

今回は、新たな市場開拓として始まったベトナム向けリンゴ輸出における5年目の現状を産地一体となって情報共有するた
め、我々視察団が感じてきた全てを皆様に発信したいと思う。
美味しい日本産リンゴの消費拡大に向けて、今後の取組強化
を図りたいと思う。

5年目の旧正月

新たな市場として有望視されて
いるベトナム社会主義共和国。現
在は、ふじ・王林・金星等の日本
産リンゴ6品種が輸出されてきた。
また、元年産においては、当JA
が手掛けるシルバーふじが新たに

輸出され、ベトナム市場では青森
県産リンゴの一つとして好評だっ
た。シルバーふじについては、高
糖度を可能とする「こだわり栽培」
による栽培方法が用いられ、甘み
の高い黄色いリンゴとして飛躍の
第一歩を遂げた。これは、ベトナ
ムの嗜好に合わせた商品としてベ

トナム限定での販売を目標とし、
今年は試験的に販売を開始。現地
では、人気のある金星に次ぐ新商
品として、注目される結果となっ
た。一方、王林については、我々
の予想を超えるブームが訪れてい
るようだ。消費者への試食を重ね
たことで「青いリンゴは酸っぱい」
といった現地でのイメージを吹き
飛ばし、王林の定着を実現させつ
つある。前年度に比べて、ベトナム
市場からの要望も増加傾向にある
ほか、他品種に比べて1kgあたり
の単価も魅力的となっている。現

青森りんご 向け輸出解禁 シルバーふじが販売開始～

地における価格は決して安価なわ
けではないものの、消費者を虜に
する魅力は存分に秘めていたこと
になる。王林や金星といった甘くて
美味しい黄色品種ファンの嗜好に
応えられていることが感じられた。
今後も継続的に、消費者の嗜好に
応えられるよう我々産地は信頼関
係を築き上げ、安心安全な日本産
リンゴを届けなければならぬ。
やはり、早期出荷による単価高を
狙うことは決して良くないことか
ら、適期収穫と販売戦略を考慮し
た販売を私達はもう一度振り返る
必要があるのではないだろうか。

輸出条件緩和の姿勢

青森県産リンゴが輸出されてか
ら早5年の月日が流れ、今年は、
また新たな時を迎えようとしてい
る。現在に至るまで、ベトナム向
けリンゴ輸出においては、日本の
輸出条件として有袋果のみが輸出
可能となっていた。しかしながら、
青森県による度重なる輸出条件緩
和に向けた交渉の末、無袋果解禁
への動きが本格化している。今の
ところ、冷蔵施設で1ヶ月間の低
温処理を行うことによって、無袋

金星に次いで

「王林」も好調

甘くて美味しいリンゴ人気!



クレバーフルーツ店内

果の輸出が許可される方向へと向かっている。しかしながら、輸出条件である対象病害虫の圃地検査等の壁は我々にとって非常に難しい点が多く、出荷量的には少ない方向で進んでいる。台湾向けの輸出条件とは異なり、補助検査員等の労力が追いつかない状況となっている。無袋果解禁に向けて、日本産リンゴの主力商品であるサンふじがベトナム市場に並ぶ日が待ち遠しい一方で、有袋果の暴落が脳裏を過る。無袋果解禁による期待とは裏腹に、マイナス要素も兼ね備えているところも過言ではな

これは、販売戦略によって大きく変わってくるだろう。我々は、これまでのリンゴ輸出における教訓をもう一度見直す必要がある、まずは、国内供給バランスを考慮した上での販売戦略を産地一体となつて考えて行く必要があるだろう。しかしながら、そこまでしてベトナムに輸出をするメリットがあるとは言つまでもなく、農家所得向上に結び付くチャンスを見逃さないためにも、我々JAグループ及び市場関係者は、再びベトナム社会主義共和国へと足を踏み入れた。

特集

令和元年度産ベトナム

～新アイテムとして

輸出解禁イベント

昨年12月、JA全農あおもりを筆頭に日本産リンゴ解禁イベントを開催。ハノイ市とホーチミン市を中心に、イオングループや高島屋など、名だたる大型商業施設で販売を開始。前年度に引き続き、輸入販売業者や多くのフルーツ店で日本産リンゴが店頭で扱われていた。解禁イベントは、昨年にオープンした大型商業施設ギガモールで開催し、朝から若者を中心とした来場客で賑わいを見せた。ベトナムの平均年齢は30歳と云われており、

街には若者が溢れている。そして、街の各地には煌びやかな装飾が施された建物等が多くあり、若者たちがスマートフォンを片手に写真を撮っている。世界各国で流行っているインスタグラムに投稿するなど、友人とのコミュニケーションを図っているようだ。今回の解禁イベントにおいても、この会場をより多くの人たちに知ってもらうために、着物を準備してインスタグラム用のbackgroundを設けるなど、数多くの消費宣伝戦略が用いられていた。桜に着物とリンゴは、日本（青森）の風情を存分に感じさせる空間であった。その効果は解禁イベントの参加人数に大きく反映されていたことは言つまでもないが、今年の消費宣伝効果も大きな力を発揮するものとなった。

商談の行方

今回訪れた商談先は、前年度に引き続き、トニーフルーツとクレバーフルーツの2社。いずれも、輸入販売及び卸売業等を営む大手だ。商談では、現在の販売状況や消費者の嗜好、今後の展望などが挙げられた。やはり、両者の意見

令和元年度産「青森りんご」輸出解禁イベント



青森中央会の阿保会長が青森りんごの素晴らしさをPR!



2019年に新たにオープンしたギガモール（ホーチミン市）



当JAのリンゴ出荷者も現地を視察



来場者が自身のInstagramに写真を投稿してイベントを周知



多くの来場者が会場を訪れ、大盛況



市場関係者ととも商談を進めるJA全農あおもり福嶋りんご課長

は今まで以上に青森りんごを扱っていききたいということ、小玉果等を含む割安な商品の取り扱いで消費者層の幅を広げたいとの要望があった。決して、大玉で高品質なリンゴの販売を減らすということではなく、多彩な商品の販売も手掛けていきたいとのことである。我々としては、まだ日の浅い5年目のベトナム向け輸出ということもあり、慎重な意見が交わされたものの、今後の展望としてお互いに交渉が進んだ。やはり、無袋果解禁に向けた現状もあることから、慎重になることは当たり前であるのと言つまでもないが、生産者の所得向上に向けて、有袋果の販売実績向上を胸に現地の要望を取り入れていく方針だ。無袋果に

ついでには、輸出に係る船便での出荷が常温の為、サンふじの蜜入りによる、褐変に最大限の注意を払って商品ロス軽減を考えていかななくてはならない。実際に、現地で味わった日本産有袋果でさえ、一部軟質果も見られたことから、鮮度重視の販売を優先するとともに、日本産りんご本来の美味しさを海外で味わってもらえるように努力していきたいところだ。スマートフレッシュや現地の冷蔵施設完備等の推進も含め、輸出を広げていく上で大きな課題の一つとなってくるだろう。

いずれにしても、安心安全で、高品質な日本産リンゴは他国産リンゴに比べて非常に高い値段で販売されていることから、高値であっても日本産リンゴを支持して頂いている消費者の期待を裏切ることがないように今後も販売していきたいところだ。現在のリンゴ販売事情を考慮するためにも、国内需要と供給のバランスを崩すわけにはいかないのだから。

シルバーふじ

令和元年度産から試験的に販売を



シルバーふじが販売開始

開始したシルバーふじ。ベトナムでは、甘くて黄色いリンゴが人気であるものの、産地では金星の生産量が減少傾向にあることから、当JAは試験的にシルバーふじの栽培と販売に取り組んでいる。

現地ではシルバーふじの試食を実施してみると、甘さや肌艶の他に日本産りんご本来の歯応えが感じられる商品であることを感じることも出来た。産地で味わう完熟の美味しさとは多少異なっていたものの、船便による鮮度低下の改善を視野に更なる飛躍を目指していきたいと思う。一方、シルバーふじの現地販売価格（2,000円／1kgあたり）は、JA全農あおもりの後押しを受け、今のところ順調に推移しており、美味しい日本産リンゴの一つとして評価を受けていた。

シルバーふじの栽培方法について



1kgあたり2,000円を超える青森県産リンゴも

では、県内外の取り組まれており、市場関係者からは、糖度が以前よりも高く、贈答シーズンや海外向けをコンセプトとして数量を限定的に取り組むようアドバイスを受けた。しかしながら、当JAの贈答シーズンにおける選果スケジュールが非常に厳しい状況となっているほか、栽培面においても問題が多く見え始めているのも現状だ。省力化や他品種への労力分散は非常に魅力的であるものの、袋剥ぎにかかる労働力が多少かかるほか、一般的な「葉取らず栽培」に取り組んできた生産者については、省力日数が思いのほか軽減されていない結果も一部みられている。また、近年、有袋果に見られるトビムシの発生も問題点の一つ



米国産ガラは1kgあたり310円で販売されていた

となっており、園地によっては防除薬剤の変更も視野に入れなければならぬ状況だ。さらに、シルバーふじについては、輸出検疫上、袋が破れ、リンゴに着色が確認されると輸出できないほか、果皮の蜜浮き・サビ果・小玉果なども散見され、非常に製品化率が悪いことも分かってきた。来年度は、これらの問題を含めて有袋栽培に係る袋のサイズアップやトビムシ防除、32・36玉を目標とした登録園地の検討が求められている。シルバーふじは、省力化における手取り最大化や高糖度で大玉果を狙った販売を目指していることから、今年度の栽培及び販売実績を見つめ直し、来年度も試験を重ねていく方針だ。

現地視察を終えて

今回のベトナム向けリンゴ輸出に係る消費宣伝及び商談で感じた

ことは、日本産リンゴの進出規模が今まで以上に大きくなっていくのではないかとこの点だ。また、スマートフレッシュを使用しない日本産リンゴの売り場における品質低下（軟質果）により、外国産リンゴとの販売競争率の激化が懸念されると感じた。現地での品質が低下した日本産リンゴは、やはり現地に足を運んだからこそ感じられたことであった。外国産リンゴに打ち勝つためにも、この驚異を胸に産地一体となって今後の重要課題としていきたいところだ。この危機感を視野に、アジアを中心とした輸出販売への取組強化を図り、更なる飛躍を目指して努力して参ります。令和2年産リンゴも適期収穫で美味しい飛馬りんごを作り上げましょう。



クレバーフルーツ新店舗にて記念撮影する関係者