

キウイフルーツ「東京ゴールド」の都内における適応性（現地実証試験）

河野 章・池田行謙・小堀 恵*・吉田滋実*・矢野貴巳*・杉田交啓*・津田 誠*
野地喜徳*²（園芸技術科・*中央普セ・*²農振事）

【要 約】2011年2月から穂木の配布を行った「東京ゴールド」は、2012年12月現在、都内29戸で栽培され（栽培面積：257 m²）、17戸で結実がみられた。黒ボク土壌での栽培が多く、樹勢は「ヘイワード」と比較して「同程度」である。

【目 的】

キウイフルーツ「東京ゴールド」（2009年品種登録出願）は果肉が黄色で糖度が高い新品種で、現地への普及が期待される。そこで、本品種の都内キウイフルーツ圃場における適応性を明らかにするため、現地実証試験（試験期間：2011～2012年）を行った。

【方 法】

2011年2月28日に都内10市のキウイフルーツ生産者に穂木（約10芽/戸）を配布し、生産者は同年3月上旬にかけて接ぎ木を行った。2011年12月、接ぎ木1年目の活着率、台木品種、新梢伸長量等について調査した（対象数：36戸）。また、2012年12月、接ぎ木2年目の、生育状況、着果状況、今後の栽培計画等について調査を行った（対象数：23戸）。調査はいずれも調査表の送付および、現地での聞き取りにより行った。

【成果の概要】

1. 1年目調査：生産者の土壌は黒ボク土、台木品種は「ヘイワード」が最も多かった（表1）。接ぎ木は2月下旬～3月上旬までの間に行われていた（接ぎ芽数302芽）。活着がみられた生産者は26戸で、活着率は27.2%と低かった。接ぎ木時期が遅くなったことなどが原因と考えられる。接ぎ木活着後の新梢伸長量は平均213cmとなった。接ぎ木の活着が不良だった生産者に対しては、2012年2月に再度穂木の配布を行った（表2）。
2. 2年目調査：「東京ゴールド」の樹勢を「ヘイワード」と比較して、「同程度」と評価する生産者が多く、接ぎ木2年目の樹冠面積は全体で257 m²となった。17戸の生産者圃場において結実がみられ、うち13戸で人工受粉を行い、12戸で受粉樹が植栽されていた（表3）。受粉樹は「トムリ」等の6倍体品種が多かったため、今後、「東京ゴールド」との開花時期の適応性について調査する必要がある。
3. 生産者からは、収穫時期、品質向上などの解明を求める要望が多く、果肉品質の改善、果肉色向上、花腐れ細菌病等の病害対策等の技術的課題に対する要望も寄せられた。また、ブランド化に向けた販売促進の取組み・支援を求める意見もあった（表4）。
4. まとめ：2011年2月から穂木の配布を行った「東京ゴールド」は都内29戸（2012年2月に穂木の再配布を行った6戸を含む）の生産者で接ぎ木活着がみられ、栽培面積は257 m²（2012年12月）である。接ぎ木2年目で16戸において結実がみられ、今後も拡大することが予想される。都内で最も栽培の多い6倍体品種「ヘイワード」と「東京ゴールド（4倍体）」は倍数性が異なり、品種特性に多くの違いがある。栽培方法等に関する情報を積極的に発信し、要望のあった課題の解決に向けた取り組みを今後進めていく。

表1 「東京ゴールド」現地実証試験圃場の土壌および台木品種（接ぎ木1年目調査：36戸）

土壌の種類		台木品種				
黒ボク土	沖積土	ヘイワード	香緑	受粉樹	実生	その他 ^a
34戸	2戸	24樹	6樹	7樹	4樹	9樹

a) レインボーレッド，アップル，その他4倍体品種等

表2 「東京ゴールド」接ぎ木1年目の活着状況および新梢伸長量

穂木配布 生産者	接ぎ木日	接ぎ木数	活着数	活着率	活着がみられた 生産者	活着がみられな かった生産者	新梢伸長量 (平均)
36戸 ^a	2/28～3/9	302芽	82芽 ^b	27.2%	26戸	10戸 ^b	213.5cm

a) 清瀬市，国立市，小平市，立川市，西東京市，東村山市，東大和市，府中市，三鷹市，武蔵野市の都内10市

b) うち穂木再配布（2012年2月）6戸，試験中止 4戸

表3 「東京ゴールド」の樹勢，樹冠面積および結実圃場（接ぎ木2年目調査：23戸^a）

樹 勢 ^b			総樹冠面積	結実がみら れた生産者
弱い	同程度	強い		
1	14	3	257m ²	17戸 ^c

a) 平成23年度に活着した26戸のうち活着後枯死2戸，試験中止1戸

b) 対照品種「ヘイワード」

c) うち人工受粉13戸，受粉樹植栽12戸

表4 接ぎ木2年目調査に寄せられた「東京ゴールド」の技術的課題

項 目	要望数 ^a	特記事項
収穫時期	16	・収穫判断基準
貯蔵性	14	
品質向上	12	・肉質向上 ・果肉色向上 ・果実肥大
追熟方法	12	
剪定方法	7	
そ の 他		・苗木の供給体制整備 ・他品種との比較試験 ・花腐れ細菌病の感受性 ・客先にアピールできる情報提供 ・販売の際PRとなるシオリ，共通の出荷箱等の作成

a) 複数回答