

「食べ頃の判断」課題に

若年層への消費拡大も

静岡県袋井市で先月、初「全国メロンサミット」が2日間にわたり開催された。生産者の高齢化や贈答需要の減少、他高級果物の台頭などが

生産規模が年々減少する中、情報交換や課題共有をしようと同市の呼びかけで主産10道県の産地が集結した。1日目のピ

デイスカッションを通じて、「食べ頃の判断の難しさ」もあることが浮かび上がった。また、若年層の消費拡大も課題



課題に関するメロンを共有したパネルディスカッション

シネスサミットには自治体や生産者、流通業者など300人以上が参加。講演やパネルディスカッション

デイスカッションを通じて、「食べ頃の判断の難しさ」もあることが浮かび上がった。また、若年層の消費拡大も課題

作付面積は1989年の1万7900畝から2013年には7560畝に減少、生産量も約42万トンから約17万トンに減少している。また、日本人の好きな果物のランキングの調査を示し、メロンは7

8位と下位で推移し、20代女性では上位10位にすら入っていないことを説明。消費が伸びない理由として「価格が高い」「食べるのに手間がかかる」ことに加え、盛んに栽培されるようになった

昭和50年代頃に一部で味の劣るものが回り「メロン離れ」を招いたことも一因に挙げた。

一方、食べ頃の判断が難しい点も。現在多くの品種が展開される中、「食べ頃がわかればそれぞれのメロンの特性が楽しめる」うまくアピール

できれば商機はある」と可能性を示した。続く「全国メロン産地プレゼンテーション」では、4産地が消費拡大や課題克服の取組みを報告。袋井市などの生産者からなる静岡県温室農業

協同組合クローンメロン支所では、グローバルAPの取得を推進し、海外の販路開拓に取組むほか、ビュレを各種加工品に活用していることなどを紹介。また、袋井市では、長野県への同市産農産物の出荷が東京、大阪に次いで多いことから、同県でのPRを強化し、販売拡大につなげて

いることを報告した。パネルディスカッションでは、生産、流通、自治体などの関係者が意見交換をした。メロンをテーマにした番組制作に携

わったNHK静岡放送局の乾英理子氏は、「味や栽培方法なども含め」メロンの良さが消費者に伝わっていない「食べ頃を逃してしまつたため、おいしくないというイメージにつながるのでは」などと問題を挙げた。

大果大阪の田中晋吾氏は、小売店での食べ頃の伝達は必要としたうえで、「仲間とともに量販店等に発信していかなくてはならない」と述べた。

一方、若者世代の消費低迷について、袋井市の原田英之市長は「メロンは市のシンボル。若い人が食べないのは心配」とし、「若い女性の好む味、好む食べ方を知る必要があるのでは」などと、商品開発や食べ方提案などの必要性を訴えた。

* *

ピシネスサミットではまず、東京青果の渡辺良治氏が「メロン流通・消費の現状と今後の展望」をテーマに講演。全国の

メロンに関する課題を共有したパネルディスカッション