

消費者ニーズに応えるレタスの商品開発

中村正男・玖波井邦昭・福井淑子・浜渦敬三

The Technique of Development of Lettuce Commodities
which Respond to the Needs of Consumer

Masao NAKAMURA, Kuniaki KUBAI, Yoshiko FUKUI and Keizou HAMAUZU

要 約

1. これまでにない新しい品種であるミニレタス「マノア」というシーズを活用し、消費者の満たされていない強いニーズに応える「売れる商品」を開発することができた。
2. ミニレタス「マノア」を夏秋野菜栽培後の雨除けハウスで栽培することにより、期待される所得は10a 当たり 301 千円～671 千円と試算され、ミニレタス「マノア」は、夏秋野菜の補完品目として有望であると考えられた。
3. 農産物の商品開発においても一般商品と同様、消費者ニーズにもとづく商品コンセプトの開発、表現コンセプトおよび品質表の作成というプロセスが有効であると推察された。

キーワード：マーケティング，消費者ニーズ，商品コンセプト，売れる商品，レタス，マノア