

# 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



## はじめに

最大10連休となったGWは、海外観光客も多く、人の移動が活発化しました。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てきており、消費拡大への動きが活発になっています。

市場情勢は果実・野菜ともに暖冬の影響で出荷が前進傾向となり、5月は数量減・単価高となっています。輸入果実についても生産量の減少や円安の影響で入荷量は少なく、売り場の拡大が遅れています。

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。

## 試食宣伝販売

近畿圏の量販店では宣伝・集客効果が高い、デモンストレーターによる試食宣伝販売を積極的に実施する量販店が増えてきています。

今年度は5月中旬からJA紀州の紅小玉すいか（ひとりじめセブン）が出荷スタートとなりました。それに伴い、スイカ親善大使による試食宣伝販売を阪神百貨店梅田本店西勝青果で実施しました。試食を敬遠する消費者もなく、売り場はコロナ禍以前の活気を取り戻してきています。

6月以降は梅・新しょうが・ミニトマト等の試食宣伝販売を予定しており、本県産農産物の売場確保と消費拡大をはかっていきます。



【写真：阪神百貨店梅田本店西勝青果での販促活動】

## 梅加工講習会

大阪事務所では、5月9日京都生協、5月18日大近(株)にて青果部門担当者・バイヤー向けの青梅加工講習会を実施しました。JA紀南、田辺市梅振興室から講師をお招きし、冷凍梅を使用した梅シロップ作りの講習を行いました。参加者からは「今年は降雹等の被害でキズ果が多い中で、消費者が離れていく可能性がある。」との意見があり、対策として『理由あり梅』のPOPを店頭に掲載し、消費者に理解を促すようお願いをしました。

青梅の出荷量が少ない状況ですが、来年度以降の消費を維持していくため、加工講習会を積極的に実施していきます。

## LINE を活用したプレゼントキャンペーン

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。

昨年、量販店店頭での告知と併せて、商品へ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、実施した量販店では多数の応募があり、本県産農産物のPRと和歌山ファンの獲得につながられました。本年も6～7月にキャンペーンを実施し、店頭での告知や和歌山フェア等の販促時での配布などを行う予定です。

今後もLINEを中心にSNSを活用した情報発信にも取り組むことで、本県産農産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。



## 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。今年の本県産青梅の出荷量は、着果不良と降雹の影響で大きく減少する見通しの中ですが、加工講習会等で今後の消費を維持できるよう取り組んでいきます。

桃については、大手百貨店を中心に6県合同フェア（昨年5県合同）の開催や試食宣伝販売を実施し、大阪・関西万博を見据えた中で、インバウンド需要等の獲得による、消費拡大をはかります。



【写真：昨年大手百貨店フェア時の桃売り場風景】

## おわりに

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ている状況です。しかし、2024年問題による物流コストの上昇や円安による影響等から、様々なものが値上げラッシュとなっており、消費動向への影響が引き続き懸念されます。

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。