

陶磁器に関する市場調査

「2k540 made in seto」来場者アンケート結果

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（クロス集計） ①性年代別 あなたにとって陶磁器とは ②性年代別 誰のための購入 ③性年代別 どこで購入 ④性年代別 情報源 ⑤性年代別 「瀬戸焼」のイメージ
2 - 3	調査結果（年代別 陶磁器のイメージ）
2 - 4	調査結果（購入用途と購入場所、情報源）
3	まとめ

1-1. 調査概要

調査日	平成28年11月25日（金）、26日（土）、27日（日） 計3日間
調査場所	2 k 5 4 0（東京御徒町） 「2 k 5 4 0 made in seto」会場
調査対象者	「2 k 5 4 0 made in seto」来場者
アンケート方法	アンケート用紙に各自記入
調査対象数	152名

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	3	2.0	
2	20代	17	11.2	
3	30代	34	22.4	
4	40代	29	19.1	
5	50代	38	25.0	
6	60代	22	14.5	
7	70代以上	9	5.9	

回答者数：152

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	1.3	
2	男性20代	4	2.6	
3	男性30代	12	7.9	
4	男性40代	6	3.9	
5	男性50代	13	8.6	
6	男性60代	10	6.6	
7	男性70代以上	3	2.0	
8	女性19才以下	1	0.7	
9	女性20代	12	7.9	
10	女性30代	20	13.2	
11	女性40代	21	13.8	
12	女性50代	19	12.5	
13	女性60代	11	7.2	
14	女性70代以上	5	3.3	
15	性別不明	13	8.6	

回答者数：152

無回答者数：

■性別

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	女性	89	64.0	
2	男性	50	36.0	

回答者数：139

無回答者数：13

■職業

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	飲食関係	5	3.5	
2	デザイン関係	5	3.5	
3	卸売・小売関係	13	9.0	
4	マスコミ・出版・雑誌関係	3	2.1	
5	学生	8	5.6	
6	無職	26	18.1	
7	その他	84	58.3	

回答者数：144

無回答者数：8

■どこから来場

No.	項目名	度数	%	グラフ
1	東京都内	71	46.7	
2	東京近郊	47	30.9	
3	その他	34	22.4	

回答者数：152

無回答者数：

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	日用品・実用品	46	35.4	
2	食器・酒器・花瓶	20	15.4	
3	食事を豊かに	19	14.6	
4	身近なもの	18	13.8	
5	芸術・インテリア	14	10.8	
6	必要なもの	13	10.0	
7	楽しみ	11	8.5	
8	生活の彩り	10	7.7	
9	大好き	7	5.4	
10	ぬくもり	7	5.4	
11	特別・ぜいたく	6	4.6	
12	心が安まる・癒し	6	4.6	
13	日本・歴史	6	4.6	
14	コレクション・こだわり	5	3.8	
15	職人	4	3.1	
16	幅広い	2	1.5	
17	めずらしい・未知	2	1.5	
18	昔ほど使わない	1	0.8	

回答者数：130

無回答者数：22

【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、生活を豊かに彩りだと感じている人もあわせて2割存在する。

■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	123	80.9	
2	ギフト（誕生日）	45	29.6	
3	ギフト（父の日、母の日）	33	21.7	
4	ギフト（結婚）	24	15.8	
5	ギフト（還暦、古希等）	9	5.9	
6	その他	7	4.6	
7	内祝	4	2.6	

回答者数：152

無回答者数：

【考察】

Q4 誰のために購入するか
自分用に購入する人は全体の8割以上
ギフトより自分の楽しみとして陶磁器は存在している。

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	74	48.7	
2	雑貨店	63	41.4	
3	インテリアショップ	62	40.8	
4	イベント	42	27.6	
5	その他	28	18.4	
6	ホームセンター	12	7.9	
7	ショッピングセンター	9	5.9	
8	スーパー	8	5.3	

回答者数：152

無回答者数：

■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	店頭	64	43.0	
2	インターネット	46	30.9	
3	展示会、イベント	38	25.5	
4	テレビ、新聞、ラジオ	28	18.8	
5	知人、友人から	22	14.8	
6	チラシ、ポスター	16	10.7	
7	SNS	15	10.1	

回答者数：149

無回答者数：3

【考察】

Q5 どこで購入するか

陶磁器の購入場所は半数以上が百貨店、雑貨店、インテリアショップで購入している。

その他では、窯元、陶器市、産地、ネットショップ等の意見が見られた。

Q6 どこで情報を得るか

陶磁器の情報は、店頭で収集する人が約半数近く。ここから店頭での説明等が重要になることがわかる。

また、インターネットで情報を得る人も3割存在し、今後、インターネットの上手な活用も視野にいれることが重要となる

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	せともの	28	24.1	
2	わからない	19	16.4	
3	伝統 日本	16	13.8	
4	普段使い	12	10.3	
5	親しみやすい	12	10.3	
6	有名	7	6.0	
7	高級品	7	6.0	
8	質が良い	6	5.2	
9	さっぱりした	6	5.2	
10	幅広い	6	5.2	
11	古い	6	5.2	
12	青い	5	4.3	
13	白い	5	4.3	
14	現代的	5	4.3	
15	使いやすい	5	4.3	
16	やわらかい	4	3.4	
17	きれい	4	3.4	
18	好き	4	3.4	
19	落ち着く 渋い	4	3.4	
20	さわり心地がよい	3	2.6	
21	ぬくもり	3	2.6	
22	がんばって	2	1.7	
23	細かい	2	1.7	
24	黄色	1	0.9	

回答者数：116

無回答者数：36

【考察】

Q7「瀬戸焼」のイメージは

「瀬戸焼」=せとものイメージを持つ人が4分の1近くいる。

しかしながら、「わからない」人が17%おり、今後、「瀬戸焼」自体の関東での知名度向上が必須となる。

また、知ってる人においては「親しみやすい」「有名」という回答もみられた。

2-2. 調査結果（クロス集計）①

性年代	Q3 あなたにとって陶磁器とはどのようなものですか																	
	食事を豊かに	生活の彩り	食器・酒器・花瓶	身近なもの	必要なもの	特別・ぜいたく	日用品・実用品	芸術・インテリア	大好き	心が安まる・癒し	楽しみ	ぬくもり	こだわり	コレクション・日本・歴史	幅広い	昔ほど使わない	職人	めずらしい・未知
男性19才以下								1						1			2	
男性20代	1		1	1	1								1					
男性30代	1		5				2							2			1	
男性40代					1		4		1									1
男性50代		1	3	2	2		1			1	1			1	1			
男性60代			2	2	1	1	4	3			1							
男性70代以上				1					1		1							
女性19才以下	1					1	1								1			
女性20代	2		4	1		2	2	1	1					1				1
女性30代	3	1	2	2	2	1	4	1	1	2	1	2						
女性40代		3	1		3		9	5	1	1	2	1	1				1	
女性50代	3	2	1	4		1	7	1	3	2	3	2		1				
女性60代	3	1		2	2		4		2			1	1					
女性70代以上	1						1	1			1							
性別不明	4	2	1	3	1		7	1			1					1		

【考察】

男性は食器、日用品等の実用品としてとらえてる人が多い反面、女性は「食事、生活を豊かにするもの」「癒し」「楽しみ」ととらえている人が多い

2-2. 調査結果（クロス集計）②

アイテム名	Q4 陶磁器を誰のために購入しますか														
	男性 19才以下	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	男性 70代以上	女性 19才以下	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代	女性 70代以上	性別不明
自分用	2	2	5	5	11	10	3	1	8	11	18	19	11	4	13
ギフト(誕生日)	1	2	6	2	6		1	1	6	6	5	6			3
ギフト(結婚)			1	1	2	2			3	3	4	3	1		4
ギフト(還暦、古希等)		1	1				1		2	1	1	1	1		
ギフト(父の日、母の日)	1	3	4	3	1			1	4	8	1	1	1		5
内祝			1									1			2
その他									1		1		4	1	

【考察】

年代があがればあがるほど、「自分用」に購入する人が多い。
若い世代は「ギフト」として使用

2-2. 調査結果（クロス集計）③

アイテム名	Q5 どこで陶磁器を購入されますか？														
	男性 19才以下	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	男性 70代以上	女性 19才以下	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代	女性 70代以上	性別不明
百貨店		1	4	4	8	5			6	9	13	10	6	1	7
スーパー		1		1	1				2			1	1		1
ショッピングセンター		1		1		1					2	1	1		2
インテリアショップ	2	2	5	2	6	3		1	6	10	9	7	2	1	6
ホームセンター				1	1		1		1		3	3		1	1
雑貨店		1	3		3	2		1	7	8	12	15	3	2	6
イベント		2	3	1	4	2	2	1	1	5	7	4	4	2	4
その他			2	1	2	2	0	0	1	2	3	2	4	4	5

【考察】

女性は世代関係なく、百貨店だけではなく雑貨店で購入する人が多い。
また、その他では「陶器市」「産地」で購入する人も女性に多い

2-2. 調査結果（クロス集計）④

アイテム名	Q6 陶磁器の情報をどこで得ますか？														
	男性 19才以下	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	男性 70代以上	女性 19才以下	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代	女性 70代以上	性別不明
テレビ、新聞、ラジオ	2	2	3	3	2	1	1		1	1	2	5	2		3
チラシ、ポスター		1		1		1	1	1	3	2	2	2	1		1
インターネット	2	1	5	4	5	3			7	7	5	4	1		2
SNS		1	3						4	2		4			1
知人、友人から			2		3			1	1	3	2	6	1	2	1
店頭		1	2		5	4	1		5	7	14	7	7	3	8
展示会、イベント	1	2	2	2	3	2	1			3	3	7	6	3	3

【考察】

女性は店頭で陶磁器の情報を得る人が多い。

男性女性とも50代以下はインターネットからも情報を得る人も多い。

展示会、イベントから情報を得る人は50代以上となる

2-2. 調査結果（クロス集計）⑤

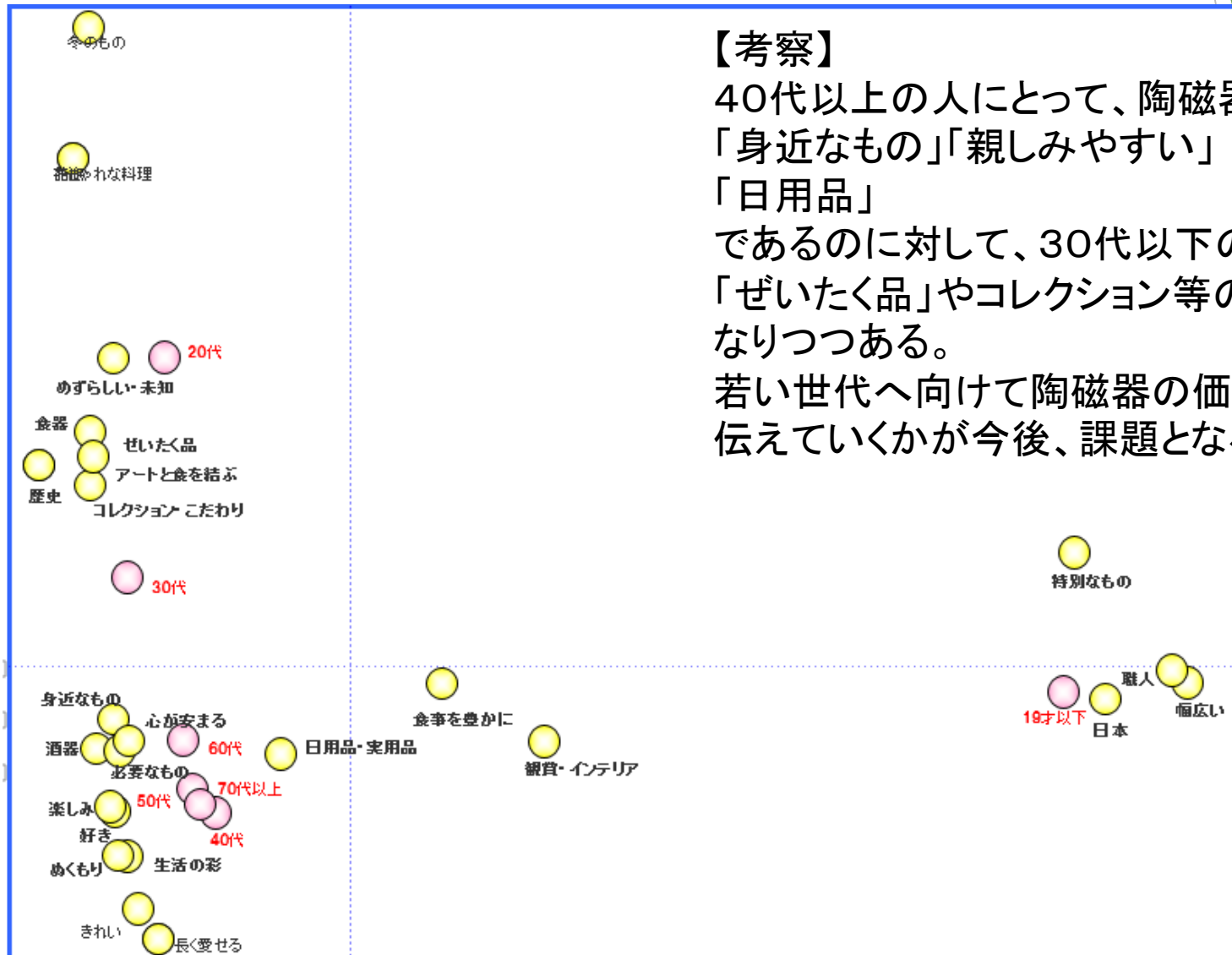
アイテム名	Q7「瀬戸焼」のイメージは																								
	有名	伝統 日本	現代的	高級品	質が良い	幅広い	普段使い	親しみやすい	使いやすい	せともの	好き	やわらかい	ぬくもり	さわり心地がよい	きれい	さっぱりした	落ち着く 渋い	細かい	青い	白い	黄色	わからない	がんばって	古い	
男性19才以下					1																				
男性20代							1			3													3		
男性30代		2	1	1			1	1		3		1	1										1		
男性40代					1						1					1				1			1		
男性50代		1	1		1	2	1	1	1		1					1			1	1			3		
男性60代		1		1	1	1			2								1		1				2		2
男性70代以上		1	1			1						1					1								
女性19才以下									1		1				1										
女性20代	2			2						2									1		1				
女性30代		2		1	2		1			2	1	1	1	1	2	1	1	1	2				1	1	1
女性40代		3	1					1		4		1		1		2	1		1				2		1
女性50代	1	4	1	2		2	4	5	2	3			1								1		2	1	2
女性60代	2	1					3	2	1	5					1					1			1		
女性70代以上	1																						1		
性別不明	1	1					1			4				1		1				1			2		

【考察】

男性ほど、「瀬戸焼き」をわからない。「せともの」のイメージしかない人が多い
 女性は、「伝統」や「親しみやすい」と思っている人も多い

2-3. 調査結果（年代別 陶磁器のイメージ）

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】

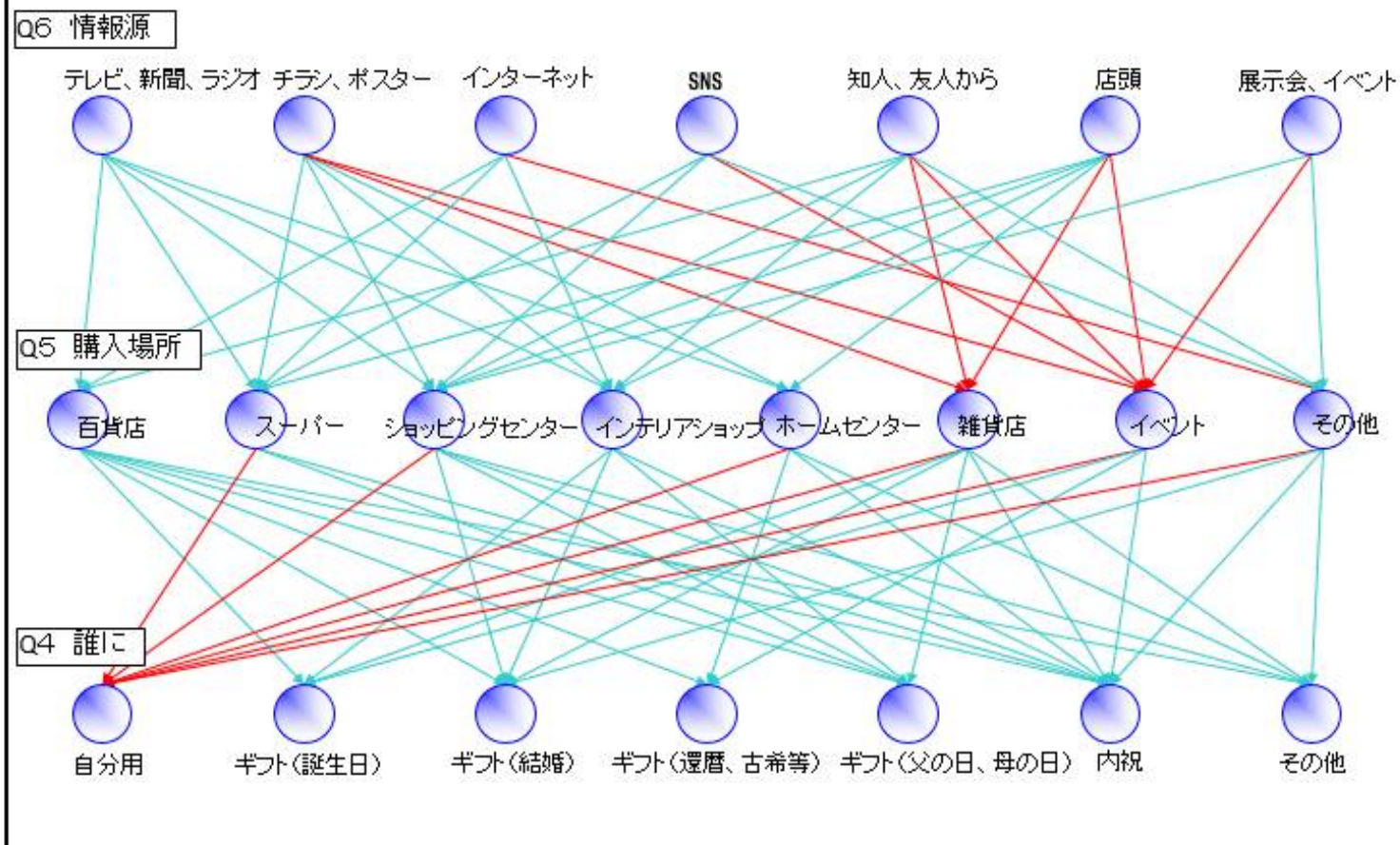
40代以上の人にとって、陶磁器は
「身近なもの」「親しみやすい」
「日用品」

であるのに対して、30代以下の人には、
「ぜいたく品」やコレクション等の特別なものになりつつある。

若い世代へ向けて陶磁器の価値をどのように伝えていくかが今後、課題となると思われる。

2-4. 調査結果（購入用途と購入場所、情報源）

◆購入用途からの購入場所と情報収集



【考察】

一番多い「自分用」に購入する際には「スーパー」「ショッピングセンター」「ホームセンター」「イベント」その他の「ネットショップ」「産地」で購入
その情報源は、インターネット、SNS、知人・友人、店頭で得ることが多い

3. まとめ

【まとめ考察】

- ・関東では、「瀬戸焼」の認知度はまだまだ低い。
- ・陶磁器は男性は実用品と考える人が多いが、女性は「癒し」「楽しみ」「生活、食事を豊かに彩るもの」と考える人が多い
- ・陶磁器自体は自分用に購入する人が多いが、若い世代ほどギフトでも購入する
- ・百貨店、インテリアショップでの購入が多いが、女性は雑貨店や産地、陶器市の購入も多い
- ・陶磁器の情報は店頭で得る人が多いが、50代以下ではインターネットの活用も多い
- ・若い世代は陶磁器を「ぜいたく品」「特別なもの」と考える人も一定数存在する。逆に年齢があがるほど「身近に」に感じる人が多い

今後、関東での展開として積極的なインターネットの活用を行いながら、より若い世代への認知度向上やより身近に感じてもらう必要があると思われる。

また、店頭で情報を得ることが多いことからいかに関東で認知度をあげ良さを実感してもらうには実際に実物を見てもらうかが重要になると思われる