

特集

東北のきゅうりで
夏を涼しく！

「キュウリビズ」キャンペーンについて

夏本番を迎え、東北地方のきゅうりの季節がやってきました。夏の代表野菜であり、東北地方が主産地であるきゅうりを、消費者の方々にこれまで以上に関心を持っていただき、たくさん食べていただくために、東北6県合同で実施してきた「キュウリビズ」キャンペーンが今年で10年目を迎えました。

1. 「キュウリビズ」とは？

政府が考案した「クールビズ」をヒントに当県本部が考案した造語です。

- ① きゅうりの成分の95%が水分であり体を冷やす効果があること
- ② きゅうりに含まれるカリウムは、体内の塩分の排出を助ける働きがあり利尿作用もあることから暑い夏にきゅうりを食べることは理に適っていること、また露地栽培による旬の野菜であることをアピールし、消費の拡大を促すことを念頭に考えた言葉です。

2. キャンペーン展開内容

(1) 「キュウリビズ」代表市場懇談会

各県本部のきゅうりを多く扱う重点代表市場9社を参集し、PRレディによる各県産キュウリのPRやキャンペーンへの協力要請などを行いました。また、各県本部の青果物を使用した料理が振る舞われ、特にきゅうりをたくさん使用した山形の郷土料理「だし」については参加者から「暑い夏のおかずにぴったりだ！」などの声が聞かれました。



抽選会では、先着200名の方にきゅうりやきゅうりとドレッシングのセットがプレゼントされ、当たった方は嬉しそうに福島産きゅうりをお持ち帰りされました。

- 開催日…平成29年7月18日（火）
- 会場…東京都大田区 大森東急REI
- (2) 「キュウリビズ」統一PR
オープニングセレモニー

東京都中央卸売市場大田市場にて仲卸や量販店バイヤーに対して、日頃の販売御礼やPRを行いました。当日は、量販店バイヤーの皆さんへ各県本部が自信をもってお届けするきゅうりを氷で冷やし、各県の特色ある味噌をつけての試食PRがおこなわれました。

- 開催日…平成29年7月19日（水）
- 会場…大田市場

東京青果（株）セリ台前

(3) 「キュウリビズ」販促PR活動

7月22日～8月20日の期間に、各県本部単位で東北産きゅうりの売場確保と消費拡大のため、量販店等での「キュウリビズ」をキーワードとしたPR活動を行っています。その一環として、福島県本部ではPRイベントを行いました。

- 開催日…7月22日（土）・23日（日）
- 会場…22日 ベルク フォルテ森永橋店
23日 ベルク 八潮鶴ヶ曾根店
- 内容…福島県産きゅうりの試食PR
県産野菜購入者対象の抽選会など

