

南米産ブドウ 米国市場がリード、アジア市場は軟調

[FreshPlaza 2024年12月18日](#)

南米産ブドウは変化する需要に対応

ペルーのブドウシーズンは順調に進んでおり、同国のブドウは北米、アジア等世界中の多くの地域で高く評価されている。一方、チリ産のシーズンも明るい見通しでスタートした。南米産のブドウは北米からの需要が高い一方で、アジアからの需要は近年軟化している。

米国市場

ペルー産ブドウに対する米国の需要は過去数年間堅調に推移しており、価格も安定し、流通も円滑である。IPG社(米国の青果物商社)のダルトン・ドボリス氏は、「この成長を維持するためには、品質を保つことが依然として重要である」と述べている(以下「」は同氏の話)。ペルーでは、ピウラ県等北部地域の干ばつが品質と出荷量の両方に影響を与え、水使用の制限がこれらの課題をさらに悪化させた。その結果、ペルー北部では出荷量が総じて20~30%減少すると見られ、出荷が遅れるとともに、イカ県等南部地域での収穫が始まるとその需要が高まった。「イカ県の緑と赤の種無し品種は品質が大変優れており、黒の種無しブドウとレッドグローブ品種も同様で、北米市場とアジア市場の両方での成功を約束している」。同社は、ペルー産では、スイートグローブ™、オータムクリスプ®、クリムゾン、スイートセレブレーション™、ジャックサルート™、アリソン、ティムコ™、スカーロッタ、レッドグローブ等の品種を取り扱っている。

アジアへの輸出

ペルー北部の問題により、今シーズンのペルー産ブドウは、アジアに出荷される割合が大幅に減少した。減少の要因となった状況はほかにもある。「今シーズンは、米国の旺盛な需要と海上輸送費の高騰により価格が高く、ペルー産のブドウをアジア市場から遠ざけている。」これに加え、高い航空運賃(最大5ドル/kg)と、ペルーからベトナム等の市場への航空輸送における手続き上の制約により、南アフリカ等の他のブドウ生産国と比較した競争力がさらに制限されている。「それでも、価格圧力に関係なく一流の農産物には常に市場があるため、アジアでは、最高品質のペルー産ブドウに対する安定した需要がある。」同氏は、ペルーのイカ県にはアジアと米国の両方の市場の高い規格基準を満たす能力があると確信している。「結局のところ、ペルー産は米国産と並んで、引き続き品質と視覚的な訴求力の基準であり、高級ブドウの『王様』と見なされることも多い。」

チリ産ブドウの近況

一方、チリ産ブドウの出荷シーズンもコピアポバレー地域(アタカマ州)で進行中であり、第51週と第52週(12月の後半)には、ビクーニャオバリエ地域(コキンボ州)で収穫が始まると見込まれている。これに続いてアコンカグア(バルパライソ州)とスピスの両地域では、1月の第1週または第2週頃から収穫が始まるが、これは平年並みである。チリのブドウ業界では6,500万箱の出荷が見込まれており、スイートグローブやオータムクリスプなどの緑色ブドウ品種が増加し、赤ブドウ品種を上回る。レッドグローブは第3週または第4週に収穫が始まり、約900万箱が見込まれている。チリからの最初の船は第51週に米国に到着する予定である。今年は、チリ北部のブドウに新たなシステムアプローチが初めて適用される。このプロトコルにより、燻蒸が不要になり、品質が向上し、コストが削減される。IPG社はほとんどのチリ産ブドウを米国に出荷しているが、一部のプレミアム品は韓国、日本、ベトナム、その他のアジアの国々にも出荷されている。

同社は全体として、同社が扱う南米産のブドウの約60%を米国に、約40%をアジアに出荷している。アジアの主な出荷先は、ベトナム、タイ、台湾、香港、韓国、日本、シンガポールである。「アジアと米国ではブドウの品質に対する好み異なるが、弊社は基本的に品質の高い製品ラインを導入し、アジアで求められるのと同レベルの品質の品物を米国市場に提供することを目指している。」

アジア市場の需要は出足が遅い

アジア市場は厳しい品質基準で知られており、最大の果粒と最適な果房のサイズ、色、歯ごたえ、味が求められる。南米の産地はこれらの基準を満たすことができるにもかかわらず、近年、アジアからの需要が軟化

している。これは主に、コロナ禍後の経済回復の遅れと、産地におけるコストの上昇とインフレによるものである。現在、多くの市場では、中国産や南アフリカ産など、特に経済的に厳しい家庭にとって価格が手ごろで流通しやすい、低コストの選択肢が好まれている。「その結果、南アフリカがアジア市場の価格優先の客層を引き続き支配している。」この展開は、インフレ、人件費の増加、及び全体的な価格設定の課題と相まって、米国産やペルー産のブドウのアジア市場での競争力を低下させている。

中国産との競争

「残念ながら、中国産は過去4～5年の間にアジアの多くの国で大きな市場シェアを獲得した。」かつて米国産ブドウの主要な顧客であった中国は、次第に競争相手へと移行し、特別に育種され、元々は米国の生産者が独占していた品種を多く栽培している。この変化により、米国産ブドウの需要が減少し、競争が激化した。「弊社では、かつて米国、ペルー、チリがアジアで持っていた市場シェアの一部を取り戻すことに取組み、変化する市場環境に対応するための革新的な戦略を通じて生産者を支援している。」

同社は1年のうち、米国産の出荷シーズンには輸出及び国内供給のために約150万箱の米国産ブドウを取り扱っている。米国のオフシーズンには、南米、特にペルー産とチリ産の150万箱のブドウの輸出入事業を行っている。

執筆者： マリーケ・ヘムズ （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。）