

# 天草産のカンキツ類におけるブランド化について

熊本県立天草拓心高校（本渡校舎） 1年生物生産科 A班：杉本、田崎、松村、森、山田

## 1 これまでの取り組みについて

- 1学期：プロジェクト学習の実践（ミニトマト、イネの栽培及び生育調査など）
- 2学期：天草高校SSHポスター発表の見学（10月15日（火））
- 第2回コンソーシアム会議（ローカル・サークル）（11月27日（水））
- グループワークにおける研究テーマの決定（12月9日（月））



## 2 目的

「天草」のブランド力を最大限に活かした販売方法の確立  
天草を代表する果樹「ポンカン」で、果樹農家の収入の増加を図りたい

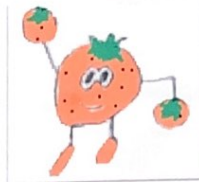


## 3 ブランド化について

ブランド化とは・・・他の商品と差別化することを意図した名称やデザイン等のことを指す。  
ブランド化の利点・・・顧客などの信用度が向上。商標権を取得することで、他社の商標権を侵害していない。  
ブランド化の手法・・・文化、環境、品種、栽培法、収穫量、栄養価、出荷法、食べ方、特徴を明確にする。

### (1) ロゴデザインについて

みんなに親しまれる天草  
ポンカンのキャラクターにな  
るようにデザインしました。



### (2) 天草ポンカンの歴史

大正14年本渡市下浦に導入  
※低しょう系30本  
熊本県は全国上位の生産量を誇る  
ポンカンの産地。生産量はH10年をピークに減少



## 4 今後の取り組みについて

- (1) 天草ポンカンの出荷量及び出荷先の把握
- (2) 他県のポンカンとの比較
- (3) 天草ポンカン栽培している農家の現状と今後の課題

天草の果樹産業  
に貢献!