

研究テーマ	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（第3報）		
担当者 （所属）	萩原栄揮・里吉友貴・富田晃・宇土幸伸・塩谷諭史（果試）・佐藤博紀（デザイン） 伊東洋晃・張華（山梨学院大学）		
研究区分	総理研研究	研究期間	平成 28～30 年度

### 【背景・目的】

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について検討し、差別化を意識した有利販売を目指す。差別化を進める中で、果実表面に模様を表示させる着色抑制技術の確立と、新規格や新たな売り場への提案のためのパッケージデザインを進めた。

### 【得られた成果】

着色抑制に関しては、モモの着色抑制治具を福祉施設で制作し、JAの協力の下、広範囲で実証実験を行った。ブドウの着色抑制治具は果実表皮に直接接着するものであり、安全性に疑問があったが、接着物の残存率を調査したところ問題ないことがわかった。

パッケージに関してはブランディング調査をもとに、贈答向けの小売（ブドウは1房、モモは1玉）という方向の販売を進めるため、特別感と機能性のあるフィルムパッケージを提案した。

フィルムパッケージは従来のキャップ式の梱包に比べ、全方位の耐衝撃性が向上していると考えられる。また、陳列時や贈答後の開封した際の消費者に与える印象が大きくなることを念頭に置いたデザインとした。

ブドウのフィルムパッケージに関しては大玉品種1房が入るサイズに調整し、フィルムで挟み込むことで脱粒のリスクも抑えるものとした（図1）。また、モモのフィルムパッケージに関しても今までにない梱包方法であり、贈答向けとして高価格帯に耐えうる見た目を目指した（図2）。



図1 ブドウパッケージイメージ



図2 モモパッケージイメージ

### 【成果の応用範囲・留意点】

新パッケージに関しては運搬による実証実験が必要とされる。