、通常、樹間1.5m、列間4.0mで植栽する。ケテルセン氏は、今のところモモ、ネクタリン用のわい性台木には満足していない。トレリス仕立ては、樹高3.2m～3.7mの主幹形で、45本程度の結果枝を出す。収穫は着色程度を見て行い、従来の自然形仕立てでは4～6回に分けて行うところ、トレリス仕立てでは3～5回と減らすことができる。

### スモモ

ケテルセン氏によれば、スモモはモモより扱いにくい。仕立てに労力を要し、品種間差はより大きく、受粉に課題があり着果量は安定しにくい。その一方で、スモモは収穫期間に余裕を持たせることができる。「スモモにはいくつか課題があり、品種ごとの好適な栽培法が確立していない」と同氏は語った。

通常、スモモは2本主枝で結果枝を横に伸ばす。樹間は1.8mで、台木は業界標準のサイテーションか重粘土壌ではヴァイキングを使うことが一般的である。HMC社では、時にはネマガードを使う。

ケテルセン氏によれば、冬には、毎年、結果枝長の30%まで更新せん定するという。スモモは、モモと異なり2年生以上の充実した枝に着果しやすい。夏には、

着色促進のため夏季せん定を行う。

同社の権利品種の一つであるブラックマジックは、実がつきにくい。そのため、同社では、片側4本トレリスとして、側枝を横に配置して結果枝を上向きに伸ばす。うまくいかどうか結果はもうすぐわかるとケテルセン氏は語った。

最後に同氏は以下のように語った。高密度栽培への決断は、一年でさらに進んだ。労働力は、2023年には

比較的見つけやすかったが再び厳しくなりそうである。高密度化計画は前倒ししなければ、手遅れになるだろう。セントラルバレー地域では、季節農業労働者ビザ(H-2A)の労働者を雇用する生産者は少ない。「この決断に至るまでに何年も過ぎてしまっている。」

ロス・コートニー

## ●●● 現地報告

### フランス : アーモンド生産復興事業

フランス現地情報調査員

ジャンルイ・ラリュ

フランスでは毎年1月2日から8日の間の日曜日(今年は1月7日)に公現祭を祝う。キリストが生まれた後、東方の三博士がキリストの生まれた馬屋にやってきて、祝福したことを記念する宗教行事であるが、昨今は宗教性がほとんどなくなった。家族や友人が集まってガレット・デ・ロアと呼ばれるお菓子を食べる日とみなされている。アーモンドの粉と卵や砂糖、バターなどを混ぜたフランジパーヌを具にしたガレット(パイ)を切り分けて食べる。パイの中にはフェブ(フランス語で空豆の意味で、小さな陶器の人形などを指す)が一つ入っている。自分のパイの中にフェブを見つけた人が王様または女王様と指名され、金色の紙の王冠が授けられる。ガレット・デ・ロアを自分で作る人もいるが、大抵の人はパン屋などで買う。3人用以上のガレット・デ・ロアを買くと、紙製の王冠をもらえることになっている。最も売れるのは6人用。ガレット・デ・ロアはクリスマスの少し前から1月末の間だけ売られる。もっともスーパーなどでは、早々と12月初旬から売り出す。パン屋のものとスーパーのものは、それぞれ毎年約3千万個売られるそうだ。期間限定商品なので、この時期に買わないと一年間食べ損ねるといふわけか、皆釣られて買うようだ。

今年はテレビや新聞のニュースで超高級菓子店がフランス産のアーモンドを使ったガレット・デ・ロアを売り出したと話題になった。

#### フランスのアーモンドの状況

健康志向の掛け声に合わせて、世界のアーモンド消費量は2000年から7倍に増えた。フランスでは、グリルされたナッツだけでなく、八百屋で緑色の生のものを買って家庭でくるみ割り器で殻を壊して食べる人も結構いる。ヌガーやクッキーなどの菓子類、アーモンドジュースなどの加工食品や化粧品に利用されている。フランスのアーモンド消費量は年に約4万2千トンであるが、国内生産は800~1千トン程度に過ぎない。世界の輸出量の70~80%を占める米国産にフランスも頼っている。

アーモンドの樹は地中海沿岸地方の在来植物で、フランスでも大昔から栽培されていた。1948年にはプロバンス地方だけでもアーモンド畑が1万2千haあったのに、2019年には1千haと10分の1以下に減った。ルシオン地方のアーモンドは最高の品質と言われている。

#### 国内生産の取組み

そうした中で、フランスにアーモンド栽培を取り戻そうとする動きが起きている。中でも注目されるのは、コンパニー・デ・アマンド=Compagnie des Amandes(訳するとアーモンド会社、略してア社)。この会社はフランスで良質のアーモンドを環境にやさしいやり方で農業者に栽培してもらおうと2018年に設立された。アーモンド栽培には高い投資が必要で、植樹だけでも1ha当たり2万5千ユーロ(400万円相当)かかる。実が成り始めるまでの期間は収入がない。こうした農業者の負担を軽減しないとアーモンド栽培は復活しないと考えて、斬新なやり方を編み出した。農業者が土地と労働、ノウハウを提供し、ア社が資本、アドバイス(技術・行政手続など)、販路を提供する。

例えば、40ha程度のワイン用ブドウ畑を持っている生産者が、南仏の比較的低価格なワインが売れなくなってきたので、経営多様化のために、高収入が見込めるアーモンドの栽培に10haを当てたいと考えた。しかし自分でアーモンド畑を始めるほどの資産はないし、リスクも大きい。そこで、彼はア社と土壤、霜害、水利、行政上の扱い、農場の経営などを検討した上で、両者は共同でアーモンド果樹園を運営する法人を設立する。共同経営の契約期間は最低25年。ア社はその土地に適した品種の苗木や接木、植樹前の施肥を自社負担で提供する。さらに、植樹から実が成るまでの5年間は(3年ぐらいから実が成るが、利益が出るには5~6年かかる)、ア社が土地利用料として、年間350ユーロ/1ha程度と労働報酬(約80時間相当)として年間700ユーロ/1haを農業者に支払う。その結果、農業者は当初の投資費用を5千~1万ユーロ程度に抑え、実が成るまでの期間についても年間に1千ユーロ/1ha以上の収入を確保できる。実が成り、利益が出始めた段階から、労働報酬は850ユーロとし、共同経営法人の利益は、当初の契約に従い、農業者が51%、ア社が49%で分け合う。経営が軌道に乗れば、農業者の収入は1ha当たり年2千~2千500ユーロ程度になる見込みである。

ア社は共同経営のアーモンド畑で収穫された実を買い取るが、農業者に品質管理やトレーサビリティ

一の研修を課している。また、良質で環境にやさしい栽培を目指しているため、環境の研修も受ける。アーモンド畑は1ha当たり410本以下の植樹とし、垣に多様な果樹を植えて、花粉媒介者を呼び寄せる。アーモンドの樹と樹の間の地表に草を植えて、湿度を保ち、害虫の天敵などが住むように工夫をする。ア社の契約農家全体の面積が2千haに広がれば、10万トンの炭素を吸収する計算になり、仏環境省の「低炭素ラベル」の取得が可能になるので、3千500ユーロ/1haの補助金も見込んでいる。できるだけ殺虫剤の使用は抑えるが、有機栽培のアーモンド畑はまだごく一部に過ぎない。アーモンド栽培に欠かせない灌漑については、できるだけ水を無駄にしないように、ドリップ方式を使う。

ア社の買い取り価格はカリフォルニアの2倍程度に設定されている。ア社は量販店、加工業者、菓子店、化粧品メーカーに販売する。南仏で創業以来175年続くスガーマーカーとも長期契約を結んだ。ア社の最初の収穫となる2023年の生産量は18トンで、フランス最大の生産者となった。その一部が高級菓子店に売られて、ガレット・ド・ロワに使われた。

ア社は生産者とのアーモンド畑の共同経営の他に、アーモンドの殻を壊す工場を建設し運営する。契約農家以外の生産者も利用できる。完成は2023年の予定であったが、2024年にずれ込んだ。

## 設立

このアーモンド会社は、二人の事業家が創設した。さらに不動産業者、ドライフルーツの販売会社などが出資し、その後、インターネットで社債(6年後返還開始)を公募。1時間で100万ユーロ(1億6千万円)が集まったと話題になった。年利8%と利率も良いが、設立者の有名度が貢献したようだ。国立農事・環境研究所(INRAE)もア社に出資(6%)し、アーモンドのバイオダイナミック農法、特にアーモンド蜂(*Eurytoma amygdali*)対策の研究を生産現場で進めている。設立者の一人は2012年から2014年までフランスの経済大臣(経済・生産性回復・デジタル省)を務めたアルノー・モンテブール氏で、大臣の時からフランス産優先推進者としても有名。(なお、内閣改造でモンテブール氏が退き、その後任には、現大統領のマクロン氏が着任した。)モンテブール氏は2017年に政界から身を引いて、養蜂業、有機酪農、その牛乳で

作ったアイスクリームの製造などを始めた。同氏は政治家の時にカリフォルニアを公式訪問し、アーモンド畑を視察する機会があった。その時、広大な土地の集約的単一栽培で起きる様々な問題、特に水に関わる問題を目の当たりにし、違うやり方で、フランスでアーモンド栽培を復活させるべきだと考えたそうだ。

## 現状

2024年の目標であった契約面積2千haは達成されず、2023年末に植樹を終えた面積は500haに過ぎなかった。機械化を進めるために、共同経営の面積を10ha以上としていたのが響いたようだ。2千haの目標は2026年に持ち越された。それでも、現在検討中のものを考慮すると、目標達成は十分に可能だとしている。

2024年から、ア社は別のタイプの契約を始める。南仏には代々アーモンド畑を農場の一角に持っている農家があるが、1~2haのものが多く、独自に品質を管理できる経営は難しい。量販店や加工業者の求めるサイズなどの基準を満たすアーモンドは1軒でせいぜい700kgしか生産できないので、買い手は敬遠しがちだ。そうした小規模生産者からの3年~15年の買取契約である。買取価格は、例えば、環境認定証明のないアーモンド畑の樹に付いたままの実は1kg当たり6.89ユーロ、有機証明があり、薄皮の取れた規定サイズ以上の仁は1kg当たり13.4ユーロなど。この契約を結ぶ農業者は、契約前に、品質管理、トレーサビリティなどの知識や手続についての基礎的な研修を受ける。

その他、ア社は自社の活動範囲よりも広い地域で活動している総合農協\*(会員経営者1万5千人)との提携関係(農協がア社の資本の8.5%を取得)を結んだ。また、アーモンド用の収穫保険制度を立ち上げるために、ア社の主導でフランス全国のすべてのアーモンド生産者が加入できる生産者組織を設立する努力が具体化しつつあり、今後の進展が注目される。

\*フランスの農協は任意加入で、同一地域に同一事業について2組織まで設立できる。活動範囲(地理的、事業内容)は農協により異なる。農協間の合併吸収も多い。

## タイ : 果実缶詰産業について

タイ現地情報調査員 宮谷内 泰志郎 (Intech Value Co.,Ltd)

タイは世界有数の果実缶詰の生産国であり、輸出国でもある。

熱帯性気候のおかげで、年間を通じて多種多様な果実が栽培されており、同国の果実缶詰産業は農業部門の重要な一部門であり、世界の食料サプライチェーンにおいて重要な役割を果たしている。

### 主要な果実缶詰

産業で缶詰される主な果実には、パイナップル、ライチ、ロンガン、ランブータン、マンゴスチン、ココナッツが

含まれる。特にパイナップルは重要で、タイは長年、パイナップル缶詰の世界トップクラスの輸出国であり、年間数十万トンのパイナップル缶詰が生産されている。

タイでパイナップル缶詰の生産が最も盛んな県はタイの東部に位置する、チャチュンサオ県であり、国内のパイナップル栽培とパイナップル缶詰産業に大きく貢献している。

チャチュンサオ県は、プラチュア・キーリー・カーン県、ナコンパトム県、ラーチャブリー県などの他の県

とともに、タイのパイナップル栽培と加工地域の中核を形成している。

### 主要企業

この産業にはいくつかの主要プレイヤーと多数の小規模生産者が存在する。

タイで果実缶詰の生産および輸出に関与する主要な企業には以下の代表的な企業がある。

- ・ **タイアグリフーズ公開会社(TAF)**: 果実缶詰や野菜、即席食品、飲料の主要生産事業者。
- ・ **シャムフードプロダクツ公開会社**: 特にパイナップルやトロピカルフルーツカクテルの広範な果実缶詰製品の生産事業者として知られている。
- ・ **ドールタイランド**: 世界的なドールフードカンパニーの一部で、パイナップル缶詰や他のフルーツの大手生産・輸出事業者。

### 市場動向

・ **輸出**: タイの果実缶詰の輸出の主な目的地は、米国、ヨーロッパ(特に英国やドイツなど)等であり、日本は伝統的にタイの果実缶詰の輸出の主要市場である。また、中東、中国、その他のアジア諸国の市場からの関心も高まっており、タイの果実缶詰の市場も拡大し需要も増加している。

・ **トレンド**: 健康と環境問題に対する世界的な消費者の意識の高まりにより、有機および持続可能な方法で生産された果実缶詰への需要が増加している。

・ **課題**: 原材料価格の変動、気候変動による果実生産への影響、変化する消費者の好みに対応するための継続的な技術革新の必要性などの課題に直面している。

果実(全般)の世界貿易の傾向の側面から分析すると、消費者の嗜好の変化や新興市場の動向に後押しされ、近年大きな変化を遂げている。

消費者が一年中多様な果物を求めるようになったため、流通網は多様化し、拡大し、世界各地のさまざまな地域が特定の果実に特化した拠点となり、複雑で相互に結びついた世界的な貿易ネットワークに組み込まれている。

タイ国も例外ではなくトレンドの大きな動向の影響を受け、多様性と対応が大きな課題となっている。

・ **機会**: 新興市場への拡大、新製品ライン(例えば有機または無糖添加の果実缶詰)の開発、持続可能な実践の強化などは、産業の成長の機会となっている。

### タイ国内の消費者動向

世界的な健康志向、利便性、持続可能性もタイの消費に大きく反映している。

これらの傾向は、果実缶詰業界における需要と新製品の開発に大きな影響を及ぼしている。

・ **健康とウェルネス**: 消費者は、より健康的な食習慣を求める傾向にあり、天然で加工度の低いもの又は加工が最小限に抑えられ、砂糖や保存料が添加されていない缶詰を好むようになってきている。

・ **栄養面での利点**: 消費者はビタミンや抗酸化物質が多く含まれるなど、特定の果物に健康上の利点があること

を意識するようになっており、こうした効能を強調した商品は健康志向の客層を中心に人気が出てきている。

・ **利便性**: タイでも現代生活のペースが速いため、便利な食品の需要が高まっている。缶詰から出してすぐに食べられる、あるいは食事に取り入れやすい果実缶詰は特に人気がある。

・ **容器包装の技術革新**: 外出先での消費や少人数世帯に対応する再封可能な缶容器や1回消費分の包装など、利便性を提供する容器包装製品に需要が集まっている。

・ **環境に優しい包装**: タイの消費者の環境への意識が高まっており、持続可能な包装の製品を好む傾向がある。リサイクル可能な包装材や生分解性包装材への需要が高まっている。

表 タイの果実缶詰の輸出額(百万米ドル)

国名	23年 1月	23年 2月	23年 3月	23年 4月	23年 5月	23年 6月	23年 7月
日本	129	120	138	110	136	130	131
英国	62.5	61.8	60.6	56.1	58.6	61.8	60.7
米国	12.7	13.4	15.2	12.1	17.4	15.2	15.3
総計	311	307	332	279	333	322	325

・ **生産地/素材調達**: 食品の調達先と調達方法に対する意識と関心も健康志向の高まりと共に軽視できない分野である。

### 規制の枠組み

タイ政府は、農業協同組合省やタイ食品薬物管理局などの機関を通じ、品質と安全基準を確保するために果実缶詰産業を規制している。輸出製品は、その目的地市場の規制要件(食品安全や食品表示基準が厳格なことが多い)も満たさなければならない。

### 持続可能性と技術革新

持続可能性は果実缶詰産業にとってますます重要になっている。タイ国内需要において消費者も、企業の取組みに興味や関心を強く持ち、商品選択において企業の先進的な取組みが注目課題となってきている。

市場ニーズの側面も含め、各企業は水の保全、廃棄物削減、再生可能エネルギーの使用など、環境への影響を最小限に抑えるための環境にやさしい活動の実践に投資している。

また、プラスチック使用の削減とリサイクルの改善を目指した革新的な容器包装の解決策にも焦点を当てている。

消費者、規制当局、業界の関係者が、より環境にやさしく、社会的責任のある製品を求める中、これらの実践はますます重要になってきている。

## まとめ

タイの果実缶詰産業は、強力な輸出潜在能力を持つダイナミックな生産部門である。

特定の課題に直面しているものの、持続可能性の強化や変化する消費者の好みに対応することによる技術革新の機会が、この産業の成長に重要な役割を果たし

ている。市場研究課題として、消費者の傾向、流通網の効率性、または世界的な貿易政策の影響など、より詳細な洞察と推奨を提供するために特定の領域にさらに深く掘り下げ対応することが今後の重要課題となりうる。

## トピックス

### 1. 2024年はチリ産果実ブランドによる市場開拓の年 FreshPlaza(2024年1月5日)

新たな年である2024年に、チリは世界中の市場で青果物供給国としてのブランドを確固たるものにする。フルタス・デ・チリ(「チリ産果実」を意味するASOEX(チリ果実輸出業者協会)のブランド)のイバン・マランビオ会長は、チリを際立たせる同ブランドを通じてこれを達成すると言い、「2024年は、我々の『フルタス・デ・チリ』ブランドを確立し、果実市場の改善と新市場の開拓に向けて引き続き前進する重要な年である」と話す。

チリは、すべての果実が中国への輸入を承認されている数少ない国の1つである。同国はまた、アジアの多くの市場で、未承認の果実の交渉や市場参入も順調に進めている。例えば、インドネシアでは柑橘類(レモン)、ベトナムではキウイフルーツ、韓国ではスモモ、日本ではリンゴの参入について進展が見られる。

マランビオ会長によれば、チリ政府がこれらの国への訪問や当局との会合を行うに当たって、強力な官民パートナーシップによりフルタス・デ・チリが参加する緊密な協力関係があることが重要である。

#### 気候上の課題は克服される

マランビオ氏は、「気候と干ばつに関連する課題はあるが、国全体として、輸出の成長に伴う長期的な視点を持って、必要なインフラの計画と整備を進め、また物流と港湾の改善に向けて前進する」と話す。

すでにアクセスがある市場では、フルタス・デ・チリは、より迅速な貿易を促進するために、そのアクセスを拡大または改善するよう努める。重要な米国市場では、チリの特定の地域からのシステムアプローチによる生食用ブドウの輸入に関する交渉が今年中に完了することを期待している。同氏は、「米国がシステムアプローチを承認することで、アタカマ州及びコキンボ州、それにバルパライソ州の一部地域から出荷される生食用ブドウの燻蒸が回避でき、米国市場におけるチリ産ブドウの競争力が向上することを望んでいる」と述べた。

クレイトン・スワート

### 2. ペルー 今シーズンのブドウ輸出は10%以上減少の見込み FreshPlaza(2024年1月19日)

8月に始まり通常4月まで続くペルー産生食用ブドウの輸出シーズンの終わりまで残り3か月であるが、輸出関係者らは、主に生産に悪影響を及ぼした気候の変動により、輸出量が前シーズンより10%以上減少すると予想している。出荷量への実際の影響は、出荷シーズンの終盤に予想される。

ペルー生食用ブドウ生産者協会(Provid)のアレハンドロ・カブレラ事務局長は、2023年12月までの輸出量は4,720万箱(8.2kg/箱)で、2022年末の4,120万箱よりも多かったと述べた。(以下「」は同事務局長の発言)

しかし、サイクロン「ヤク」やエルニーニョなどの気象現象により、出荷シーズンが約25日早まり、ペルーの北部と南部の産地の出荷量に悪影響を及ぼした。例えば、北部地域からの出荷は当初11月には好調だったものの、最終的に30%以上減少した。

「2022-23年度には、8.2kg箱で7,140万箱を出荷した。これを踏まえ、前回の予測で既に、輸出が10%減少すると試算した。落ち込みがもっと大きくなると予想されるため、現在生産者から情報を集めている。」

幸いなことに、2023年12月末時点で46%のシェアを持つ主要出荷先である米国など、一部の国では価格が良好であった。今シーズンの米国のブドウ生産量も悪天候のために少なかった。その結果、米国の輸入ブドウの需要は高くなった。

「米国の国内供給の減少が輸入需要を押し上げたため、ブドウの価格が例年よりも良かった週もあった。この高値が出荷量の減少を補う可能性がある。」しかし、同氏は、米国の状況は標準的ではないと明言した。これは一時的な状況であり、すべての輸出先に当てはまるわけではない。

カブレラ氏によると、南アフリカ、オーストラリア、チリ、ブラジルなど、出荷時期がペルーと重なる国々は、輸入国への出荷量を増やすことで利益を得る可能性がある。同氏はまた、生産者が気候変動への耐性の高いブドウ品種に移行することを示唆し、品種の転換を評価することが重要であると強調した。現在は70%の品種がライセンス制で、生産性が高く、味が良い。残りの30%は従来品種で、新しい品種に転換される可能性がある。ライセンス品種のスイートグローブ、アリソン、オータムクリスプ等は、気象の影響を受けにくい。

出典: gestion.pe

### 3. イタリア 生産量増加で有望なリンゴyello

EUROFRUIT(2024年1月22日)

日本で育種され、イタリアの南チロル地方で栽培されている果皮の黄色い新しいリンゴ「yello」がボルツァーノ市のインテルポマ展示会で正式に発表されてから7年以上が経った。その最初の発売以来、生産量が増加するにつれて、このリンゴは熱心な顧客基盤を構

**(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**

〒100-0011

東京都千代田区内幸町 1-2-1

日土地内幸町ビル 2階

電話 (03)6910-2922

FAX (03)6910-2923

**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](http://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、

米国農務省GAINレポート

FreshPlaza

Good Fruit Grower

EUROFRUIT

PRODUCE PLUS

は一切の責任を負いません。

築してきたようである。

このリンゴを販売するライセンスを持つイタリアの2つの大手販売事業者(コンソーシアム)VOGとVIPは、売り上げも着実に増加しているとしている。その需要は旺盛で、卸売業者と小売業者の間で等しく伸びていると言われている。11月初旬頃、両社はyelloが今季も市場に入荷すると発表した。

今シーズンは、慣行栽培と有機栽培の果実の入荷量が少し増える見込みで、両団体はそのすべてが「素晴らしい」出来だと表現している。販売の観点からは、VOGのクラウス・ヘルズル営業部長とVIPのファビオ・ザネスコ契約品種部長の両者にとって、その見通しは明るい。両部長は、「その優れた官能特性のおかげで、yelloはリンゴの専門家や目の肥えた消費者の間で熱心な支持者を獲得している。市場の需要は、イタリアだけでなく、他のヨーロッパ諸国や非ヨーロッパ諸国でも有望である」と説明する。

yelloブランドのリンゴは、ゴールデン・デリシャスと千秋を掛け合わせたシナノゴールドという品種で、鮮やかな黄色の果皮、シャキシャキした果肉、天然の糖度の高さが特徴である。それぞれが、この品種が見出された日本の飛騨山脈 - 日本アルプスとしても知られる - の麓に由来する。

販売事業者らによると、消費者はyelloのエキゾチックな香り、魅力的な淡い黄色の色あい、そしてきめ細かくシャキシャキした果肉を高く評価している。これらの特徴は、非常に多くの品種がひしめく競争の激しいこの分野の市場でこのリンゴを際立った商品にしていると彼らは主張する。また、南チロルのリンゴ生産者にとって、この見た目がユニークな品種の未来は明るいようだ。

マイク・ノウレス

訳注: yello®は長野県で開発されたシナノゴールドの商標で、VOGとVIPのイタリアの2団体が県と独占的販売契約を結んでいる。

#### 4. ニューゼaland リンゴとナシの収穫量は回復の予測 PRODUCE PLUS (2024年1月29日)

ニューゼaland・リンゴ・ナシ協会(NZAPI)の今年の収穫量予測では、国内の総生産量は2022年の収穫量を12%上回り、2023年のサイクロン「ガブリエル」による大きな被害から回

復すると見られる。

輸出量は2,120万箱(18kg/箱)すなわち38万2千トンと推定され、果実は優れたサイズ、色、食味、風味を有することが期待されている。また、果実の貯蔵性を高める乾物重の増加も見込まれる。

NZAPIのカレン・モリッシュ会長は、この数年はコロナ禍とサイクロン「ガブリエル」による経済的損失で信じられないほど厳しかったが、その後には得られた好ましい予測は、ほぼ完璧な生育条件と生産者の懸命な努力の組み合わせによるものだと言った。(以下、同氏の発言)

「すべての産地で気象条件が素晴らしく、リンゴとナシが必要とする暖かく雨の少ない天候となっている。」

「気象条件も素晴らしいが、今シーズン予想される成功はハードワークの賜物だ。生産者は毎シーズン懸命に働いているが、サイクロン「ガブリエル」の影響を受けた人々にとってこの1年は厳しい年であり、また、まだ回復途上の人々にとっては厳しい年が続いている。」

「多くの生産者が果樹園を泥の中から掘り出さなければならなかった。1年前の我々の状況を考えれば、現状は驚くべきものである。リンゴの木は回復力があることを証明しており、当協会の生産者も同様である。」

ブリー・カッジャティ



写真: ウメとメジロ(東京都大田区)