

陶磁器に関する市場調査

アンケート結果(総合)

目次

1 - 1	調査概要
1 - 2	アンケート内容
2 - 1	調査結果（項目別集計）
2 - 2	調査結果 ①場所性別 あなたにとって陶磁器とは ②場所性別 誰のための購入 ③場所性別 どこで購入 ④場所性別 情報源 ⑤場所別 「瀬戸焼」のイメージ
3	まとめ

1-1. 調査概要

調査日	<p><名古屋> 平成28年11月17日（木）、18日（金）、19日（土） 20日（日）、21日（月）、22日（火） 23日（水） 計7日間</p> <p><東京> 平成28年11月25日（金）、26日（土）、27日（日） 計3日間</p>
調査場所	<p><名古屋> 名古屋ドーム「ドームやきものワールド」会場 <東京> 2 k 5 4 0（東京御徒町） 「2 k 5 4 0 made in seto」会場</p>
調査対象者	<p><名古屋> 「ドームやきものワールド」来場者 <東京> 「2 k 5 4 0 made in seto」来場者</p>
アンケート方法	アンケート用紙に各自記入
調査対象数	<p><名古屋> 235名 <東京> 152名 合計 387名</p>

1-2. アンケート内容

問1	年代	<input type="checkbox"/> 19才以下 <input type="checkbox"/> 20代 <input type="checkbox"/> 30代 <input type="checkbox"/> 40代 <input type="checkbox"/> 50代 <input type="checkbox"/> 60代 <input type="checkbox"/> 70代以上
	性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
	職業	<input type="checkbox"/> 飲食関係 <input type="checkbox"/> デザイン関係 <input type="checkbox"/> 卸売・小売関係 <input type="checkbox"/> マスコミ・出版・雑誌関係 <input type="checkbox"/> 学生 <input type="checkbox"/> 無職 <input type="checkbox"/> その他
問2		どこからご来場いただきましたか？ <input type="checkbox"/> 名古屋市内 <input type="checkbox"/> 名古屋近郊 <input type="checkbox"/> その他
問3		あなたにとって陶磁器とはどのようなものですか？【自由記述】
問4		陶磁器を誰のために購入しますか？【複数選択】 <input type="checkbox"/> 自分用 <input type="checkbox"/> ギフト（誕生日） <input type="checkbox"/> ギフト（結婚） <input type="checkbox"/> ギフト（還暦、古希等） <input type="checkbox"/> ギフト（父の日、母の日） <input type="checkbox"/> 内祝 <input type="checkbox"/> その他
問5		どこで陶磁器を購入されますか？【複数選択】 <input type="checkbox"/> 百貨店 <input type="checkbox"/> スーパー <input type="checkbox"/> ショッピングセンター <input type="checkbox"/> インテリアショップ <input type="checkbox"/> ホームセンター <input type="checkbox"/> 雑貨店 <input type="checkbox"/> イベント <input type="checkbox"/> その他
問6		陶磁器の情報をどこで得ますか？【複数選択】 <input type="checkbox"/> テレビ、新聞、ラジオ <input type="checkbox"/> チラシ、ポスター <input type="checkbox"/> インターネット <input type="checkbox"/> SNS <input type="checkbox"/> 知人、友人から <input type="checkbox"/> 店頭 <input type="checkbox"/> 展示会、イベント
問7		「瀬戸焼」のイメージについてご自由にご記入ください【自由記述】

2-1. 調査結果（項目別集計）

■年代

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	19才以下	5	1.3	
2	20代	34	8.8	
3	30代	87	22.5	
4	40代	88	22.7	
5	50代	74	19.1	
6	60代	66	17.1	
7	70代以上	33	8.5	

回答者数：387

無回答者数：

■性年代

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	男性19才以下	2	0.5	
2	男性20代	8	2.1	
3	男性30代	23	5.9	
4	男性40代	22	5.7	
5	男性50代	17	4.4	
6	男性60代	21	5.4	
7	男性70代以上	14	3.6	
8	女性19才以下	3	0.8	
9	女性20代	24	6.2	
10	女性30代	61	15.8	
11	女性40代	63	16.3	
12	女性50代	45	11.6	
13	女性60代	43	11.1	
14	女性70代以上	16	4.1	
15	性別不明	25	6.5	

回答者数：387

無回答者数：

■性別

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	男性	107	29.6	
2	女性	255	70.4	

回答者数：362

無回答者数：25

■職業

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	飲食関係	16	4.4	
2	デザイン関係	13	3.6	
3	卸売・小売関係	27	7.4	
4	マスコミ・出版・雑誌関係	5	1.4	
5	学生	12	3.3	
6	無職	89	24.5	
7	その他	201	55.4	

回答者数：363

無回答者数：24

2-1. 調査結果（項目別集計）

■Q3 あなたにとって陶磁器とはどのようなものですか

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	食事を豊かに	42	13.6	
2	生活の彩り	34	11.0	
3	食器・酒器・花瓶	29	9.4	
4	身近なもの	32	10.4	
5	必要なもの	44	14.2	
6	特別・ぜいたく	10	3.2	
7	日用品・実用品	110	35.6	
8	芸術・インテリア	38	12.3	
9	大好き	21	6.8	
10	心が安まる・癒し	22	7.1	
11	楽しみ	38	12.3	
12	めくもり	12	3.9	
13	コレクション・こだわり	16	5.2	
14	日本・歴史	10	3.2	
15	幅広い	2	0.6	
16	昔ほど使わない	1	0.3	
17	職人	4	1.3	
18	めずらしい・未知	2	0.6	

回答者数：309

無回答者数：78

【考察】

Q3. あなたにとって陶磁器とは？
陶磁器は日用品、実用品だと感じている人が3分の1以上いる。

また、食事、生活を豊かに彩りや「楽しみ」ととらえる人も一定数存在する

■Q4 陶磁器を誰のために購入しますか

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	自分用	338	87.3	
2	ギフト（誕生日）	86	22.2	
3	ギフト（結婚）	54	14.0	
4	ギフト（還暦、古希等）	24	6.2	
5	ギフト（父の日、母の日）	58	15.0	
6	内祝	13	3.4	
7	その他	32	8.3	

回答者数：387

無回答者数：

【考察】

Q4. 誰のための購入するか？
約9割の人が自分用に購入すると答えている。
陶磁器は自分の楽しみ、必要なものと考えられている

2-1. 調査結果（項目別集計）

■Q5 どこで陶磁器を購入されますか？

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	百貨店	143	37.2	
2	スーパー	20	5.2	
3	ショッピングセンター	45	11.7	
4	インテリアショップ	118	30.7	
5	ホームセンター	22	5.7	
6	雑貨店	145	37.8	
7	イベント	154	40.1	
8	その他	78	20.3	

回答者数：384

無回答者数：3

■Q6 陶磁器の情報をどこで得ますか？

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	テレビ、新聞、ラジオ	104	27.5	
2	チラシ、ポスター	69	18.3	
3	インターネット	97	25.7	
4	SNS	35	9.3	
5	知人、友人から	88	23.3	
6	店頭	106	28.0	
7	展示会、イベント	100	26.5	

回答者数：378

無回答者数：9

【考察】

Q5 どこで購入するか
「イベント」「雑貨店」「百貨店」での購入がほとんどである
また、「インテリアショップ」での購入も30%存在する

Q6 どこで情報を得るか
「店頭」「テレビ、新聞、ラジオ」「展示会、イベント」がほぼ同程度である。
しかしながら、インターネットから情報を得る人も4分の1存在しており、今後の活用が重要となる

2-1. 調査結果（項目別集計）

■Q7「瀬戸焼」のイメージは

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	有名	18	6.5	
2	伝統 日本	37	13.5	
3	現代的	13	4.7	
4	高級品	8	2.9	
5	質が良い	13	4.7	
6	幅広い	14	5.1	
7	普段使い	31	11.3	
8	親しみやすい	48	17.5	
9	使いやすい	17	6.2	
10	せともの	30	10.9	
11	好き	15	5.5	
12	やわらかい	8	2.9	
13	ぬくもり	12	4.4	
14	さわり心地がよい	3	1.1	
15	きれい	24	8.7	
16	さっぱりした	10	3.6	
17	落ち着く 渋い	12	4.4	
18	細かい	2	0.7	
19	青い	6	2.2	
20	白い	6	2.2	
21	黄色	3	1.1	
22	わからない	34	12.4	
23	がんばって	12	4.4	
24	古い	11	4.0	

回答者数：275

無回答者数：112

【考察】

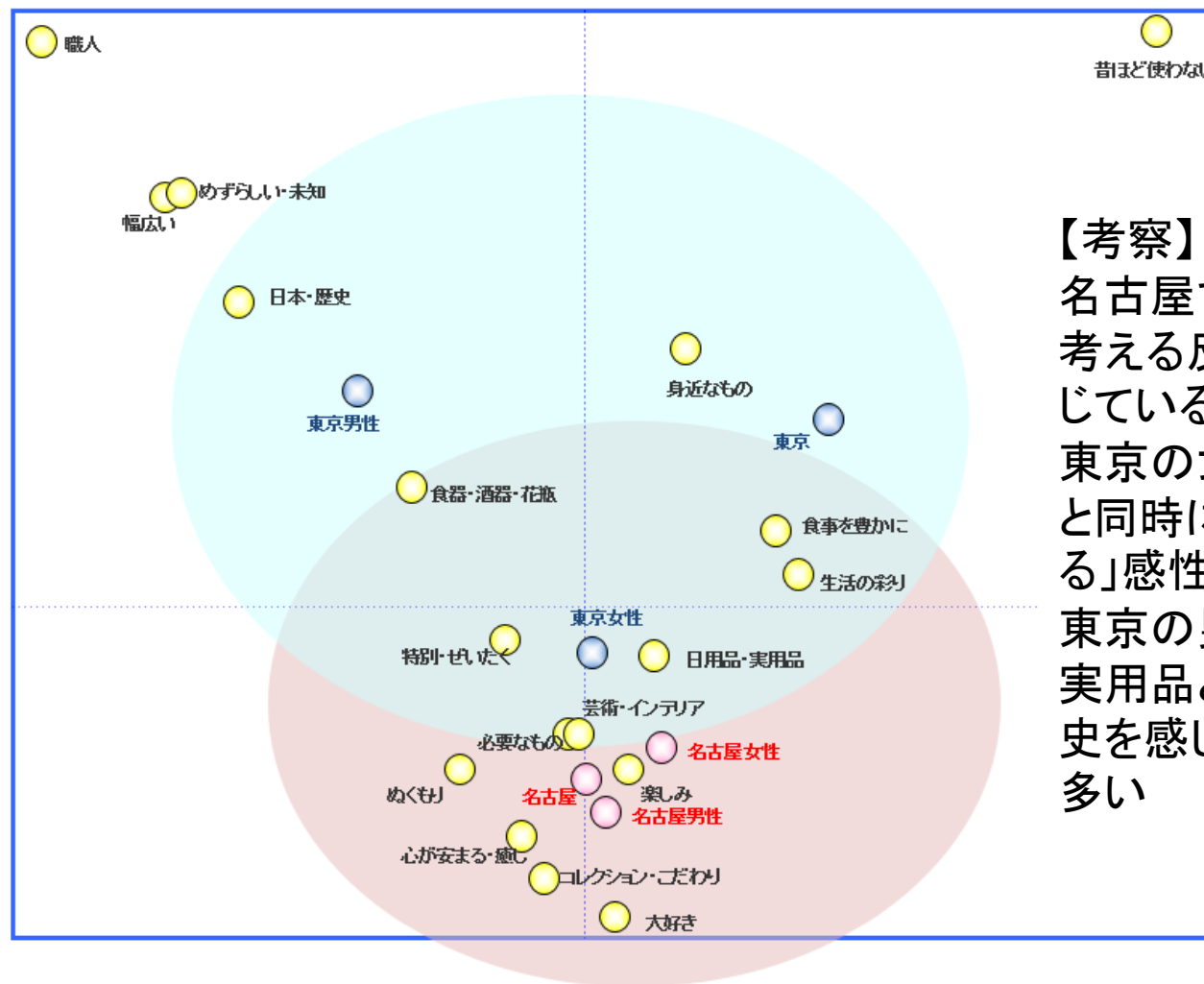
Q7「瀬戸焼」のイメージは

「親しみやすい」という回答と同時に「伝統、日本らしさ」を感じている人も一定数存在する。

しかしながら、「わからない」と答えた人も12%以上存在し、今後も認知度向上は課題となる

2-2. 調査結果① 場所性別 陶磁器イメージ

Q3. あなたにとって陶磁器とはどのようなものですか



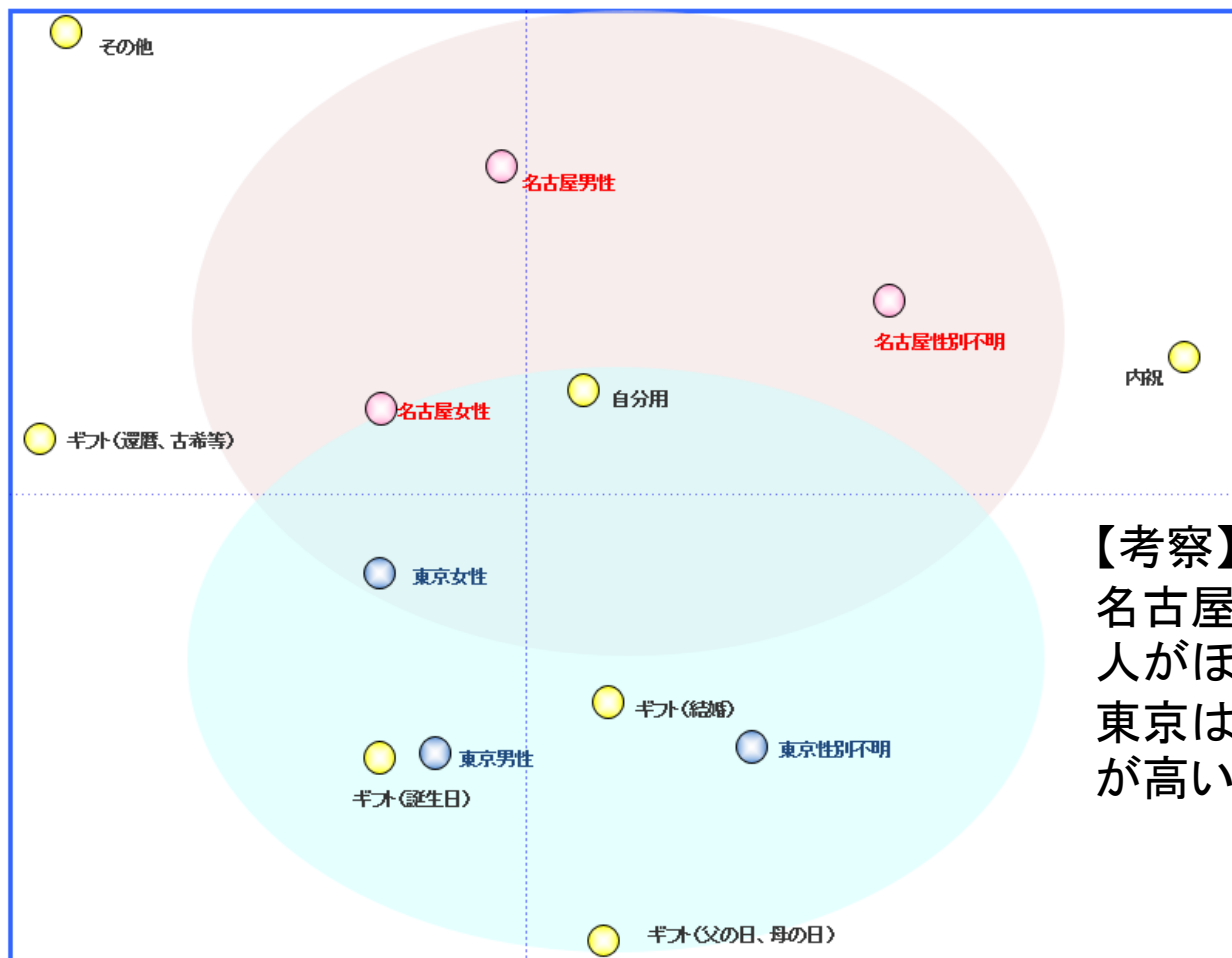
【考察】

名古屋では「日用品・実用品」と考える反面、「楽しみ」「癒し」を感じている。

東京の女性も「日用品・実用品」と同時に「食事、生活を豊かにする」感性的な価値を感じているが東京の男性は、食器、酒器など実用品ととらえている。また、歴史を感じているのも東京男性に多い

2-2. 調査結果② 場所性別 誰のために購入

Q4. 陶磁器を誰のために購入しますか

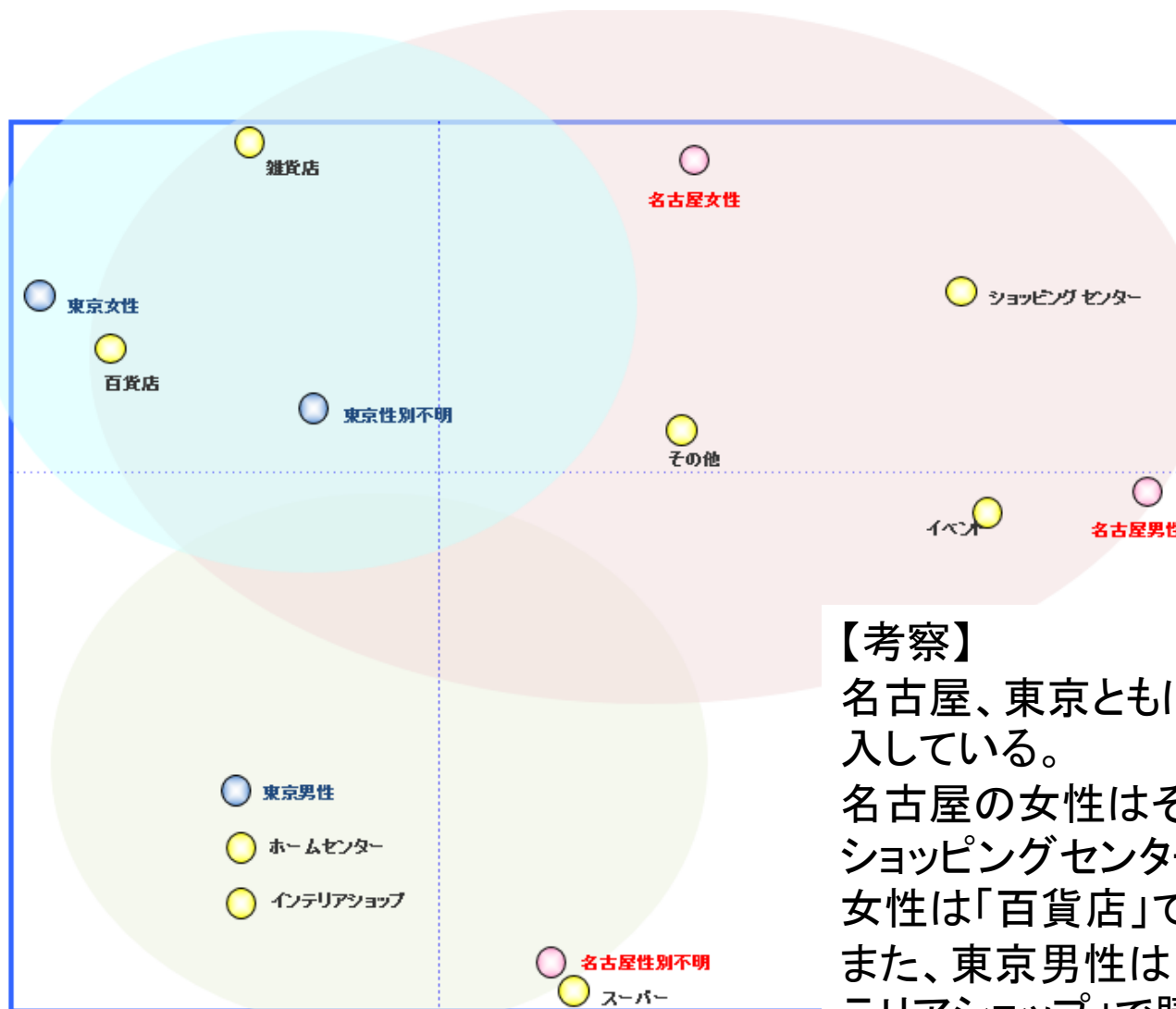


【考察】

名古屋では「自分用」に購入する人がほとんどであるが、東京はギフトとして購入する割合が高い。

2-2. 調査結果③ 場所性別 購入場所

Q5. どこで陶磁器を購入しますか



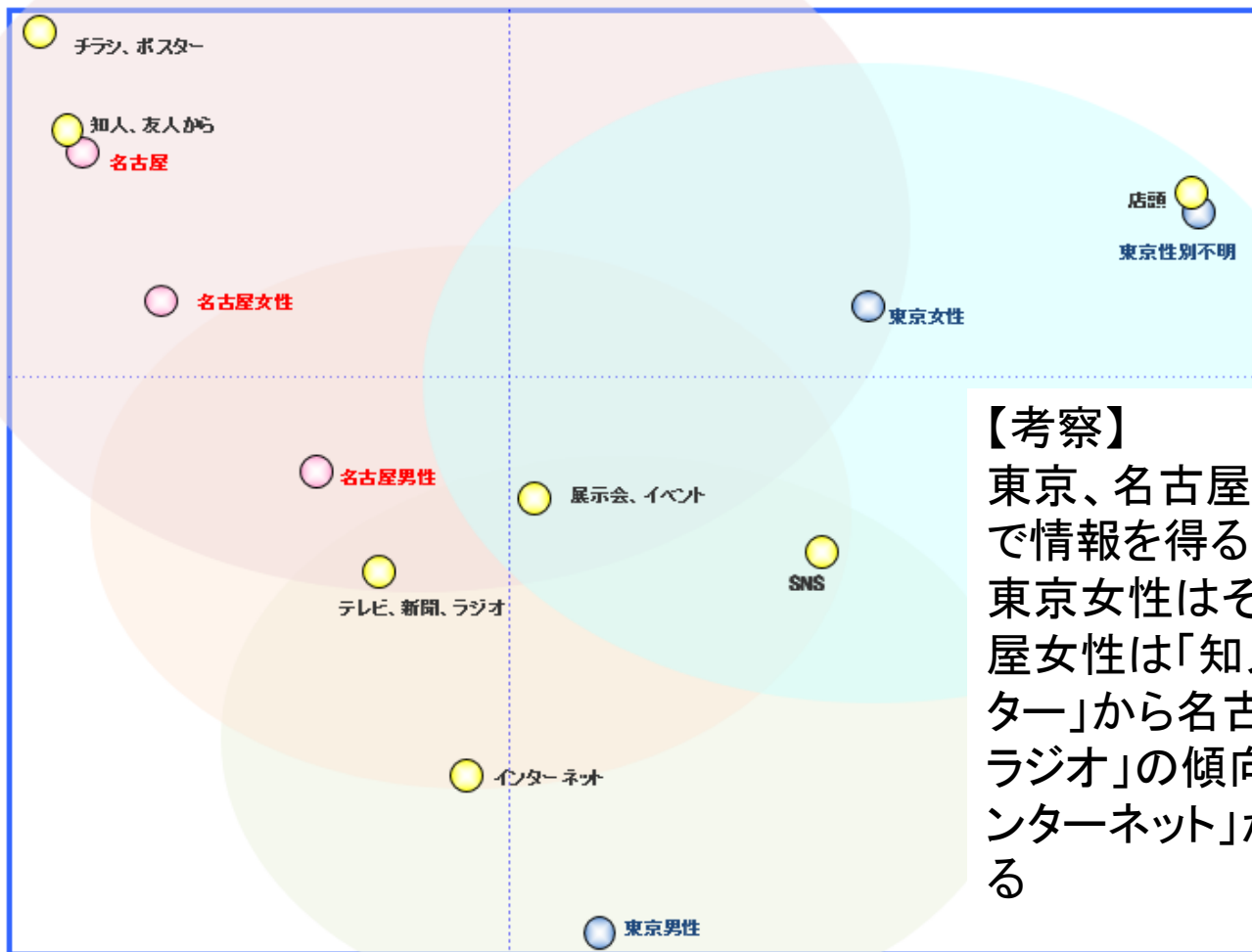
【考察】

名古屋、東京ともに女性は「雑貨店」で購入している。

名古屋の女性はそのほかにイベント、ショッピングセンターで購入する。東京の女性は「百貨店」で購入する割合も高い。また、東京男性は「ホームセンター」「インテリアショップ」で購入する

2-2. 調査結果④ 場所性別 情報源

Q6. 陶磁器の情報をどこで得ますか

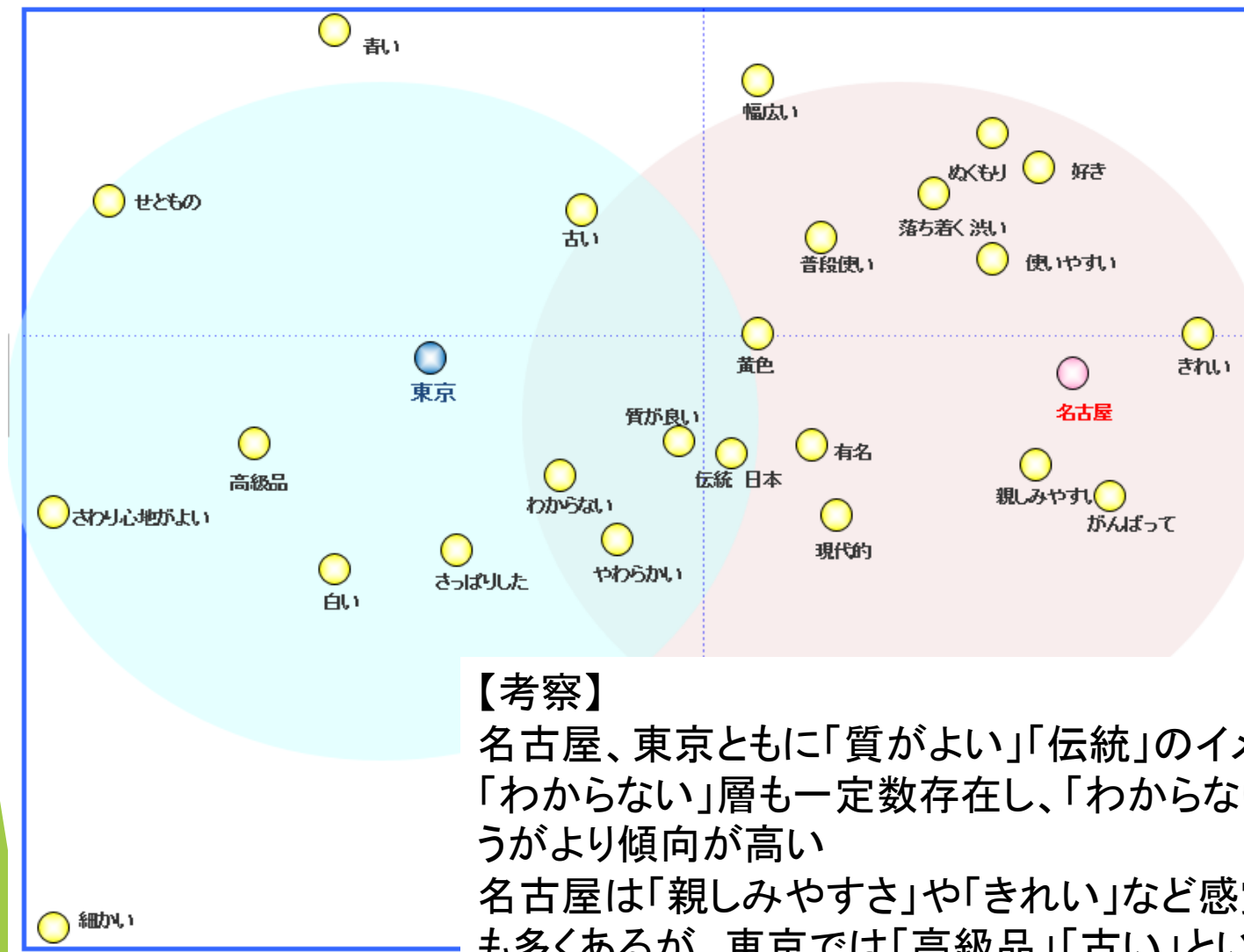


【考察】

東京、名古屋ともに「展示会、イベント」で情報を得る人が多く存在する。東京女性はそのほかに「店頭」で名古屋女性は「知人、友人」「チラシ、ポスター」から名古屋男性は「テレビ、新聞、ラジオ」の傾向がある。東京男性は「インターネット」から情報を得る傾向がある

2-2. 調査結果⑤ 場所別 「瀬戸焼」イメージ

Q7. 「瀬戸焼」のイメージについて



【考察】

名古屋、東京ともに「質がよい」「伝統」のイメージがあるが、「わからない」層も一定数存在し、「わからない」は東京のほうがより傾向が高い

名古屋は「親しみやすさ」や「きれい」など感覚的なイメージも多くあるが、東京では「高級品」「古い」というイメージもある。また、「せともの」という印象も東京では強い

3. まとめ

<まとめ考察>

名古屋女性	イベント等で安く「瀬戸焼」等の陶磁器を日用品として自分用に購入する購買行動が見られる。また、自分の「こだわり」としても購入する。 日常的な常設な店舗で購入する促進が必要になると思われる。
名古屋男性	名古屋女性よりもさらに「イベント」のみで購入する購買行動が見られる。テレビ、新聞等でイベントを知り、イベントで「自分用」の陶磁器を購入する。 ギフトとして活用するということが少ない
東京女性	「イベント」だけではなく「雑貨店」での購入が多く、情報も「店頭」で得る人も多くいることから、日常的に「雑貨店」「セレクトショップ」等に出かけ、「いいもの」を探して購入するという購買行動だと想定できる。 東京では、常設的に店舗を出店あるいは「雑貨店」等での取り扱いを促進することが販売促進につながると考えることができる
東京男性	男女ともに名古屋よりも陶磁器 = 高級品、ぜいたく品という認識もあり、「自分用」というより「ギフト」での活用も多くみられる。「ギフト」での陶磁器を贈る意味づけで販売促進ができる可能性がある