

特定産品をめぐるわが国の貿易事情

— りんご輸出におけるNZと青森の違い —

公益財団法人 日本関税協会
貿易統計研究グループ



「りんご」と言えば青森、長野両県の特産物である。この「りんご」、わが国へはニュージーランドだけから輸入されていることをご存じだろうか。りんごは、世界中で作られている果物でありながら、興味深いことに2012年以降の日本への輸入相手国はこのニュージーランド1カ国だけなのである（参考：後述するが2016年8月、5年振りにオーストラリアから試験的に輸入されている）。

本稿では、日本への輸入が特定国もしくは少数国からだけの品目に着目し、その理由と併せて相手国の生産環境等を紹介していきたいと思う。このような切り口で、貿易というものを捉えてみると、両国の様々な経済事情やその品目にまつわる歴史も垣間見ることができる。

なお、今回取り上げた「りんご」以外^(注1)にも、特定国だけからの輸入品目は、HS分類上の第1部（動物(生きているものに限る。))及び動物性生産品)と第2部（植物性生産品）だけをみてもかなりの品目が存在することに驚かされる。

世界のりんご生産とその特徴

りんごの生産量で世界の50%近いシェアを誇るのは中国である。第2位のアメリカのおよそ10倍、日本の53倍もの生産量を誇る（表1参照）。

中国で生産されている主力品種は「ふじ」であり、他には「王林」、「ジョナ・ゴールド」といった日本でもお馴染みの品種が栽培されている。

ただ、品質的に生食用には向いていないため（最大の理由は、貯蔵と流通ネットワークが未整備のため、品質にバラツキが多いことがあげられる）、

ジュース等の加工用として使用されることが多い。

対して、アメリカのりんごは多品種にわたっている。世界的に生産量が一番多い「ふじ」はもちろんのこと、「ゴールデン・デリシャス」、「レッド・デリシャス」、「ジョナ・ゴールド」、「ブレイバーン」、「グラニー・スミス」、「ガラ」と十数種類もある。

ただし、どの品種も日本産に比べると小ぶりなものが多く、生食用よりもアップルパイのように何らかの調理をして食されることが多い。

生産量第3位のトルコは、紀元前8000年頃の炭化したりんごが発見されるなど、りんごとは深い縁がある国だ。そもそも、りんごの原産は現在のトルコ東部のコーカサス地方と言われているが、品種改良においては日本に遠く及ばない。

トルコのりんごも生食用ではなく、料理に添えられたり、エルマルパスタスで有名なりんごクッ

表1 世界のりんご生産量

(単位：トン)

順位	国名	生産量	シェア
1位	中国	39,682,618	49.10%
2位	アメリカ	4,081,608	5.05%
3位	トルコ	3,128,450	3.87%
4位	ポーランド	3,085,074	3.82%
5位	イタリア	2,216,963	2.74%
6位	インド	1,915,000	2.37%
7位	フランス	1,737,482	2.15%
8位	チリ	1,709,589	2.12%
9位	イラン	1,693,370	2.10%
10位	ロシア	1,572,000	1.95%
中略			
19位	日本	741,700	0.92%
中略			
28位	ニュージーランド	438,952	0.54%

出所：FAOSTAT（2013年）

キーの方が日本人には馴染みがあるかもしれない。

日本のりんご生産量は、741,700トン（出所：FAOSTAT 2013年）であるが、青森と長野の二県で全国生産量の76%を占めており、その多くは生食用となっている。

総じて言えることだが、欧米の果実は日本のほど甘くはなく、りんごにしてもどちらかと言えば酸味の強いものが多い。別の見方をするなら、日本の果物は必要以上に甘さを強調したものが作られる傾向にある。

注1：繁殖用以外の家畜の牛（豪州）、やぎの肉（豪州）、ひらめ（韓国）、さわら（韓国）、めろ（チリ）、すけそうだら（米国）、たら（米国）、かき（韓国）、スキャロップ（中国）、もんごういか（中国）、じゃ香（ロシア）、しいたけの菌糸（中国）、冷凍したごぼう（中国）、らっきょう（中国）、なす（中国）、ごぼう（中国）、白きくらげ（中国）、ペカン（米国）、りんご（ニュージーランド）、肉づく花（インドネシア）、とうもろこし（米国）、麦芽（英国）、生あへん（インド）、生漆（中国）、かしの葉（中国）

生鮮りんごの日本への輸入

りんごは、1971年6月に輸入が自由化された（当時の関税率は20%）^{（注2）}。75年以降、北朝鮮や韓国から断続的に少量の輸入はあったものの、世界一の生産量を誇る中国を始め、欧米からの輸入は禁止されていた。これは、当該国がコドリガやミバエといった有害病害虫の発生国であることから、植物防疫法により制約を受けていたためである。

しかし、欧米各国で防疫技術が確立され出したことから、1993年6月ニュージーランド、94年8月アメリカ、97年9月フランス、98年12月オーストラリアと、次々にこれらの国からの輸入が解禁された。

しかし、アメリカとニュージーランドからは、解禁後も日本の火傷病の検疫措置が厳しすぎることで輸出の妨げになっていると、再三にわたり規制緩和を申し入れてきた。

とりわけ、アメリカは、「日本のりんご火傷病



【コドリガ】

りんごや桃などにつく大害虫で、熟していない果物の実や葉っぱに卵を産み、ふ化した幼虫は中身を食べてしまう。

の検疫条件は過剰であり、科学的根拠に欠けるものである」との理由から、SPS協定（衛生植物検疫措置の適用に関する協定）^{（注3）}に違反しているとして、2002年WTOに提訴した。結果、日本は敗訴し、紛争解決機関（DSB）の勧告を受け入れ、植物検疫措置を修正せざるを得なかったということもあった。

話は少し逸れるが、ニュージーランドは、1919年に発生した火傷病のせいで、1921年以降オーストラリアから輸入禁止措置を受けてきた。2007年、たまりかねたニュージーランドがWTOに提訴した結果、2009年ようやく輸入禁止が解除された。両国とも南半球では有数のりんご生産国であり、また輸出国でもあるのだが、こと検疫に関してはどの国も厳格である。

ちなみに火傷病とは、*Erwinia amylovora*という細菌による病害であり、りんご、なし、マルメロなどの樹や、サンザシ、コトネアスター、ナナカマドなど花木類を侵す重要病害である。現在では、ヨーロッパのほぼ全域から西アジアへと分布を広げているが、日本においては未発生である。火傷病に罹病した植物は、火にあぶられたような症状を示し、それが病名の由来となっている。病原細菌は花器や付傷から侵入して、花腐れ、枝枯れを起こし、さらに主幹へと広がり、胴枯れ、枯死を起こす。

輸入解禁当初は、国内産との競合が懸念されたものの、糖度や大きさ、そして歯ざわりや食感等、品質の面で日本の消費者の嗜好にマッチしなかつ

表2 日本のりんごの輸入実績

(単位: KG)

年	韓国	ニュージーランド	オーストラリア
2008年	1,050	20,115	15,876
2009年	—	—	63,480
2010年	—	—	133,812
2011年	5,400	142,768	—
2012年	—	1,894,057	—
2013年	—	2,291,337	—
2014年	—	2,563,293	—
2015年	—	1,300,463	—

出所: 財務省貿易統計

たこともあり、徐々に輸入量は減少していった。

表2からも分かるように、最近10年では韓国、ニュージーランド、オーストラリアの3カ国からの輸入しかなく、この3年間だけを見るとニュージーランドが唯一の輸入相手国となっている。

そのニュージーランドの国土面積は日本の4分の3であるが、人口が約445万人と国内市場が小さいことから、りんごの生産に関しては世界市場を睨んだ輸出戦略をとっている。なお、りんごについては南半球ではチリに次ぐ生産国であり、生産者団体と輸出業者(注4)との連携による高品質な生産体制と市場別のきめ細やかな販売戦略をとっている。恐らく、こうしたアプローチの仕方が功を奏し、日本の唯一の輸入相手国となっている要因とも考えられる。

2012年以降、日本への輸出が急増したニュー

ジーランドに刺激されたのか、2016年8月、タスマニア産のりんごが日本に輸入された。オーストラリアの南に位置するタスマニア島は、同国のりんご生産の8割を担う一大産地である。そのオーストラリア産りんごも2010年までは「レッド・デリシャツ」、「ゴールデン・デリシャス」、「グラニー・スミス」等の輸入実績があったのだが(表2参照)、糖度、大きさ、歯ざわり等品質面で日本の消費者のニーズを満たすことができなかった。今回、試験的に輸入されたのは、「ピンクレディー」(注5)という名前のりんごで、21トン、540万円と量は少ないが、来年以降の動向が注目される。「ピンクレディー」は、表3にあるようにニュージーランドからも輸入されており、欧米では「恋人たちのりんご」としてとても人気が高いらしい。

注2: 現在の品目番号及び税率: 輸入統計品目番号 0808.10.000、基本税率20%、(WTO)協定税率17%、特惠税率無税。

注3: 国民の生命・身体の安全や健康の保護と自由な貿易の推進という2つの目的のため、世界貿易機関(WTO)で結ばれた安全面で危険性がある輸入食品などの国内流通を制限する衛生植物検疫措置(SPS措置)に関する協定のこと。

注4: 1999年にりんご・なし販売公社が民営化さ

表3 日本のニュージーランド産りんごの品種別輸入実績

(単位: KG/NZドル)

年 商標名	2012年		2013年		2014年		2015年	
	数量	価額	数量	価額	数量	価額	数量	価額
すりおろしたもの等	10,370	68,961	0	0	0	0	0	0
ブレイバーン	7,920	32,293	0	0	18,900	37,800	0	0
エンヴィ	0	0	0	0	0	0	51,408	184,777
フジ	858,493	2,316,460	1,046,254	2,258,358	389,936	811,422	425,721	961,494
ガラ	6,182	20,461	0	0	0	0	0	0
グラニー・スミス	0	0	50,175	180,122	66,528	141,201	0	0
ジャズ	642,453	2,039,937	796,212	1,832,141	1,376,298	2,956,890	584,280	1,338,579
パシフィック・クイーン	0	0	17,136	45,488	0	0	0	0
パシフィック・ローズ	13,395	47,339	6,012	13,696	0	0	0	0
ピンクレディー	43,904	110,902	66,914	157,521	115,915	247,917	59,411	139,371
ロイヤル・ガラ	248,640	589,749	84,672	139,654	209,285	415,804	59,046	153,616
その他	191,493	802,243	294,213	906,552	427,314	1,117,188	64,646	168,146
合計	2,022,850	6,028,345	2,361,588	5,533,530	2,604,176	5,728,222	1,244,512	2,945,983

出所: Statistics New Zealand

れ、生産者らが株主となるりんご・なし販売企業のENZA社(The New Zealand Apple and Pear Marketing Board)が設立された。しかし、2001年にりんごとなしの輸出は完全に自由化されたため、ENZA社は03年に青果大手のT&G社(Turners & Growers)に買収された。現在はT&G社の傘下でENZA Internationalとして、ENZAブランドの下、現地の子会社や資本提携会社と協力して世界約50カ国に対しりんごとなし16品種を販売している。なおT&G社はニュージーランドのりんご生産量の約3～4割を占める最大の取扱業者である。

注5:「ピンクレディー」は、品種と商標権を登録して生産から販売までを一貫管理する「クラブ制」という聞き慣れない言葉の先駆けとなっている。知的財産権を伴うこの制度は、近年欧米を中心に盛んに取り入れられており、ロイヤリティーを支払わなければ生産、販売することができない。

ニュージーランドのりんご生産

表3を見てわかるとおり、ニュージーランドのりんごと言えば、いまや「ジャズ」(品種名:サイフレッシュ)が代名詞と言って良いくらいポピュラーになりつつある。2013年まで主力品種であった「ふじ」を数量・価額ともに凌駕し、名実ともに確固たるブランドとしての地位を築きあげた。もともと、①「ジャズ」は「ふじ」に比べて生産量も多く、また褐変(注6)を起こさない、②「ふじ」自体が日本の主力商品であり、市場に多く出回っている等の理由から、劇的に「ふじ」から「ジャズ」への



【ニュージーランド産りんごの代名詞「ジャズ」】

シフトが進んだようである。

その「ジャズ」であるが、「ブレイバーン」と「ロイヤル・ガラ」を掛け合わせたもので、重さも150g～200gと小ぶりである。皮は厚めで、実は固いがシャキシャキとした食感が心地よく、ジューシーで甘味は強いものの適度な酸味もあるのが特長である。初めての人は、日本で一番食されている「ふじ」に比べると、その大きさ、固さ、酸っぱさに驚くかもしれない。

ともあれニュージーランド産のりんごは、大手のスーパーマーケットであれば普通に目にするほどメジャーになりつつあるし、最近ではネットの通信販売でも簡単に購入できるようにもなった。どの品種も、日本人が見慣れている「ふじ」に比べればひと回り以上は小ぶりであるが、それが逆に女性受けしているらしい。これは、ライフスタイルの変化で、小玉りんごを皮をむかずにかぶりつく欧米型の消費が定着しつつあることの表れともとることができる。

また、ニュージーランドは気候的にも南半球にあるため、収穫時期がちょうど日本の端境期にあたる。いかにわが国の冷蔵技術(注7)が進歩したとはいえ、生鮮品には敵うはずもなく、それが日本の消費者に受け入れられている理由の一つであることは間違いない。

注6:収穫から数ヵ月の冷蔵庫貯蔵をしたりんごの中には、ポリフェノールが活性酸素によって酸化することで果肉が褐色になるものがある。

なお、「ふじ」は親であるデリシャスから引き継いだ性質で、内部褐変を起こしやすい。ニュージーランド産ふじの場合、果実温度12度以上で2時間の燻蒸、その後2度以下で25日間の低温処理が検疫措置として義務付けられているので、これによって内部褐変を起こしやすいとされている。

注7:りんごの貯蔵には、普通冷蔵とC A貯蔵の2種類がある。

- ・普通冷蔵:室温0度前後、湿度90%前後で冷蔵
- ・C A貯蔵:Controlled Atmosphere Storage。庫

内の空気組成を調整し、低温にすることで、青果物の呼吸を最小限に抑えて新鮮さを長期間保つ貯蔵方法(庫内の温度を0度に下げ、酸素を1.8%~2.5%、炭酸ガスを1.5%~2.5%に調整し、庫内の酸素濃度を大気中の1/10にする)

青森りんごの輸出への取り組み

最後に、日本のりんごの輸出について簡単に触

れておく。わが国が輸出しているりんごの9割以上は、青森県産のりんごである。

この数年、「農林水産物の輸出促進」が叫ばれている。日本の農産物が輸出産業になれるかどうかはさておき、(一社)青森県りんご輸出協会の事務局長である深澤守氏にお話をお伺いする機会に恵まれたので、そのやり取りの一部を紹介させていただく。(文中、敬称略)

—輸出プレイヤーを発掘・育成するにあたり、県や自治体は、具体的にどのような活動を行い、その結果どのような成果が出ているのかお聞かせ下さい。—

深澤 青森県側に輸出主体はほとんどいません。国内にいる台湾系の貿易業者が、台湾にいる貿易業者の注文を受けて産地の農協や商系業者(りんご移出商^(注8))からりんごを買い付けているのが実状です。

国内の貿易業者と台湾の貿易業者が同一の場合もあるし、それぞれ独立している場合もあります。中国も香港も同様です。

県・自治体はプレイヤーを発掘するのではなく、現地での販促活動やマスコミを活用したPR、また店頭での試食宣伝などをりんご関係団体と協調して実施し、現地で購入意欲を喚起するところから始まります。また、現地での「青森りんご」^(注9)の認知度の違いによってPRの仕方も変わってきます。台湾のように「青森りんご」が知れ渡っているところは、基本的には日本国内と同様に通常の販促活動を繰り返し継続して実施することが基本となります。

あまり「青森りんご」が知られていない地域では、見本市や物産展などの単発開催、パイヤーの招聘などによって、「青森りんご」を知ってもらうための周知活動などから始まります。

成果はそれぞれの国別輸出量で評価されるのではないでしょう。

台湾では量販店での販売促進キャンペーン・試食宣伝会の開催やテレビCM、雑誌への記事・

広告掲載など多様な宣伝事業を実施しています。2016年から香港でも販促活動を始めました。

—中華系市場のシェア獲得や東南アジア市場の新規開拓を考えた場合、価格競争力の問題は避けて通れないと思います。農協や商系業者はこれをどのように考えているのかお聞かせ下さい。—

深澤 台湾には、中国産は入っていませんが、アメリカ、韓国、チリ、ニュージーランド、南アフリカなど競合国は多くあります。

直接競争になるアメリカ産とは価格差が2倍までは良いが3倍以上になると売りづらい、韓国産とは4倍程度までならといった、日本産の値ごろ感は現地にあります。価格差は産地の相場や為替レート、競争相手の作柄など多くの要素に左右されます。

産地で容易に価格をコントロールできないので、結果として成り行きで価格が決まっているのが現状です。

—中長期的には、生産者が自力で輸出に取り組める環境整備が必要と思われますが、県や各自治体は思い描いている構想等をお聞かせ下さい。—

深澤 「青森りんご」は国内流通でも他の国内産地と大きく異なり、商系業者がリードしてきた歴史があります。ほかの産地のように生産者から委託を受けた農協が流通を担っているのとは全く違います。

輸出も古くから商系業者が担ってきました。現

在も流通面において農協と商系業者が担っており、そのシェアは9割以上です。生産者が輸出まで行っているケースはほとんどありません。生産と流通が完全に分業化されており、これからもそうした状況が続いていくと思います。

—2015年の輸出量は3万4678トンと、初めて3万トンを突破し、金額ベースでも過去最高の133億9200万円となっています。「青森りんご」がこの先5万トンを突破するため、県・自治体、商系業者および生産者にそれぞれ求められるものはなんでしょうか。—

深澤 生産の縮小（生産者の高齢化、担い手不足、廃園の増加）、国内消費の減少（人口減少への転換、若年層のりんご離れ）といった国内の需給減少をいかに緩やかにすることができるか、また国内需要の減少を海外需要の発掘で埋めていくことができるかといった将来展望を、関係者が持ち続けることが大事なのではないかと思います。そのた

めには、これまで以上に継続して輸出振興策を関係者が講じていく必要があるでしょう。

—りんごの輸出の実態が、当初イメージしていたものと違って（青森県側に輸出主体がほとんどいない）ので、とても興味深いお話でした。お忙しいところ、ありがとうございました。—

注8：生産者や仲買人からりんごを集荷し、それを消費地へ出荷することを主な業務としていた。

注9：「青森りんご」は、台湾、香港、中国で国際商標登録されている。

【取材協力】

一般社団法人 青森県りんご輸出協会

（事業内容）「青森りんご」の輸出振興、消費宣伝、現地調査、新市場の開拓など。

台湾や香港のバイヤーを招聘するなどして、「青森りんご」の輸出支援を積極的に行うとともに、近隣諸国の青果物の生産・流通状況等に関する講演会も開催している。

（ホームページ）<http://ca-ringo.jp/>

表4 日本の生鮮りんごの年別国別輸出額

（単位：1,000円）

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
台湾	4,688,064	5,347,360	5,620,165	2,733,261	5,993,589	6,775,746	9,919,357
香港	384,878	524,659	524,524	333,504	702,304	1,318,902	2,480,241
中国	92,414	218,482	158,701	49,109	186,681	285,273	626,645
タイ	137,768	176,612	132,677	129,688	157,328	144,040	200,314
シンガポール	22,567	34,714	14,668	17,668	27,201	53,991	63,509
マレーシア	1,822	8,883	2,316	2,608	13,528	11,498	26,238
フィリピン	4,941	3,215	9,464	5,301	5,098	12,492	22,044
インドネシア	31,845	47,136	21,986	22,266	46,537	20,275	18,951
ベトナム	5,904	6,517	—	—	3,709	—	12,249
ロシア	10,577	12,643	12,078	14,920	18,165	15,723	7,563
オマーン	1,454	2,856	—	—	—	—	5,650
グアム	4,451	—	2,634	3,876	3,200	3,876	3,604
仏領ポリネシア	1,847	2,124	—	—	—	—	2,755
アラブ首長国連邦	4,462	4,116	—	—	1,661	—	1,231
スイス	1,025	725	—	—	275	—	1,213
カンボジア	—	—	—	—	—	—	713
北マリアナ諸島	—	259	280	286	274	308	293
マカオ	1,465	—	295	—	—	—	—
米国	20,988	18,613	—	—	—	—	—
カタール	—	417	—	—	—	—	—
合計	5,416,472	6,409,331	6,499,788	3,311,811	7,160,182	8,642,124	13,392,570

出所：財務省貿易統計