

観 察

夕張メロンの産地づくりとブランド力形成

一般社団法人 北海道地域農業研究所 特別参与 黒 澤 不二男

夕張市は北海道中央部の山峡の地にあり、良質豊富な原料炭供給基地として、石炭産業を中核とする国内有数の石炭のマチとして発展してきましたが、エネルギー環境の急激な変遷は、基幹産業である石炭産業に大きな衰退をもたらしました。これにより地域社会及び経済は深刻な影響を受け、最盛期には二四を数えた炭鉱も平成二年三月にすべて閉山。一時七万人を数えた人口も現在は約一万人まで減少しました。国家レベルのエネルギー政策に翻弄された地方自治体の代表とも言えますが、その再建については全国的に大きな関心を呼び、様々な支援の手も伸べられました。現市長の鈴木直道さん（満三一才）は東京都庁職員から平成二三年四月に夕張市政に身を投じた経歴の持ち主で、日夜奮闘する姿は注目の的となっています。

夕張再興では、多くの困難に直面していますが、産業構造の転

換を「炭鉱から観光へ」を合い言葉に、みどり豊かな景観を生かし、製造業をはじめとする企業誘致の促進、メロンをはじめとする特産そ菜（アスパラガスや長いも、薬用作物栽培など）の振興さらに付加価値を高める特産物加工開発推進による農業振興、観光リゾート文化都市を目指した「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭」の開催や「石炭の歴史村」を始めとする観光産業に地域を挙げて取り組んでいるところです。農業は当然のことですが観光においても夕張をけん引する役割はやはり「夕張メロン（夕張キング）」が負っていると言っても過言ではありません。そこで、この「夕張メロン」のブランド化の足どりとこれに関わる様々な工夫を紹介してみましよう。

「夕張メロン」とは

「子供の頃。メロンが大好きで、いつか腹一杯食べてやるぞと思っていた。」という思いに共感する人はかなり多いのではと思います。普通の家庭の食卓やおやつにメロン特にネットメロンが出てくることはあまりなかったのではないのでしょうか。病氣見舞いや贈答品、ちよつと気取つたレストランの生ハムとメロンが連想されます。

一般に、日本でいうメロンは、ヨーロッパ型のネットメロン、アジア型の冬メロン、白うり、まくわうりなどの総称です。

ヨーロッパ系の温室メロンは、明治四〇年代に販売用としての栽培が開始され、代表的な品種である「アールス・フェボリット」は大正一四年にイギリスより導入され、以後、日本の風土や日本人の好みに適合したものに改良されてきました。

メロンの育種目標は、耐病性や雌花着生の安定性、高品質性、日もちの良さなどをそなえたものであり、世界各国に共通する目標ですが、日本では特異的に果柄のとれにくいものを育成しています。

夕張でメロンがはじめて栽培されたのは、大正の末期頃で、ラグビーボール形で甘みは少なかつたのですが、香りの強い赤肉の『スパイシー・カンタロープ』という品種でした。しかし、戦時色が強くなるにつれ、贅沢品と見なされていたメロンは姿を消し

て行きました。

夕張は山間地で耕作面積が狭く、農業環境は必ずしも恵まれていません。

昭和三〇年代に入つて何とか地域の特性を生かした特産そ菜づくりをすすめるようとして、候補とされたのが長いも、アスパラガスとともに、戦前栽培されていたメロンだつたのです。そして苦勞を重ねて誕生させたのが戦前の『スパイシー・カンタロープ』と静岡県で栽培されていた甘い青肉（果肉色薄緑色）の高級ネットメロン『アールス・フェボリット』を交配した一代雑種の赤肉（果肉色Ⅱ橙色）「夕張キング」でした。昭和三五年のことです。この交配や栽培管理にあつては北海道庁の伊藤専門技術員の懇切な助言や現地夕張駐在の杉目普及員らの精力的な指導があつたとのこと。この品種の特徴は、日持ちせずネットの付きがやや悪いという欠点を補つてあまりある完熟時の極めて強い香りと舌ざわりの滑らかさでした。

その独自の食味、食感、香りは独特で他のブランド（品種・系統）の追隨を許しません。誕生した直後は「カボチャのようなメロンだ」と市場関係者から酷評されたこのメロンは以後の五〇年の間に、その積極的な首都



購買意欲をそそる夕張メロン

圏等への販売活動が功を奏し、知名度抜群の北海道農産物のトップブランド、産地直送ギフトのエースに成長したのです。

ブランド品目に成長した要因

■メロン組合の組織化と活動

夕張メロンが今日のように名産品として成長したのは、メロン組合が大きな力を発揮したからだと言われています。

「夕張メロン組合」は、昭和三五年にメロン栽培に深い関心を持つ一七名の農家が結成したもので、農協の支援を受けながら、一代雑種の育成、栽培基準、出荷規格の作成、ミツバチによる交配及び生産技術の改善などに積極的に取り組み、その主体的な活動はブランド産地形成の原動力となりました。現在、全生産者の一三八戸が加入しています。

この組織の特色として地域を主体に一二支部（グループ）に分けています。一グループ当たり一二〜一三名程度ですが、メロン生産の「責任はグループ全員が負う」という考え方が基本になっています。秋の一〇月から十一月にかけて反省会を開き、一年間優秀なメロンを出したグループと箱詰めが適正にされていたグループを表彰します。これも個人という単位というよりグループ全体が頑張ったという考え方なのです。このことがグループの結

束を強め、夕張メロン全体の結束の強化に繋がっているとの認識なのです。

■厳正な生産・出荷ルールとその遵守

メロン組合と夕張市農協との関係（事業区分）についてみると、生産活動（作期の設定、栽培基準の遵守、出荷に関する規約と規定・罰則、組合員資格など）は組合が、生産メロンの販路開拓、共同販売、種子の生産・供給及び技術指導は農協が担当します。種子採取は四戸の組合員に委嘱、その種子は農協金庫に厳重に保管されています。

また商標権の出願、管理・使用規定（シール・容器等の凶案・使用文字・大きさ・形状など）は農協が行うことが、両者で協定されています。

この商標権等の利活用の取り組み（権利保護）は、高く評価され、平成一八年四月に特許庁の『知財功労賞』で特許庁長官表彰を受けました。

この背景として、類似品種・系統による近隣産地によるブランド詐称とも言えるべき権利侵害との熾烈な戦いの歴史があり、これに果敢に対応したことの証しでもあったので



多数取得している
商標等のうちの代表例

す。

特記すべきは、夕張メロンの銘柄、商品価値、市場性の保持のためのルール運用を極めて厳格・厳正に定めていることです。この峻烈さは、他の産地などから、羨望を込めて「夕張の鉄のルール」と言われる程です。その具体例として、農協以外の業者への販売や沿道の直接販売などを厳しく自己規制していることや規格外品の処理についても徹底していることを挙げることができます。

■メロンの共撰出荷

農協とメロン組合では、五月中旬から九月上旬出荷するメロンには独自に、特秀、秀、優、良の四つの等級を決めています。生産農家（組合員）の庭先から選果場に運び込まれたメロンは、組合員から選考・委嘱された四〜六名の検査員により一個一個手厳しい品質検査を受け、等級別に品質規格を保証する共撰シールが貼られてから白い共撰箱に詰められ、市場に旅立つのです。

代表農家にみるメロン栽培の工夫

夕張市滝ノ上地区の工藤政則さん（メロン組合長、農協組合長を歴任）の農場は、標高二百メートルの川沿いの比較的狭い地形（火山灰土壌）に立地しています。

約三・二ヘクタールの耕地にあるビニールハウス一二棟で、二

月上旬の播種から四月末の播種までの一〇パターンの作型で段階的に栽培。そのうち、第一から第三型までを温水加温機を使用。第四型から第八型までを無加温栽培、第九型、第一〇型を普通トンネル栽培としています。

夕張市の気候は、第一型〜第三型までの加温ハウスの時期は平均気温が氷点下、日照時間も一日当たり四〜五時間と少なく、きめ細やかな管理と設備が必要と工藤さんは語ります。

工藤さんのほ場では、早めに株取りをすることによりほとんど無農薬の栽培が可能になり、連作対策のため後作に緑肥を播種しています。

二番果を収穫しないため、高品質（上位等級メロン）の出荷比率を高め、夕張市の平均（上位等級四〇%前後）よりはるかに高い（上位等級六〇〜七〇%）実績をあげています。

工藤さんは省力化を図るため一番果だけ収穫してその期分の手間を出来るだけ省き、また作型を増やすこと（以前は八パターンだったものを早期作型をふやし一〇パターン）により労働力を分散化しています。

高品質のメロン作りには、「土作り」が欠かせないことから、平成元年に二七〇平方メートルの堆肥場を作り、購入した堆肥を二年間熟成させてハウス畑に投入。

毎年秋には、ハウス内の土壌を地区の「農業改良普及センター」に依頼・分析し、その結果をもとに「メロンの栽培に適し

た土作り」をおこなっていると語ってくれました。

まとめにかえて

夕張メロンの高い声価は、五〇年にわたって、固有品種の選択・保持品質基準の厳密化とその遵守体制の構築、生産方式の改良、品種特性にマッチした販売方法の選択などに積極的・持続的に取り組んできたことにより得られたものです。また、近年推賞されている『地域団体商標』（高品質、明確な取り扱い主体、抜群の周知度）の要件を先取りして実現していたことも評価に値します。さらに一次産業であるメロン農業が、炭鉱閉山により疲弊した夕張地域を支えてきたことも特筆されるでしょう。

加えて評価すべきは、トップブランド産地に安住せず、次のステージを目指すという意図のもと、関係機関、生産者が一体となつてチャレンジ精神を発揮していることです。

最盛期に四〇億円規模を示した生産額が経済与件が大きく変動したとは言え、近年生産額は大きく減少しました。成熟した産地が直面する、まさに「ルネッサンス期」とも言えましよう。

具体的な取り組み活動の目標は、さらなる出荷時期を他産地より早く、短期間に限定することにより、さらなる差別化、ブランド化を図っていくこと。新千歳空港へのアクセスの良さを活用して、「朝収穫〜昼出荷、夕方には本州の店頭へ」という方式への挑戦

など、より消費者ニーズに即応していくことにより売上げのさらなる増大を図ることを計画していますが、その成果に期待して、この小稿を終えたいと思います。

※本稿は「月刊食生活」（二〇一二年九月）に掲載したものを加筆・修正したものです。

【主要参考文献】

- 夕張メロン組合「五十周年記念誌・漸進」
- 北海道地域農業研究所「地域と農業五八号」
- 北海道中央会・ホクレン「野菜地図三五号」
- 北海道開発局「第五回わが村コンクール現地審査記録」
- 夕張市農協「農協要覧」
- 夕張市ホームページ

