

「かがり弁ギク」のブランド戦略の方針を策定

－多様なニーズに応えるブランド化を推進するために－

開発の背景・ニーズ

新品種「かがり弁ギク」は華やかな美しさにより様々な場面での利用が期待されます。ブランドの確立には、市場性（独自の価値、潜在的な需要、販売のターゲットとなる消費者層）や品種のPR手法の解明に基づく、ブランド戦略の方針が必要です。

成果の内容

消費者、流通関係者延べ642人を対象としたアンケート調査・解析により、以下を解明しました。

- ①従来のキクにない独創的な花形は高く評価され、その価値は高価販売につながります。
- ②切り花では花束、ブーケ等、鉢花では寄せ植えとして、祝い事等にも使えます。
- ③販売のターゲットの中心は、中高年齢の女性で自宅用に花を購入する層です。
- ④花茎に付ける商品タグや品種解説を表示した出荷箱は、PR手法として活用できます。これらに基づき、ブランド戦略を構築するための方針を策定しました。

－ブランド戦略の方針－

① 評価の高い白を中心に高価販売

- 消費者の評価
ブライダルや祝い事用への利用を期待
希望購入価格（切り花）
300～400円/本
（卸売価格換算 150～200円/本）
- 流通関係者の評価
新規性・独創性が高い
希望卸売価格
（切り花）100～200円/本
（参考 輪ギク平均：65円/本）

② 新たな利用法の提案

- 切り花：花束、ブーケ、アレンジメント
- 鉢花：寄せ植え



写真提供：名古屋生花小売商業協同組合



クリスマス寄せ植え

③ ターゲット層を中心とした販促

- 自宅用に花を購入する中高年齢の女性



商品タグ

- 高級感があり
利用法をイメージ
できるデザイン
- QRコードを付記し
品種開発過程や
コンテスト受賞等の
情報へ誘導

④ 認知度向上に向けた消費者や買参人へのPR

愛知県農業への貢献

かがり弁ギクのブランド化を進める行政や関係団体等が本成果を活用することにより、本県産ブランド品種の確立に貢献できます。ブランド化により、消費者ニーズに応える産地づくりや生産から流通・販売の一体的な対策を進めることができます。