

写真(農研機構提供):

農研機構開発新品種 サニーハート

## 目次

### 果樹農業の動向

- ・アルゴリズムを利用した自動灌水の利点

1

- ・世界のマンダリン市場

2

### トピックス

- ・ウズベキスタン産のブドウが日本のスーパーマーケットに初登場

3

- ・米国フロリダ州 加工用柑橘類の糖度基準を緩和

3

- ・米国カリフォルニア州 2025-26年度のマンダリンの減収を予想

4

- ・中国 河北省の生鮮ナシ生産量は10%減少

4

- ・イタリア シチリアで初のユズが熟す

4

### 現地報告

タイ

5



## 果樹農業の動向



### アルゴリズムを利用した自動灌水の利点

Good Fruit Grower (2025年10月)

スマート果樹園 (Smart Orchard) の試験において、多くのデータを加味して自動灌水を行うと節水につながる事が示された。

ワシントン州中部にあるリンゴ園において、データに基づいて灌水と気化冷却を自動化した区画は、果樹園管理者が灌水設定を行う隣の区画よりもよい結果となった。2024年にワシントン州立大学マタワ校のスマート果樹園で行われた試験では、土壌、植物、気象、衛星画像データを利用したコンピューターアルゴリズムに基づいて灌水管理を行うと、灌水担当者が直接管理する対照区に比べて少ない水量で、不良果発生率が少なくなった。

「果実品質と出荷可能割合を維持しながら水使用の最適化ができる」と、ワシントン州立大学が太平洋岸北西部で運営する農業気象観測ネットワーク (AgWeatherNet) の責任者であり、このプロジェクトの主任研究者の一人であるラヴ・コット氏は語った。

灌水と熱ストレス緩和の試験は、リンゴ WA38 (商品名コズミック・クリスプ) を栽培する4年生V字トレリス樹形の果樹園で行われた。どちらの区画も高性能センサーと制御機能を備えており、十分に「スマート」と呼べるだろう。

研究区画 (区画1) には、スワンシステムズ社、ダイナマックス社、ワイズコン社の3社の技術が導入された。スワンシステムズ社のアルゴリズムは、ダイナマックス社の土壌センサー、気象センサー、樹冠温度計、植物センサー、衛星画像、天気予報のデータに基づいて灌水スケジュールを決定し、それに基づいてワ

イズコン社のドロップコントロールと呼ばれる制御ボックスが灌水装置、冷却ノズルを作動させた。

対照区画 (区画2) には土壌水分センサーとワイズコン社の制御装置が設置され、担当者が遠隔操作で灌水制御を行った。その設定は土壌データとその区画の今までの知見に基づいて行われた。

この試験では、多くの点で自動化に追加計測データを組み合わせることで対照よりもよい結果が得られた。「蒸発散量の推定と土壌水分モニタリングを組み合わせることで、植物に必要なだけの水分量を予測することができた」と、コット氏と共同で研究を主導したワシントン州立大学の果樹普及専門家、ベルナルディタ・サラト氏は語った。彼らは熱ストレス軽減についても同様の結果を得た。「植物の温度を連続的に把握することで、必要に応じてミスト装置のオンオフを切り替えることができた」とサラト氏は語った。

区画1では、灌水使用量を52%、樹冠上冷却用水を46%削減し、壊死状日焼けとビターピット (green spot) の発生が少なくなった。日焼け等の障害不良果の割合は、区画1で16%だったのに対し、区画2は45%であった。

果実の色、硬度、デンプン含有量は2つの区画でほぼ同じであった。区画2では1箱に入る果実数でみて果実は大きく、収量も多くなった。

スワンシステムズ社は、スマート果樹園で7月に行われた圃場公開日の参加者に調査レポートを配布した。「品質は、本当に最高であった。なぜなら、私たちは品質向上ではなく、灌水の最適化を担当してい

たからである」と、スワンシステムズ社の北米顧客担当責任者のアレハンドラ・オデガード氏は語った。オデガード氏はカリフォルニア州サンディエゴからその灌水システムを監視していた。

区画2における灌水担当者は、それほど多めに灌水をすることはなかったとオデガード氏は語った。灌水時間の設定は1～2時間長くなったこともあったが、栽培期間を通して見ればそれほど量の量ではなかった。

ワシントン州立大学の試験で使用されたものと同様の灌水ツールは、複数の業者から提供されている。例えば、ネルソンイリゲーション社は、ドロップコントロール社のように灌水と気化冷却を連動させるトゥイッグというシステムを提供しており、アポジー社は、このプロジェクトで樹冠温度を測定したダイナマックス社製のような赤外線温度計を製造している。両社ともスマート果樹園に機器を設置しており、研究者たちは、こうした機械を今回のデータ検証に利用したとコット氏は語った。

### 生産者の考え

生産者の反応は、懐疑的なものから試してみたいという声まで様々であった。懐疑的な意見を持つ人々は、これはまだ1地点における1品種の樹齢の若い果樹園での1年間だけの実験に過ぎないと指摘している。また、果実の品質は圃場と実験室で測定されており、商用選果ラインで測定されたものではない。

この実験プロジェクトは今年もマタワの試験地で継続され、現在は新たな管理者の元で進められている。ワシントン州果樹研究委員会は、3年間で最大21万3千ドルをこのプロジェクトに提供した。米国農務省食品農業研究所の助成金の一部も、この研究に充てられている。

サラト氏によると、果実の品質に差が生じたのは、単に樹勢の違いによる可能性もあるという。水分不足は樹勢を低下させ、その結果、果実の品質向上につながったと考えられる。例えば、ビターピットは栄養バランスの乱れが原因であり、樹勢が強すぎることで悪化する。

「樹勢が強いことは、栄養成長が強めであることを意味する。これは、十分に栄養と水があり、温度が好適な条件で樹が成長する際の自然な反応である」とサラト氏は語った。

パスコ近郊のダグラス・フルーツ社のギャレット・ヘンリー氏は、ワシントン州立大学プロッサー校の研究員を招

き、パスコ近郊の果樹園に同様の設備を設置するために協力を依頼した。

コロンビア盆地の水利用者であるヘンリー氏は、ワシントン州の干ばつ時に水量制限に直面することはないが、樹上冷却用の水使用量を減らしたいと考えている。

「水はある。それが問題なのではなく、樹上冷却によってどんなことが起こるかが問題である」とヘンリー氏は語った。

樹上スプリンクラーからの余剰水は最終的に地面に達し、通常の灌水サイクルをはずれ土壌を水で飽和させ、果実の品質と樹体の健康に影響を与え、石灰質土壌の表面を滑りやすくする。ダグラス・フルーツ社は最近、噴霧ノズルを追加で設置し始めた。これは、地面に届かないようにミストで樹冠を冷却することを目的としている。その研究によると、既存の樹上スプリンクラーは樹冠温度を下げる必要がある場合にのみ稼働させることで、水使用量を削減できる可能性があることが示されている。

灌水に関しては、ヘンリー氏はトゥイッグシステムとウィルバー・エリス社の灌水ソフトウェアを使用していて、設定は担当者が行っている。ヘンリー氏は、このスケジュールをどの程度変更してよいか確信が持てないでいる。いずれにせよ、担当者は灌水ノズルとスプリンクラーを常に点検している。

ケネウィック地区の生産者兼コンサルタントであるヘルマン・トーニセン氏は、この研究に対して概ね信頼しているものの、商用規模の条件で水使用量を半分に削減するのはいかにも無理があると語った。「私は、あのように少ない水量で営農している同僚生産者を知らない」とトーニセン氏は語った。「これは、干ばつ時に制限されるような水利権を持つローザ灌漑地区で見てきた状況とは一致しない」

しかし、彼は自動灌水のアイデアを気に入っており、ワシントン州周辺でそれを商業的に使用している農家を知っている。「それは現代的農業には必要であって疑いの余地はない」とトーニセン氏は語った。

ロス・コートニー

## 世界のマンダリン市場

FreshPlaza (2025年11月21日)

2025年の世界のマンダリン・クレメンタイン市場は、各国で天候、変化する需要パターン、市場での競争、変動する貿易動向等の影響を受け、複雑な様相を呈している。主要生産国ごとの状況は以下の通りである。

**イタリア**ではクレメンタインが小型柑橘類総収穫量の約81%を占める。カラブリア州が3分の2を生産し、近年は45万トン前後で安定しているが、今年は主要産地で春の異常気象が着果に影響し、収穫量が15～20%減少した。価格は安定しているものの、果実の小玉化や着色遅延が課題である。晩生品種への投資や消費者教育が必要とされている。ポーランド等東欧諸国では高品質

果実への需要が高まっている。

**スペイン**では成熟の遅れと南半球産との競合により、早生品種が市場で苦戦している。クレメンール等中生品種の減産が見込まれる一方、後半には高品質果実の供給が期待される。夏季の園地契約価格は高かったが早生品種の市場価格は契約水準に届かず、中生品種の出荷が始まっても未収穫果が相当量残った。新植園地の成園化により供給量の増加が長期的に続くと見られ、国際的競争圧力は引き続き強い。

**オランダ**では需要が低迷していたが、寒さの到来



により回復傾向にある。葉付きロレンティーナ品種の価格は12～13ユーロ程度である。モロッコ産クレメンタインも入荷し、ピトゥフォ品種も入荷予定である。

**ベルギー**では南アフリカ産からスペイン産のクレメンタインへの切り替えが進み、品質と味が重視されているが、現在は十分な量の入荷があるため品質とサイズが良好な果実が供給されている。

**ギリシャ**は天候に恵まれ、品質とサイズが良好で、高い需要が期待される。生産量は前年並みだが、一部では干ばつによる水位の低下が見られる。ギリシャ産マンダリンは主にEU域外の国々との競争に直面している。

**ドイツ**のクレメンタイン市場はスペイン産が主導しイタリア産とギリシャ産が補完的に供給されている。ウンシュウミカンもスペイン産が中心で、トルコ産がそれに続いた。マンダリンは南アフリカ産が依然として存在感を示しており、南米、スペインからの入荷もある。需要は秋の寒さで増加し供給はそれに見合っている。

**フランス**ではスペイン産、イタリア産、コルシカ産のクレメンタインが供給され、特にコルシカ産カフィン品種の品質が高く、需要を支えている。今週は、非常に高品質なフィードコルス品種の販売も始まり、今年はやや数量が少なく、価格は高めだが合理的な範囲である。寒さの到来で消費の一層の増加が予想される。

**北米**ではカリフォルニア州産クレメンタインの収穫が始まり、数量はやや少ないものの食味は過去20年以上で最高水準と評価されている。雨による収穫遅延を避けるため事前に収穫を進め、在庫がやや多くなっている。サイズは24～28を中心に良好で、需要も安定している。価格は前年よりやや低い。クレメンタインの出荷は1月中旬まで続き、その後タンゴ、続いてマ

ーコットに移行する予定である。

**南アフリカ**の2025年のマンダリンの出荷は、5,350万箱に増加し、既に終了した。中東及び極東市場では供給過剰となり、特にシーズン序盤ではオレンジの方が有利とされた。オレンジへの米国の関税免除はマンダリンには適用されず、業界は理解に苦しんでいる。輸出に占める米国市場のシェアは6%から5%に減少したが、ロシア向けは11%に増加し、欧州は3分の1を吸収した。アジア向けは9%に拡大した。

**エジプト**は隔年結果の表年に当たり収穫量の増加とサイズの大玉化が見込まれるが、価格は前年より低い。ロシア市場は昨年から低迷している。2024/25年度のマンダリン総輸出量は24万5,764トンで、前年の30万7,946トンから減少したが、うちロシア向けは前年の13万6,023トンから11万4,700トンに減少した。

**モロッコ**ではナドルコットの栽培許可拡大で輸出量が急増し、2024/25年度には前年比43.81%増の32万5,000トンを生産者が4つの主産地で栽培しており、降雨の改善が拡大を支えた。

**インド**市場では中国産マンダリンが早期に入荷し、甘さと外観で小売りでの人気を得ているが、果皮が薄いこと流通上の管理が重要である。南アフリカ産は品質が安定していて高級小売市場で人気があり、10kg箱の価格は18～20米ドルである。中国産の価格はより競争力がある。消費者需要はオレンジからマンダリンへ移行しており、輸入業者は価格、品質の安定、棚もちを重視している。オーストラリアも主要な供給国である。

ステファン・ヤンセン・ファン・ニューエンハイゼン  
(記事を抜粋要約しました)

## トピックス

### ウズベキスタン産のブドウが日本のスーパーマーケットに初登場

FreshPlaza(2025年11月3日)

ウズベキスタンのフェルガナ地方産のブドウが、同国初の商業輸出の成功により、日本のスーパーマーケットの店頭に並んだ。

民間企業であるシェラフン社は2025年9月に、日本の輸入業者にブドウの試験出荷を行った。評価の結果、日本の業者はその品質を認め、100万ドル相当の輸出契約が締結された。

この契約に基づき、初の商業出荷として、「ケリンバルモク」及び「コラキシムシユ」の両品種のブドウ1トンが、9月28日に東京に到着した。ブドウとともに、ザクロ及びナツメヤシのサンプルも評価用に送付された。

日本のバイヤーによる果実サンプルの評価が良好であったことから、日本の輸入業者とウズベキスタンのクヴァアグロスター有限会社との間で新たな輸出契約が締結された。

最新の取り決めによると、ブドウ、ザクロ及びナツメヤシを含む1,135kgの荷が東京に向けて出荷された。この新たな提携により、ウズベキスタンの果実輸出

業者にとっての市場アクセスが拡大し、日本が同国の青果物部門の新たな輸出先として確立された。

出典: UZ Daily

### 米国フロリダ州 加工用柑橘類の糖度基準を緩和

FreshFruitPortal(2025年11月3日)

フロリダ州柑橘類委員会(FCC)は、2025-26年度シーズンにおける加工業者のより柔軟な対応を可能とするため、加工用オレンジ及びグレープフルーツの成熟度基準を一時的に引き下げると発表した。

この変更は、カンキツグリーンング病が果実の品質と収量に与える影響への対応として、フロリダ州加工業者協会とフロリダ州柑橘類協会からの要請に応えるものである。緊急規則は2025年10月24日に発効した。

FCCのスティーブ・ジョンソン委員長は、加工業者は新たな基準により果実を受け入れることが可能となるが、受け入れを義務付けるものではないとして、「どの果実を受け入れたいかは、依然として加工業者の判断に委ねられる」と語った。

**オレンジ** 加工用オレンジの最低ブリックス値は、従来の9.0から7.0に引き下げられた。これまで求められて

いた可溶性固形分と無水クエン酸の比率(糖酸比)の最低値に関する要件は、未選別の果実及び選別基準に満たない果実を含めて停止される。この基準は2026年7月31日まで適用される。

**グレープフルーツ** 加工用グレープフルーツについては、最低ブリックス値が従来の8.0から7.0に引き下げられ、この基準は2025年12月31日まで適用される。加えて、可溶性固形分と無水クエン酸の比率に関する要件は、来年の7月31日まで停止される。

カルラ・エスピノーサ・グティエレス

## 米国カリフォルニア州 2025-26年度のマンダリンの減収を予想

FreshPlaza(2025年11月4日)

カリフォルニア州産マンダリンのシーズンが始まり、昨年の豊作を受けて、今シーズンは生産量の減少が見込まれている。ファウラーパッキング社のルディ・D・プラセンシア氏は、「クレメンタインの出荷は1月中旬まで続き、その後はタンゴやマーコットといった他のマンダリン品種に移行する。タンゴとマーコットは昨年比で約25%減少する見込みである。昨年は表年だったため、今年は裏年となる」と述べ、クレメンタインの供給量は昨年並みかやや減少する可能性があると付け加えた。(以下「」は同氏の話)

「ただし、収穫量の少なさに関しては、カリフォルニア州産のシーズンの終盤、すなわち5月か6月ごろまでは顕在化しないだろう。」

この出荷シーズンが始まる前の10月は、マンダリンの生育にとって多雨であった。「これは果実の品質、収穫方法、タイミングなどに影響を及ぼす。」同氏は、収量が少ないことで果実のサイズがやや大きくなり、糖度と酸の含有量も良くなると付言した。「霧、雨、湿気などのあらゆる要素が、業界としての需要に応じた収穫方法に影響を与える。」

ほとんどの生産者は今週から収穫を行っており、果皮の色に応じて5~7日間の脱緑処理の後、11月10日の週から出荷が始まる見込みである。

**マンダリンの消費は引き続き拡大へ** 需要については、マンダリンとデコポン(原文のまま)の両方が柑橘類の需要を牽引していることから、楽観的な見方が示されている。「この点については非常に良い感触を得ている。店頭販促物や販促資材など、あらゆる面で主要3ブランドが引き続き成長を後押ししていくだろう。業界全体として、今後も年々成長が続くという見通しに自信を持っている。」

一方で、マンダリンの価格は昨年と同水準になると予想されている。同氏は「広告価格はやや積極的になるだろう」と述べたが、一部の出荷業者が感謝祭の前から既に価格を積極的に引き下げていることにも言及した。この傾向は、在庫をさばきたい生産者や出荷業者の動きにより、シーズンを通じて続く可能性がある。

アストリッド・ヴァン・デン・ブローク

## 中国 河北省の生鮮ナシ生産量は10%減少

FreshPlaza(2025年11月12日)

## 河北省の生鮮ナシ生産量は10%減少したが、インドネシア向け輸出は回復

2025年の生鮮ナシの収穫は10月に終了した。河北省では今年の生鮮ナシの総生産量が前年に比べて大幅に減少した。主原因は、鴨梨(ヤーリー)及び雪花梨(シュエホワリー)の生産量が50%減少したことであり、皇冠梨(ホワングワンリー)の生産量への影響は比較的小さかった。生育期の天候条件により果実の表面の傷が多くなり、販売可能な収量が減少した。

生鮮ナシの栽培、加工及び輸出を一体的に行う河北雄瀚(シヨンハン)農産品会社によれば、今シーズンの仕入価格は「高値で始まり、安値で終わる」傾向を示した。同社の李(リ)営業部長は、「収穫の初期には価格が高かったが、シーズンが進むにつれて徐々に下落し、市場全体の業績は予想を下回った」と説明した。(以下「」は同氏の話)

同氏は、今年の在庫の状況に基づき、前シーズンの市況の低迷と現在の経済環境を背景に、卸売業者と流通業者は概して在庫水準を低く抑えていたと指摘した。「一方で、収穫期の後半には価格が下落したため、果樹農家は販売を控え、価格の回復を期待して果実を倉庫に貯蔵した。初期の仕入価格の高騰と市場の不確実性により、一部の輸出企業は仕入れに慎重になり、例年に比べて初期の貯蔵量が少なくなった。」

輸出は今年これまでに一時的な停滞を経験した。李氏によると、インドネシア政府による中国の検査機関のCOA(分析証明書)発行機関としての認証が6月30日に失効し、再認証が完了したのは8月中旬であった。このため、7月中は生鮮ナシを含む中国産の果実及び野菜のインドネシア向け輸出がほぼ停止状態となった。「この出来事は同月の出荷量に直接影響を与え、同時期の国内仕入価格にも一定の影響を及ぼした。」

その後、検査機関がCOA発行機関として再認証されたことで、河北省産生鮮ナシのインドネシア向け輸出は出荷量と価格がいずれも上昇し、成長を回復した。インドネシア市場の需要は回復しており、中央アジア及び中東からの需要も今年は大幅に増加した。

李氏は、国内市場の需要は鈍化しているものの、輸出分野で予期せぬ政策変更がなければ、生鮮ナシの販売は全体的に比較的安定して推移すると見ている。「現在、弊社の輸出は引き続き成長しており、特に南米、中東及び中央アジア市場での需要が旺盛で、好調な実績を上げている。」

## イタリア シチリアで初のユズが熟す

FreshPlaza(2025年11月13日)

**香り高い日本の柑橘類ユズがシチリアで初めて熟す**

シチリアの企業アグルーミジェル社の品質管理責任者であるサルヴァトーレ・インページ氏は、「我々は、住友フーズとの数十年にわたるパートナ



ーシップを強化できることを誇りに思う。弊社は同社にとって、日本市場向け柑橘類果汁の欧州における独占供給業者である」と述べ、現在、日本の複数の提携企業が初めてのユズ生産に関する現地評価を実施しており、ザクロとブロードオレンジ(果肉が赤くない通常のオレンジ)の品質と成熟度についても査定していると付け加えた。

#### ユズへの期待

アグルーミジェル社は、約1カ月後に「日本のレモン」としても知られるユズの収穫を開始する。東アジア原産の香り豊かなこの柑橘類は、日本では広く普及している。この果実は、レモン、タンジェリン、グレープフルーツの香りを併せ持つ独特の風味が評価されている。果汁と香り豊かな果皮のすりおろしは、たれやドレッシングの風味付け、魚料理・肉料理の調味、飲料及びデザート調製の調製に用いられる。ユズはビタミンCを豊富に含むことでも知られている。

同社は手始めにシチリアに5千本のユズの樹を植栽した。インバージ氏によると、この柑橘類は酸味が非常に強いため、生食には適していない。ユズの樹は、伝統的に柑橘類の生産に適した地域であ

るエトナ山の斜面で栽培されている。同社は、欧州の厳格な環境安全基準を遵守している。

#### 加工品市場は困難な状況

現在の柑橘類出荷シーズンは、進行中の干ばつの影響を大きく受けている。インバージ氏は、水不足により果実のサイズが小さくなったと説明する。その結果、灌漑の恩恵を受けていない果樹園では、大量の果実が加工用に出荷されている。

生産コストが高い一方で、加工品市場は成長に苦戦している。ブラジル産オレンジ果汁濃縮物の基準価格は継続的に下落しており、現在は1トン当たりの目安となる3,800～4,000ドルを下回る水準で、これは前年の6,000ドルに比べて半減に近い。

困難な状況にもかかわらず、同社はブロードオレンジに関して堅実な計画を策定している。同社は昨年と同じ価格を維持する方針を決定した。この方針は、柑橘類加工品部門の困難が続く中で、安定性を促し、得意先との取引計画を円滑に進めることを目的としている。

コンチェッタ・ディ・ルナルド

## ●●● 現地報告

### タイ：円安を武器に！タイ果物市場を拓く「二刀流」戦略

タイ現地情報調査員

宮谷内 泰志郎

#### はじめに：多様化戦略が急務となる背景

タイは世界有数の果物輸出国であり、2024年の果物総輸出額は65.1億米ドルに達し、農産物輸出全体の22.6%を占めている。しかし、タイ果物産業は、ドリアンが生鮮輸出の約73%を占める特定品目への依存、そして輸出先の97.4%が中国市場という特定市場への依存という構造的な課題に長年直面してきた。

本ニュースレターでは、これまで、タイがこれらの課題に対し、GI制度による地域ブランドの確立や、王室プロジェクトを基盤としたアボカドなどの新品種育成、さらには観光客を地方に分散させるフルーツツーリズムによるインバウンド需要の取り込みなど、多角的な「レジリエンス(回復力)」を築くための戦略を推進してきたことを報告してきた。

こうした努力を背景に、タイ果物産業は持続的な成長を目指しているが、ここにきてマクロ経済環境の変化、特にタイバーツの高騰という新たな逆風に直面している。

#### 経済側面：為替変動がもたらす影響と日本のビジネスチャンス

##### タイ果物輸出への懸念：タイバーツ高の逆風

タイバーツは対円で高値圏を継続しており、対ドルでも上昇傾向にあるなど、バーツ高で推移している(図1)。このバーツ高は、タイ製品のコストと価格に影響を与え、世界市場での価格競争力を損ねるという強い懸念を、タイの輸出業界から引き起こしている。

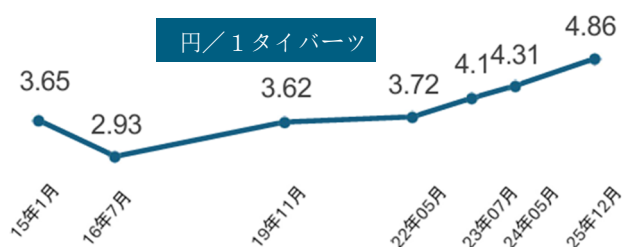


図1 日本円とタイバーツの為替レートの推移

(単位：円)

(出典：各種金融情報(ブルームバーグ、日本銀行等)を基に作成)

タイは、ドリアンへの一極集中という構造的課題を抱える中で、バーツ高は輸出量を伸ばす上での逆風となる。このため、GI制度で保証された品質やブランド力を高め、価格以外の価値に訴求する戦略、および機能性食品など高付加価値加工品への軸足の移行が一層重要となっている。

#### 日本が武器とする「二刀流」戦略—モノの輸出

一方、日本側からタイ市場を見ると、現在の円安・バーツ高の状況は、日本の果物輸出にとって強力な追い風となっている。

##### 価格競争力の強化

円安は、円建て商品である日本産果物を、タイの輸入業者から見て相対的に割安にし、価格競争力を強化する。タイの輸入側は「今がチャンス」と捉え、高品質で安全性の高い日本産果物(リンゴ、ブドウ、イ

## (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

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。

に本誌の翻訳責任は、(公財) 中央果実協会にあり、翻訳に関して、

Good Fruit Grower

FreshPlaza

FreshFruitPortal

は一切の責任を負いません。また、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。

チゴなど)の仕入れに積極的な動きを見せている。

## 流通技術との相乗効果

これまで日本の高級果物は空輸によるコスト高がネックであったが、CAコンテナによる海上輸送技術の導入により、コストを空輸の約10分の1に抑えつつ鮮度を保持できるようになったことで、円安による価格メリットが相乗効果を生み、日本産果物のタイへの輸出拡大に大きなチャンスが生まれている。

## 日本が武器とする「二刀流」戦略—コトの輸出(インバウンド)

さらに、円安は日本国内におけるインバウンド市場、特に訪日タイ人の購買行動を強力に後押ししている。

## 購買行動の促進

訪日タイ人にとって、円建ての商品やサービスが大幅に割安になっており、その購買力が大きく向上している。実際、訪日タイ人の一人当たり旅行支出は、コロナ前の2019年(約13万円)に対し、2023年には約19万7千円へと大幅に増加している(図2)。



図2 訪日タイ人 一人当たり旅行支出の推移 (単位:円)

(出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」)

## 果物関連市場との接点

訪日タイ人は食を楽しむ傾向が強く、購入する商品カテゴリーでは「菓子類」(購入率85.4%)や「其他食料品・飲料」(購入率 44.6%)が最も人気である(図3)。

## 日本の果物産業が捉えるべきインバウンド接点

## フルーツツーリズム(コト消費)への訴求

訪日タイ人はリピーター率が高く、地方訪問への関心も高まっている。また、「次回の訪日旅行でやってみたいこと」として「自然体験ツアー・農漁村

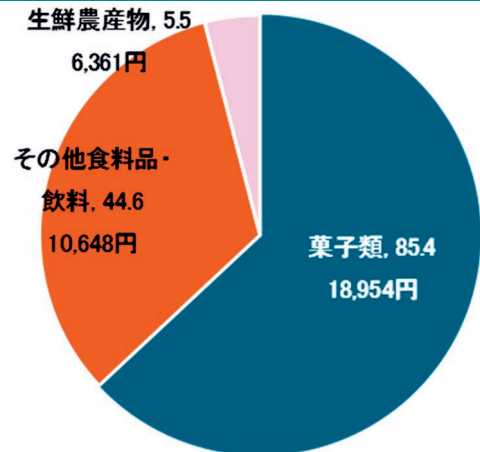


図3 訪日タイ人人気購入品カテゴリー(購入率)  
(出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査(2023年4-6月期)」)

体験」が上位に挙げられている。

日本の果物狩りや農園体験は、タイのフルーツツーリズムと同様にエンターテインメント価値が高く、円安の恩恵と相まって有効な外貨獲得の接点となる。

## 高品質な加工品の戦略的展開

訪日タイ人の「菓子類」購入需要をターゲットとし、高品質な日本産果物を原料とした高級スイーツや加工品(例:日本のイチゴやモモを使った菓子)を土産物として戦略的に展開することで、外貨獲得に繋がる。

## まとめ

タイ果物産業は、構造的な課題とパーツ高の逆風に直面しつつも、GI制度や品種・市場の多様化戦略によって国際競争力を維持しようとしている。

一方で日本の果物産業は、円安というマクロな追い風と、流通技術の進化により、タイへの輸出拡大と、訪日タイ人によるインバウンド消費という二つの大きなビジネスチャンスに恵まれている。日本の果物産業従事者がこれらのチャンスを最大限に活かすためには、タイへの「モノの輸出」だけでなく、訪日タイ人への「コトの提供」や「加工品販売」といった多角的な視点を持つことが、今後の市場シェア獲得の鍵となるだろう。