

新品種の効果的なネーミング

福島県農業総合センター 企画経営部 経営・農作業科

部門名 農業経済－農業経済－市場対応、市場流通

担当者 半杭真一

I 新技術の解説

1 要旨

品種名は消費者にとって選択の基準となるため、マーケティングにおいて重要な要素のひとつである。ここでは、イチゴを対象として、既存の品種名を分析・評価することによって、産地のブランド化主体が効果的なネーミングを行うための要点を抽出し、新品種のブランド化を支援する。

- (1) ネーミングを実際に行う際は、育成した品種の特性を抽出し、流通・販売を含めたコンセプトを確認し、ネーミングを開発し、チェックポイントを検証し、品種登録や商標を調査した上で候補を決定する(図1)。
- (2) 既存の品種名においては、出荷先を考慮して育成地名を含まないネーミングも行われている。また、競合する他品種に対して面白みのあるネーミングで独自性を出そうとする戦略が見られる。これらネーミングを戦略的な活用方針と整合的に行うため、品種名の候補を育成機関内部から提案する例もある(表1)。
- (3) 食味の訴求やかかわいらしさ、面白さは品種名の評価を押し上げる。また、イチゴらしくないネーミングも評価される(図2)。
- (4) 品種名で育成地の示唆は、消費者に伝達されるものの品種名の評価への影響は小さい(図2)。また、本県のオリジナル品種である「ふくはる香」は、春の香りとイチゴのイメージが好意的に評価される一方、「ふくあや香」との識別性が低いことが指摘されている。

2 期待される効果

育成地の産地戦略と密接に関わったネーミングを行うことにより、生産拡大に資する。

3 適用範囲

品種の育成権者及び産地のブランド化主体等

4 普及上の留意点

品種名のネーミングにあっては、当該品種の生産・流通環境を熟知し、販売戦略に基づき決定する必要がある。

II 具体的データ等

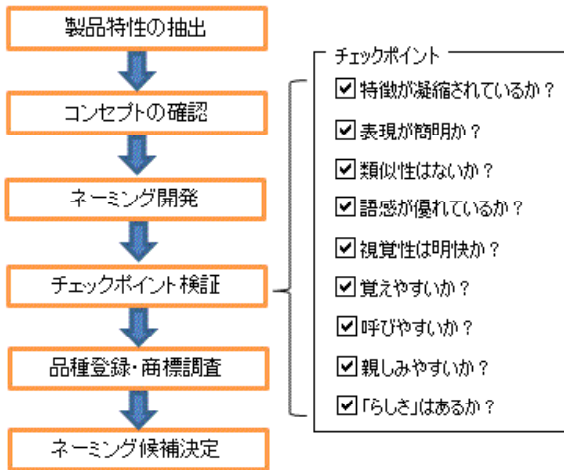


図1 ネーミングのフロー

注: 岩永(2)を再構成した。

表1 既存品種のネーミングの特徴

特徴	該当する品種
育成地名の示唆	とちおとめ、さがほのか、ふくはる香、ふくあや香
食味訴求	あまおう、もういっこ
栽培許諾なし	あまおう、ふくはる香、ふくあや香
内部提案	さちのか、さがほのか*、紅ほっぺ*、もういっこ
面白み	もういっこ

注1: ヒアリング調査から一部抜粋した。

注2: 内部提案とは、育成機関の内部から品種名候補を提案したものであり、内部と外部から提案した場合に*を付した。

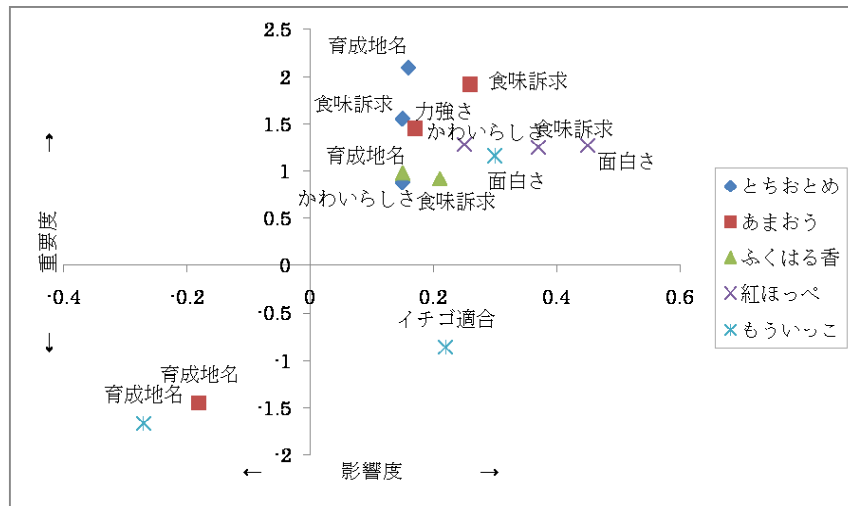


図2 品種の評価項目の重要性・影響度

注1: 特徴的なものを抜粋して示している。

注2: 品種名ごとに質問項目の重要性について、全然そう思わないを-3、非常にそう思うを3として示し、総合評価に対する相関係数を影響度としてプロットした。

注3: 消費者調査の対象者95名は、福島県農業総合センターの職員のうちイチゴに関する業務に携わっていないことを条件に抽出した。

III その他

1 執筆者

半杭真一

2 研究課題名

新品種の育成による青果物ブランド化の消費者行動論的研究

3 主な参考文献・資料

(1) 平成22年度センター試験成績概要

(2) 岩永嘉弘『売れるネーミングの成功法則』同文館出版、2006年