

消費地情報

和歌山県農業協同組合連合会 大阪事務所 若林 昭仁



1 はじめに

青果物の消費動向は、コロナ禍前ほどではありませんが、外出や観光による人の移動が活発化したことで、加工業務仕向けを中心に回復傾向となっていますが、一方では、家庭内需要は、昨年10月の生活用品の値上げラッシュ以降、消費者の財布のヒモが固く、特に嗜好品である果物を中心に買い控え傾向となりました。

そんな中、年末年始の需要期は、みかんを中心に消費の拡大が見られたものの、2月以降は、多品目の値上げが予定されていることから、購買意欲の低下が懸念されます。

このため、消費の拡大には新たな販促活動・企画提案が必要となっています。

今回は、大阪事務所管内で、重点卸売会社・重点特約店と連携・協力し、実施した本県産青果物の消費拡大を紹介します。

2 「LINE」を活用したプレゼントキャンペーンの実施

県産農産物消費宣伝『ココ・カラ。和歌山』の取組みとして、前年度からコミュニケーションアプリ「LINE」を活用したプレゼントキャンペーンを実施しています。

本年は6～7月、11～12月の2回実施し、量販店店頭での告知や、商品へのチラシ封入によるPRを実施した結果、累計で前年度を上回る応募があり、LINEを通じて、本県産青果物の認知度向上と和歌山ファンの獲得につながりました。

また、柿消費拡大対策事業協議会では、「和歌山のたねなし柿でココロとカラダ健康キャンペーン」と題して、たねなし柿を対象としたLINEキャンペーンを実施した結果、3,000件を超える応募があり、うち約380件は20代以下からの応募と、若年層へアピールすることが出来ました。

このように幅広い年齢層に浸透しているLINEを活用し、情報発信の強化・PRに取り組むことで、本県産青果物の認知度向上につなげ、さらなる和歌山ファンの獲得に努めています。

3 「和歌山フェア」の実施

温州みかんや富有柿、ダイコンや豆類といった野菜類など様々な本県産青果物の出荷が増加する時期に、量販店では和歌山県産コーナーを設けた「和歌山フェア」を実施し、本県産青果物のPRと消費拡大に取り組んでいます。

また、量販店での「和歌山フェア」に加え、12月3・4日にフレスト松井山手店（京都府）、12月10・11日にダイエー西宮店（兵庫県）でイベントを開催しました。

本県産青果物の販売に加え、ガラガラ抽選会や小学生以下のお子様を対象としたミニトマトすくいなど、家族連れのお客様を中心とした参加型のイベントを実施し、本県産青果物のPRと消費拡大につなげました。



ガラガラ抽選会



ミニトマトすくい



「和歌山フェア」の様子

4 消費宣伝における「新たな取り組み」

コロナ禍により、長らく量販店等では試食宣伝販売の自粛が続いていたため、新たな消費宣伝活動や資材などが必要となっています。

そこで、本年度は新たな取り組みとして、柿と温州みかんの音声ポップ（ともに音楽）を作成し、各市場を通じて量販店に設置を促しました。量販店・市場からは、試食宣伝販売ができないなか、売り場でお客足を止めるのに効果的との声が多く、今後も継続して使用できる資材ではないかと思えます。

また、一部の量販店では、十分な感染予防対策を講じたうえで試食宣伝販売が再開されるようになりました。やはり試食宣伝販売は、本県産青果物のおいしさを知ってもらうことで、購入に繋がる割合は高いと感じられました。

今後は、感染状況次第ですが、従来の試食宣伝販売を中心としたお客様との接点強化に加え、新たな販促活動を企画提案しながら、消費拡大につなげたいと思えます。



柿と温州みかんの音声ポップ



5 おわりに

コロナ禍や日用品の値上げに加え、肥料をはじめとした生産資材の高騰や運賃の値上げなど、生産から流通までの様々なコストが上昇しており、農業経営は年々難しくなる一方かと思えます。

引き続き、高品質な和歌山ブランドと近在産地のメリットを活かした効果的な販促活動を実施することで、本県産青果物の消費拡大と和歌山ファンのさらなる獲得につなげ、生産者所得の向上に取り組んでまいります。