事　業　報　告　書

日南レモン販売促進イベント

報告日：令和 8 年 10 月 13 日

1　事業の概要

事業名	日南レモン販売促進イベント（新宿みやざき館 KONNE）
区分	販路開拓・販売促進
実施日	令和 7 年 10 月 25 日（土）・26 日（日）
実施場所	新宿みやざき館 KONNE　東京都渋谷区代々木 2-2-1（新宿サザンテラス内）
主催・実施主体	主催：下塚田ふるさと応援隊／共催：日南レモン生産組合
参加者	6 名（現地合流を含む）。当日は県東京事務所の応援・アルバイトを含め一日 8 名体制
担当	作本眞悟（会長・兼 地域資源活用部会長）

2　事業の目的

首都圏の消費者に日南レモンを知ってもらい、新宿みやざき館 KONNE での販売を通じて消費者の反応を把握し、今後の EC 販売や商品づくりに生かすことを目的とした。

農村 RMO 事業計画（令和 7 年度）の「地域資源活用」の取り組みとして実施した。

3　実施内容

事前準備

- 9 月 3 日（水）、新宿みやざき館 KONNE で店舗側・宮崎県東京事務所と打合せを行った。日南レモンの生果販売・PR をイベントの中心とすること、店内レジ前と店舗前屋外の 2 か所を使うこと、店内モニターで映像を流せること、試食の方法などを確認した。
- ハッピや今後の活動で使うロゴマークを作成した（デザイン案を役員会で検討のうえ決定）。
- 9 月 16 日（火）の定例会で、実施計画と準備物・予算案を審議した。

- 告知用の PR チラシを 1,000 部作成し、新宿みやざき館 KONNE、宮崎県東京事務所、在京の日南出身者の会などに配布を依頼した。KONNE 店内に掲示する拡大版チラシも作成した。
- 日南レモンの PR パンフレット（日南レモンの組合サイトの QR コード入り）を 3,000 部作成した。
- 10 月 15 日付でプレスリリースを発信した。
- 販促資材として、ハッピ 20 枚、のぼり 10 枚、展示台用のはかま、ロゴマーク入り T シャツ、店内モニターで流すプロモーションビデオ 3 本を用意した。
- 宮崎県人会関係者・市役所職員・地区出身者などに、イベントの宣伝を依頼した。
- 販売用・試食用の日南レモンと加工品（ポン酢、レモン果汁、シロップ等）を生産者に依頼して準備し、開催の 3 日前に東京へ発送した。

当日の内容

- 10 月 24 日（金）：現地入りと準備を行った。届いた荷物の確認、店舗側との最終打合せ、商品の店内販売登録を行った（同日の販売は店舗側が担当）。
- 10 月 25 日（土）10 時〜17 時（天候：小雨）：店内でレモン・加工品を陳列し、プロモーションビデオを放映、のぼりを店外に設置した。店内ではカットレモンの試食を行い、店舗前ではパンフレットの配布と QR コードの説明を行った。終了後の反省会で「レモン水やシロップには興味を示すが購入には至らない」との意見があり、翌日は炭酸水割り等の試飲を行うことにした。
- 10 月 26 日（日）10 時〜15 時（天候：小雨）：前日の反省をもとに配置を変え、店外のテントでレモン水・シロップ水の試飲を行った。15 時に終了し、片付け・精算と残品・資材の返送を行った。

事後対応

- 実施状況・感想・今後に向けての改善点を、紙の報告書にまとめた。
- 令和 7 年 11 月 11 日付の支払明細書（対象期間 10 月 24 日〜27 日）で、販売数量と売上を確認した。
- 令和 8 年 8 月 22 日の役員会兼定例会に、売上の報告を議案として提出した。

4　成果

販売実績は、数量 897 点、売上（税込）255,092 円である（宮崎県物産貿易振興センターの支払明細書による。対象期間は 10 月 24 日〜27 日）。当会が運営に携わったのは 10 月 25 日・26 日の 2 日間で、10 月 24 日・27 日の販売は店舗側（新宿みやざき館 KONNE）が担当した。

- PR チラシは約 2,200 部を配布した。
- 試食した来場者から「国産レモンを初めて食べた」「香りがいい」「酸っぱくない、食べられる」「ハイボールに最高」「どこで買えるの」などの声があり、日南レモンの味と特長を直接伝えることができた。
- 2 日目にレモン水の試飲を行ったところ、シロップ等の加工品が売れ始めた。
- 店舗側からは「これほど反響があるとは思わなかった」「年に 2 回くらい開催してもよいのでは」との評価を受けた。

5　事業費

事業費（決算）：1,645,826 円（旅費 487,800 円＋経費 1,158,026 円）。

本イベントは、農村 RMO 事業（農山漁村振興交付金）の令和 7 年度事業費「地域資源活用」区分に計上された取り組みとして実施した。

6　課題と今後の取り組み

課題

- 日南レモン（マイヤーレモン）の首都圏での認知度が低い。国産レモンを初めて見る人がほとんどだった。
- グリーンレモンの時期だったため、レモンにあまり興味を示さない人が多かった。また、約 1 割にえくぼ症が出た。
- 開催時間について、15 時〜17 時ごろの人通りが多く、時間帯の設定を考える必要がある。
- 加工品への関心はあったが、出品した種類が少なかった。
- 試食・試飲・PR で人手がいっぱいだった。生産者が 1 人だったほか、英語などでの問い合わせへの対応も課題となった。

今後の取り組み

- 開催時期は、レモンが黄色になる 11 月中旬以降とする。
- 試食は継続し、試飲を組み合わせる。焼き豚とレモンを合わせた試食なども検討する。
- 乾燥レモンなど、加工品の種類を増やすことを検討する。
- 体制として、生産者 2 人体制、都市交通に詳しい人や語学のできる人の参加を検討する。宿泊は個室で手配する。

7　事業ごとの追加項目（任意）

イベントの記録

- 天候：両日とも小雨（2 日目のほうがやや小降り）。
- 来場者数：約 2,000 人
- 客足：店舗側からは、天候がよければほぼ倍の人数になっていたとの話があった。県人会の宣伝により、宮崎県出身の方が多く来場した。
- 体制：参加者 6 名（現地合流を含む）に、宮崎県東京事務所の応援とアルバイトを加え、一日 8 名体制で対応した。

8　写真記録



新宿みやざき館 KONNE 前で、そろいのハッピ姿での記念撮影


店舗入口付近の販売・PR の様子



店内レジ前の販売コーナー



店内レジ前に並べた日南レモン（グリーンレモン）



そろいのハッピで店内の PR。モニターで映像を放映



日南レモン（マイヤーレモン）の実り