

# 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<sup>\*1</sup>

佐藤博紀・鈴木文晃・串田賢一・萩原栄揮<sup>\*2</sup>・里吉友貴<sup>\*2</sup>・池田博彦<sup>\*2</sup>・宇土幸信<sup>\*2</sup>・塩谷論史<sup>\*2</sup>  
伊東洋晃<sup>\*3</sup>・張華<sup>\*3</sup>

## Study on Promotion of Fruit Enlargement, and Branding, in Peach and Grape<sup>\*1</sup>

Hiroki SATO, Fumiaki SUZUKI, Ken'ichi KUSHIDA,  
Eiki HAGIHARA<sup>\*2</sup>, Yuki SATOYOSHI<sup>\*2</sup>, Hirohiko IKEDA<sup>\*2</sup>, Yukinobu UDO<sup>\*2</sup>, Satoshi ENYA<sup>\*2</sup>,  
Hiroaki ITO<sup>\*3</sup> and Zhang Hua<sup>\*3</sup>

モモ、ブドウの産地間競争は激しく、山梨ブランドの維持・強化を図るため、より魅力ある商材の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。しかし、規格を超える果実は生産が安定せず、一定の販売ルートが確立していないため、大きいという有利性が活かされていない。

そこで本研究では、食味を維持しつつ現状の規格を超えるような大玉なモモ、大粒のブドウを安定して栽培できる技術を確認し、新たな規格の設定を目指す。また、流通において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、差別化を意識した有利販売を目指すことを目的とした。

工業技術センターでは、ブランディング戦略の一つの方法として果実表面への着色抑制技術の開発と大玉・大

粒の有利性を活かすパッケージの開発を行った。

ブドウへの着色抑制の方法としてはシールの粘着度や素材を変えることで、リンゴなどに用いられている手法で表示が可能なが分かった。モモについては果実表面の毛じによりシールの使用は困難であり、伸縮性・通気性・透過性のある布に遮光性・伸縮性のシートを貼り付けたものを被せることで目的を達成した。

パッケージデザインについては、学生・JA・市場などにインタビューを実施した結果から個別売り（モモは1玉、ブドウは房でなくツブ）での販売の可能性が考えられた。そこで、収穫された果実の中から目標の大きさに近い個体を選び、それを元に3Dスキャナ・プリンタを使用し、食品サンプルを製作し、それに合わせた個別売りのパッケージのサンプルを作製した。

---

\*1 平成28年度に行った総研研究（山梨県総合理工学研究機構研究テーマ）

\*2 山梨県果樹試験場

\*3 山梨学院大学