

西洋なし産地活性化プロジェクト

～「ラ・フランス」の消費拡大と新品種のブランド化で産地を活性化～

プロジェクトの方向性

- 食味重視のおいしい「ラ・フランス」の生産・流通・販売対策による消費拡大と販売価格の向上
- 食品製造業等と連携した新たな加工食品の商品化による付加価値の向上
- 新品種「メロウリッチ」のブランド確立による産地の活性化と所得向上

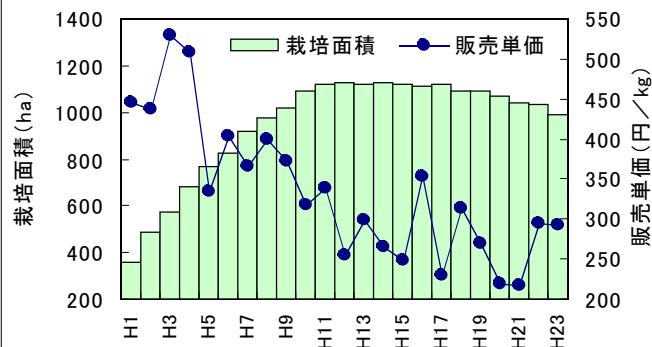
現状と課題

■ 現 状

- 「ラ・フランス」の消費需要の伸び悩み
- 販売価格の低迷により栽培面積が減少傾向
- 雪害による枝折れや老木化により生産性や品質の低下が顕在化

■ 課 題

- 消費者が満足するおいしい果実の提供による消費拡大
 - ・おいしい果実販売を重視した栽培技術の徹底、適期収穫の遵守、産地追熟の徹底
 - ・消費地における食べ頃判定手法の周知
- 更なる知名度の向上と需要の掘り起こし
- 新たな需要を創出する加工品の開発
- 老木園の改植等による生産性向上



プロジェクトの取組み概要

- 1 「ラ・フランス」消費拡大プロジェクト
 ～ラ・フランス消費拡大推進協議会を核としたおいしい「ラ・フランス」の生産販売による消費拡大の取組を強化～
 - (1) おいしい果実の生産・出荷による消費拡大
 - ・おいしさを重視した生産技術への改善
 - ・適期収穫の遵守と産地追熟の徹底の啓発や県統一販売開始日の検討・実施
 - ・消費地における食べ頃の周知や新たな食べ方の提案による需要の掘り起こし
 - (2) 消費拡大や新たな加工品開発につながる研究開発の促進
 - ・誰でも簡単にわかる食べ頃判定技術の開発と実用化
 - ・新たなカットフルーツ等の製品化技術の開発と食品製造業等と連携した新たな加工品開発の促進
 - (3) 生産性向上に向けた老木園の改植等の推進
- 2 新品種「メロウリッチ」ブランド化プロジェクト
 ～山形県「メロウリッチ」研究会を核に果実専門店をターゲットとした生産から販売までの体制づくりと実践～
 - (1) 果実専門店のニーズに対応した果実生産
 - ・大玉生産技術の開発と実証ほの設置による生産技術の普及定着
 - (2) 研究会を核とした戦略的なPR・販売活動
 - ・一元集荷販売による早期のブランド確立



到達目標 (評価指標)

- ◆西洋なしの産出額 H23 : 46 億円 → H28 : 50 億円
- ◆メロウリッチの栽培面積 H23 : 6ha → H28 : 30ha