

首都圏・海外等での県産農産物のプロモーション実施状況について

本県が誇る高品質な果物をはじめとする農林水産物のブランド力を強化するため、首都圏や関西圏、アジア地域において各種プロモーションを展開したので報告する。

1 首都圏でのプロモーション

実施店舗	実施時期	実施内容
千疋屋総本店日本橋本店 サン・フルーツ東京ミッドタウン店 新宿高野新宿本店 伊勢丹新宿店 他3店舗	6月中旬～ 11月上旬	県専用販売促進員による試食提供や期間限定スイーツなどで桃やブドウをPR。 伊勢丹新宿店では、野菜や肉、加工品などもPR。



○県産桃、ブドウの東京都中央卸売市場での販売状況

(単位：t、百万円)

品目	令和2年 (2020)		令和3年 (2021)		令和4年 (2022)		令和5年 (2023)		令和6年 (2024)		前年比 (R6/R5)	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
桃	76	100	95	126	175	199	120	163	110	168	92%	104%
ブドウ	926	1,730	1,062	2,013	1,069	2,087	1,208	2,270	1,101	2,124	91%	94%
計	1,002	1,830	1,157	2,138	1,244	2,286	1,328	2,432	1,211	2,293	91%	94%

※東京都中央卸売市場資料

2 関西圏でのプロモーション

実施店舗	実施時期	実施内容
阪神梅田本店 あべのハルカス近鉄本店 大丸心斎橋店 他6店舗	6月上旬～ 11月下旬	試食提供や期間限定スイーツなどで桃やブドウをPR。



○県産桃、ブドウの大阪市中央卸売市場での販売状況

（単位：t、百万円）

品目	令和2年 (2020)		令和3年 (2021)		令和4年 (2022)		令和5年 (2023)		令和6年 (2024)		前年比 (R6/R5)	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
桃	70	89	75	94	100	112	81	98	63	85	77%	86%
ブドウ	1,847	2,986	2,048	3,383	1,970	3,159	1,989	3,378	1,794	3,081	90%	91%
計	1,917	3,076	2,123	3,476	2,071	3,272	2,070	3,476	1,857	3,165	90%	91%

※大阪市中央卸売市場資料

3 海外でのプロモーション

国・地域	実施時期	実施内容
台湾、香港、シンガポール マレーシア、タイ	7月下旬～ 9月下旬	現地百貨店や現地高級スーパーでの桃やブドウフェア等



○県産桃、ブドウの輸出実績

（単位：t、百万円）

品目	令和2年 (2020)		令和3年 (2021)		令和4年 (2022)		令和5年 (2023)		令和6年 (2024)		前年比 (R6/R5)	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
桃	27	32	24	29	41	55	25	40	24	41	97%	104%
ブドウ	401	872	443	987	463	1,098	506	1,140	465	1,090	92%	96%
計	427	904	467	1,016	504	1,154	531	1,180	489	1,131	92%	96%

※県独自調査（主要市場の卸売業者等を対象に調査）

4 今後の対応

- ・高品質な県産桃とブドウは、市場からさらなる出荷増と安定供給を求められており、引き続き、温暖化対策に取り組むなど供給力強化を図る。
- ・知名度のある高級果物専門店等との連携を強化するとともに、新たに、首都圏における高級スイーツ店等と連携したPRや、国等と連携した海外市場開拓などに取り組む。また、来年度は中秋節が県産ブドウ出荷ピークと重なっており、この絶好の機会を生かし、県産ブドウの品質の高さをPRして、輸出促進を図る。