

## 課題名

## ピオーネ産地の活性化

美作広域農業普及指導センター 副参事 美土路 和彦

<活動対象> J Aつやまブドウ部会連絡協議会(8組織、316戸、ピオーネ 81ha)

### 1 調査研究や普及活動の背景

津山地域のぶどうは津山市、鏡野町、久米南町、美咲町に8つの生産組織があり、J Aつやまブドウ部会連絡協議会を設立して生産振興を図っている。新規栽培者が毎年継続的に確保されており、栽培希望者や新規栽培者の早期技術習得や交流が求められている。

一方、今後の産地活性化のためには、実需者ニーズを把握した生産・出荷が望まれる。そこで、平成 27 年度にマーケティング推進事業を活用し、市場等へのマーケティング調査を行った。その結果、ピオーネでは中程度の房サイズ、着色の向上、6～10月までの安定出荷、ギフト需要期の出荷増などの要望が明らかとなった。

### 2 活動の内容

#### (1) 具体的な調査研究や普及活動の内容

##### ア 新規栽培者の育成

- ・市町単位の栽培希望者及び初心者を対象とした「地域帰農塾」を、津山市と美咲町で開催し、個人毎に樹の一部を割り当てた実習形式で基本技術の習得を進めた。研修終了後には生産組織への加入を勧めた。
- ・管内全域の栽培希望者及び栽培開始後3年未満の農家を対象に、基礎的な栽培技術の習得と相互交流を図る目的で、「初心者の会」(会員51名)を年6回開催した。各地域の特徴を知ってもらうため、実施地域(市町)は毎回変えて開催した。

##### イ 生産販売戦略の樹立と生産計画の明確化

- ・平成27年度、農協と協力して主要取引市場や仲卸等を訪問し、産地に対する具体的な要望(出荷の時期と量、規格、品質等)を調査した(図1, 2)
- ・調査結果と販売実績を関係機関と検討し、生産販売戦略を樹立した(表1)。
- ・平成28年度、農協と推進会議を行い、生産販売戦略に基づいた生産計画を決定し、販売促進について協議した。
- ・産地の情報資料を、農協と協力して主要な作型毎に作成し、各市場へ提供した。
- ・生産者に直に市場の要望を聞いてもらうとともに販売促進を行うため、各生産組織の代表者と関係機関が大阪市場を訪問し、トップセールスを行った。

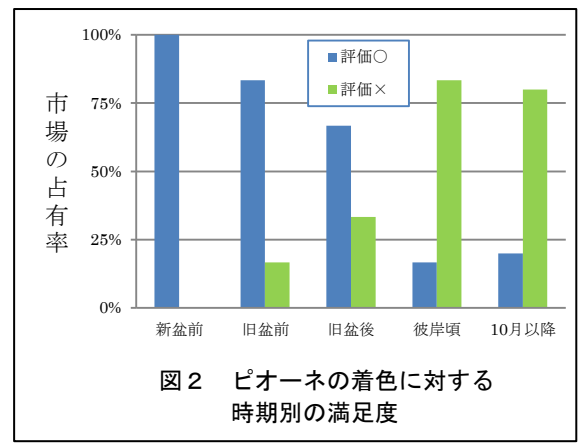
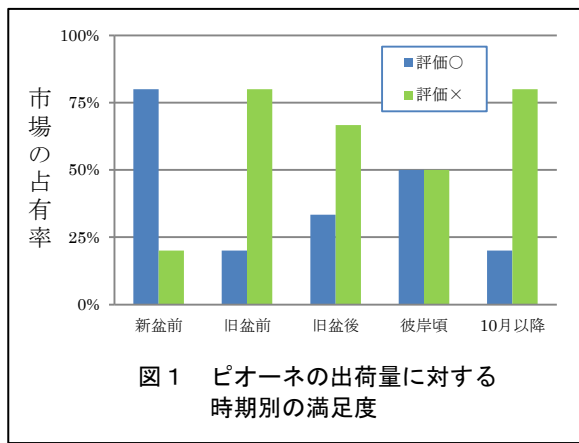


表1 ピオーネの生産販売戦略

項目	課題	対策
出荷量	<ul style="list-style-type: none"> <li>6～10月までの安定出荷（新盆前と彼岸頃以外は不足）</li> <li>ギフト需要期の出荷増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加温ハウス導入の推進</li> </ul>
着色	<ul style="list-style-type: none"> <li>簡易被覆栽培での着色不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>着果過多の防止</li> </ul>
房サイズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>中房（5kg コンテナ箱で8房程度）の要望が強い</li> <li>簡易被覆栽培の後半に大房の比率が高くなる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中房づくりの徹底</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;">           ハウス栽培での目標            8房（～7房まで）／5kg            簡易被覆栽培での目標            8房（9～7房まで）／5kg         </div>

ウ 品質向上と加温ハウス導入の推進

- 普及センターが開発・作成した「果軸調整棒」を管内の生産組織の全員に配布し、講習会等で中房（550～650g）づくりや着色向上を指導した（写真1）。
- 加温ハウスの推進資料を作成し、各生産組織の講習会や初心者の会等で活用した。



写真1 果軸調整棒と使用方法

(2) 所内の活動体制

- 果樹担当では機能班体制の利点を活かし、担当地域を越えて新規栽培者の情報を共有し、「初心者の会」には担当者全員で対応した。
- 新規栽培者を対象とした活動では、担い手担当とリスト作成などで連携するとともに、「初心者の会」や「地域帰農塾」に参加してもらい、情報共有を図った。
- 経営担当と協力し、市場調査の分析や生産販売戦略の樹立を行った。

(3) 関係機関等との連携・役割分担

- 「地域帰農塾」では市町が事務局を、普及センターが技術指導を担当した。
- 「初心者の会」では普及センターが主体となり、農協、市町と協力して会場

や駐車場の確保等を行った。

- ・市場調査や生産販売戦略樹立では、普及センター、農協、JAつやまブドウ部会連絡協議会がプロジェクトチームを結成して活動した(図3)。農林水産総合センターや対外戦略推進室からは助言や情報提供を受けた。

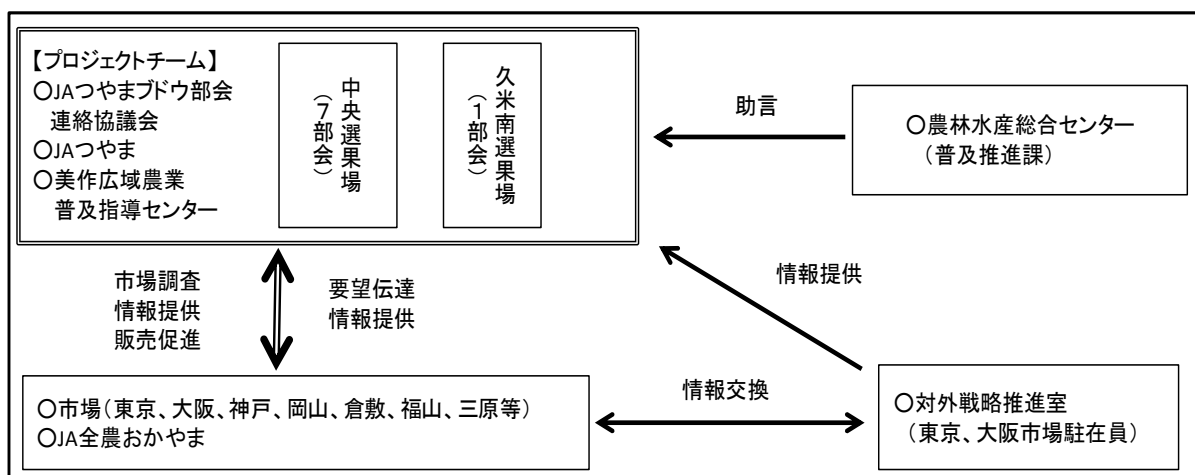


図3 プロジェクトチームの概要

### 3 活動の成果

#### (1) 新規栽培者の育成

- ・新規栽培者は継続して確保され(図4)、平成26年度は6人、平成27年度は10人、平成28年度は現時点で8人確保できた。また、初心者の技術習得を円滑に図ることができた。
- ・新規栽培者の増加により産地が活性化し、生産者の規模拡大が加わって出荷量や販売金額が増加している(図5)。

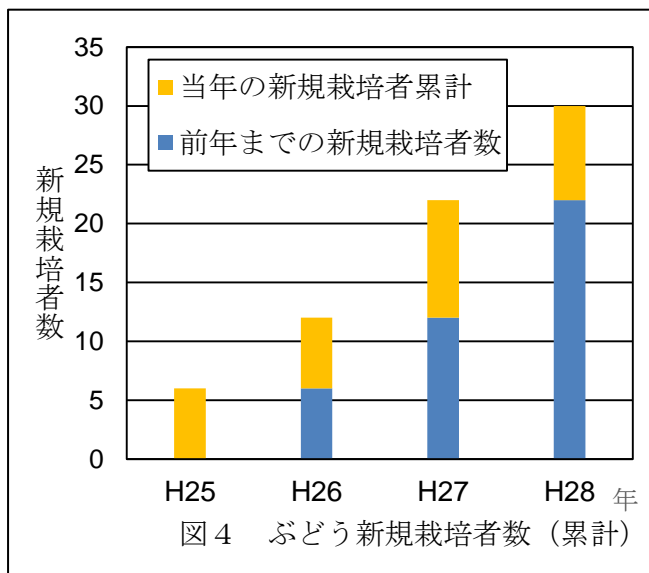


図4 ぶどう新規栽培者数(累計)

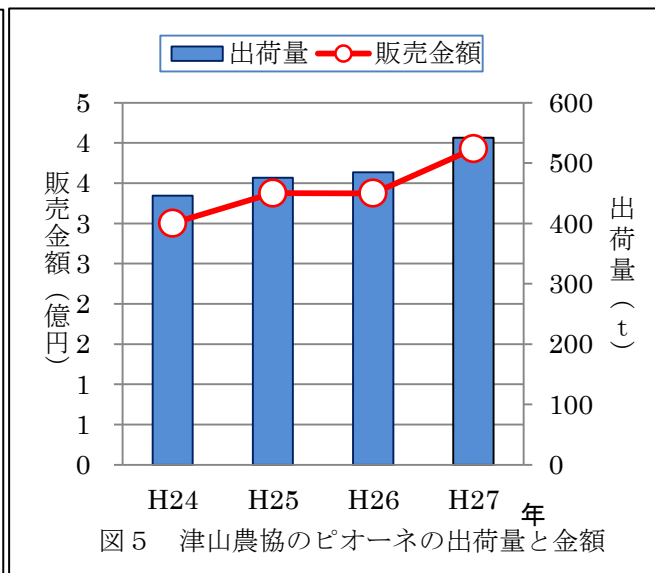


図5 津山農協のピオーネの出荷量と金額

#### (2) 生産販売戦略の樹立と生産計画の明確化

- ・今回のマーケティング活動を通じて、津山地域全体の生産・販売が検討され、全ての生産組織が共同で取り組む生産販売戦略が樹立された。
- ・各生産組織の生産者と市場訪問を行うことにより、市場との情報交換が行われ、実需者ニーズに応じた生産・出荷を行うことへの生産者の理解が進んだ。

#### (3) 品質向上と加温ハウス導入の推進

- ・715g以上の大房（5kgコンテナ箱で7房以下）の割合が減少し、秀品率が向上した。房づくりにおける果軸調整棒の効果が認められた。
- ・加温ハウスを推進した結果、平成28年度は新たに6戸、81a確保できた。

#### 4 残された課題と今後の取組方向

##### (1) 新規栽培者の育成

###### ア 残された課題

- ・「初心者の会」は会員が多く、駐車場が確保できる会場を毎回会員内のみで選定することは困難である。
- ・「地域帰農塾」では小規模で栽培を希望する人が比較的多く、経営感覚を養う必要がある。

###### イ 今後の取組方向

- ・「初心者の会」は、会員以外の会場を選定する等、開催方法を検討する。
- ・「初心者の会」や「地域帰農塾」で、講習内容に農業経営を取り入れ、新規栽培者育成の効果を高める。

##### (2) 生産販売戦略の樹立と生産計画の明確化

###### ア 残された課題

- ・戦略推進のため生産者は実需者ニーズの理解をさらに深める必要がある。
- ・個々の経営体の所得向上のためには規模拡大が必要と考えられ、実需者ニーズに応じた大規模経営モデルを提示する必要がある。
- ・平成28年度の実績や市場等実需者の評価を踏まえた生産販売戦略の反省と改善を行う。

###### イ 今後の取組方向

- ・生産者が実需者ニーズを理解するために、各生産組織で市場視察の実施と参加を促し、自産地だけでなく他産地の評価・動向も見聞してもらおう。
- ・実需者ニーズに応じた生産の実行による収益向上モデルを提示する。
- ・生産販売戦略の再検討と、平成29年度に向けての改善を行う。

##### (3) 品質向上と加温ハウス導入の推進

###### ア 残された課題

- ・果粒肥大が小さい場合、房サイズが中房に達しない場合がある。
- ・市場の要望に対し加温ハウスの出荷量はまだ不足しており、また出荷が一時期に集中している。

###### イ 今後の取組方向

- ・果粒肥大が小さい場合は、果軸長はそのままに粒数を多めに残し房サイズを調整する、などの応用技術を検討する。
- ・引き続き加温ハウスを推進するとともに、加温ハウス所有者または希望者へ栽培面積拡大と複数の作型導入を推進する。