

消費地情報

和歌山県農業協同組合連合会 大阪事務所 岩上 郁仁



1 はじめに

新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、人の移動が活発化しています。観光目的の消費が回復傾向にあり、さらに、家庭内需要が中心となる量販店においても試食宣伝の再開など積極的な販促活動が増え、消費拡大が期待されています。しかし、原材料費や電気代、ガス代などの高騰が主な要因で物価の上昇が続いているため、依然として消費者の財布のひもは固く、今後も節約志向は続く見通しです。いかに節約志向の消費者の購買意欲をかきたてる策を実行できるかがカギと考えています。

大阪事務所管内では、重点特約店を中心に積極的な消費宣伝販売を実施し、本県産青果物の消費拡大に取り組んでいきますのでその取組みを紹介します。

2 試食宣伝販売

新型コロナウイルスの感染対策の緩和から、近畿圏の量販店ではデモンストレーターによる試食宣伝販売を再開する量販店が増え、宣伝、集客効果が高くなってきています。

今回、5月上旬に出荷ピークを迎えた本県産うすいえんどうの試食宣伝販売をユニー、フレスト、サンプラザにて実施しました。この3年間は新型コロナウイルス感染症対策のため試食宣伝販売の中止が相次ぎました。再開後、消費者の試食離れが懸念されましたが、以前同様に売り場は活気を取り戻しています。



うすいえんどうの試食宣伝販売売り場



活気のある売り場

3 和歌山フェアの協賛

大阪と和歌山をつなぐ特急「くろしお」が3月から「大阪駅(うめきたエリア)」に停車することとなり、今まで以上に身近になったことで和歌山の食・魅力を満喫しようと4月26日(水)～5月2日(火)大丸梅田店にて和歌山フェアが開催されました。その中でJAグループ和歌山として、

4月28日(金)に本県産うすいえんどう詰め放題を、先着100名様に実施しました。また、4月29日(土)・30日(日)はミニトマト(キャロルセブンほか)とカラマンダリンの試食販売を実施し、本県産青果物のPRと消費拡大に取り組ましました。GWのスタート時期ということもあり、多くの集客に繋げることができました。今後も梅や新しょうが、桃などと和歌山フェアを開催する予定です。



うすいえんどう詰め放題の様子



ミニトマトの試食宣伝販売売り場



カラマンダリンの試食宣伝販売売り場

4 LINE を活用したプレゼント キャンペーン

昨年から県産農産物消費宣伝『ココ・カラ。和歌山』の取り組みとして、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。

内容は店頭での告知と併せて、商品にチラシを封入するなどキャンペーン拡大に取り組んだ結果、実施できた量販店は多数の応募があり、和歌山ファンの獲得につながられました。

本年も6月から7月にキャンペーンを実施する予定で、店頭での告知や青梅1kg袋へのチラシ封入などをすすめる予定です。

今後もLINE を活用した情報発信にも取り組み、本県産青果物の認知度向上につなげ、和歌山ファンの獲得に努めます。

響から、様々なものが値上げラッシュとなっており、消費への影響が懸念されます。

今後も、重点卸売会社・重点特約店を中心に『ココ・カラ。和歌山』消費宣伝の提案を強化することで、状況に応じた効果的な販促活動を実施し、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たいと考えます。

5 夏果実の販促活動の見通し

6月から本格化する青梅の販売に合わせて、デモンストレーターによる店頭での梅ジュースの試飲・推奨販売を実施する予定となっています。この3年間は新型コロナウイルス感染症対策のため、試飲による宣伝販売は中止となってしまいましたが、感染対策の規制が緩和されたことにより実施可能な量販店が増えてきており、集客効果が期待されます。

併せて、デジタルサイネージを用いた青梅加工動画を売り場で放映し、PR・消費拡大をはかります。短時間で興味を引く内容で、少しでも売り場に立ち止まっただけのようPOP等の販促資材と組み合わせて取組みます。

6 おわりに

新型コロナウイルスの感染症法上の分類が第5類へ引き下げとなり、海外観光客の増加や外食需要が回復するなど、コロナ禍以前の賑わいを取り戻しつつある状況です。しかし、原油価格の高騰による物流費や包装資材の価格上昇などの影