

# 香酸柑橘の地域ブランドに関する 消費者の認知構造

## 成果の特徴

- 昨年度開発したブランド認知構造分析手法を「大分かぼす」に適用しました。
- その結果、かぼすは主に「鍋や魚などの和食料理に合わせる緑色の香酸柑橘」と認知されていますが、「ユズやスタチと似ていて違いが分からない」ともする結果が得られました(下図参照)。
- 「大分」に関する同様の分析結果と合わせると、温泉など県内の食・観光資源を活用しつつ、他の香酸柑橘との差別化を図るプロモーションが有効と言えます。

## 凡例

ノード色は Kcore  
結合度による

5=●

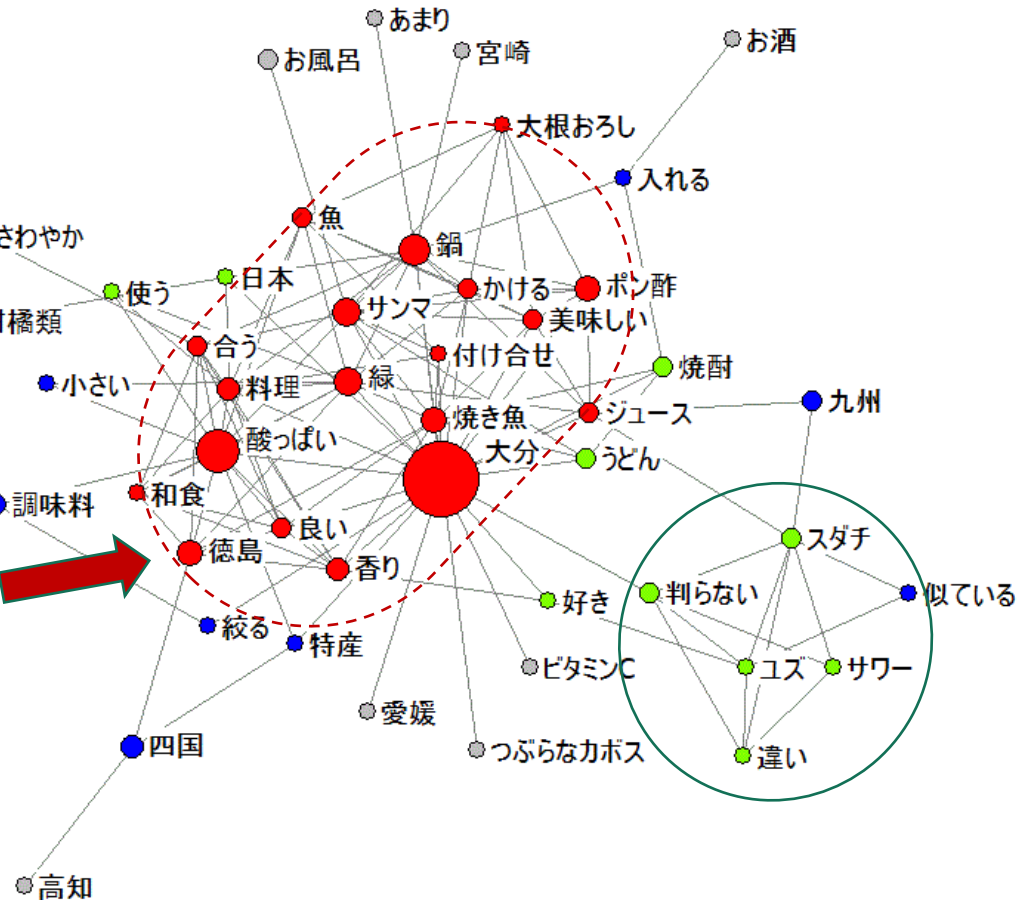
3=●

2=●

1=●

結合度が高いほど  
連想ネットワーク  
の中心に位置する。

ノードのサイズは  
リンク数に比例



## 成果の活用

本研究成果は、香酸柑橘のマーケティング方策の策定に活用できます。

関連論文

森嶋輝也・加藤弘祐 (2019)第82回 (令和元年度) 九州農業研究発表会・農業経営部会