

アジア地域を中心としたりんご輸出



進むアジアの経済発展

フィリピンは、2014年に人口が一億人を突破し、東南アジア諸国では第2位の人口規模である。人口増加率が高く、若年層に厚みがあり、経済発展が著しい一方で貧富の差が大きい。



中国産が売場の大半を占める

リンゴの需要が増加するセブ島
今後の輸出を後押し

フィリピン第二の都市セブ島

アジア地域を中心とした輸出展開が進む青森県産リンゴ。国内流通量を適正水準に保ち、リンゴ販売価格の維持を図るためにも、輸出分野は重要な役割を担っている。その中で、フィリピンにおける飛馬リンゴの需要が増えつつあることから現地を視察した。

輸出と現地の現状

現在、日本からは約50tのリンゴが輸出され、その内の約29tを青森県産が占めている。海外では日本産リンゴが品質と食味の良さから高い評価を受けているのが現状であり、まだまだ需要は伸びる見込みとなっている。当JAでは台湾やベトナムを中心に輸出を拡げている中、フィリピンにも毎年約10tが輸出されている。



ジープニーと呼ばれる乗り合いバスが街を走る



「ふじ」をメインに売場が展開されていた

フィリピンは寒い時期でも最低気温が18度〜20度と南国の島であることから、パイナップル・マンゴー・バナナなどが主要な農産物で、りんごについては中国やアメリカから多くを輸入している。地元のスーパーでは、果物売り場の半分以上を中国産りんごが占め、品種については「ふじ」が特に多く並べられていた。価格については、「ふじ」の着色良好な40玉〜46玉が1個38ペソ（日本円≒約80円）、色薄な青い物でも22ペソ（日本円≒約50円）で販売されていた。他国産りんごの値段が安いように感じたものの、実際に試食してみると日本産りんごに比べて硬く、甘みが少なかったというのが印象的であった。

飛馬りんごの位置付け
今回、当JAがフィリピンに向けて輸出したのはサンふじ・王林・世界一合わせて720ケース／10kg。比較的安価な下位等級品を中心とした他国産りんごの売場が展開されている中、飛馬りんごについては富裕層をターゲットにワンランク上のりんごで食味と品質の良さをアピールした。さらに、品質の維持と高級感を出すためにフルーツキャップを使用し、消費者の購買意欲向上を狙った。値段については、サンふじと王林が1個350円、世界一が1個560円で販売され、価格・品質とも他国産りんごとの差別化を図っていた。



日本ではあまり目にするこないりんごの量り売り

◆ ◆ ◆
現在に至るまで、フィリピンでは果物を食べる習慣があまりなかったことから、クリスマス時期を中心として輸出されてきた。しかし、経済成長とともに高品質な日本産りんごの需要が増加しつつあり、富裕層から中間層にかけて購買意欲が向上してきた。その背景には、他国産りんごを上回る日本産りんごの高品質と、価格に見合った食味により関心が深まっていることが伺える。
当JAは、引き続き日本産ブランドの定着に向けて取組を強化し、フィリピン市場におけるりんご消費動向を慎重に精査しながら今後につなげていく方針だ。