

## 首都圏・海外等での県産果物等のプロモーション実施状況について

高品質な果物をはじめとする農林水産物のブランド化を推進するため、首都圏やアジア地域等において、新型コロナウイルス感染症の影響に対応したPRや販路拡大を図る岡山フェア等のプロモーションを展開した。

### 1 首都圏での取組

高級果物専門店や百貨店等と連携し、おかやま果物時間 in TOKYO としてフェアを開催した。また、オンラインストアでの通信販売や店頭での県産果物など積極的な販売促進によるブランド力の強化を図った。

#### (1) 実施内容

実施場所	実施時期	内容
高級果物専門店		
銀座千疋屋	6月27日～28日 (2日間)	・マスカットフェアの開催
銀座本店及び各店舗	9月12日～13日 (2日間)	・岡山ぶどうフェアの開催
千疋屋総本店	6月3日～10日 (8日間)	・マスカット通信販売フェアの開催
日本橋本店及び各店舗	6月13日～20日 (8日間) 9月12日～30日 (19日間)	・マスカットフェアの開催 ・岡山ぶどうフェアの開催
サン・フルーツ 東京ミッドタウン店 及び各店舗	7月22日～9月30日 (71日間)	・おかやまフルーツギャラリーの開催 (県産果物のPR、期間限定スイーツの提供)
新宿高野	7月31日～8月2日 (3日間)	・白桃、ぶどう、紫苑フェアの開催
新宿本店	9月11日～13日 (3日間) 11月6日～8日 (3日間)	(期間限定スイーツの提供、産地セミナーの実施)
百貨店		
銀座三越	8月26日～9月1日 (7日間)	・岡山フェアの開催 (白桃、ぶどう、加工品のPR)
伊勢丹新宿店	7月29日～8月4日 (7日間)	・岡山フェアの開催 (白桃、ぶどう、牛肉等のPR)
日本橋三越本店	8月19日～25日 (7日間)	・岡山フルーツフェアの開催 (白桃、ぶどうのPR)
その他		
クイーンズ伊勢丹	9月19日～22日 (4日間)	・高級スーパーでのぶどうのPR販売
とっとり・おかやま 新橋館	7月10日 (1日間) 7月3日～10月25日 (115日間)	・白桃のメディア等へのPR ・白桃、ぶどうフェアの開催

## ○県産桃、ぶどうの東京都中央卸売市場での販売状況

(単位：t、千円)

品目	区分	平成28年 (2016)	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	対前年比 (R2/R元)
桃	数量	92	113	119	112	76	68%
	販売金額	119,685	128,284	134,946	127,934	99,671	78%
ぶどう	数量	872	1,028	951	966	926	96%
	販売金額	1,328,989	1,507,359	1,512,991	1,570,521	1,730,075	110%
計	数量	964	1,141	1,070	1,078	1,002	93%
	販売金額	1,448,674	1,635,643	1,647,937	1,698,455	1,829,746	108%

※東京都中央卸売市場資料

## ○首都圏での実施状況

- ・おかやま果物時間 in TOKYO の開催



- ・県専用販売促進員によるPR



- ・県産果物のスイーツの提供



マスカットパフェ



マスカットタルト

- ・高級スーパーでのぶどうフェア



## 2 関西圏での取組

全農岡山県本部、市場と連携し、果物専門店等において県産果物の積極的なPRに取り組み、さらなる知名度の向上を図った。

### (1) 実施場所

阪神百貨店(フルーツキング)、近鉄百貨店(北慶)等  
16店舗

### (2) 実施時期

6月～10月(延べ103日間)

### (3) 実施内容

桃、ぶどうのPR、県産果物のスイーツやジュース等の販売

- ・岡山フェアでのPR



### 3 海外での取組

アジア地域の流通事業者と連携し、現地百貨店等での果物、県産米のPR、通信販売サイト等を活用した販路の拡大など、県産農産物の輸出拡大に向けた取組を進めた。

#### (1) 重点市場

実施場所	実施時期	内容
台湾		
微風廣場復興店 他	8月21日～23日 (3日間)	・岡山フェアの開催 (航空会社と連携した販売促進、通信販売サイトでの白桃、ぶどうPR)
	9月25日～27日 (3日間)	・岡山ぶどうフェアの開催 (ぶどうのPR販売、マスコットキャラクターによるPR)
微風廣場復興店 他	11月21～22、28～29日 (4日間)	・岡山新米フェアの開催 (マスコットキャラクターによるPR)
SOGO忠孝店 他	3月12日～14日 (3日間)	・岡山米フェアの開催(米、加工品のPR)
香港		
シティースーパー	7月23日～26日 (4日間)	・岡山白桃プロモーションの開催
タイムズスクエア店他	9月17日～20日 (4日間)	・岡山ぶどうプロモーションの開催
イオン香港 コーンヒル店 他	9月17日～23日 (7日間)	・鳥取岡山徳島農産物フェアの開催 (白桃、ぶどうのPR)
シンガポール		
伊勢丹スコッツ店	8月28日～9月6日(10日間)	・岡山フェアの開催 (白桃、ぶどうのPR)

#### (2) その他市場

実施場所	実施時期	内容
マレーシア		
B I Gスーパー	10月2日～4日 (3日間)	・岡山ぶどうフェアの開催
タイ		
サイアム高島屋 フードランド	9月26日～10月2日(7日間) 10月2～12日 (うち7日間)	・岡山ぶどうフェアの開催

### ○県産桃、ぶどうの輸出状況

(単位：t、千円)

品目	平成29年 (2017)		平成30年 (2018)		令和元年 (2019)		令和2年(※) (2020)		対前年比 (R2/R元)	
	輸出量	輸出金額	輸出量	輸出金額	輸出量	輸出金額	輸出量	輸出金額	輸出量	輸出金額
桃	16	17,575	20	25,446	22	25,122	27	31,663	123%	126%
ぶどう	421	814,166	399	762,987	367	769,790	401	872,279	109%	113%
計	437	831,741	419	788,433	389	794,912	428	903,942	110%	114%

※県独自調査（主要市場の卸売業者等を対象に調査）

※令和2年データは速報値

## ○海外での実施状況

- ・航空会社と連携した果物PR(台湾)



- ・岡山フェア(シンガポール)



## 4 ECサイトを活用した販売促進

感染症の影響を踏まえ、国内及び海外向けのECサイトを活用した県産果物の販路の開拓を図った。

### (1) 国内

東京大田市場の通販事業者と連携し、特設ECサイトでの通信販売、インターネット広告による特設ECサイトへの誘導など、県産果物のPRを行った。

ア サイト名 「岡山県×産直だより くだもの王国おかやま」

イ 品目、期間 桃、ぶどう 8月1日～10月31日

・特設ECサイト

ウ PR結果

- ・インターネット広告は2億件を発信し、特設サイトに11万人が訪問した。
- ・注文は全国から3千件を超え、首都圏と関西圏が6割、リピート客は約1割を占めた。顧客は主に40～60代で、対面販売と比べて若い世代が多い傾向であった。



### (2) 海外

香港、台湾向けの通販事業者と連携し、県産果物の特設サイトの開設、インターネット広告でのPRによる、新たな販路の開拓に取り組んだ。

ア ECサイト 「KK day」

イ 品目、期間 桃(香港) 8月19日～9月10日

ぶどう(香港、台湾) 8月19日～10月31日

ウ PR結果

- ・インターネット広告は95万件を発信し、特設サイトに7.3万人が訪問した。
- ・特設サイトからECサイトへ2万人が訪れ、注文は約90件、顧客は女性6割、年齢層は35～54歳が5割強を占めた。

## 5 SNSを活用した情報発信

県産果物の認知度の向上を図るため、主に首都圏の若年層をターゲットに、SNSやWebメディアを活用した情報発信による、新たなファンづくりと購買層の開拓を進めた。

(1) 期間 7月11日～9月30日

(2) 発信成果

- ・インスタグラムにおいて、3名のインフルエンサーから県産果物の自宅での楽しみ方などの投稿記事を発信し、12.4万人が閲覧、8千件の反響（いいね）があった。
- ・インスタグラムの投稿記事をWebサイトでも発信し、4千人が閲覧した。同サイトから県産農産物をPRする県フェイスブックへ600人の誘導を図った。

・インスタグラムでの情報発信



・Webサイトでの情報発信

