

ブランド認証制度の推進

要約

新たなブランド化を検討する産地に対し、県の推進する「奈良県プレミアムセレクト制度」を活用し、品質保証によるブランド化のための調査、意見交換を行った。令和元年度は、梨の産地である大淀町果樹組合を対象にブランド化の方向性についての意見交換、果実品質調査を行い、新たなブランド品目として梨の認証基準案を作成した。

現状(背景)と課題

南部管内には柿や梨を初め多くの果樹が栽培されており、歴史や生産量に裏打ちされたブランドとなっている。一方で、今後の人口減少や食文化の変化を見据え、さらなるブランド力強化が求められている中、県で推進する「奈良県プレミアムセレクト」制度を活用し、新たなブランド化支援を行う。

目標

奈良県プレミアム
セレクト
認証品目数
3品目

活動内容

- 管内の果樹生産組織等に「奈良県プレミアムセレクト」制度について情報提供し、産地のブランドイメージについて情報交換しながら認証品目候補を選出した。これまで富有、ハウス柿（刀根早生）について認証基準を定めてきており、新たに梨（大淀町）について基準作成に向けた調査を行った。
- ブランド梨の評価を得るため、道の駅における試食アンケートや市場への試験出荷を行った。
- 生産者（大淀町果樹組合有志9名）、大淀町役場と密に打合せを行いながら、現状の果実品質調査の結果を踏まえ、認証基準（糖度、規格等）について検討した。

成果

- 平成30年と令和元年に果実品質調査を行い、二十世紀梨の出荷期間である9月の平均糖度を確認した。糖度は天候に大きく左右されることなく、平均11.5度程度となった。
- 平成30年に行った試食アンケートでは、糖度11度の梨と12度の梨の比較を行ったところ、「いずれも美味しい」との評価となり、両者に著しい差はなかった。
- 令和元年度に実施した市場評価では、果専門店において品質に高い評価を得たが、後発ブランドであることから採算面で課題を残した。
- 産地はブランド制度をPR素材としてレギュラー品の底上げを狙っており、生産量全体の1割程度となる糖度12.5度を糖度基準とすることとした。

◆総果実集計

	果実重 (g)	果皮色 (C.C.)	糖度 (Brix)	11.5度以上	12度以上	12.5度以上	13度以上
令和元年	485.9	4.1	11.7	75.6%	38.5%	7.4%	0.0%
平成30年	441.5	3.9	11.5	56.9%	27.5%	10.0%	3.1%



果実品質の調査

南部農林振興事務所農業普及課
担当：農産物ブランド推進第1係 林 良孝
ならけん農畜水産物ブランド認証推進事業



生産者との打合せを重ねた



現地での果実選別風景



果専店での販売の様子

普及活動のポイント

- 令和2年度に、大淀町果樹組合が生産団体として登録され、プレミアムセレクトブランドの梨が販売される。
- 生産者と密に意見交換を行い、「どのようなブランド強化を目指すのか」について十分に検討した上で認証基準案を作成することで、産地にとって活用しやすいものとする事ができた。
- 実際に販売を行う上で、広報や荷姿等、支援が必要な場面があれば引き続き支援を行う。

対象の変化

- 糖度調査等を行うことで、生産者が自身の果実品質について認識することができた。
- 大淀町果樹組合は、個々独立した観光直売梨園の組織であったが、プレミアムセレクト品を生産するにあたり規格を統一する必要がある、生産者間での意見交換が活発になった。

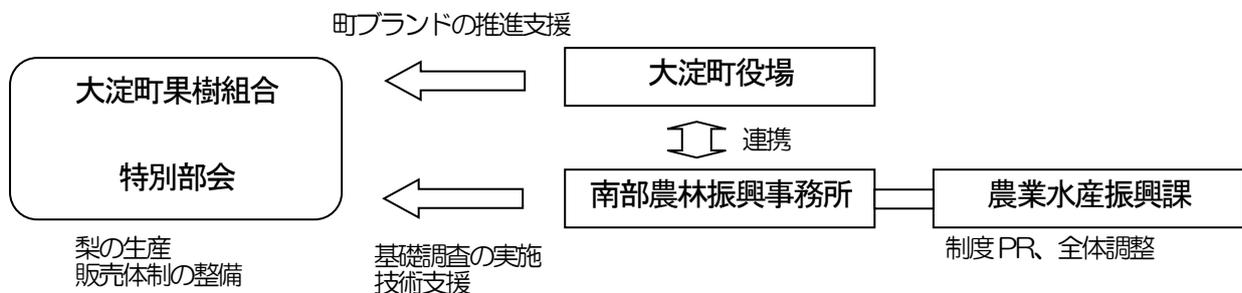
対象者からのコメント

- プレミアムセレクト品は、生産量はわずかではあるが、県の認証を得た農産物という強みを活かして今後の産地の発展につなげていきたい（大淀町果樹組合）。

これからの活動ビジョン

- 今後、認証基準に則ってプレミアムセレクト品を生産していくにあたり、より安定した高糖度生産の技術や、成績のよい樹の選抜等、安定した生産ができるような技術支援を行う。
- 販売については産地主体の活動となるが、助言等必要な場面があれば継続して支援を行う。

活動体制



用語解説

奈良県プレミアムセレクト制度

大きさや形などの外観だけでなく、糖度など品質面でも優れた特徴を持つ農作物とそれを生産する団体に対し、県が設定した基準に基づいて認証を与える制度。