

# ブランド農畜産物の確立への 普及活動の関わりについて

生産局 農産部  
技術普及課

平成 2 5 年 5 月

農林水産省

# ブランド農畜産物の確立への普及活動の関わりについて

○ ブランド農畜産物の確立のために、生産者・JA・市町村・都道府県（行政・普及・研究部局）等の多くの関係機関の連携による様々な活動が実施されている。

○ この中で、普及指導センターは普及活動による各ブランド特有の特別な栽培技術指導や関係機関の連携のコーディネート等により、ブランド農畜産物の確立とそのブランド力の向上に大きく貢献している。

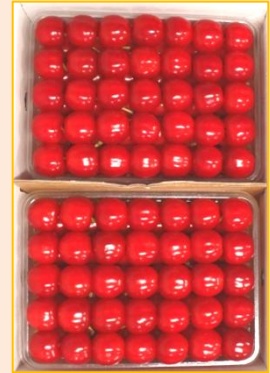
## さくらんぼ「佐藤錦」(山形県)

■ 全国のさくらんぼ生産量の約7割を占める、山形県を代表する品目。

■ ブランド化に向けて、生産者、JA、行政（普及、試験研究機関）等が一丸となって良食味・高品質生産に努めた結果、国内生産量の7割を占め全国的なブランドを確立。

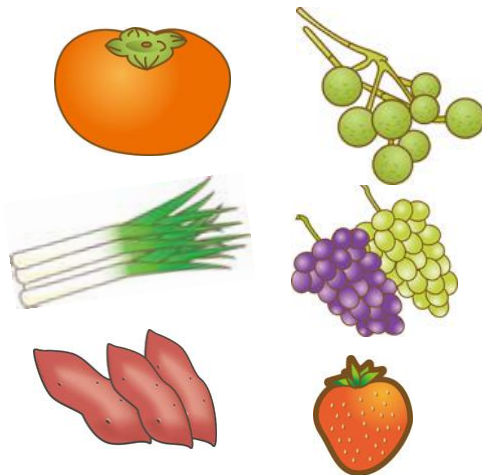


■ このうち、普及指導センターでは、◎裂果防止技術（雨よけハウス）や、低樹高化等による樹形改善技術、大玉生産のための栽培管理技術等の普及に努め、食味の良い「佐藤錦」の高品質・安定生産に貢献。



◎ また、ハウス加温栽培や県オリジナル品種「紅秀峰」の導入等による出荷期間の拡大を図り、長期出荷体制の確立に貢献。

◎ 平成19～21年まで結実不良が続いた際には、受粉樹や訪花昆虫の不足による受粉環境の不良が原因の一つであることを明らかにし、現地実証ほにおいて、受粉樹の導入効果や訪花昆虫の飼育法を実際に生産者に示すとともに、研修会では優良事例を紹介する等、受粉環境の改善技術を普及。



## いちご「とちおとめ」(栃木県)

■形や色がよく、食味が良好な品種。栽培面積、生産量とも全国一。「いちごと言えば栃木のとちおとめ」のイメージが一般消費者にも浸透し、ブランド化に成功。

■平成7年頃、県内主要品種であった「女峰」に代わる、より高品質、高収入な品種が実需者、産地から求められていた。

■県では試験場が育成した新品种「とちおとめ」(平成8年品種登録)の試作結果が良好だったことから、**県(行政・試験研究・普及)、JA組織等の関係機関で協議を重ね、全県下で導入することを決定。いちご生産振興運動を展開し、関係機関一丸となってブランド化を支援。**



■このうち、**普及指導センターでは、**

◎平成9年の品種導入から産地確立までの全段階において**常に試験場、JA営農指導員等と連携し、栽培指導の徹底、早出し夜冷育苗の拡大等、安定的な高収量の確保に貢献。**

◎導入当初は女峰との品種特性の違いや、果実の傷み、炭疽病等の発生により、収量・品質が安定しなかったが、**とちおとめに合わせた促成早出し育苗、温度・肥培管理、病害虫防除技術の指導を徹底**することにより、安定した収量・品質を確保。平成16年には県内いちごがほぼ100%とちおとめとなり、以後は安定して年間200億円以上の売り上げを維持。

◎安全性向上のため、平成19年から全生産者が取り組んでいる**GAP(農業生産工程管理)について、農薬の適正使用、衛生管理等を指導し、安全・安心・高品質ないちご生産を支援。**

## ねぎ「深谷ねぎ」(埼玉県)

■甘くてやわらかな埼玉自慢の味。明治時代後半から深谷市を中心に生産。ねぎ産地として栽培面積、生産量とも全国一(平成18年調べ)。

■ブランド力向上のため、**市、JA、産地市場、普及指導センター等の関係機関が連携して、地域商標登録に向けた取組**や深谷ねぎ料理のレシピ公開、全国ねぎサミット開催等、**ねぎ産地をリードする活動を展開。**



■作業の省力化や経営規模の拡大を図るため、平成14~16年度に、**県(試験場、普及)、農機メーカー、JAとの共同研究**により、ネギ平床移植機を開発。



■このうち、**普及指導センターでは、**

◎昭和20~30年代にウイルス病が問題となった際、**防除体系の確立と防除指導を実施**。併せて、優良系統の選抜、共同採種を支援。現在は、**輪作や土づくりを含めた総合的な防除指導**により、安定生産を推進。

◎安全性への関心の高まりに対し、平成14年からのイムノアッセイを活用した「JAふかや安全・安心野菜システム」の運用に伴い、**減農薬・減化学肥料栽培支援のための研修会や実証ほの設置、農薬の飛散防止対策の指導等**の取組を実施。

◎輸入ねぎに対応するための産地強化策の一環として、定植~収穫・調製作業までの機械化一貫体系やJA青果ステーションによる出荷調整作業の外部化等、**省力・低コスト生産体制を推進し、大規模経営農家の育成、経営基盤の強化を支援。**



## かき「富有柿」(岐阜県)

■岐阜県発祥の甘柿を代表するブランド。柿の王様として市場・消費者から評価。

■明治32年の岐阜県農会主催のかき展覧会で一等になった御所柿が、その後広く世に紹介されたもの。



■昭和25～35年頃に戦後の食糧難の緩和と成長拡大政策の影響で、また昭和40年代半ばからは水田転換の推進に伴い、栽培面積が急速に増加し、昭和50年代には1,900haに至った。



■このうち、普及指導センターでは、

◎水田転換に伴うかき団地の造成や、面積の急増に伴う協同選果施設の導入等に向けた地域の合意形成の支援を行うとともに、栽培技術の指導を徹底し、収量・品質を確保。

◎昭和60年代に入り新興産地の台頭が続く中、ブランドの再構築に向け、県を上げて「大きくて、赤くて、うまいかきづくり」運動を推進。その中で特に、試験場が中心となって開発した新しい施肥改善技術を中心に、①施肥改善 ②縮・間伐の徹底 ③土づくり ④摘蕾・摘果の徹底について、県下各産地に実証展示ほを設け、早急な現地普及に貢献。

◎平成20年からは、特別な基準をクリアした富有柿の最高級品である「果宝柿」のブランド確立に向け、試験ほを設置し、栽培技術の確立に取り組んでいる。

また、東京の果実専門店等で実施している「果宝柿フェア」において、果宝柿のPR、試食・アンケート等の支援を行う等、更なるブランドの確立に向けた取組を関係機関と協力して推進。

## うめ「紀州南高梅」(和歌山県)

■果肉が厚く豊産性で、陽光面は鮮やかに紅色着色する。梅干しの最高級ブランドとして全国に定着。

■昭和50年頃から産地の加工業者が減塩の調味梅干し等を開発し、消費が飛躍的に拡大。



生産側は、消費拡大に対応すべく、農家、JA、市町村、県が一丸となり「南高」の安定生産技術の確立と農地造成等により生産を拡大。



■このうち、普及指導センターでは、

◎自家受粉できないため着果が安定しない「南高」に適する授粉品種の選定やミツバチの放飼等、着果安定対策技術の確立と普及を支援。

◎昭和50年代以降、盛んに行われた農地造成事業の実施に向けた集落の合意形成を強力に支援。

◎農家発案の「ネット収穫」(園地内にネットを敷き、完熟落下果実を収穫する方法)の調査研究をJA等と実施。省力化と衛生面から普及を支援。

◎平成に入り樹勢が低下する現象が発生した際には、市町村、JA、県試験場及び農家の対策部会等とともに現地栽培実証等を実施。その知見を基に栽培管理マニュアルを作成し、研修会等を通じて栽培管理技術の改善を推進し、生産の安定化を図るとともにブランド維持に貢献。

## ぶどう「島根ぶどう(デラウェア)」(島根県)

■甘さと適度な酸味を兼ね備えたデラウェア。4月～6月の出荷量は全国有数。



■昭和30年代から、全県共販体制により、島根ぶどうとしてのブランドを確立。

■全農島根県本部、各JA、島根県が一体的に、生産から販売までの対策に取り組み、時代に合った規格の改善、出荷予測システム的确立による出荷予測情報の提供、全国一斉フェア等によるPR等を行い、島根ぶどうのブランド力向上に取り組んだ。

■このうち、普及指導センターでは、

◎平成に入り、作型の前進化による樹勢衰弱による単収低下が問題となった際には、早期成園化を可能とする密植栽培への転換を推進するため、実証ほの設置、現地検討会の開催、栽培マニュアルの作成等を実施し、単収のV字回復に貢献。

◎燃油価格高騰等の経営コストの上昇による収益性の低下に対応するため、平成18年頃から、養液土耕栽培技術の実証試験の実施や栽培マニュアルの作成等により技術導入を推進し、コスト削減や単収・品質の向上を支援。

## ぶどう「ピオーネ」(岡山県)

■大粒、種なし、甘いぶどうとしてブランドを確立。栽培面積、生産量、品質とも全国一。

■県農業試験場が、昭和57年にピオーネの「大粒・種なし化」の安定生産技術を確立。

昭和58年から順次マニュアルを作成し本格的な生産振興に取り組み、平成14年～18年には、「ピオーネ王国おかやま」の創造を目指し、各地域に県(振興局、普及センター)、市町村、JAで「ピオーネ王国推進隊」を結成。研修会の開催等、地域の特色を活かした活動を展開した結果、栽培面積、生産量、品質とも全国一のブランドとなった。



■このうち、普及指導センターでは、

◎品種導入期(昭和58年～62年)に、栽培のポイントとなる無核化処理や房作りを中心に、講習会や展示ほを活用した技術指導を徹底し、急速な品種転換に貢献。

◎面積拡大期(平成14年～18年)には、適地の選定や栽培マニュアルの作成、研修会の開催等での技術指導により、県内全域への急速な栽培面積の拡大と安定生産を推進。

◎栽培面積拡大後も、ピオーネスクール等の開催による新規栽培者の確保や栽培技術の指導を徹底し、安定的に高収量・高品質を確保。



## 甘藷「なると金時」(徳島県)

■ 砂地畑で栽培された色鮮やかな紅色でホクホクとした自然の甘みと食感が特徴。甘藷のトップブランドとして有名。

■ ブランド化に向け、平成16年には、**JA・市町村・普及組織からなる戦略会議を立ち上げ**、関係機関が連携して産地計画を策定。平成19年には、**県、JAで「なると金時」協議会を設立し、地域団体商標「なると金時」を取得**。

■ 高品質化に向け、県研究所において「手入れ砂基準」(平成10年)や「土壌水分管理指針」(平成15年)を作成。

■ このうち、**普及指導センターでは**、  
◎昭和60年代に関係機関と連携して、**带状粗皮症**に対応するため、ウイルスフリー苗の生産に向けて**苗生産体制確立への支援**を行うとともに、**研修会や展示ほによる実証**等により、ウイルスフリー苗の利用を推進。

◎ブランド確立期(平成10年頃以降)には、**手入れ砂により、適正な栽培環境が維持できるよう指導を徹底**するとともに、**実証ほの設置等により土壌水分管理指針に基づく水管理を普及**する等、産地全体の高品質化と栽培の高位安定化に貢献。

◎平成18年には、ポジティブリスト制度に対応した**農薬適正使用研修会等による農薬飛散防止技術指導、フェロモントラップの集団設置、ドリフトマスター導入支援による防除体系の確立**に貢献。



## 完熟マンゴー「太陽のタマゴ」(宮崎県)

■ 一度食べたら忘れられないトロピカルで濃厚な甘み。樹上での完熟や糖度等、一定基準を満たす果実を「太陽のタマゴ」として認証。

■ 施設野菜やハウスミカンの産地である県央地区において、収益力のより高い農業経営を目指すため、昭和61年頃から**市町村、JA、県(行政・普及・試験場)で連携し、新規導入品目として推進**。

■ ブランド化に向け、**みやざきブランド推進本部(県、経済連等)による、商品ブランド認証基準の作成、市場、果物専門店等への周知**等により、ブランドを確立。

■ このうち、**普及指導センターでは**、  
◎昭和61年の品目導入直後の試行錯誤の時期に、**地域に適した栽培技術マニュアルの作成や講習会の開催**等により、基本技術を確立・普及。

◎面積拡大期(平成13年頃～)に生産者間の技術のばらつき等が課題となった際には、**定期的な講習会や徹底した個別指導の実施、新規取り組み者の栽培開始前からの支援**等により、産地の安定拡大を支援。

◎ブランド品として重要な、**高品質、安定出荷を支える栽培技術や出荷予測の支援**も継続して実施し、ブランド力の向上を支援。

◎最近の重油価格高騰への対応として、**ヒートポンプ導入と適正使用の指導**により、生産者の安定経営を支援。

◎品質低下を招く病害虫の発生抑制対策として、市町村、JAと連携し、化学農薬のみに頼らない**総合的作物管理(ICM)の考え方の普及と技術の定着**を支援。



## きゅうり「岩瀬のきゅうり」(福島県)

■昭和29年に福島県岩瀬地方で栽培が開始された「岩瀬きゅうり」は、夏秋期の収穫量が全国一のブランド産地となっている。



■このうち、普及指導センターでは、

◎導入期から発展期に移った昭和45年頃から、接ぎ木栽培の導入や施設栽培の導入を支援し、産地拡大に寄与した。

◎また、適正な肥培管理の徹底により、コスト削減及び環境に負荷をかけない栽培法を確立するなど、栽培管理技術の高位平準化等に尽力した。



◎中でも、普及指導員自らが開発した「防虫ネット被覆栽培」の普及により、それまで課題とされてきた急性萎ちょう症を大幅に減少させ、さらに、農薬の使用回数を大幅に低減させる栽培技術を開発するなど、安定生産の普及に大きく貢献した。

◎さらに、防虫ネットの被覆を活用したミツバチ放飼により品質向上(流れ果、曲がり果を防止する)を図る技術を開発普及し、生産性の向上に寄与した。

■現在は、より安全・安心に配慮した岩瀬きゅうりのブランド化を図るため、IPMの本格導入へ向け、生産者・関係機関とともに検討している。

## 桃「あかつき」(福島県)

■県内で生産される桃の半分以上を占める主力品種で、全国でもトップクラスの品質を誇り、福島県ブランド認証産品となっている。



■「あかつき」は、昭和27年に農林省農業技術研究所園芸部(現(独)農研機構果樹研究所)で「もも農林6号」として育成された。当時の主力品種よりも日持ちや糖度などの優れた品種特性を持っていたが、「小玉」という欠点から、昭和46年に試作が中止された。

■しかし、福島県では、全国で唯一試験栽培を継続し、試作農家とともに着果管理、せん定、肥培管理(樹勢管理)等の栽培管理の改善により、果実を大きくする栽培方法を確立した。

■このうち、普及指導センターでは、

◎試作農家と連携し、試験研究に活かすためのデータ収集・蓄積・分析等を行い、品種能力を最大限に引き出す栽培管理方法の確立に寄与した。

◎また、大玉生産を図る「着果調節技術」や「性フェロモン剤を使用した化学農薬低減技術」等の普及定着化をとおして、技術の高位平準化を図り、栽培面積の拡大を図った。

■昭和54年に「福島にちなんだ名前」ということで「信夫三山暁まいり」から現在の「あかつき」として正式に登録された。



## 枝豆・大豆「小糸在来<sup>®</sup>」(千葉県)

■「小糸在来<sup>®</sup>」は、君津市の小糸川流域で守り育てられてきた在来の大豆で、香りとうまみの豊かな秋の限定枝豆として、市場、加工業者及び消費者の高い評価を得ている。



■生産が絶えようとしていた地域の在来大豆に普及組織が着眼し、平成16年から市・JAと連携し、新規導入品目として推進。生産者団体「小糸在来愛好クラブ」が中心となって地域特産品として復活、平成17年には登録商標を取得した。



■このうち、普及指導センターでは、  
◎平成15年から、関係指導機関と連携を図り、生産に興味を持つ農業者の組織化をすすめ、平成16年5月に「小糸在来愛好クラブ」を立ち上げた。以降、農業者と共に在来系等の選抜や栽培技術を研究し、品質・収量の安定化を図ると共に、販売促進活動を通じてマーケットを広げ、枝豆・大豆を産地化した。

◎JA、地元企業、地元女性起業家との連携により豆乳、納豆、焼酎、豆腐、アイスクリームなどの多様な加工品を開発（平成17～24年）し、名産品としての評価が高まった。

◎オーナー制の取組を生産組織に提案し、活動を支援（平成17年）したことにより、耕作放棄地の解消が進むとともに、交流人口が増加し、地域に活力が出てきた。

## 甘しょ「大栄愛娘」(千葉県)

■しっとりとした上品な甘さと口あたりで、冷めても美味しいことが特徴。45日以上貯蔵して甘みを引き出してから出荷している。



■成田市大栄地区・下総地区中心に、価格低迷していた甘しょの打開を目指して、普及組織が新たなブランド品の創出を提案。その結果、品種が選定され、平成13年2月に生産者の組織「甘しょ育成研究会」が結成された。

■ブランド化に向けて、研究会で定めた基準に基づいて栽培されたもので、食味検査に合格したものを出荷している。平成15年10月には「愛娘<sup>®</sup>」として商標登録された。

■このうち、普及指導センターでは、  
◎JAと連携して、「甘しょ育成研究会」の運営支援を行い、消費者が好む小ぶりな芋を作るために「水平植え」を推進。平成18年の天候不順により「丸いも」が多発した際には、発生要因と対策について取りまとめ、生産の安定化を図った。

◎女性の視点からの販売促進活動の重要性を訴え「愛ちゃん応援団」の組織結成(平成17年)を支援。「大栄愛娘」の認知度向上に貢献した。



◎消費者アンケートや販売実態調査(平成19～20年)により、大栄愛娘の販売・流通実態を把握し、販売に活かせるように支援した。



## いちご「あまおう」(福岡県)

■「あかい、まるい、おおきい、うまい」が特長のいちご。平成14年のデビュー後、全国で抜群の知名度を誇る高級いちごの代名詞として成長。

■厳寒期にもきれいに赤く色づく、大玉を育種目標に福岡県で育成。早急にブランド確立するため、生産者、JA、行政、試験場、普及が生産から販売まで**一体となった取組を展開**。



■系統共販にしめる「あまおう」の販売割合は、導入からわずか3年後の平成16年度に100%となり、それ以降、**販売単価は8年連続して日本一**を記録。



■このうち、**普及指導センター**では、

◎従来品種と特性が大きく異なるため、平成14年以降、**技術実証展示ほを設置**し、「あまおう」の**栽培技術**を確立。

◎「あまおう」への全面更新を短期間で実現するため、栽培手引き作成や現地での研修会の充実等、**きめ細やかな現地対応を実施**。品種更新に係る**生産者の不安を解消**し、**速やかに技術を普及、定着**。

◎出荷の山谷や春先の食味低下に対しては、関係機関一体となった**プロジェクトチームを編成**し、普及指導センターによる調査データを基に適正な作型構成と栽培管理の改善により、**大玉で高品質な果実の安定生産を実現**。

◎重要病害である炭疽病は、防除の手引き作成や高設育苗施設の導入推進など、防除対策の徹底によって**被害を軽減**。