

研究テーマ	モモ・ブドウの肥大促進技術の確立とブランディングに関する研究		
担当者 (所属)	佐藤博紀・鈴木文晃・串田賢一 (デザイン)・萩原栄揮・里吉友貴・池田博彦・富田晃 宇土幸伸・塩谷論史 (果試)・伊東洋晃・張華 (山梨学院大)		
研究区分	総理研研究	研究期間	平成 28～30 年度

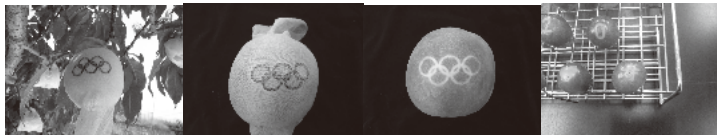
【背景・目的】

- ・ モモ、ブドウの産地間競争は激しく、山梨ブランドの維持・強化を図るため、より魅力ある商材の開発が求められている。
- ・ 果実は出荷規格内では大玉ほど高値で取引されている。しかし、規格を超える果実は生産が安定せず、一定の販売ルートが確立していないため、大きいという有利性が活かされていない。
- ・ そこで本研究では、食味を維持しつつ現状の規格を超えるような大玉なモモ、大粒のブドウを安定して栽培できる技術を確認し、新たな規格の設定を目指す。また、流通において高価格取引を可能とするブランディング方法について検討し、差別化を意識した有利販売を目指す。

【得られた成果】

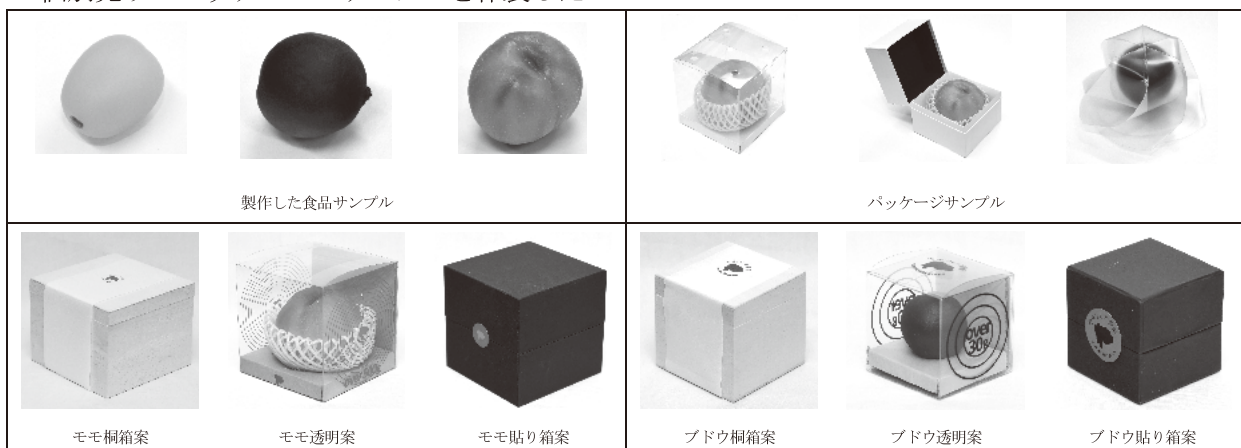
1. 果樹表面への着色技術の確立

- ・ ブドウへの着色抑制の方法としてはシールの粘着度や素材を変えることで、リンゴなどに用いられている手法で表示が可能になったことが分かった。
- ・ モモについては表面の毛の関係上シールの使用は困難であり、伸縮性・通気性・透過性のある布に遮光性・伸縮性のシートを貼り付けたものを被せることで目的を達成した。また、この技術は特許として出願をしている。



2. パッケージ製作について

- ・ ブランディングについて学生・JA・市場などにインタビューを実施した。その結果個別売り（モモは1玉、ブドウは房でなくツブ）の可能性が考えられた。
- ・ そこで、収穫された果実の中から目標の大きさに近い個体を選び、それを元に食品サンプルを製作し、個別売りのパッケージのサンプルを作製した。



【成果の応用範囲・留意点】

今後完成したサンプルを使用し、市場の反応をフィードバックさせ、生産性も考えたパッケージ・売り方を提案し、ブランドを確立できるように展開していく。