

- 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、**
- 高級商材として一定の評価を得ているものの、着色不足等により**商品化率が伸び悩み、市場の需要量に応えられていない。**
- このため、**普及指導員と研究員でチーム体制を組み、**現地で集中指導を実施。
- さらに、平成29年度から「開空率測定アプリ」や「熟練技術ノウハウ学習コンテンツ」など現地指導に**ICT技術の導入を推進。**

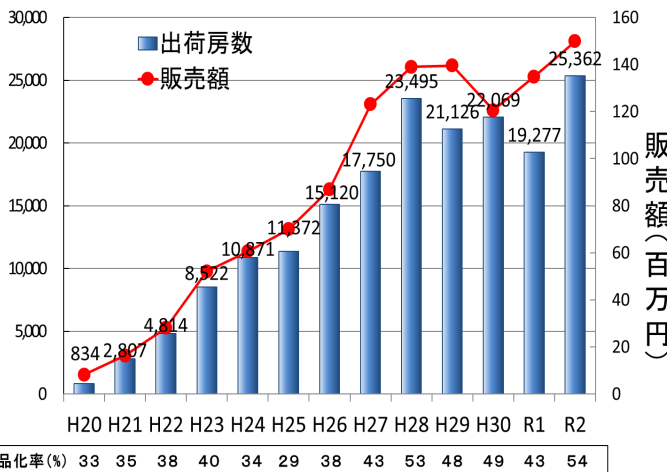


具体的な成果

「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、商品化率が向上し、出荷房数も増加。(H27→R2)

- ① 出荷房数  
17,750 房 → 25,362 房
- ② 商品化率  
43% → 54%



■ 優良生産者の経営をもとに作成した経営指標を示し、栽培面積規模を拡大。(H27→R2)

- ① 栽培面積  
8.4ha → 10.7ha

普及指導員の活動

平成28年～

- 研究成果等に基づき、新技術現地実証ほを設置するとともに、栽培指針を随時更新
- 好適な樹相への誘導のための診断を実施



第1花穂 第2花穂  
開花始期に樹相形成への影響が大きい新梢径を測定 (黄色の矢印)



「開空率測定アプリ」(平成29年～)を用い、棚下の光透過率を測定 (満開50日後)

平成29年～

- 熟練生産者の栽培技術が見える化し、新規生産者がそれを学ぶ、「**熟練ノウハウ学習コンテンツ**」を開発、活用



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
- ・ 生産者の栽培技術のレベルに応じ、**先進技術を導入し、栽培指導を実施**

- ・ 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**

石川県

## 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～令和2年度

### 1. 取組の背景

- ・全国的なぶどう生産は大粒ぶどうが主流となっていたが、本県では、小粒の「デラウェア」が栽培面積の約7割を占めており、本県の生産者から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。
- ・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」のブランド化推進による県ブドウ生産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。

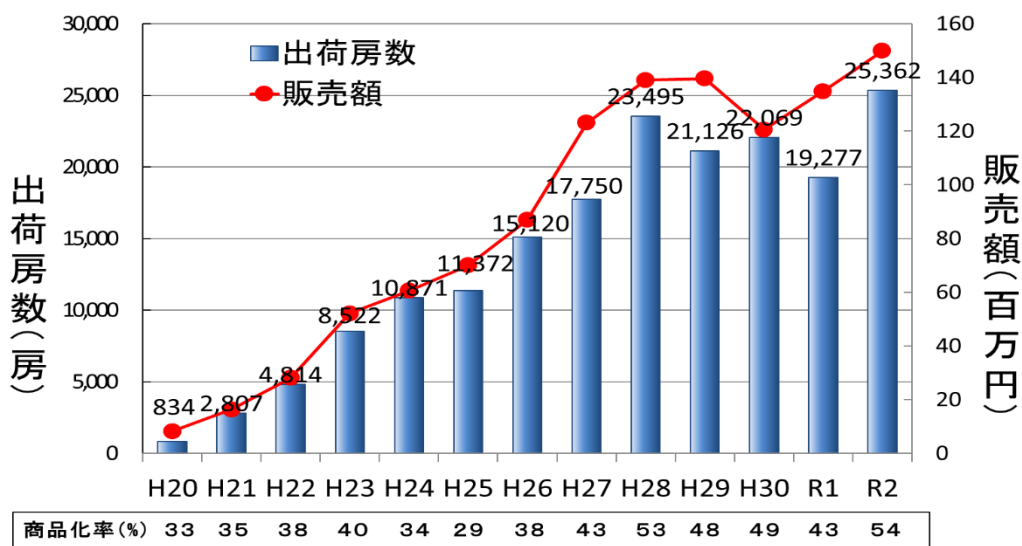


### 2. 活動内容（詳細）

- ・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～）
- ・満開50日後の棚下への光透過率を、「開空率測定アプリ」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29年～）
- ・生産者の栽培技術の底上げを図るため、熟練生産者の栽培技術を見える化し、新規生産者に早期に確実に栽培技術を習得する「熟練ノウハウ学習コンテンツ」を開発し、活用を推進している。（平成29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、商品化率は向上し、出荷房数は増加した。  
(H27 → R2)
  - ①出荷房数 17,750房 → 25,362房
  - ②商品化率 43% → 54%
- ・優良生産者の経営をもとに作成した経営指標を示し、ルビーロマンの導入・栽培面積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 → R2)
  - ①栽培面積 8.4ha → 10.7ha



#### 4. 農家等からの評価・コメント

ルビーロマンのブランド化により、それまで自ら行っていた販促活動を、全農いしかわに委託し、生産力向上に注力することにより、市場からの一定の評価を得ることができ、産地の士気向上に繋がった。

また、県統一の栽培技術指導による現地講習会を通して、地域や自らの栽培技術を客観視することで、各自の栽培技術のレベルアップに繋がったと感じている。(かほく市A氏)

#### 5. 普及指導員のコメント

中央普及支援センターの革新支援専門員がプロジェクトマネージャーとなり、各農林事務所の普及指導員、農研の研究員、JA営農指導員、全農等の関係機関が連携した取組みを行うとともに、一貫した技術指導体制を取ったことで若手普及員の高度な技術習得に繋がった。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。

また、ICT技術の活用により、これまで難しかった開空率の測定や熟練者の技術の伝達について、効果的に効率よく行うことができるようになったのは良かった。(中央普及支援センター・担当課長・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。