

研究結果説明書（事後）

研究種別		<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px; display: inline-block;">総理研研究</div> ・ 重点化研究			
研究課題名		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			
研究期間		平成28年度～30年度（3か年）			
研究体制	研究代表者（所属）	萩原栄揮（果樹試験場）			
	共同研究者（所属）	里吉友貴、池田博彦、宇土幸伸、塩谷諭史（果樹試験場） 佐藤博紀（産業技術センター） 伊東洋晃、張華（山梨学院大学）			
研究予算		H28年度 6,598千円	H29年度 4,988千円	H30年度 5,026千円	合計 16,612千円
研究成果		<p>概要</p> <p>モモ・ブドウの産地間競争は激しく、魅力ある商材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が、規格外の大玉果は、大きいという有利性が活かされていない。</p> <p>そこで本研究では、規格を超える大玉なモモ、大粒のブドウを安定して栽培できる技術の確立を目指した。また、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た。</p> <p>モモ・ブドウの肥大促進技術では、果実の肥大の要因を解明し、モモでは果実肥大と着果部位・葉果比・摘果方法等との関係、ブドウでは植物調節剤や液肥等の有効な利用方法などを明らかにした。</p> <p>大玉・大粒果実のブランディングでは、果皮に文字や図柄を入れる着色抑制技術を開発した。また、有利販売が可能となる大玉、大粒果実専用の販売パッケージを開発と、果実の流通特性、需要特性を明らかにし、ブランディングの方法を検討した。</p> <p>得られた成果</p> <ul style="list-style-type: none"> ○モモ・ブドウの肥大促進技術の確立について ・モモでは、結果部位と果実重の関係や、早期着果調節技術による肥大促進効果、一果実当たりの葉枚数(葉果比)と果実肥大の関係を明らかにした。果実肥大の良い樹冠上部において早期着果調節を行い、葉果比を80に調節すると果実肥大が促進され、大玉果の比率が高くなることを明らかにした（平成30年度果樹試験場成果情報）。 ・ブドウでは、果粒数を制限(本摘粒)する時期や、植物生長調節物質や液肥の花穂散布、ジベレリン処理時のフルメット液剤添加の回数、かさ掛け資材の違いが果粒肥大に及ぼす影響を明らかにした。果粒肥大の優れる「甲斐ベリー3」で、簡易雨よけを設置し、フルメット液剤と尿素散布による花穂発育促進を行い、ジベレリンとフルメット液剤処理の体系化や、タイベックカサで管理すると果粒肥大が促進され、目標である果粒重30gを確保することができた(令和元年果樹試験場成果情報予定*取扱注意)。 			

*概要を、簡潔に300字程度で記載して下さい。

*得られた成果、ならびに成果の発表状況を、研究目標に対応させて、具体的に箇条書きで記載して下さい。
*図表等を用いたより詳細な説明を、補足資料として添付して下さい。

	<p>○大玉・大粒果実のブランディングについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大玉・大粒果実の差別化方法の一つとして、果皮に文字等を入れる着色抑制手法を開発した。資材は産業技術センター、栽培方法は果樹試験場で検討を行い、モモではメッシュ資材と伸縮性シールを用いた着色抑制手法を開発し、H29年に特許出願を行った。ブドウではシール貼付により、欧州系赤色品種において着色抑制が可能であることを確認し、図柄の明瞭さにアントシアニン含量とアントシアニンのアシル化率が関与していることを明らかにした。また、図柄を入れるのに適したシール資材を選抜した(平成29年度果樹試験場成果情報(モモ)、平成30年度果樹試験場成果情報(ブドウ))。 ・モモ着色抑制については、JA等を通じてモモの着色抑制の現地実証を行ったところ、商品化率が7割を超える栽培者が多く、7割の栽培者が今後も取り組むことに意欲的であった。 ・大玉・大粒果実専用パッケージの開発では、個売りパッケージ(1個売り・粒売り)や、ディスプレイに使用可能な、ブドウの脱粒抑制効果のある干渉フィルムを用いた新規パッケージを試作した。また、県オリジナル品種のモモ「夢みずき」における大玉果実専用の贈答用箱を、JA全農やまなしと連携して製作した(平成28, 29, 30年度産業技術センター研究成果速報)。 ・大玉・大粒果実に適したブランディング方法を明らかにするため、流通および小売り関係者のヒアリング、消費者に対する店頭アンケートやグループインタビュー、ウェブ調査を行った。その結果、大玉・大粒果実にインパクトがあり、贈答需要がみこまれること、ブランドストーリーの策定・活用が重要であることなどを明らかにした。また、男女約820人を対象としたアンケート調査の解析やクロス集計の結果から、ブドウ・モモ共に東京の高所得者層に向けた贈答用市場が有望と考えられ、購買行動や満足度への影響因子を踏まえて販売指針を提示した(令和元年度山梨学院大学研究紀要掲載予定)。
<p>研究内容の変更</p> <p>* 中間評価後に研究計画、研究予算等の見直しを行った場合、変更点およびその理由を記載して下さい。</p>	<p>・特になし</p>
<p>研究成果活用の方策</p> <p>* 研究成果の波及対象(行政、民間企業、生産者等)、ならびに波及方法を記載して下さい。</p>	<p>○研究成果の波及対象</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県下のモモ、ブドウ生産者(県下モモ栽培面積3,410ha、ブドウ栽培面積4,100ha) ・全農やまなしおよび県内各JA <p>○研究成果の波及方法</p> <p>果樹試験場や産業技術センターの研究成果情報などで公表し、農務事務所(普及機関)や関係機関などを通して情報提供する。</p>
<p>継続研究計画</p> <p>* 目的達成のための中期計画のなかで、当初より継続研究を計画していた場合には、具体的計画を記載して下さい。</p>	<p>・特になし</p>