

品質保持・貯蔵・加工で高付加価値をつけます

流通加工研究室

令和4年度の主要な研究課題の概要

○カンショ高付加価値化に向けたオーガニック栽培技術と特徴ある新品種に適する干しいも加工技術の開発(R4~8)

有機栽培原料いもとしての生産が見込め、果肉色に特徴があり差別化が期待できる干しいも加工用新品種「ふくむらさき」(肉色：紫)、「ほしあかね」(肉色：淡橙黄)の色彩を活かした最適な加工技術を開発します。(共同：農業研究所)



○小ギク経営向上のための物日需要に対する省力的栽培・出荷調整技術の開発(R3~6)

小ギク経営向上のための需要期出荷量増大に向け、採花後の鮮度保持技術や開花剤等による開花調節を検討し、採花後の出荷時期調節技術を開発します。(共同：花き研究室、生物工学研究所)

単価中程度 7/29~8/4出荷	最高単価期 8/5~11出荷	最高単価期 8/5~11出荷
↑貯蔵後出荷	↑貯蔵後出荷	↑通常出荷
需要期採花期間(2週間⇒3週間に増)		
7/22~7/28採花	7/29~8/4採花 出荷量増加部分	8/5~11採花

○ナシの輸出期間拡大のための長期貯蔵・流通技術及び検疫対象害虫の防除技術の開発(R3~6)

本県産農産物の輸出促進のため、本県輸出青果物の重要品目であるナシの輸出期間拡大に向け、春節需要に向けた長期品質保持技術を開発する。(共同：果樹研究室)

ナシの輸出期間拡大のイメージ(春節需要への輸出を開拓)(右)→

	月						
	8	9	10	11	12	1	2
輸出時期	←輸出期間(現状)→					春節	
輸出品種	幸水	豊水・あきづき等	恵水・新高				

令和3年度の主な成果

『貯蔵前キュアリング処理原料いもの長期貯蔵性と干しいも品質』(技術情報)

干しいも加工用原料いもはキュアリング処理をして、13℃で貯蔵することにより、腐敗が抑えられることがわかりました。

また、収穫後キュアリング処理をし、翌年2月から8月までに加工した干しいもは総合評価が良く、さらに、収穫直後にキュアリング処理し、1か月間貯蔵し加工した干しいもよりも1年間貯蔵して加工した干しいもの方が肉質と食感が良いことがわかりました。

表1 処理区と貯蔵期間の違いが原料いもの品質(腐敗度)に及ぼす影響

調査時期 ¹⁾	貯蔵日数 ¹⁾	キュアリング	ダブル			無処理
			キュアリング ²⁾	尾根+キュア	無処理	
12月	38	0	—	0	0	
翌年 1月	78	0	—	0	0	
2月	100	0	—	0	0	
3月	129	0	—	0	0	
4月	160	0	0	0	0	
5月	197	0	0	0	0	
6月	225	0	0	0	1.7	
7月	252	0	0	0	4.2	
8月	280	0	0	0	4.2	
9月	317	0	0	0	5.8	
10月	350	0	0	0	5.8	
11月	379	15.8	2.5	2.5	14.2	

1) 貯蔵前処理し13℃で長期間貯蔵した原料いもの腐敗調査時期及び貯蔵日数。なお、収穫日はR2.10.27である。
2) R3.3.9から試験区を設置したため、「—」は未調査
3) (4×腐敗程度「4」のいも数+3×腐敗程度「3」のいも数+2×腐敗程度「2」のいも数+1×腐敗程度「1」のいも数+0×腐敗程度「0」のいも数)/(4×調査いも数)×100
なお腐敗程度は、0:無し、1:5%未満、2:5~30%未満、3:30~50%未満、4:50%以上

表2 干しいも加工時期の違いが官能評価に及ぼす影響

加工時期 ¹⁾	処理区	美味しさ ²⁾ (総合評価)		
		(年度)R1	R2	R3
11月		1.0	0.4	-0.5
12月		-3)	0.3	-
翌年 1月		-	-0.3	0.6
2月		-	0.3	-
3月		-	0.2	1.1
4月		-	-0.1	-
5月	キュアリング	-	0.3	0.5
6月		0.9	0	-
7月		-	0.3	0.4
8月		0.4	0.1	-
9月		-0.1	-	0.3
10月		-	-	0.3
11月	キュアリング	-0.2	-	-0.2
	無処理	-	-	-0.4

官能評価のパネラーは、R1が10名、R2が15名、R3が11名
1) 各年度貯蔵前処理後に貯蔵した原料いも加工の時期。収穫日は、R1がH30.10.23、R2がR1.10.21、R3がR2.10.27。
2) 美味しさ(総合評価)：不味い-2、やや不味い-1、普通0、やや美味い1、とても美味しい2 3) 表中の「-」は未調査

今後の方向

1. 品質保持・品質判定等、収穫後の管理技術の開発により販路拡大・高付加価値化を図ります。
2. 「おいしさ」を科学的に追求し、おいしい野菜等を生産するための栽培技術につなげます。
3. 農産物の機能性成分を活かした販売にむけて研究を行い、農産物のブランド化につなげます。