



地域特産物の マーケティングを考える



はじめに

農業経営学コースで、マーケティングを研究している河野（この）です。専門分野は、農業経済学です。主な担当科目は、食品マーケティング論とアグリビジネス論です。

大学ではそれまでの教育と異なり、正答がはっきりしない課題が多くなります。学生の皆さんが、自分で「問題」を発見して、それを適切な方法で分析し解決していけるように、考える、実行する力をつけることが重要です。私は、学生一人一人がマーケティングの考え方を身につけて、三方よし（自分も自分に関係する人も社会もみんなハッピー）を目指す人材になることを教育方針にしています。

まずはニーズを探る

地域農産物やそれを用いた加工品を開発しても、お客さんが欲しいと思わなければ売れません。また、一度買っても満足してもらえなければ次は買ってくれません。お客さんには、消費者だけでなく、流通業者や加工業者、小売業者なども含まれます。みなさんに買ってもらう満足してもらえるように、ニーズに合った商品を開発することが重要であり、まずはそのニーズを探っていきましょう。

輸出先ではどのような
桃が好まれる？

研究成果

- ・焼き芋の製品テストによるかんしょ貯蔵技術の評価、農研機構研究報告食農ビジネス推進センター、第3号、2019
(9月に美味しい焼き芋を食べるにはどの貯蔵技術が良いか、消費者や業者に食べ比べてもらって、技術を選択します。)
- ・フードビジネス論、ミネルヴァ書房、2021
(アグリビジネスに関する初学者向けの教科書になります。)

