

ネーミングの大切さ

株式会社榎戸材木店
会長 榎戸 正 人

家庭菜園の野菜は6月下旬ころから収穫期を迎えます。キュウリやトマトは7月がピークで猛暑の8月には人間同様夏バテし、収穫が減り枯れてしまうこともあります。水やりが少ないからではありません。トマトの成長限界気温は36～37℃と言われており、昨年の真夏も38℃近い日が数日続いたら枯れてしまいました。キュウリは更に暑さに弱いです。

そのため今年は種まき、苗の植え付けを早めて、6月から7月の収穫を目指しました。この記事が掲載されている頃にはピークを過ぎていると思いますが、その前は収穫の最盛期。写真にあるようにキュウリもダイコンも豊作です。今までもダイコンは育てたことがあるのですが、葉が出て来ると虫に食われてしまって上手く育ちませんでした。ところが今年は虫が少なくて、立派に育ってくれました。



ダイコン小太りくん

今年、ダイコンに再チャレンジしようと思ったのは、DIYの園芸コーナーで面白い名前の種を見つけたからです。写真の種の袋にあるように、その名は「小太りくん」。ネーミングに惹かれて、つい買ってしまいました。

種を買った以上は蒔いて育てなくてはと、育苗ポットに種を蒔き、ある程度大きくなってから畑に植え替えることで、少しでも虫の害を減らそうと工夫しましたが、畑に植え替えてからも虫の害は少なく、立派に育ってくれました。

小太りくんの名の通り、タバコの箱と比べてわかるようにスーパーで売っているダイコンよりも太くて短く、まさに「小太り」です。今回のコラムでは野菜の収穫の話ではなく、ネーミングの大切さについて書きたいと思います。

どんな商品でも品質が良ければ、価格が安ければ売れるというものではありません。商品名に惹かれて買ってみようとする消費者は少なくありません。私も「小太りくん」の名前に惹かれて買ったのですから、間違いありません。

木材でも、ある羽目板メーカーは「無地」、「上小」ではなく、「無節」、「美節」との商品名に変えたところ、売り上げが大きく伸びたそうです。「上小」では消費者にはわかりません。「美節」と言われると、無節よりも安いのならと買いたくなります。ハウスメーカー、設計事務所も、リビングルームの壁には美節の羽目板を使いますと言えば、客のウケは良くなるでしょう。

材木屋は消費者に直接、モノを売ることが殆ど無いので、ネーミングには鈍感です。当社は企業を相手にするBtoBのビジネスでは価格を叩かれて利益率が上がらないので、消費者を相手にするBtoCにも力を入れようと考えています。

そうすると、今までの材木屋の考え方ではなく、どうすれば消費者にウケるかを考えなくてはなりません。ネーミングも大切な要素なのだと、「小太りくん」を育てながら、「大太り」の私は頭をひねっています。