

# クラウンメロン輸出拡大の取り組み



静岡クラウンメロン

SHIZUOKA CROWN MELON

マスクメロンの最高峰

静岡県温室農業協同組合クラウンメロン支所

経営戦略部長 鈴木 陽介

# 組織の概要

- 静岡県温室農業協同組合は、温室メロン専門の農協
- 静岡県温室農協の3つある支所の1つが、「クラウンメロン支所」
- 各支所がそれぞれ独自の予算を持ち、それぞれが意思決定機関を有している



## 静岡県温室農業協同組合

### クラウンメロン支所



静岡県袋井市、浜松市、森町を中心に生産されている温室マスクメロンを「クラウンメロン」と呼びます。

上品な甘みと、とろけるような食感、芳醇な香りと、美しい網目模様から、**マスクメロンの最高級ブランド**と評価されています。

### 磐田支所

### 静南支所



他の支所では、「アローマメロン」という名称のマスクメロンを生産しています。

## クラウン支所基本情報 (令和4年度)

- ・出荷量  
293,434箱（4～7玉入）
- ・販売高  
3,541,078千円
- ・組合員数  
225軒
- ・温室棟数  
1,779棟

# 事業の概要（販売関係）

## 1 国内事業

国内卸売市場への出荷  
市場流通と連携したプロモーション

## 2 海外事業

海外販路の開拓  
輸出における各種規制への対応

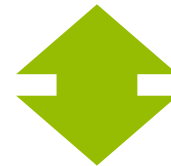
## 3 加工事業

市場出荷できないメロンの活用  
加工メーカーと連携した商品開発

# クラウンメロンとは？



- 均一に張り巡らされたネット模様の外観、芳醇な香り、とろけるような口当たりと瑞々しさ、上品な甘さ。メロンの特徴を最大に引き出した究極のメロン。
- 一つの木に一つの果実のみを育てる「一木一果」。
- ガラス温室での栽培により、通年出荷。
- 日本国内では、主に贈答品として選ばれている。
- 品質の高さが認知されつつあり、海外需要は年々拡大している。



- 長年の勘と経験に基づく非常に高い栽培技術が求められる。
- 昨今の燃料価格の高騰により、栽培コストの増加。
- 高齢化や参入障壁の高さにより、生産者数、生産量ともに減少傾向。

# 自己紹介



- 祖父は元クラウンメロン生産者
- 大学卒業後、静岡県庁に入庁、米国勤務も経験し、静岡県産品の海外輸出支援に取り組む
- 静岡県庁を退職し、2018年から現職
- 輸出事業のみでなく、クラウンメロンの発展のため、国内販売、加工事業及び新規事業の企画推進や産地維持の取り組みにも携わる

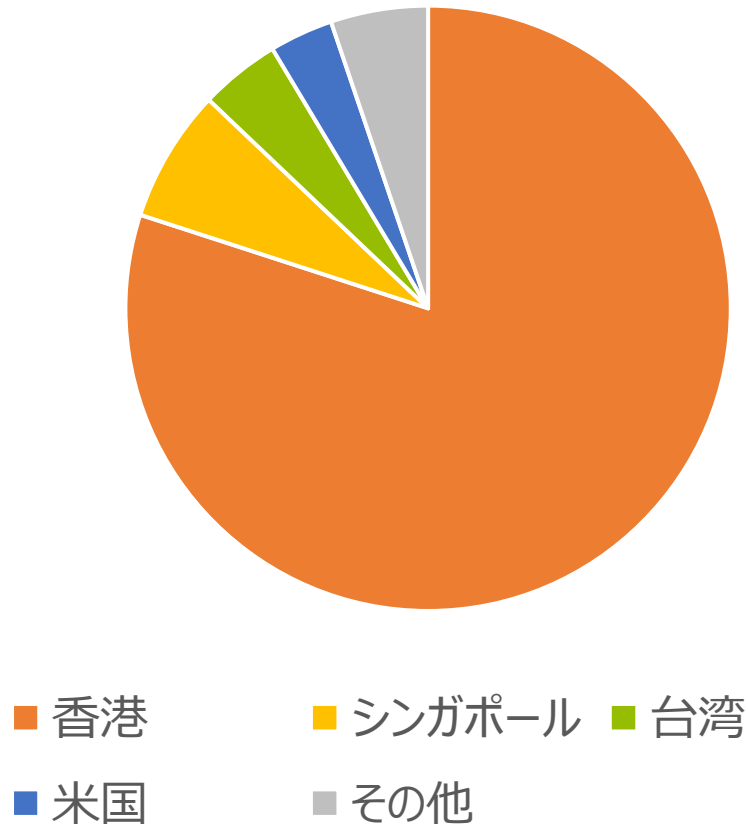
# 輸出に至った経緯



- 通年出荷ではあるが、需要期、非需要期に取引相場が大きく左右される
- 特に非需要期における新たな需要の創出のため、海外市場に目を向けるように
  - 例えば、従来国内市場では非需要期であった9月や2月において、中華圏の中秋節、旧正月の需要を掴むことに成功
- 日本的高级メロンとして、海外で勝負したいという思い
  - ニューヨークやドバイといった富裕層の多い地域へも定期的に輸出

# 輸出先の現状

輸出先（2023年推計割合）



- 圧倒的に多いのは香港（約80%）だが、既に市場は成熟状況にある。他国・地域への輸出も増えていることから、割合としては減少傾向。
- 台湾は残留農薬の検査強化の影響もあり、伸び悩んでいる。
- 米国へは2021年11月の解禁後、直ちに輸出を開始し、順調に伸びている。
- その他の主な国・地域としては、UAE、カナダ、マレーシア、マカオ、欧州等

# いざ輸出開始、しかし・・・

- 日本と異なる海外の各種規制  
(残留農薬、検疫規制、政治的問題)  
→ 日本の基準だけでは通用しない可能性
- 気候の違いや現地のコールドチェーンの体制  
→ 青果物として鮮度維持の問題
- 現地での物流・商流の確保  
→ 販促を単発で終わらせない、次につなげる準備・覚悟
- 高級フルーツという商品の理解  
→ 海外では未知の市場

# 輸出拡大のための取り組み①



- 輸出向けの防除体系の確立
  - 出荷する全てのメロンに適用
  - GFPグローバル産地づくり推進事業を活用し、使用頻度の高い農薬を栽培ステージごとに使用した際の残留値を計測し防除暦を作成
- 鮮度を保ったまま長期保管を可能にするMAフィルムの活用
- 海外市場を意識した専用の化粧箱の作成



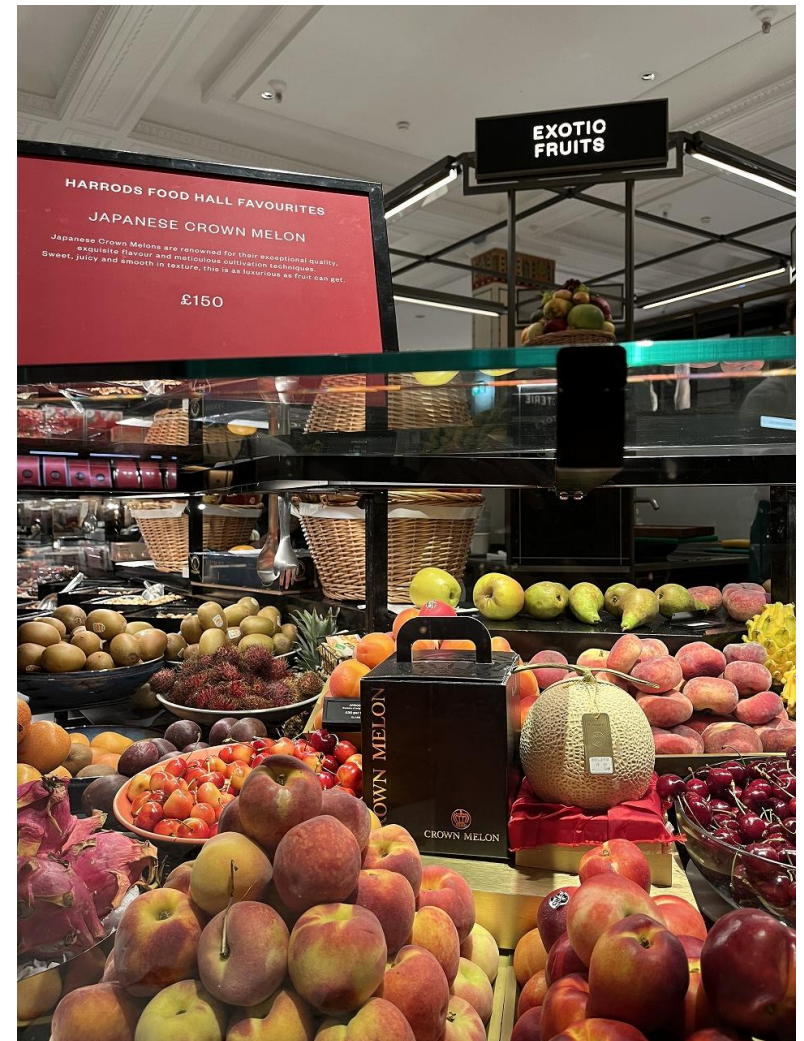
# 輸出拡大のための取り組み②



- 産地自ら現地に出向いてのプロモーション
  - ターゲット国への輸出を手掛ける輸出事業者やディストリビューターとの連携
  - 展示会への出展
  - レストランや小売店への訪問営業・店頭販促
  - 現地でのワークショップの開催



特にクラウンメロンがまだあまり流通していない国・地域にて積極的にプロモーションを仕掛け、新規市場を開拓



# 海外販路拡大のための心構え

- 自分の商品に絶対の自信を持つ
- 自分の言葉でお客様に説明
- 「ネットワーク」、「フットワーク」、「チームワーク」
- 目先の利益ではなく、長期的なブランド価値の確立を目指す

# 今後の展望

- これまでのアジア圏中心から、中東・欧米圏へも販路を拡大
- 加工品も併せた提案により、顧客の裾野の拡大
- 栽培技術の革新による、長期的に安定生産が可能な産地づくり



**日本産高級メロンの価値を世界に広める  
先駆者として**