

通し番号	3992
------	------

分類番号	15-31-11-02
------	-------------

(成果情報名)「湘南ゴールド」の商品イメージを生かした販売方法
<p>[要約]</p> <p>当所で開発した新黄金柑「湘南ゴールド」について、試食アンケートを実施しその商品特性を把握した。その結果「湘南ゴールド」は清涼感があり味が良く、コンパクトな果形・さわやかな果色から海岸や山など自然の風景にマッチした商品特性を持ち、商品イメージにふさわしい言葉として「フレッシュ・さわやか」が抽出された。</p>
(実施機関・部名)神奈川県農業総合研究所 経営情報部 連絡先 0463-58-0333

[背景・ねらい]

当所で開発した新黄金柑「湘南ゴールド」の収穫時期は温州ミカンの終わった4月頃であり、柑橘経営農家の新栽培作物として期待が高まっている。

そこで、的確な販売戦略を構築し効果的なマーケティングを展開するため、試食アンケート調査を通じて、「湘南ゴールド」商品特性を把握するとともに、商品イメージに合った販売方法を提案する。

[成果の内容・特徴]

- 1 試食アンケート結果から、「湘南ゴールド」の商品特性を把握し、強みとして5つの項目に整理した(表1)。
- 2 生産・販売の状況から、「湘南ゴールド」の現時点での弱みとして2つの項目に整理した(表2)。
- 3 強みを生かし、弱みを補強した販売戦略として(1)販売場所と販売方法(2)キャッチコピー(3)商品アイテム(4)販売価格の4点の提案を行った(表3及び図1)。

[成果の活用面・留意点]

- 1 商品イメージの定着のため、出荷組合を設立し、統一的な規格のもとで、生産地の農協直売所や土産物店で限定販売を行い、販売促進費や販売促進活動を共同で負担することが望ましい。

[ 具体的データ ]

表1 「湘南ゴールド」の強み

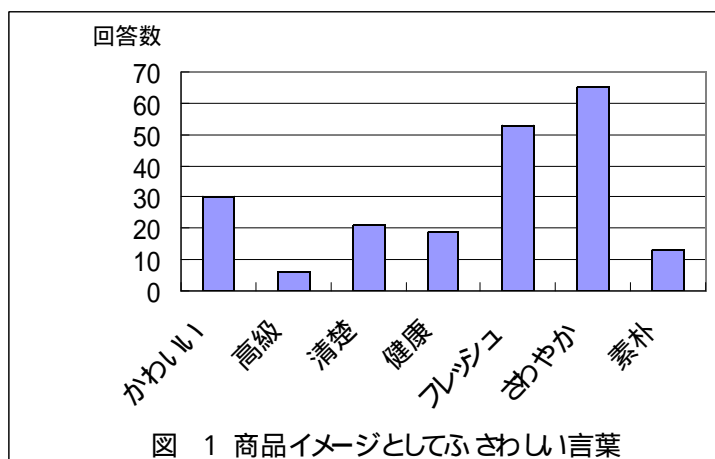
1	味がよい。さわやかな柑橘系の味で、甘みがあるが強すぎずさっぱりしている。
2	明るい果色。グレープフルーツの果色に近く、清涼感がある。
3	癖のない味。清涼感があり、さっぱりしているのでのどのような料理にも相性が良い。
4	収穫時期が温州ミカンが終わった4月ごろであり、国内産の柑橘類の少ない時期である。
5	1果重が100g程度、直径が5cm程度でコンパクトな果形をしており、持ち運びが便利でピクニックやドライブなどの携帯に最適。

表2 「湘南ゴールド」の弱み

1	知名度が低く、味を体験した消費者が少ない。
2	生産量が少ない。

表3 強みを生かし、弱みを補強した販売戦略

1	<b>販売場所と販売方法</b> (1)農産物直売所 試食品を提供しながら、対面販売 (味の良さを体験してもらい販売する)
2	<b>キャッチコピー</b> 「フレッシュ・さわやか 湘南ゴールド」 (土曜日・日曜日・祝祭日など休日の前日が販売チャンスなので、休日前日にはPOP広告の掲示、のぼり旗広告、試食など販売促進を強化する。)
3	<b>商品アイテム</b> 「1袋5個入り」と「1袋10個入り」の2つのアイテムを用意 (袋の中には神奈川県が開発した新品種であることの商品説明書を入れる。)
4	<b>販売価格</b> 商品のもつ、高貴なイメージを保つため、価格はハウスミカン並に設定する。



[ 資料名 ] 平成15年度試験研究成績書 ( 経営情報 )  
 [ 研究課題名 ] 新黄金柑「湘南ゴールド」商品特性の把握  
 [ 研究期間 ] 平成15年度  
 [ 研究者担当名 ] 半田 貴