

消費地情報

和歌山県農業協同組合連合会 名古屋事務所



はじめに

コロナ禍で名古屋事務所管内では、依然として店頭での試食宣伝販売活動が難しいなか、重点卸売会社、重点特約店と検討を重ね、令和3年春期にコロナ禍でも実施できる販促活動を高糖度ミニトマト、きぬさやで実施したため、その内容についてご紹介します。

店頭PR動画

本県産高糖度ミニトマト（赤糖房、優糖星）のさらなる認知度向上をはかり、消費拡大に繋げるため、店頭でのPR動画を作製し、ユニーク店舗で放映しました。

4月、5月は他産地を含めミニトマト全体の出荷量が増加し、売り場が競合するため、動画を放映してもらうことで、継続した売り場の確保と新規顧客の購入動機に繋がるよう努めました。

また、店舗側にとっても、毎年実施していた試食宣伝販売での売上高をカバーする取り組みとして高評価を得ています。



販売コンテスト

本県産きぬさやで2月上旬に重点特約店において販売コンテストを実施しました。販売コンテストとは、店舗間で対象品目の売上高に関して前年との伸長率を競う取り組みで、採用されると荷動きが活性化する販売企画です。

当品目は2月中旬以降から出荷量が増加するため、売り場の拡大および継続した売り場の確保のため実施し、期間中の販売結果は数量が前年比142%、販売金額が同比137%となり、販売の拡大に努めることができました。



通常時売り場



販売コンテスト時

メーカーコラボ企画

青果物業界以外の他業種においても、コロナ禍での試食宣伝販売の自粛による販売力低下の懸念など共通の悩みがあります。今回、本県産きぬさやとヒガシマル醤油㈱「ちょっとどんぶり」のコラボ販促企画を実施し、双方商品の認知度向上および消費拡大のため共同の推奨販売を3店舗で行いました。

企画内容は、きぬさやを購入された方を対象に、「ちょっとどんぶり」を先着限定でプレゼントし、調味料が「ちょっとどんぶり」のみで作ることができる「簡単きぬさやの玉子とじ」のレシピを提案しました。実施した店舗でのきぬさやの販売は、非常に好調な結果となりました。



レシピ写真



売り場写真



最後に

本年は新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、多くの地域で毎年実施していた店頭での試食宣伝販売活動が実施できず、消費宣伝も限られた範囲内での活動となっています。今回は春野菜で、重点卸売会社、重点特約店と協議し、コロナ禍でも実施できる販促活動を実施しました。5月からは本県産夏果実の主力の一つである梅の販売がスタートします。昨年に引き続きコロナ禍での販売となるため、関係者と協議し、青梅の消費拡大および有利販売に努めるとともに、他業種とのコラボなど今後の消費宣伝活動の枠を広める活動もすすめていきたいと考えています。