

- 平成18年に県産農産物のブランド化を牽引する「いしかわ戦略作物」に選定。生産者、JA、民間専門家等で構成するプロジェクトチームを編成し、ブランド化を推進。
- 市場からは高級商材として一定の評価を得たものの、近年、夏期の高温の影響等から着色不足が多発、出荷量が伸び悩み、商品化率の向上が課題。
- このため、普及指導員と研究員で構成する指導チームを設置し、チームによる現地集中指導を展開。
- 平成28年には、出荷23,495房、商品化率53%を達成した。



具体的な成果

「ルビーロマン」の市場出荷の拡大

■新技術の導入や指導チームによる現地集中指導により、出荷房数の増加と商品化率の向上を両立可能に。(H27→H28)

- ① 出荷房数
17,750 房 → 23,495 房
- ② 商品化率
43% → 53%



普及指導員の活動

平成28年～
好適な樹相への誘導のための診断を実施

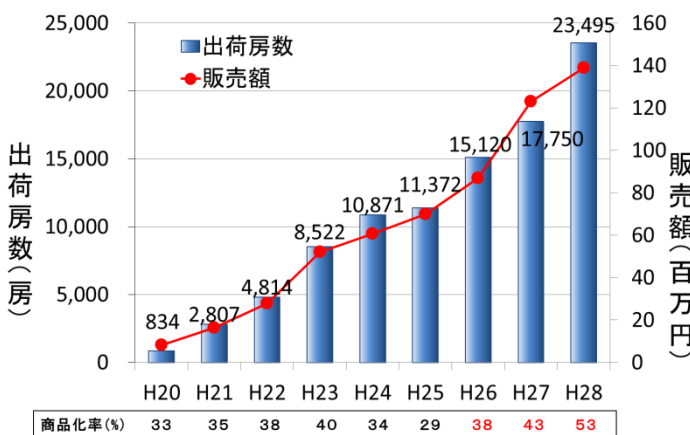


「日向棒」を用いて
棚下への光透過率を
測定(満開50日後)

平成28年～
試験研究成果や環状はく皮等
新技術導入実証ほを設置し、
その結果に基づき栽培マニュアルを作成



環状はく皮



■優良生産者の経営を元に作成した経営指標を示して、産地の規模を拡大。(H27→H28)

- ① 栽培面積
17.1ha → 18.3ha

普及指導員だからできたこと

・現場における技術的課題の発見と試験場の試験設計への参加、研究成果の普及促進

・生産者・消費者・流通関係者との協力関係を構築し、栽培や流通に関する課題に対してプロジェクトとして取り組む体制を整備

ぶどう「ルビーロマン」の生産拡大とブランド化の推進

活動期間：平成28年～31年度

1. 取組の背景

・石川県のぶどう生産は、小粒の「デラウェア」が栽培面積の約7割を占めていたが、全国的には大粒ぶどうが主流となっており、生産者からは消費者ニーズに合った大粒ぶどう、特に市場でも希少な赤色の大粒ぶどうを育成してほしいとの強い要望があったため、平成17年に「ルビーロマン」を品種登録出願(平成19年品種登録)するとともに、「ルビーロマン」のブランド化による県ブドウ産業の活性化に向けたプロジェクトを立ち上げた。



・「ルビーロマン」のブランド化に向けて、①ブランド品目の流通販売体制の構築、②地名度向上に向けたPR活動、③優良種苗の生産・供給による栽培面積の拡大、④試験研究の実施と生産者への技術指導による栽培技術の確立と普及を課題に設定し、関係機関がプロジェクトを組んで課題解決に取り組んだ。

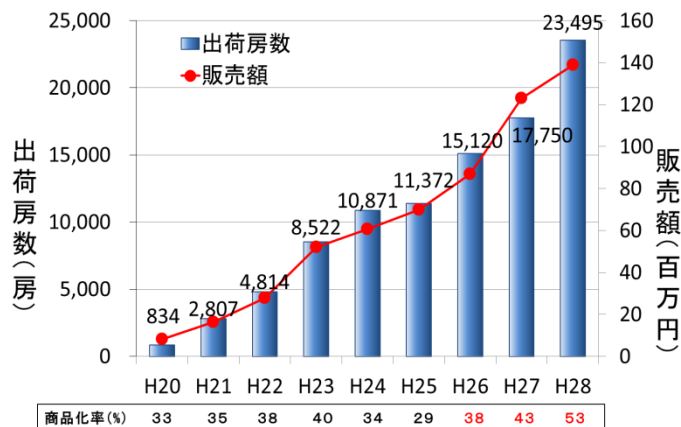
2. 活動内容(詳細)

- ・満開50日後の棚下への光透過率を、「日向棒(ひなたぼう)」を用いて測定する等、好適な樹相へ誘導するための診断を実施(平成28年～)
- ・試験研究成果や環状はく皮等新技术導入実証ほを設置し、その結果に基づき栽培マニュアルを作成(平成28年～)

3. 具体的な成果(詳細)

・新技术の導入や指導チームによる現地集中指導により、出荷房数の増加と商品化率の向上を同時に達成できた。(H27→H28)

- ①出荷房数
17,750房 → 23,495房
- ②商品化率
43% → 53%



- ・優良生産者の経営を元に作成した経営指標を示し、ルビーロマンの導入
- ・拡大効果を丁寧に説明することで、産地の規模が拡大した。(H27→H28)

①栽培面積

17.1ha → 18.3ha

4. 農家等からの評価・コメント

・ルビーロマンの誕生により、それまで自分達で販売促進活動を行っていたが、全農いしかわが担ってくれたことで、高品質生産に注力することができるようになった。また、全県を通じた現地講習会を通して、自らの生産方法を振り返る事ができ、自分の技術のレベルアップに繋がった(かほく市A氏)

5. 普及指導員のコメント

・これまでの事務所毎の独立した指導ではなく、中央普及支援センターを中心とする県内全事務所の一貫した指導体制となったことで、若手普及員のレベルアップに繋がった。また、ルビーロマンの導入が進むにつれ、農家同士の会話、交流が生まれて産地の活性化に繋がった。(中央普及支援センター・主幹・中野眞一)

6. 現状・今後の展開等

プロジェクトチーム一体となって活動するとともに、生産者・関係者が役割分担(生産者：良品生産・生産拡大、JA：販促・PR活動、県：生産振興・技術確立)を明確にして課題解決に取り組むことで、「ルビーロマン」を全国に誇れるブランドへ育てたい。