



ハバロフスクでの温室事業

日揮株式会社 事業開発本部
五十嵐知之

JGC Evergreenのご紹介

- 設立:2015年2月
- 出資者:日揮、エネルゴ・インパルス、どさんこ3号(ファンド)
- 場所:ロシア ハバロフスク市(新型経済特区内)
- 事業内容:野菜の生産・販売、日本食品の輸入・販売
- 主要設備:連棟型ガラス温室、養液栽培、環境制御、温湯暖房
- 施設面積:5.0ha
- 野菜生産量:年間約1300トン



事業実施の背景



ソ連崩壊時に地域の
温室は経営悪化により
倒産

中国から粗悪な野菜
が市場に流入

生活水準の向上に伴
い、消費者は価格より
品質重視の傾向に

品質の高い野菜を生
産する地元温室の復
活への期待

- 安価なエネルギー源(ガス)が入手できれば経済的に温室は成立すると判断
- 中国産野菜と品質面での差別化が重要な鍵

「日本らしさ」を生かした商品の差別化

顧客に提供する基本的な価値

安全・安心

新鮮

きれい

おいしい

具体的な方策

- 生産者の“顔”が見える情報発信
- 直売所での販売
- 丁寧な接客
- 完熟状態での収穫
- 3段階の選果
- 商品の包装



JGC Evergreen の商品

キュウリ、トマト、パプリカ、ナス、葉物野菜

- 温室向けに普及しているオランダ品種を採用
- 消費者が好みの商品を選べるように多品種を栽培
- 毎年新品種を試験して商品ラインに追加

イチゴ

- ロシア全土でイチゴの温室栽培はまだ普及していない
- 日本のイチゴは土産などで消費者の間でも人気

➡ 果実だけでなく、種苗販売も目指して、イチゴの品種登録手続中



少量多品種



直売所

直売所の機能

- ・ 大手量販店への過度な依存の回避
- ・ 需給バランスが一時的に崩れた場合のバッファー
- ・ 規格外品の廉価販売の場
- ・ 新商品の試験販売
- ・ 接木苗の販売
- ・ 日本食品の販売

ブランドが確立するまでは、店頭での商品の品質を直接コントロールできる直売所が有効

(ロシアの商店では、鮮度の劣化した商品でも販売していることがあり、商品のブランドを損なうリスクがある。同じことは卸売会社についても言える。)

市内の直売所



実務上の課題～防除方法

1. 農薬の適用範囲が限定的

(例) パプリカ

チアメトキサム 1回

アベルメクチン 3回

(例) イチゴ

ほとんどが開花前後と収穫後、あるいは親株のみに使用可能。着果後の農薬散布は実質不可。

2. 正式に登録されている農薬が日本より少ない

3. 厳しい使用制限

| (例) | ロシア | 日本 |
|---------------|-------------|-------------|
| 農薬成分名 | アセタミプリド 20% | アセタミプリド 20% |
| 農薬使用量 (g/10a) | 20 | 150 |
| 散布液量 (l/10a) | 100-300 | 100-300 |
| 出荷制限日数 (日) | 3 | 1 |
| 散布可能回数 (回) | 1 | 3 |

4. 登録が更新されない

農薬は“ある”がコンプライアンス上使えない状況

実務上の課題～その他

労働力の確保

- 栽培用の労働者が集まりにくい/定着しない
- 若者の応募が少ない
- 施設園芸の教育を受けた人財がない



大学での講座開設を期待

物流

- 各店舗への個別配送(物流センター未整備)
- 原材料資材はロシア西部からの輸送に依存
- 他都市への商品の長距離輸送と品質保証の問題
- 商品輸送用の保冷・保温車の確保
- ドライバーの健康診断



徐々に物流システムは整備されているので、今後の利便性の向上を期待

ご清聴ありがとうございました。

Спасибо
за внимание

Official Website

j-eve.ru

Facebook

<https://www.facebook.com/JGC.Evergreen/>

Instagram

[newday_khv](https://www.instagram.com/newday_khv/)