

## 令和5年産すいかの販売を振り返って

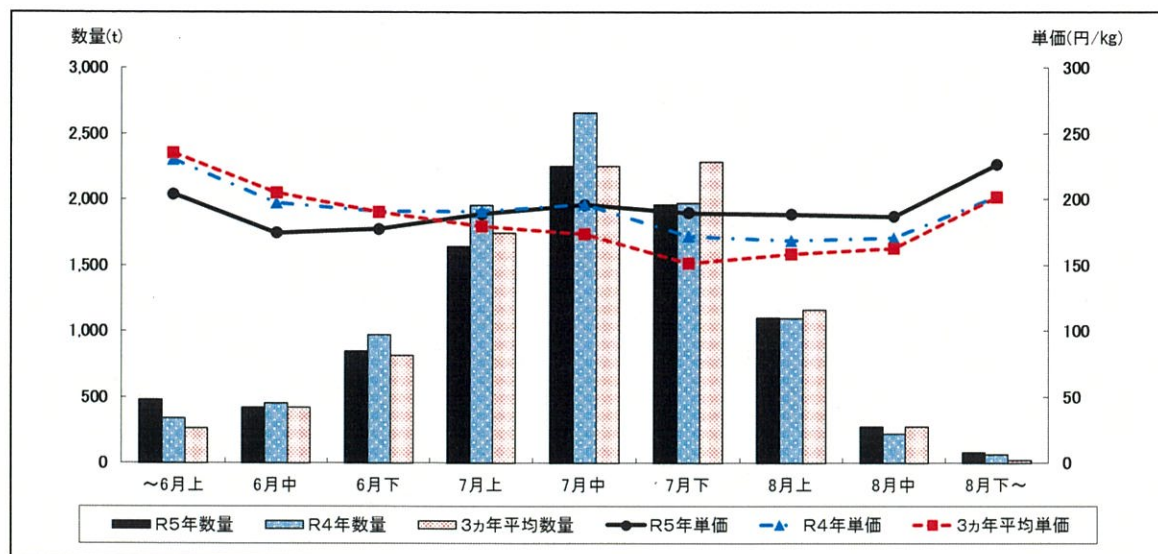
近年、全国のすいか作付面積が高齢化により減少傾向であることに加え、温暖化により先行産地の出荷終了時期が早まっていることから、小売業界における本県産すいかの重要性は高まっており、安定した取引価格が望める品目となっています。

ここでは令和5年産大玉すいかの販売結果と消費拡大の取り組みについてご紹介します。

### 1. 令和5年産大玉すいか 栽培面積・販売結果 ※R5実績は9/30時点 R4は最終

品名	年度	面積	取扱数量	取扱金額	単価
		(ha)	(トン)	(千円)	(円/kg)
大玉すいか	R5実績	189	9,295	1,776,118	191
	R4実績	193	10,029	1,890,334	188
	過去3年平均	—	9,501	1,642,651	173
	過去3年対比	—	98%	108%	110%

#### <出荷・単価推移>



- (1) 取扱数量は梅雨入り後の曇雨天と収穫前の高温の影響で小玉傾向となった産地があったことから平年・昨年比で減少しました。
- (2) 販売金額は豊作・単価高の昨年を下回りましたが、平年を上回りました。
- (3) 出荷序盤は気温低下による先行産地の滞貨や、物価高による消費意欲の低下の影響を受け、前年・平年を下回る単価となりました。その後は気温の上昇と先行産地の切り上がりにより引き合いが強まったことで、価格を下げずに販売することができました。

※ 掲載内容の無断使用・転載を禁じます。

## 2. 令和5年産すいか 消費拡大の取り組みについて

新型コロナウイルスの5類移行にともない、店頭試食宣伝を本格的に再開し、実売促進を図りました。また、SNSを活用したキャンペーンやマスコミによる宣伝の実施により、消費者へ旬の情報を発信し、消費拡大を図りました。

### 【実施内容（抜粋）】

項目	時期	内容	備考
店頭販促活動	6～8月	県内外量販店における試食宣伝の実施（マネキン販促59回）	<u>昨年12回</u>
すいかキャンペーン	6～7月	すいかの消費動向に関するアンケート回答者に景品（すいか）の当たるキャンペーンを実施	<u>応募数 6,289件</u>
マスコミ宣伝	7月	県内テレビ局による旬のPR	
イベント	6～7月	①初売りPR（新潟市中央卸売市場） ②首都圏トップセールス（大田市場）	②主催 新潟市園芸 作物販売 戦略会議
食育活動	6～7月	すいかに関する出前授業の実施（3回）	新潟市内 小学校



初売りPR（新潟市中央卸売市場）



すいかキャンペーン

## 3. おわりに

今後これらの販売結果を踏まえて県や各JA、関係機関と協議して次年度以降の振興・販売方針を決定します。今後も生産拡大と販売拡大に向けて県一丸となって取り組みを進めていきます。

（園芸部 野菜果実課）

※ 掲載内容の無断使用・転載を禁じます。