

— 経常研究 —

中国・アジア市場に向けた新世代家庭用食器の開発

戦略・デザイン科 久田松学・依田慎二

要 約

輸出による海外への販路拡大を目的として、中国・アジア地域に向けた家庭用陶磁器食器を開発するため、現地消費者の食生活スタイルや食器に対する意識・志向等に関するアンケート調査を実施し、その結果を踏まえた試作開発を行い、試作品を上海の展示会に出展して聞き取りによる評価調査を実施した。

事前調査として、中国人留学生を対象としたグループインタビューやプレアンケートと、食器販売店や食品・家電製品販売店等で品揃えや売れ筋商品、顧客の消費行動等について店舗観察を行った。これらを基にアンケート項目を設定し、上海市内の日系企業に勤務する現地従業員を対象に調査を実施した。分析の結果、「洗いやすさ」「収納性」「保存容器」「電子レンジ使用」をキーワードとし、食器を開発した。また、開発品は、「Gift Show in 上海」に出展し、バイヤーや現地生活者の評価を得た。

キーワード：販路拡大、海外輸出、中国市場、食生活スタイル、家庭用食器

1. はじめに

国内の陶磁器食器市場が減少傾向にある中で、今後の販路拡大に向けては海外市場を視野に入れた商品開発がますます重要になってくる。

陶磁器製品は、生活や文化と密接に関わっており、ターゲットとなる現地消費者の生活スタイルや習慣、嗜好等を踏まえた製品開発が必要である。

本研究では、上海市内に在住の20代から40代

の中間所得者層をターゲットとして、特に食生活スタイルや、食器に対する意識、志向等に関するアンケート調査を実施し、得られた結果を基に家庭用食器を試作開発した。さらに試作品に関する評価調査を行い、ターゲット層が求める家庭用食器の市場性について検討した。(図1)

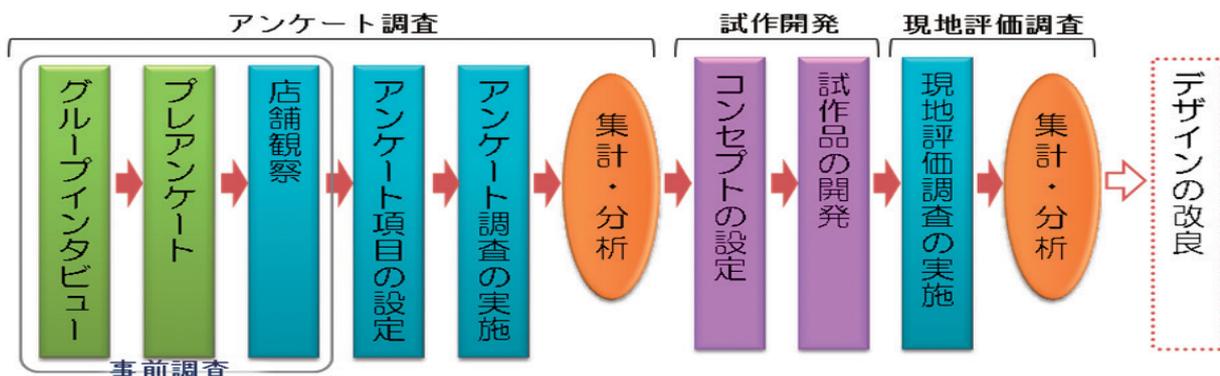


図1 研究のフロー

2. 研究方法

2.1 事前調査

開発の方向性を探る有効なアンケート項目を設定するための調査として、中国人留学生へのグループインタビューとプレアンケート調査を行った。さらに、アンケート項目を精査するため売場での品揃えや売れ筋商品、価格帯等の情報収集を目的に上海市内の食器に関連する売場での店舗観察を行った。

2.1.1 グループインタビューとプレアンケート

グループインタビュー形式により、中国人留学生5名に対して家庭における食事形態、料理内容、使用する食器、食器の購入先等に関する基本的な事項について聞き取り調査を行い、その内容を参考にアンケート項目を検討、設定した。

設定したアンケート項目により、中国人留学生他9名を対象にプレアンケートを実施し、各項目に対する回答時の疑問点や意見を記入してもらい、質問内容や質問の言い回し等について再度検討した。

2.1.2 店舗観察

開発の方向性を探ることを目的として、前項で設定したアンケート項目の妥当性について検討するため、上海市内の食器や食品、家電量販店等の品揃えや売れ筋商品、価格帯等の他、消費者の店頭における購買行動等について店舗観察による情報収集を行った。食器や食品については、百貨店やスーパーマーケット、大規模ショッピングモール内等の売場を観察した。また、家電商品については、中国の大手家電量販店の電子レンジやオーブン等、調理用家電の品揃えやサイズ等について情報を収集した。

2.2 アンケート調査

中国人留学生へのグループインタビューやプレアンケート及び上海市内で実施した店舗調査による情報収集の結果を基に、アンケート調査項目を精査した。

設問の項目数は、回答者の負担にならない範囲とするため、特に食生活スタイルや食器に対する意識調査から必要なアイテムや機能、形状等を導き出すことを目的とする内容に限定した。模様やカラー等の詳細については試作品の評価調査時に情報収集することとし当初予定していた26項目のアンケート内容から年齢や性別、家族構成、世帯年収等の基本情報を含む15項目に絞り込み、A4版両面1枚の

調査票にまとめた。

2.2.1 アンケート調査項目の設定

上海市内在住の20代から40代の中間所得者層に向けた家庭用食器開発の方向性を探るという観点から、表1の要件を見出すための調査項目を設定し、「中国食事情に関するアンケート」を作成した。

2.2.2 アンケート調査の実施

作成した調査票により、長崎県上海事務所及び長崎県立大学の山口教授の協力を得て、上海市内の日系企業7社に勤務する現地従業員等を対象にアンケートの配布した。

2.3 試作開発

アンケート調査の集計、分析の結果から得られた4つのキーワード「洗いやすさ」「収納性」「保存容器」「電子レンジ使用」から製品コンセプトを設定し、2種類6アイテムの試作品を開発した。

表1 アンケート調査のための設問項目

調査項目	要件
1. 食事形態	
① 食事をする時の人数	数、サイズ
② 食事に要する時間	機能
2. 料理・調理	
③ 料理のメニュー	アイテム、形状
④ 料理に使う食材	
3. 食器の機能	
⑤ 食器に求める機能	機能、素材、形状 サイズ
⑥ 良く使う電器調理器具	
⑦ 料理の保存方法	
⑧ 電子レンジの使用目的	
4. 食器の購買意識	
⑨ 食器の購入先	販路、価格帯
⑩ 食器選びの判断基準	食器のテイスト
⑪ 日本製食器の好感度	開発・販売の可能性
⑫ 日本製食器のイメージ	食器に求めること
5. 回答者属性	
⑬ 年齢、性別、未・既婚、最終学歴、出身地	ターゲットの明確化
⑭ 同居家族	
⑮ 世帯年収	

2.4 試作品の現地評価調査

現地消費者のニーズを明らかにし、改良の検討材料とするため、試作品を「Gift Show in 上海」に出展し、現地バイヤーや消費者を対象に聞き取りによる調査を行った。調査内容は、特にデザイン面に重点を置き、形状や色、模様および必要アイテムとサイズなどについて意見を収集した。

3. 結果および考察

3.1 アンケート調査結果

回収できた140人分のアンケートから、ターゲットとする20代～40代の中間所得者層に合致しないものや回答の記入に不備があるものを除いた有効回答102人のデータについて集計、分析を行った。

102人の回答者の属性は、以下のとおりである。

○年齢別割合:20代58%、30代33%、40代9%

○男女比:男性38%、女性62%

○未・既婚比:未婚54%、既婚43%(未回答3%)

次に、各調査項目の集計結果をグラフで示す。

集計結果を見ると、図2、図3からは、夕食時に家族で時間を掛けて食事を摂ることが窺える。朝、昼、夕食の内、複数人で食事をする家庭は、夕食時が90%と最も多く、食事に要する時間は、夕食時の91%が30分以上の時間をかけているが、朝食は、68%が15分以内と短時間で食事を済ませていた。

食器に必要な機能としては、図6に示すとおり、「洗いやすさ」を求める声が多く、次いで「収納性」や「保存容器」、「電子レンジ使用」など、直接食事にかかわる機能よりも、むしろ食事前後の場面で必要な機能を求める回答が多い。

よく使う電気調理器は、炊飯器が34%と最も多く、次いで電子レンジの30%、IHの利用は12%

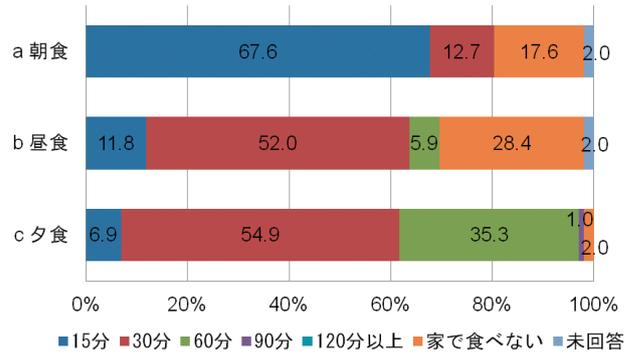


図3 家庭で食事に要する時間

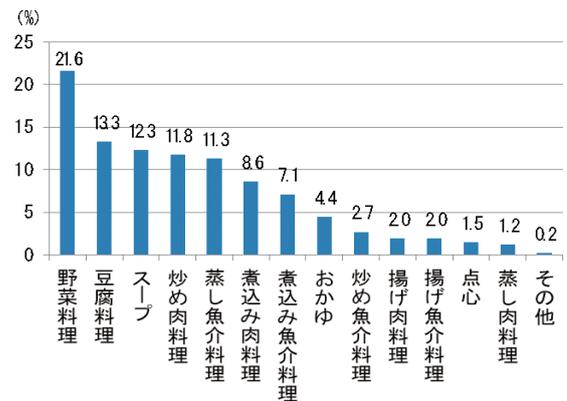


図4 家庭で良く食べる料理

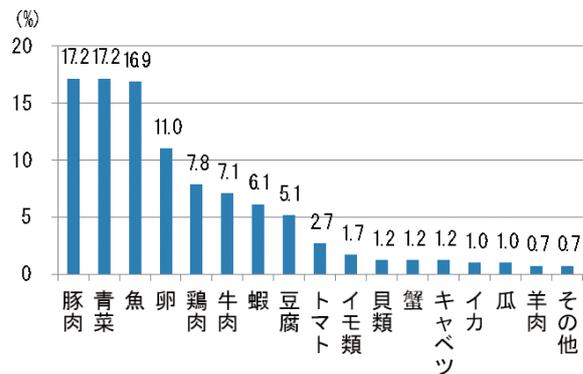


図5 料理に良く使う食材

とまだまだ少ない(図7)。また、電子レンジの使用目的を見ると90%が料理や飲み物の温めのみ使用しており、下ごしらえや調理等への利用はごくわずかである(図8)。

料理の保存方法では、蓋付きの容器で保存する家庭が多い反面、食器に盛り付けたまま保存する家庭も30%と比較的多いことがわかる(図9)。

食器の購入先は、図10に示すように、スーパーマーケット、百貨店、インターネット、食器専門店の順となり、購入価格帯の幅は大きい。

食器購入の判断基準については、図11のとおり品



図2 家庭で一緒に食事をする人数

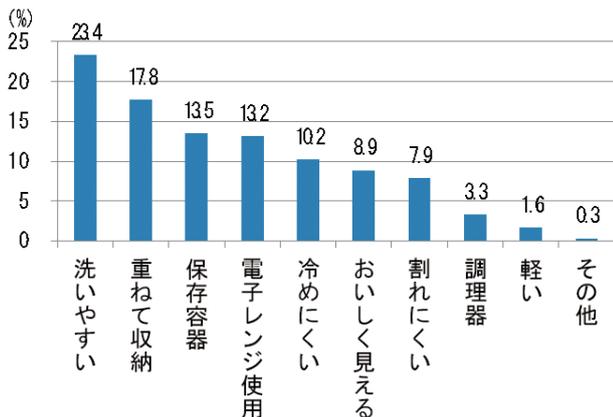


図6 食器に必要な機能

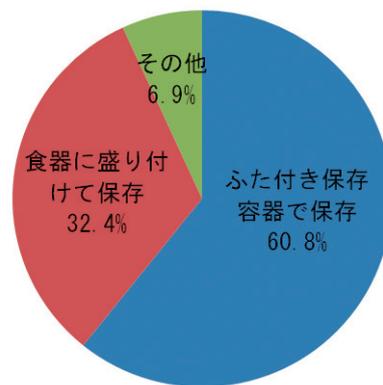


図9 料理の保存方法

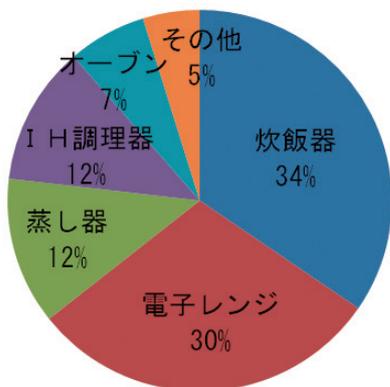


図7 良く使う電気調理器具

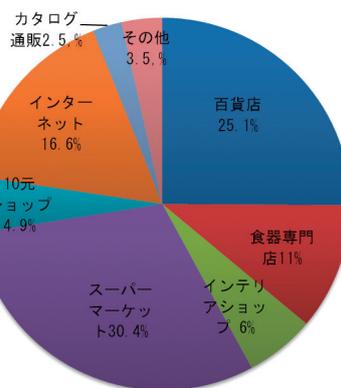


図10 食器の購入先

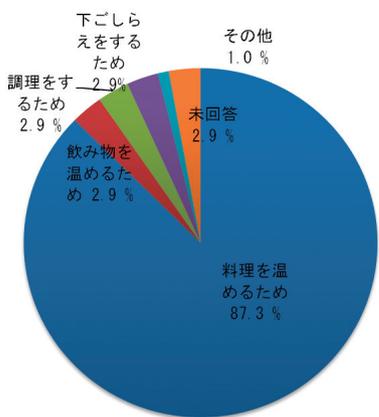


図8 電子レンジの使用目的

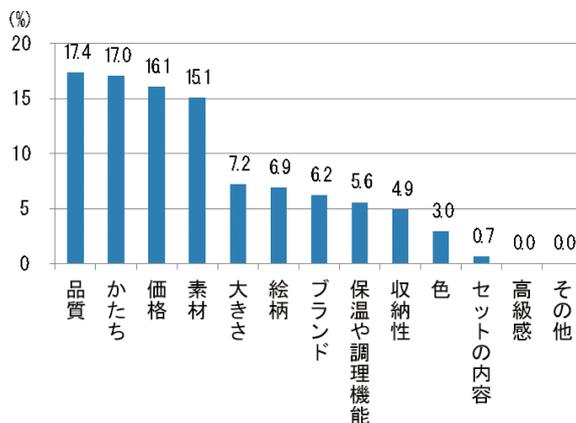


図11 食器選びの判断基準

質、形、価格、素材の順に多く、安全・安心の観点から品質や素材への関心が高い反面、高級感を求める回答はなかった。

日本製陶磁器については、否定的な回答はなく「好き」「どちらかという好き」が70%あり、日本製品への好感度は高いといえる。

また、日本製食器に対するイメージは、高品質、デザイン性、安全性といった製品自体への信頼度の高

さが窺える。

3.2 試作品の開発

アンケート調査の結果から得られた4つのキーワード「洗いやすさ」「収納性」「保存容器」「電子レンジ使用」を基に開発コンセプトを「電子レンジを使って簡単な調理ができ、収納性が良く、保存容器として使用できる洗いやすい多機能食器」として、2種類6アイテムの食器を試作した(図14)。

TYPE-1の角型保存容器は、洗いやすさを考慮し

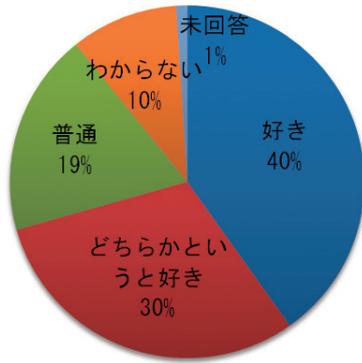


図12 日本製陶磁器について

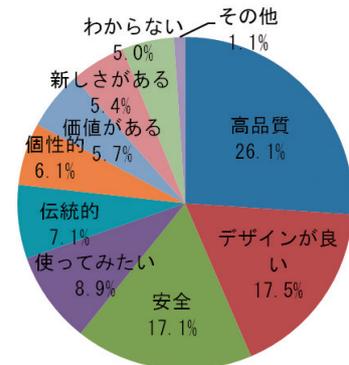
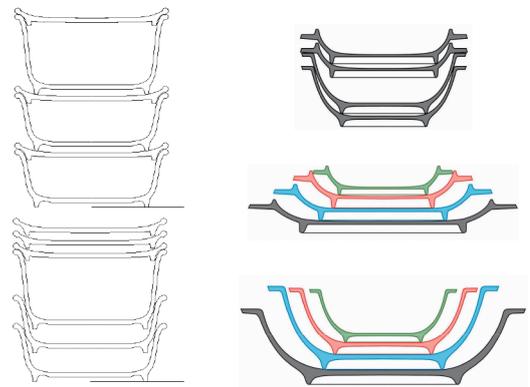


図13 日本製食器のイメージ

て、全ての角を曲面仕上げとした。主に保存容器としての機能を重視しているが、冷蔵庫から電子レンジ、食卓へという流れをイメージした器である。蓋は、皿としても使用でき、収納時は本体、蓋それぞれがコンパクトに収納できるようスタッキングを考慮したものである。

TYPE-2の丸型磁器食器は、個人使用のボウル小、中と3、4人分の容量のスープボウルと浅型の特大ボウルの4種を試作した。いずれも、蓋を皿として利用でき、保存容器としても使用できる多様性のある食器とした。さらに、収納時は本体と蓋それぞれ



TYPE-1 角型保存容器

製品コンセプト

洗いやすさ・収納・保存・レンジ
をキーワードとする**多機能食器**

食器棚への収納

電子レンジ調理

冷蔵庫への保存

洗いやすい形

TYPE-2 丸型磁器食器

図14 製品コンセプトと試作品

が入子式でコンパクトに収まる形状とした。

3.3 試作品の評価調査結果

開発した試作品に対する現地の評価を得るため、「第10回 Gift Show in 上海」に出展し、来場者を対象に聞き取り調査を実施した。その内容は、以下のとおりである。

○調査期間：平成27年3月25日～3月28日
(4日間)

○調査数：97名(内20代～40代78名)

○調査方法：来場者への聞き取り調査

○回答者：20代30名、30代25名、40代23名
男性36名、女性42名

調査は、「食器に求めるデザイン要素」という観点で聞き取りを行った。結果については、項目ごとに意見が多かった順に列挙する。

- ①必要アイテム：碗、皿
- ②色：真白／柔らかな色／淡い色／薄い色／鮮やかな色／明るい色／フルーツの色／コントラストが強い色
- ③模様：青花／簡単な模様／中国の伝統的な模様／日本風
- ④形状：丸型／四角／独特な形
- ⑤テイスト：シンプル／日本風／温かい／優しい／爽やか／素朴感／伝統的／繊細さ／細工技術／アート要素
- ⑥その他：インテリアに合う食器／中国人の習慣に合うもの
- ⑦重視する機能：洗やすい／収納性／料理の保存性／電子レンジで使用でき／色々な使い方ができる／軽量

日本製の陶磁器については、品質と技術に対する評価が高かった。中国市場で好まれる食器として、淡い色合いを求める回答が多く、模様については、簡単な青花(染付)模様という回答が非常に多かった。必要なアイテムとしては、年代を問わず皿と碗という回答であった。

また、製品コンセプトを検証するために必要とする機能を聞いたところ、洗やすさ、収納性、保存性、電子レンジ使用の順に多く、コンセプトにずれが無いことを確認できた。

今回の試作品に関する評価としては、角型容器の人気の高かったが、「中国では角型は使わない、丸型が良い」という声も聞かれた。また、「多用途が

良い」「収納や保存等良く考えられている」「中国向けに開発することは必要」等の好意的な評価もあった。

一方、「白は地味、彩色が足りない」「丸型はリムが広く厚すぎて、蓋も持ち難い」「シンプル過ぎて高級感が無い」等の意見があり、さらに、「日本製品は、高級レストラン等をターゲットにした方が良い」「中国北部は大きいサイズ、南部は小さいサイズを好む」「染付は中国と競合する」等の意見が聞かれた。

4. まとめ

本研究では、海外市場に目を向けた製品開発に取組み、現地での店舗観察やアンケート調査により、食事の形態やターゲット層が求める食器の機能、日本製陶磁器食器のイメージや信頼度の高さなどについて知ることができ、調査結果を踏まえた試作品を開発した。さらに、試作品の現地評価調査を実施することで、形やサイズ、色、模様等デザイン要素に関する内容について、来場された方々から沢山の意見を聞くことができ、中国市場に向けた開発の方向性を探る上で参考となった。今後は、これらの意見を基に改良を検討していきたい。

謝辞

「中国食事情に関する調査」を行うにあたり、調査項目の設定方法や調査結果の集計・分析方法等について懇切にご指導いただいた、長崎県立大学の山口夕妃子教授はじめ、アンケート調査の実施にご協力いただいた長崎県上海事務所他、関係者、関係機関の皆様はこの場を借りて深く感謝の意を表する。