

最近の果樹流通は、生果実の消費低迷に加え、国内産地間競争や輸入農産物との競合などによる激化、宅配やネット販売、大型量販店の台頭など流通形態の多様化も進んでいる。県内の生産地では、モモの糖度を保証する光センサーの導入が進み、地域ブランドとしての信頼が高まっているが、国内外の市場で、本県産果実が商品として受け入れられるためには、さらなる販売対策の強化が求められている。

県では、県産果実等のブランド力の一層の強化と販路拡大を強力に進めるため、本年4月、新たに「農産物販売戦略室」を設置し、農業団体と連携しながら、市場関係者や量販店、貿易業者などへ県産果実の販売促進PRを積極的に始めている。特にアジア諸国への果実の輸出

「美味しさ」を伝える新たな販売戦略

は、18,000本の苗を県下の栽培農家に供給、平成22年には全県で100ヘクタールの栽培を目指している。

「夢しずく」の開発は、極早生の「ちよひめ」に早生の「八幡白鳳」を交雑することからスタート。期待される品質はもちろん、作りやすさや経済性まで考慮し有望種を選抜していく地道な作業が続いた。関係団体との度重なる検討の結果、果実の品質の優秀性が確認された。平均果実重300gと、7月中旬に収穫できるモモとしては大玉。糖度は13〜15度でシュー

促進については、国内消費が低迷するなかで、日本食ブームの人気を背景にした新たな販路として、また、国内市場の価格安定への自給調整的な機能発揮のため、継続的に取り組むことが重要となってくる。

このため、昨年、台湾で開催された食品見本市での県産果実のPRに引き続き、この夏には国際経済都市でもある香港において、「富士の国やまなし観光物産フェア」を開催する。農業関係団体と共に、現地の消費者やバイヤーに対し、直接その美味しさを伝えるため、知事が会場に向いて、モモを中心とした果実やワインなど県産品のトップセールスを実施する予定だ。

シ、食味は申し分がない。伝統あるモモの産地に新たな活力を生み出す新品種が生まれた。「果汁が多く夢のように美味しい」との関係者の願いが込められ「夢しずく」と命名された。人工受粉や袋掛けの期間はかかるが、納得のいくポリウム感と外観の美しさは市場でも大好評。だが、地域ブランドとして定着させるためには、栽培する各農家とのきめ細かな連携が欠かせない。農家とともに、ジャンルに仕上げられるための全県的な産地化の取り組みが始まっている。

その期待に応えるべく登場したのが「夢しずく」。県果樹試験場が開発し、十数年の歳月をかけて選抜と検討を重ね平成16年11月に品種登録された。平成20年に

モモの国に生まれた、新品種「夢しずく」

山梨の果樹農業は、恵まれた自然環境と先進的な栽培技術で、生産量日本一を誇るブドウ、モモ、スモモなど、特色ある果樹生産地として発展してきた。

その歴史は古く、江戸時代の資料「甲斐叢記」には、甲斐八珍果と呼ばれたブドウ、ナシ、カキ、モモ、クリ、リンゴ、ザクロ、クルミが、山梨の代表的な果実として紹介されて

甲府盆地に広がるモモ畑



たわわに実った「夢しずく」

Yamanashi Brand

やまなしブランド

「果樹王国やまなし」の代表

モモ PEACH

甲州八珍果のひとつとして親しまれてきたモモ。果樹王国やまなしの代表とも言えるモモは、ブドウと並び生産量日本一。高度経済成長期には、果樹転換のシンボルとして県下全域で優れた品種が栽培され、山梨のモモは全国に出荷されてきた。その後、努力の末に季節を先取りした新品種の「夢しずく」が登場した。そして今、新たな販売戦略や新鮮な素材を生かした商品化への取り組みなど、果実のブランド化は急速に進んでいる。



実を着けたばかりの県果樹試験場の「夢しずく」。標高が100メートル変わっただけで成育状態は大きく変わる。



「夢しずく」の開発・育成には、多くの人が携わってきた。県果樹試験場副場長 猪股雅人さん（左）と、農家（右）。

さまざまに条件を変えながら続けられている栽培実験。農家への技術サポートも大きな仕事になっている。（県果樹試験場）

地域力を結集したブランド商品が人気



従来の農家だけではなく、市内の商工業者も含めた取り組みが、新たな活力を生み出している。商工業と農業との連携による活動は「農工商連携88選」に選ばれた。

桃源郷のまちとして知られる南アルプス市。同商工会が取り組む「南アルプス桃源郷フルーツプロジェクト」が、好評だ。地元産のモモ、スモモ、サクランボ、ブドウなどの優れた栽培農家を同市商工会が「完熟フルーツマスター」として認定（現在の認定者は7名）。生産者が自信を持って生産した果実の美味しさと安全性をアピール、栽培の秘訣や美味しい食べ方で、伝道師となって消費者に伝えている。収穫期は季節の折々に限られるが、JPRとタイアップした「完熟フルーツこだわり探訪

コース」は、さまざまな体験もできる人気のツアー、観光の目玉にもなっている。さらに特産のモモ「アルプス小町」や高級プラム「貴陽」（スモモ）など新鮮な素材を生かして地元のレストランやベーカリーが開発したスイーツなど、「南アルプスLOVE」ブランド認定も多様な広がりを見せてきた。限られた完熟期に地元に来ていただいた方が楽しめるものからお土産に持ち帰れるものまで、年間途切れずさまざまなメニューが用意されている。拠点となるハッピーパークや市内の生産者との連携も親密になり、フルーツを核とした地域の活性化が進展。商工業者と農業生産者との連携を強化した「農工商連携88選」に選定された。新たなブランド戦略や流通システムの構築も意欲的に進められている。



こだわりのフルーツツアーの楽しみは、完熟フルーツの生食だけではない。ここでしか食べられない「モモの冷製パスタ」「モモのカツレツ」などのランチ、「ジャム作り」や「フルーツ染め」の体験コースはお土産付きで大人気。