

鳥取県梨産業活性化ビジョン

～ オリジナル品種のシリーズ化による旬の鳥取梨ブランドの再興～



平成20年4月

鳥取県農協梨果実部長協議会
鳥取県果樹生産指導協議会
鳥取県果樹研究同志会
全国農業協同組合連合会鳥取県本部
鳥取いなば農業協同組合
鳥取中央農業協同組合
鳥取西部農業協同組合
鳥 取 県

表紙の写真説明

梨の花と
ミツバチ

園芸試験場育成の
新品種「新甘泉」
しんかんせん

梨を利用した
加工品

鳥取大学育成の
新品種「秋栄」
あきばえ

二十世紀梨の
親木(鳥取市桂見)

園芸試験場育成の
新品種「なつひめ」

希望がふくらむ
新植梨園

園芸試験場育成の
新品種「涼月」
りょうげつ

新品種の
栽培技術研修会

はじめに

本県の二十世紀梨は、明治37(1904)年、鳥取市桂見に10本の苗木が導入されてから、来年で105年目を迎えます。

二十世紀梨の栽培は本県の気候や県民性に合致し、さらに先人のたゆまぬ努力と慈しみによって、気象災害、病害虫による被害など多くの苦難を乗り越え、全国に誇る特産品として「鳥取二十世紀梨」ブランドを築き上げてきました。

しかし、豪雪、黒斑病の多発、生産者の高齢化と担い手の減少、価格の低迷などにより、昭和58年をピークに栽培面積は減少に転じ、平成18年にはピーク時の約3分の1の1,350ヘクタールとなっています。

このような厳しい状況を打開するため、鳥取県園芸試験場では次代を担う梨品種の育成を開始し、約20年の歳月をかけ「なつひめ」「新甘泉」を始めとする本県オリジナルの新品種を育成しました。

これら新品種はいずれも高糖度であり、試食を通じて既に国内外の消費者や市場関係者から高い評価をいただいております、必ず消費者の皆様に満足していただけるものと思います。

現在、鳥取県では、本県の美しい自然環境で育まれた魅力ある食材を「食のみやこ鳥取県」として、県内外はもちろん外国にも広くアピールし、今まで以上に収益性を高め、農林水産業の振興を図ろうとしています。

梨生産者の皆様の夢と希望を盛り込んだ「鳥取県梨産業活性化ビジョン」にもとづき、新品種による次世代梨産地を育て新たな梨産業の振興につなげることが、「食のみやこ鳥取県」の大きな力になるものと確信しています。

鳥取県知事 平井伸治

目 次

ページ

1	ビジョンの目的	1
2	梨生産販売の現状と課題	1
(1)	消費者の嗜好は「いろいろなおいしい果物を少しずつ」	
(2)	二十世紀梨に偏った品種構成と廃園の増加	
(3)	気象災害を受けやすく、手間のかかる梨栽培	
(4)	鳥取県オリジナル品種の開発	
(5)	味のばらつきやすい8月の青梨	
(6)	有利販売への取り組み	
(7)	観光・商工業とのタイアップ	
(8)	農家数の減少と新たな担い手の参入	
3	ビジョンのめざすべき方向	3
4	次世代鳥取梨ブランド化への挑戦	5
(1)	オリジナル新品種を導入したおいしい旬の梨づくり	5
ア	新品種を導入による鳥取梨のシリーズ化と産地づくり運動	
イ	新品種のブランド化計画の策定と県域的な生産出荷体制の確立	
ウ	おいしい梨を作り届ける体制づくり	
(2)	生産の安定・省力化と効率的な集出荷による産地体質の強化	6
ア	機械施設等の導入と多様な雇用確保による生産安定と省力化	
イ	効率的な集出荷体制の構築	
ウ	遊休梨園の有効活用による生産環境の整備	
(3)	信頼ある産地としての販売戦略の構築と有利販売	7
ア	新品種のブランド化計画に基づいた販売・PR活動の展開	
イ	二十世紀梨の旬をアピールし、進物直販の拡大と確かな産地情報の提供	
ウ	海外市場ニーズに沿った果実を安定的に輸出	
(4)	観光資源との連携と梨のおみやげ商品の開発	7
(5)	魅力ある梨経営の確立と取り組みやすい環境づくり	8
ア	所得を確保し、ゆとりのある梨経営の確立	
イ	退職就農者など新規就農者が取り組みやすい環境整備	
5	ビジョンを実現するための方策	9

鳥取県梨産業活性化ビジョン

～オリジナル品種のシリーズ化による旬の鳥取梨ブランドの再興～

1 ビジョンの目的

このビジョンは、園芸試験場等が育成した新品種の導入とブランド化、二十世紀梨の生産安定を推進し、「旬」の梨を供給できる産地づくりと魅力ある梨経営を確立することで、梨産地の活性化をめざすものです。

また、梨は鳥取県を代表する特産品であり、県農業の基幹をなす品目のひとつです。低迷する梨産地の活力が回復すれば、農業のみならず県産業全体にも好影響があると期待されます。そこで、商工・観光業とも連携を強化し産業全体の活性化を図ることも目的とするものです。

なお、このビジョンは県が主体となり、生産者、鳥取大学、全農ととり、農業協同組合の意見を幅広くうかがいながら、おおむね10年後を目標として策定したものです。

2 梨生産販売の現状と課題

果実消費の動向

(1) 消費者の嗜好は「いろいろなおいしい果物を少しずつ」

平成17年の国民1人当たり生鮮果実年間購入数量は約30kgで、近年は、ほぼ横ばいで推移しています。品目別には、りんごやみかんがやや減少し、簡単に食べることができ栄養価も高いとされるバナナが増加傾向にあり、梨の消費は平成15年以降、約1.7kgで推移しています。

また、昭和55年頃までは大阪中央卸売市場での二十世紀梨の占有率(9月)は、果実全体の約2割以上を占めていましたが、輸入果物の増加や国内果物の新品種導入・施設化の影響によって平成16年には5%と大きく低下しており、またりんごなど近年上位を占める品目の占有率も低下し、果実消費の多様化と糖度の高い果物を求める傾向が強くなっています。

さらに、家族人員の減少等から進物箱の重量がコンパクト化するなど、購入単位の小型化が進んでいます。

生産

(2) 二十世紀梨に偏った品種構成と廃園の増加

本県特産の二十世紀梨は昭和30～40年代に植えられた樹が多く、老木化が進んでいます。平成初期から黒斑病に強いゴールド二十世紀やおさゴールドの導入が進み、約300ha(二十世紀梨の約4割)に拡大してきました。これらの導入によって、二十世紀梨の園地は若返り、黒斑病による被害も軽減され、生産の安定化が図られています。一方、昭和50年代に普及した幸水や豊水は老木化の進行と販売価格の低迷が続いたことから、栽培面積が減少しています。

そのため、県内の梨生産における品種構成を見ると、二十世紀梨(ゴールド二十世紀・おさゴールドを含む)が全体の77%を占める偏った構成となっているため、作業や出荷時期の集中が問題となっています。併せて作業性の悪い傾斜地を中心に遊休梨園も増加し、これらが病害虫の発生源や鳥獣の通り道・すみかになっている現状もあり、梨などの農産物を生産する上で地域の問題となっています。

(3) 気象災害を受けやすく、手間のかかる梨栽培

本県の梨生産は露地栽培が多く、台風や雹など気象災害による果実の落果被害が見られます。効果的な対策としての網かけ施設の導入は、一部の果樹園に限られています。また、梨栽培は袋かけ

や防除、せん定など手間と技術を必要とする作業が多く、特に二十世紀梨では5～6月の袋かけ時期に作業が集中しています。

また、本県では共同選果が主流ですが、これには一定額の選果経費がかかることから、販売価格が低落した時には農家経営の大きな負担となっています。

(4) 鳥取県オリジナル品種の開発

園芸試験場等では8月に収穫できる青梨「なつひめ」や高糖度の赤梨「新甘泉」^{しんかんせん}などの新品種を開発し、県オリジナル品種による新たなシリーズ化が可能になりました。新品種に対する農家の期待は大きく、県をあげて品質の揃った新品種の生産販売体制をつくり、梨産地を活性化させたいという声があがっています。

販売・加工

(5) 味のばらつきやすい8月の青梨

昭和50年代から二十世紀梨の出荷ピークを分散させるために、植物成長調整剤の利用や施設栽培の導入によって、本来9月に成熟する二十世紀梨の収穫を8月に前進化させてきました。しかし、8月に出荷する二十世紀梨は味のばらつきが大きく、9月に出荷される二十世紀梨の販売にマイナスの影響を及ぼすこともあり、産地としての評価を高められない現状にあります。消費者に満足していただくためには、二十世紀梨の本来の収穫時期「旬」を重視する必要があります。

(6) 有利販売への取り組み

平成12年からの市場価格低迷を背景に、二十世紀梨の進物直販や特選梨の拡大、台湾及び米国等への輸出など、各地域で有利販売への取り組みが展開され、流通は多様化しています。

収穫前に果実袋が破れ、日当たりが良くなることで糖度を向上させる「ゴールド二十世紀の半無袋栽培」や、旬を重視して樹上完熟させる「完熟二十世紀梨」など、“こだわりの二十世紀梨”を生産・販売する取り組みが広がりつつあります。

また、二十世紀梨を中心とした海外輸出では、台湾を中心に高級品としての需要が根強く、鳥取県産梨ブランドとして高い評価を得ています。

(7) 観光・商工業とのタイアップ

本県を訪れる多くの観光客に本県特産の二十世紀梨を味わっていただいています。中には「期待はずれの味だ」という声もあります。「鳥取と言えば梨」をイメージする観光客に旅館などでおいしい梨を提供し、食のみやこ鳥取県をアピールしていく必要があります。

一方、近年、関連業者と連携し梨を使ったワインやジュース、シャーベットなどの新たな梨加工品が開発されおみやげ品として販売されるなど、鳥取県をPRする素材として幅広く二十世紀梨を利活用する取り組みも見られます。

担い手

(8) 農家数の減少と新たな担い手の参入

台風・雹害などの気象災害、黒斑病の多発、さらには昭和59年の豪雪などを契機に、梨栽培面積は昭和58年をピークに減少に転じ、それに伴い農家数も減少しています。また、老木化による生産性の低下や近年の市場価格の低迷により、農家の収益性は低下しています。

一方、生産者の高齢化（平成19年の平均年齢67才）が進む中、平成14～18年に果樹分野で21人が新たに就農し、また平成13年度から始まった二十世紀梨再生促進事業を活用してイターンや退職就農者など新たな担い手が就農する動きも見られています。

3 ビジョンのめざすべき方向

生産

(1) 鳥取オリジナル品種のシリーズ化による旬の梨づくり

ア 新品種の産地化と旬の梨づくり

オリジナル新品種を鳥取梨ブランド再興の切り札として、200haを目標（平成27年）に産地づくりを行います。

味のばらつきが大きい8月の青梨を新品種へ転換し、二十世紀梨は本来の収穫時期である9月から収穫・出荷することにより、「旬」を基本とした高品質な果実を生産・販売します。

鳥取オリジナル品種によるシリーズ化のイメージ

○ は県育成品種

	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月	10月	11月
青梨	夏さやか		なつひめ	二十世紀		
			涼月	THA-3		
		ハウス二十世紀	えみり			
			夏そよか			
赤梨	TH-9	幸水	新甘泉	秋甘泉(仮称)	あきづき	新興
			秋栄	豊水	新高	王秋
						あたご

- 注) 「秋甘泉」は品種登録申請中の高糖度、自家結実の赤梨
 「THA-3」は鳥取大学育成の高糖度、自家結実の青梨
 「TH-9」は鳥取大学育成の高糖度、自家結実、早生の赤梨

イ 全国に誇れる新品種ブランドの梨産地

オリジナル新品種の生産技術の統一と選果・出荷の集約化に取り組み、品質の揃ったおいしい梨を提供することで、全国に誇れるブランドとして育てます。

ウ 消費者ニーズに対応した梨産地

梨の品質や荷姿、価格など消費者が求める商品や販売方法を把握し、国内外の多様な消費者ニーズに対応したおいしい梨を作り届ける産地をめざします。

(2) 生産安定と低コスト化による足腰の強い梨産地

ア 安定的かつ省力的に生産できる梨産地

気象災害の影響を受けにくく、安定的に梨を生産し供給できる体制を整えます。網かけ施設の導入を進め、防除や袋かけなどの省力化を進めるとともに、遊休梨園の有効利用により病害虫などの発生源を減らし、足腰の強い産地をめざします。

イ 選果・出荷の低コスト化

農家所得を安定的に確保するため、生産費の約3分の1を占める選果出荷経費の削減や広域的選果など効率的な選果・集出荷を行い、生産者の所得向上をめざします。

販売・加工

(3) 新品種のブランド化と販売チャンネルの多様化

ア 高級品のイメージによる新品種のブランド化と有利販売

新品種のブランド化計画に基づき、品質のすぐれた果実を生産し、高品質と希少価値による高級品ブランドとして新品種を有利販売し、平均価格500円/kg以上をめざします。

さらに、プライスリーダーとして特選ブランドを設定し、5千円/5kgをめざします。

イ 「二十世紀梨の旬は9月」を打ち出し、多様な販路に対応

「二十世紀梨の旬は9月」を基本的な販売方針として位置づけ、販売促進や多様な広報媒体を活用し進物直販の割合を現状の3割から4割に拡大するとともに、市場や輸出など多様な出荷販売先と連携した戦略的な販売を展開します。

(4) 観光資源として梨を利活用し、観光客に満足を提供できる梨産地

鳥取県を訪れた観光客に満足していただけるおいしい梨や加工品などを提供し、「食のみやこ鳥取県」をアピールできる産地をめざします。また、豊かな自然やおいしい農林水産物など県内の観光資源と梨を結びつけ、より多くの観光客に様々な楽しみを提供します。

担い手

(5) 魅力ある梨経営の創出と新規就農者が取り組みやすい梨産地

生産者が目標とする所得やライフスタイルを実現できる、魅力のある梨経営を創出します。

また、産地及び関係機関が連携して梨栽培をPRすることで、退職就農者などの多様な担い手を掘り起こすとともに、重点的な支援によって新規就農者や初心者が梨づくりに取り組みやすい産地環境を作ります。

4 次世代鳥取梨ブランド化への挑戦

生産

(1) オリジナル新品種を導入したおいしい旬の梨づくり

ア 新品種の導入による鳥取梨のシリーズ化と産地づくり運動

「なつひめ」や「新甘泉」などの新品種の導入によるオリジナル品種のシリーズ化を進め、新品種の産地化とブランド化を図るため、生産者や県民、関係機関が一体となった産地づくり運動を展開します。

新品種の導入計画 苗木供給 1万本/年(約25ha相当) × 8年間 = 200ha(平成27年)
高接ぎ更新 幼木、若木への高接ぎを基本

新品種の導入に当たっては「品種を育てる」という理念に基づき、現地モデル園を活用した生産技術の確立と普及に取り組みます。

また、優良な種苗の安定供給を図り、産地の取り組みを加速させます。

イ 新品種のブランド化計画の策定と県域的な生産出荷体制の確立

オリジナル新品種を全国に誇れるブランドとして育て有利販売するためのブランド化計画を構築し、生産技術の統一と選果・出荷の集約化に取り組みます。

日当たりや排水の良い園地を選んで新植・改植や高接ぎを進め、新品種に適した施肥や袋かけなどの栽培管理を励行することで品種本来のおいしい梨を生産するとともに、基準糖度を設けることで高品質を保證できる果実の生産出荷体制を確立します。

また、現地モデル園を活用した栽培技術研修会や新品種コンクールなどを開催し、生産技術の統一を促し生産者の栽培意欲を高めます。

ウ おいしい梨を作り届ける体制づくり

鳥取梨としてのブランドを確立するためには、消費者ニーズに対応したおいしい梨を作り届けることが必要です。そのため、産地では土づくりや有機物の投入などの栽培管理を徹底した梨づくりを励行するとともに、適期収穫や光センサーによる果実品質のチェック、生産者IDを表示した出荷など、品質にばらつきのない味本位の収穫・選果に取り組みます。

また、生産者自らが消費地に出向き消費者の評価を直接聞き取るなど消費者ニーズ(味や大きさ等)を的確に把握し、得られた情報を産地の生産販売に活かす取り組みを推進します。

(2) 生産の安定・省力化と効率的な集出荷による産地体質の強化

ア 機械施設等の導入と多様な雇用確保による生産安定と省力化

台風や雹害などの気象災害を回避するため網かけ施設などを導入し、梨の生産安定を進めるとともに、高付加価値化と省力化につながる半無袋栽培などに取り組みます。さらに傾斜地では園内道を整備してスピードプレーヤによる防除を可能としたり、単純化した整枝せん定技術及び作業効率の高い果実袋などの開発によって、栽培管理の省力化を図ります。

また、農繁期の雇用を確保するため、地域全体で雇用人夫の調整を行ったり、学生人材バンクなどボランティアやNPOと連携した多様な雇用の確保を推進します。

イ 効率的な集出荷体制の構築

本県の梨を関西圏等の大消費地へ出荷販売するためには、共同選果による集出荷体制が必要です。選果・集出荷の低コスト化のため、進物直販による運賃及び市場手数料の低減、市場の集約化による輸送コストの低減、効率的な人員配置、資材の統一と簡素化、段ボール箱への企業の広告掲載、研修生受け入れなどに取り組み、選果流通に係る経費を削減して農家所得の確保を図ります。

また、出荷量の減少や選果施設の老朽化に伴う選果場再編においては、今後の多品種化に対応できる効率的な共同集出荷体制への再編強化に生産者や関係機関が連携して取り組みます。

ウ 遊休梨園の有効活用による生産環境の整備

生産部や農業団体、行政が連携して遊休梨園の実態と生産中止見込みなどの情報を把握し、共有化を図ります。そして、新規就農者への貸出しや改植に係る一時的な園地の借入りに活用して遊休地化を未然に防ぐとともに、輸出穂木専用園地や有機物を確保する畑とするなど、地域に適した遊休梨園の有効活用に取り組み、生産環境の整備を進めます。

(3) 信頼ある産地としての販売戦略の構築と有利販売

ア 新品種のブランド化計画に基づいた販売・PR活動の展開

新品種ブランドを早期に確立し有利販売を実現するためのブランド化計画を構築し、産地及び関係機関が一体となった販売やPRに取り組みます。

果物専門店やホテル、レストランなどを中心に「高級品」のイメージで販売を展開するとともに、統一デザインの使用やHPの一斉アップ、トップセールス、アンテナショップ、JRなどの交通機関での宣伝活動、県内スポーツチームとの連携などのPRや販売促進を積極的に行い、まず新品種の知名度を高める取り組みを展開します。

イ 二十世紀梨の旬をアピールし、進物直販の拡大と確かな産地情報の提供

新品種の導入によるシリーズ化を進めると同時に、「二十世紀梨の旬は9月」を基本的な販売方針として位置づけ、消費者や市場関係者などにアピールします。

消費者に直結する進物直販をさらに拡大するため、各生産組織がチラシなどの広告にとどまらず、インターネットなどの様々な媒体を活用した販売促進を展開します。二十世紀梨の市場流通では求められる規格に対応した梨を出荷するために、生育状況や出荷予測など精度の高い生産出荷情報を提供できる体制を構築し、今以上に小売りや市場から信頼される産地づくりを展開します。

また、ゴールド二十世紀の半無袋栽培や完熟二十世紀梨などの量販店が求める“プライベートブランドづくり”に対応した商品の開発販売に取り組みるとともに、梨の機能性についても研究を進めます。

ウ 海外市場ニーズに沿った果実を安定的に輸出

台湾や米国などへの梨輸出は有利販売につながるとともに、国内市場価格の安定化にもつながります。海外の消費者ニーズに沿った梨を生産し、求められる時期に輸出できる体制を整え、安定的な輸出に取り組みます。今後、輸出拡大に向けた中国などの新たな輸出先の市場調査や新品種の試験輸出などを展開するとともに、海外における偽装表示やブランド維持のための商標取得など知的財産権の確保を図ります。

(4) 観光資源との連携と梨のおみやげ商品の開発

観光客に美味しい梨を食べて満足していただくために、産地と旅館などが二十世紀梨やオリジナル新品種の旬や食べ方の情報を共有化し、おいしい時期に美味しい梨を観光客に提供します。梨の加工品や工芸品など、おみやげとして活用できる梨商品を開発するとともに、加工に関する情報の収集や関係業者とのマッチング、一次加工の体制整備などに取り組みます。

また、観光資源のひとつとして「梨」を利活用するために梨狩りや作業体験、選果場見学、梨の花見などの観光プランを提案し、海や温泉、カニ、砂丘などの観光資源との結びつきを強め、併せてPR資材などを活用して観光客や県民などの梨に対する知識と理解を深めます。

(5) 魅力ある梨経営の確立と取り組みやすい環境づくり

ア 所得を確保し、ゆとりのある梨経営の確立

梨づくりが魅力のある職業や産業となるためには、経済的、時間的、精神的なゆとりある経営の確立が必要です。

そのため、地域に適した品種構成や労力、経営規模を関係機関や産地が試算・モデル化し、各生産者の目標とする所得や理想とするライフスタイルの実現に役立てるほか、消費地の動向や新品种・新技術の情報を提供し、安定的な経営の確立を促します。なお、経営の安定には、産地及び生産者による果樹共済制度を活用したセーフティネットの構築も必要です。

また、労力分散や年間を通した収入確保のために、他品目と複合化することも経営の安定化につながります。

次世代梨経営の姿
～どの経営モデルをめざしますか～

フレッシュ世代（新規就農タイプ）

若木園を借りて梨づくりをスタート。
家族1.5人で70aを栽培し、所得450万円を達成。

【労力】1.5人

【栽培面積】70a

なつひめ、新甘泉、
おさゴールド、新興、王秋

【所得金額】450万円

充実世代（中核梨専門タイプ）

家族2.5人で125aを栽培し、所得750万円を達成。

【労力】2.5人

【栽培面積】125a

夏さやか、幸水、なつひめ、
新甘泉、おさゴールド、
新興、王秋

【所得金額】750万円

ゆとり世代（退職就農タイプ）

退職後に園地を借りてゆとりある梨づくり。
家族1.5人で40aを栽培し、所得250万円を達成。

【労力】1.5人

【栽培面積】40a

なつひめ、新甘泉、
おさゴールド、新興、王秋

【所得金額】250万円

イ 退職就農者など新規就農者が取り組みやすい環境整備

新規就農者を確保するため、広報誌や就農セミナーなどあらゆる機会をとらえ、産地及び関係機関が経営モデルなどを活用して梨づくりの魅力をPRし、各機関で得られた新規就農についての情報の共有化を図ります。

その上で、入植可能な園地や中古機械に関する情報収集、人材バンク（シルバー、学生など）や県民による管理作業のヘルパー（サポート）制の創設など、就農者がスムーズに入植し、取り組みやすい体制づくりを進めます。そして、就農者を育成支援するアドバイザーを設置するとともに、地域及び関係機関が一体となって栽培技術・経営から生活・教育分野に至るまで、総合的に支援します。

また、梨栽培では多くの知識や経験を要する栽培管理（整枝せん定など）が大切であることから、新規就農者や初心者でも取り組める「分かりやすい栽培技術」の開発・マニュアル化を進め、併せて研修による人材の育成を図ります。

5 ビジョンを実現するための方策

平成20年度県新規事業（梨関係）の概要

（1）次世代鳥取梨産地育成事業（平成20年度～平成22年度）

梨産業活性化をめざして生産者及び県民、関係機関が一体となり、ブランド化を目的とした鳥取県育成オリジナル新品種の早期導入と生産基盤の整備を図るとともに、PRや産地づくり運動を展開する。

生産基盤整備対策

【事業内容】 ブランド化をめざした新品種の導入とそれに伴う基盤の整備を図る。

- ・新植改植、高接ぎ更新及び果樹棚の整備
- ・網かけ施設、かん水施設等の設置
- ・防除用機械、園内道の整備

【対象品種】 県育成新品種（なつひめ、新甘泉、涼月、夏さやか、夏そよか等）

【事業主体】 ブランド化計画を策定する農業協同組合、生産組織、認定農業者又は認定農業者に準ずる者

【予算額】 73,940千円

【補助率】 1/2以内

2/3以内（ただし、新植・改植及びそれに伴う果樹棚・網かけ施設整備に限る）

[ブランド化計画]

県育成オリジナル品種のブランド化を念頭に、早期普及をめざした計画的な生産・出荷・販売についての産地の方針

鳥取梨ブランドアップ対策

【事業内容】 新品種等の生産及び販売戦略を構築し、県育成オリジナル新品種のPRや産地づくり運動を展開する。

【事業主体】 全農とっとり

【予算額】 1,000千円

【補助率】 1/2以内

また、県育成オリジナル新品種の登場を県独自でPRを実施（497千円）

（2）ブランド「ザ・二十世紀梨」事業（平成20年度～平成22年度）

二十世紀梨を生産する上で、大きな阻害要因となっている台風や雹害などの気象災害等を回避するとともに、糖度向上や省力化にも効果が大きい網かけ施設等の導入を補助する。

【事業内容】 気象災害等の回避及び半無袋栽培に取り組むための網かけ施設等の導入補助

- ・網かけ施設、防蛾灯等の導入

【対象品種】 ゴールド二十世紀、おさゴールド

【事業主体】 農業協同組合、生産組織、認定農業者または認定農業者に準ずる者

【予算額】 8,500千円

【補助率】 1/2以内