

## 和歌山県・紀の川市の市長が安倍首相を表敬訪問 フルーツ王国紀の川市産の紅白桃に安倍首相もご満悦 ～桃の全国生産量第4位を誇る和歌山県紀の川市産の桃の魅力をご紹介～

和歌山県紀の川市（市長：中村慎司）は、西日本一の生産量と品質を誇る桃の産地和歌山県・紀の川市の魅力ある桃を広く知っていただくため、首相官邸へ安倍晋三首相を表敬訪問し、桃を贈呈いたしました。



### ■紀の川市市長とぷるぷる娘が縁起のよい紀の川市産紅白桃を贈呈 「甘くてジューシーですね。」と安倍首相も絶賛し、台湾をはじめ、桃の海外輸出に「がんばって。」

表敬訪問を行った紀の川市の中村市長と紀の川ぷるぷる娘は、収穫の最盛期を迎えている「清水白桃（しみずはくとう）」、「なつっこ」、という和歌山県紀の川市産の桃の中で、人気が高い品種を贈呈しました。縁起がよく、形も立派な紅白の色に分かれた桃を中村市長から渡された安倍首相は、おいしそうな桃を前に笑みを浮かべました。

その後、桃をご試食された安倍首相は、「甘くてジューシー。疲れもとれますね。」と述べ、パクパクと3切れご試食されました。

中村市長より「まだまだ紀の川市は、フルーツ王国というイメージがなく、桃の産地というのも全国的に認知度が低いので、今後しっかりPRしていきたい。台湾への輸出も行っています。」と意気込みを語ると、安倍首相から、「加工品も海外輸出も、ぜひ紀の川市の桃が広がるようみなさんでがんばってください。」とのお言葉をいただきました。



和歌山県紀の川市では、温暖な気候と紀の川を主流とした豊かな水、有機質に富んだ土壌等に恵まれ、年間を通じて多種多様なおいしいフルーツを生産しています。特に西日本一の生産量と品質を誇る桃の産地であり、夏の高級フルーツとして知られる「あら川の桃」と「紀の里の桃」は全国でも有名です。今後も、「魅力あるフルーツがある」紀の川市の取り組み情報を継続的に発信していきます。

#### 【本件に関する報道関係者のお問合せ】

「住いも甘いも紀の川市」PR事務局（イニシャル内）山崎・小宮山  
TEL：03-5572-7305 FAX：03-5572-6065 MAIL：kinokawashi\_pr@vectorinc.co.jp

紀の川市役所市長公室 広報広聴課 峰田・亀若  
TEL：0736-77-3512 FAX：0736-77-4910 MAIL：k020100-001@city.kinokawa.lg.jp

## 桃の全国収穫量割合第4位※1を誇る“桃の産地”和歌山県・紀の川市 夏の高級フルーツ「あら川の桃」と「紀の里の桃」の魅力を紹介

和歌山県紀の川市は、トップブランド「あら川の桃」をはじめ、イチジク、キウイフルーツ、柿、ハッサク、イチゴなど年間を通じて様々なフルーツがとれることから、フルーツ王国として関西地区でも有名です。

フルーツ王国として、年に一回、フルーツをテーマに人々が交流し、フルーツ文化を育て、健康な暮らしを作る参加・体験型博覧会「ふる博」など様々なフルーツによるまちおこしも行っています。

和歌山県紀の川市を代表する桃のブランドは、「あら川の桃」と「紀の里の桃」の2種類です。

「あら川の桃」は、ひとめ十万本と呼ばれる桃畑(紀の川市桃山町)で栽培されています。桃山町は春になると、桃色の霞とほのかに甘い香りで包まれ、別天地「桃源郷」とも言われています。桃の収穫のピークは、6月中旬から8月中旬で、桃を求めて直売所に来る車で紀の川市の風物詩「桃渋滞」が起こるほど観光客も多く訪れる地です。「紀の里の桃」は、紀の川をはじめとした豊かな水源、有機質に満ちた土壌、温暖な気候の中で、生産者の愛情をたっぷり受けて1つ1つ丁寧に袋かけをして栽培されています。



今回、安倍首相に贈呈した「清水白桃」は、トップブランド「あら川の桃」を代表する品種で、風味絶品の、桃の王様と呼べる白桃です。7月中旬から収穫が始まるため、まさにシーズン真っ盛りの桃となっています。

「なつっこ」も「あら川の桃」の品種で、糖度が高いが、さっぱりした甘さが特徴的です。1つ1つがとても大きい立派な桃として知られており、主な収穫時期は、8月上旬から中旬です。

※1・・・農林水産省統計(平成29年1月24日公表)



▲清水白桃



▲なつっこ

## 「住」と「フルーツ」の魅力が詰まった和歌山県紀の川市 シティプロモーション「住いも甘いも紀の川市」が2017年2月より発足

住いも甘いも  
紀の川市



▲シティプロモーション情報サイト：<http://www.city.kinokawa.lg.jp/kouhou/kinokawa-citypromotion.html>

和歌山県紀の川市は、紀の川市の交流人口の増加及び移住定住への関心の促しに向け、本市へのファン化を目指したシティプロモーション「住いも甘いも紀の川市」を2017年2月より実施しています。

市内外に向けた情報発信を行っていくためのブランドコンセプトとして、紀の川市の強みでもあり、シティプロモーションの軸となる「フルーツ」。また、住みよいまちであることのPR、移住・定住の要素も踏まえた「住」。「魅力あるフルーツがある」「住みよいまちである」これら2つの押しどころを印象に残るフレーズとして組み合わせ「住いも甘いも紀の川市」としました。

今後も「魅力あるフルーツがある」「住みよいまちである」紀の川市の取り組み情報を継続的に発信していきます。