

# 瀬戸蔵セラミックプラザ アンケート集計結果

(平成31年1月実施)

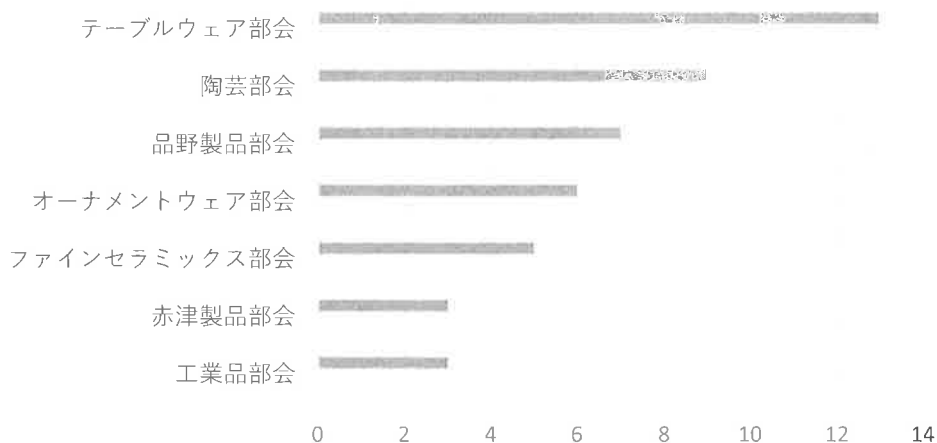
愛知県陶磁器工業協同組合

部 会 集 計

	部会集計	count	Rate	H30期 末員数	回答率
1	テーブルウェア部会	13	28%	48	27.1%
2	陶芸部会	9	20%	20	45.0%
6	品野製品部会	7	15%	58	12.1%
3	オーナメントウェア部会	6	13%	45	13.3%
5	ファインセラミックス部会	5	11%	30	16.7%
7	赤津製品部会	3	7%	20	15.0%
4	工業品部会	3	7%	68	4.4%
	合計	46	100%	289	15.9%

- 回答していただいた組合員は46社（H30期末員数の）15.9%
- 部会別では、テーブルウェア部会(28%)⇒陶芸部会(20%)⇒品野製品部会(15%)  
オーナメントウェア部会(13%)⇒ファインセラミックス部会(11%)…の順
- 部会内回答率を見ると、陶芸部会は約2分の1、テーブルウェア部会は4分の1  
以上の部会員の方が回答していただいている
- Q3(P5)を見ると、回答をいただいた組合員の78%がプラザでの商品販売  
の取り引きがある方たちである

部 会 集 計



Q1 セラミックプラザについて該当するもの(複数選択可)

		count	Rate
活用度	1 活用されている	11	24%
	2 まあまあ活用されている	15	33%
	3 あまり活用されていない	9	20%
認知度	4 よく知られている	4	9%
	5 あまり知られていない	6	13%
	6 地元民だけが知っている	7	15%
	7 認知度が低い	13	28%
集客力	8 集客がある	1	2%
	9 集客が少ない	10	22%
	10 イベント時は賑わう	22	48%
	11 未回答	3	7%
	合計	101	

<活用度>



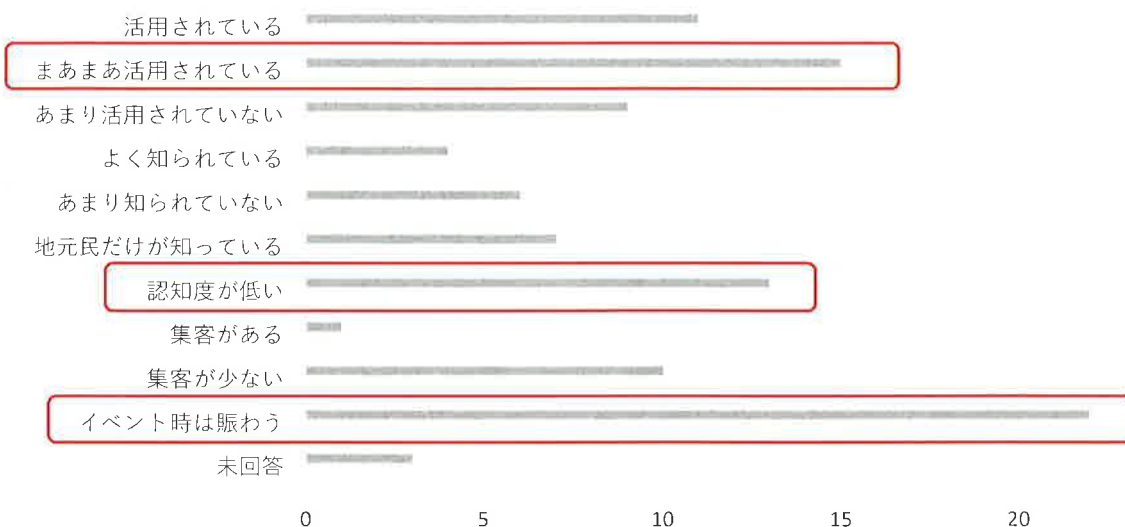
<認知度>



<集客力>



Q1 セラミックプラザについて該当するもの(複数選択可)



Q2 商品ディスプレイ、陳列方法について

		count	Rate
1	良い	20	43%
2	あまり良くない	4	9%
3	改善の必要がある	16	35%
4	未回答	6	13%
	合計	46	100%



Q2 商品ディスプレイ、陳列方法について



Q2-(1)どんな点が良いと感じるか

(良い)

陳列分のバリエーションがよい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・和と洋がすみ分けてある。</li> <li>・ <b>カテゴリー別に分けられているので分かりやすい。</b></li> <li>・ バランスが良い。</li> <li>・ 全体的にバランスがとれていると思う。</li> <li>・ 商品のレイアウト。</li> <li>・ きれいに、分かり易く飾ってある。</li> <li>・ 売り場が整然としている。</li> <li>・ 品数が多い中、ディスプレイに気を配っている。</li> <li>・ 量産品、手作り品、ノベルティなど多品種にも関わらず、上手に陳列してある。</li> <li>・ 山積み陳列でなく、展示品数、アイテム数も手際よく並んでいて見やすい。</li> <li>・ <b>窯元によって分かれている。</b></li> <li>・ 色々散らばって楽しい。</li> </ul>
季節感・他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>季節のテーブルコーディネート。</b></li> <li>・ 季節ごとのテーブルコーディネート提案が良い。</li> <li>・ <b>商品量、ボリューム感を感じる。</b></li> <li>・ 高級感がある。</li> <li>・ 以前は大小取り混ぜて陳列してあり、大ききの比較ができて変化があり良かったが今の陳列の仕方は自分の作品には合わないと思う。</li> </ul>

Q2-(2)どんな点が悪い・改善が必要と考えますか？

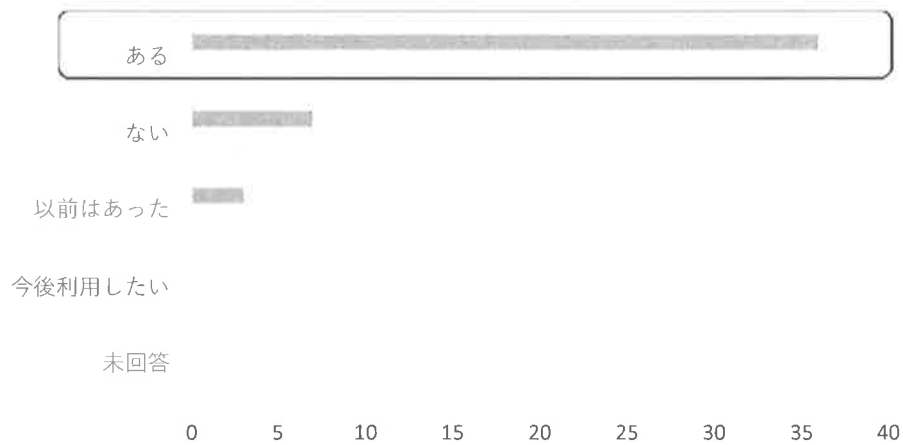
(悪い・改善)

<p>分 か り に く い</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 工芸品と指定外(機械生産)とが分かりにくい。</li> <li>・ ただ並べているだけ。</li> <li>・ もう少し分かりやすくした方が良いと思う。</li> <li>・ もう少しすっきりとした展示をして欲しい。</li> <li>・ 商品が多すぎるイメージを与える。(安物に思われる)</li> <li>・ ごちゃ混ぜ感がして、展示的に効果が薄い。</li> <li>・ 外からお店があるか分かりにくい。</li> </ul>
<p>変 化 が な い</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長い間ディスプレイ等が同じである。店内改装等が必要。白い商品が白い棚に置いてあったりする。</li> <li>・ 季節やイベントによって商品構成があまり変化しない。したとしても同じものの繰り返し</li> <li>・ 長い間同じ商品が同じ場所で並んでいる。個数もあまり動いていないようにみられる。</li> <li>・ 売り場の雰囲気が変わり映えしない。</li> <li>・ 陳列方法が古い。</li> <li>・ 室内が暗い、冷たい。</li> </ul>
<p>そ の 他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 見にくい。</li> <li>・ 通路部分のセール品などが売り場の価値を落としている。</li> <li>・ 商品の説明がない。(なぜこの商品が素晴らしのか、瀬戸焼の良さ等)</li> <li>・ 作り手の顔が見えない。</li> <li>・ 棚の下の商品がお客様から見えないところの展示になっている。</li> </ul>
<p>具 体 の 改 善 提 案</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 買いやすい配置にする。</li> <li>・ 数を減らして、商品は在庫から出す。</li> <li>・ 北南側で売り方を変える。</li> <li>・ 南はセレクトショップ、北はバラ積みみたいな。</li> <li>・ カテゴリーで分ける。</li> <li>・ カテゴリー別にスッキリ分けて見やすくして高い品と安価な品との格差を明確にした方が来場者は理解が得られる。</li> <li>・ 一定期間での配置変更等。収益率を上げる一手段として必要と考える。</li> <li>・ 常設展示の他に、3ヶ月毎にスポットを当てた展示をしたらどうでしょうか？</li> <li>・ 来店されたお客様が「瀬戸焼」ってどうゆうモノか、もう少し分かり易くする。</li> <li>・ 手書きのポップなどを使った作品紹介やPRをしてはどうでしょうか？</li> <li>・ 説明とか体験。</li> <li>・ 粘土に触れるコーナー。</li> </ul>

Q3 現在セラミックプラザでの商品販売お取引はありますか？

		count	Rate
1	ある	36	78%
2	ない	7	15%
3	以前はあった	3	7%
4	今後利用したい	0	0%
5	未回答	0	0%
	合計	46	100%

Q3 セラミックプラザでの商品販売お取引はありますか？



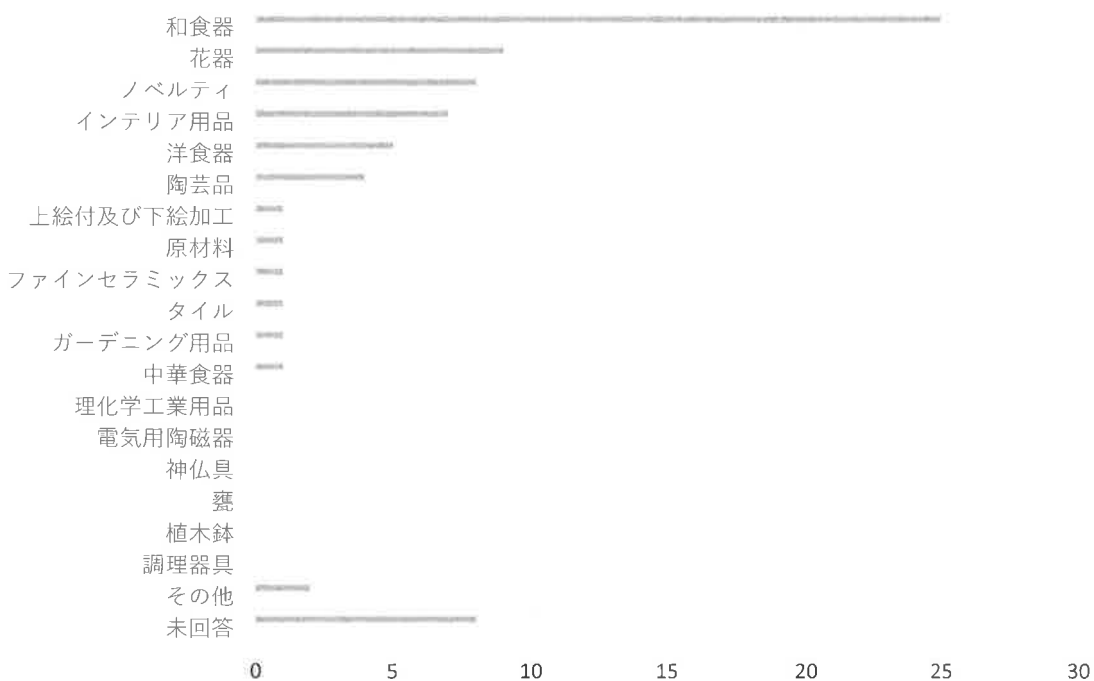
■ 「取扱いがない、以前はあった」と答えた方の理由

- ・手間をかけてまでも売れないので必要がない。
- ・建物の駐車場から道路に出にくいから。
- ・古臭い感じがする。

Q3-2 取引あり、今後利用したい→カテゴリー

		count	Rate
1	和食器	25	54%
2	花器	9	20%
3	ノベルティ	8	17%
4	インテリア用品	7	15%
5	洋食器	5	11%
6	陶芸品	4	9%
7	中華食器	1	2%
8	ガーデニング用品	1	2%
9	タイル	1	2%
10	ファインセラミックス	1	2%
11	原材料	1	2%
12	上絵付及び下絵加工	1	2%
13	調理器具	0	0%
14	植木鉢	0	0%
15	甕	0	0%
16	神仏具	0	0%
17	電気用陶磁器	0	0%
18	理化学工業用品	0	0%
19	その他	2	4%
20	未回答	8	17%
	合計	74	

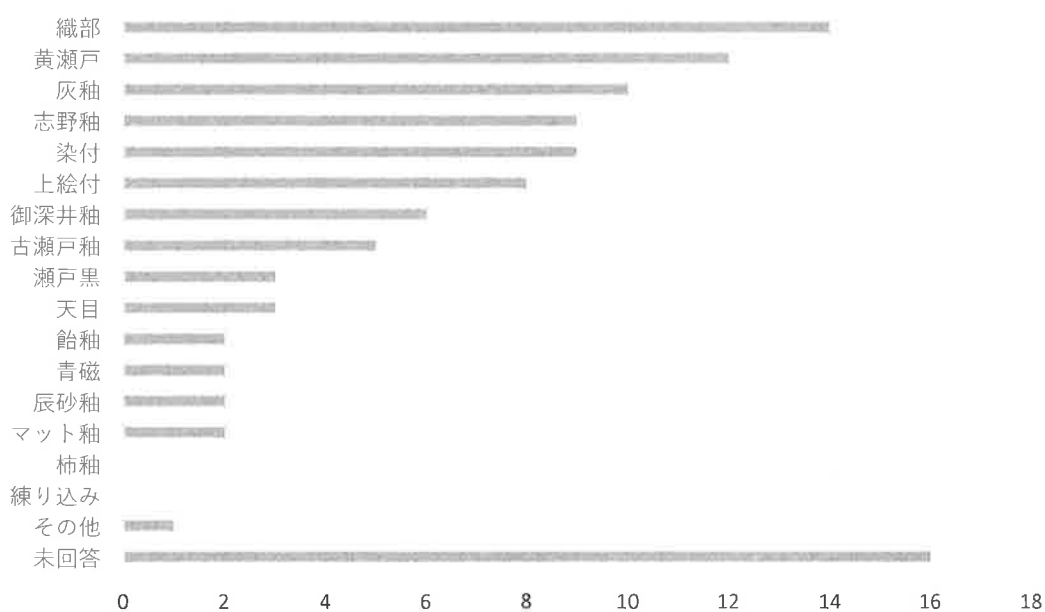
Q3-2 取引あり&今後利用したい (カテゴリー)



Q3-3 取引あり、今後利用したい→仕様

		count	Rate
1	織部	14	30%
2	黄瀬戸	12	26%
3	灰釉	10	22%
4	志野釉	9	20%
5	染付	9	20%
6	上絵付	8	17%
7	御深井釉	6	13%
8	古瀬戸釉	5	11%
9	瀬戸黒	3	7%
10	天目	3	7%
11	飴釉	2	4%
12	青磁	2	4%
13	辰砂釉	2	4%
14	マット釉	2	4%
15	柿釉	0	0%
16	練り込み	0	0%
17	その他	1	2%
18	未回答	16	35%
	合計	104	

Q3-3 取引あり&今後利用したい (仕様)



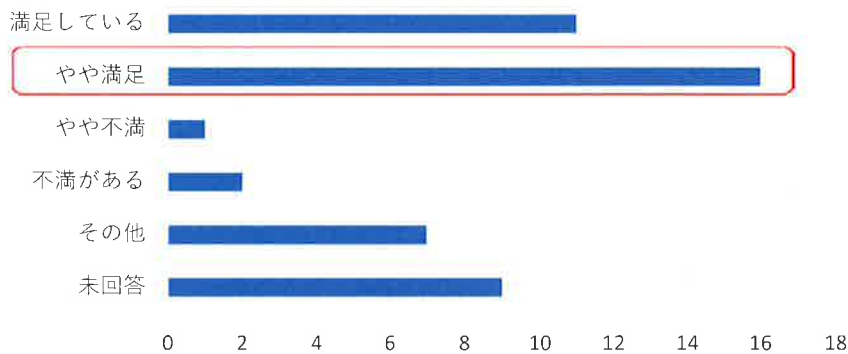


Q4 展示場所、方法について

		count	Rate
1	満足している	11	24%
2	やや満足	16	35%
3	やや不満	1	2%
4	不満がある	2	4%
5	その他	7	15%
6	未回答	9	20%
	合計	46	100%



Q4 展示場所、方法について



Q4 - 満足している点

(満足)

展示方法・工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 窯元別に並んでいる。</li> <li>・ 各窯元で陳列してあるところ。</li> <li>・ 北と南で分けてあるのがいい。</li> <li>・ 見やすくて、分かりやすい。</li> <li>・ 展示場所があること。</li> <li>・ 多くの瀬戸のメーカーの品が陳列されている。</li> <li>・ 同社の同じシリーズ(柄)の商品を近くで展示してくれている所。</li> <li>・ 手作り品(花器)などがまとめて展示してある。</li> <li>・ 柄違いのアイテムを探しやすい。</li> <li>・ 市場でするので人気品をすぐに投入したり、試作品の動向の為の展開にも好都合で良い。</li> </ul>
---------	---

(満足)

自 社 商 品 の 扱 い	<ul style="list-style-type: none"><li>・入口近くの見やすい場所にある。</li><li>・目立つ場所に展示して頂いています。</li><li>・弊社商品は見やすい位置に置いて頂いている。</li><li>・窯名を表記して頂いてありがたいです。</li><li>・テーブルコーディネートにも使っていただいています。</li><li>・多く展示してもらっている。</li><li>・季節もの、よく売れるものを前に展示してくださっている点。</li><li>・染付コーナーとして分かり易く並べてある。</li><li>・自社商品が売れているから。</li></ul>
---------------------------------	---

Q4 - 不満な点、その他お気付きの点

(不満)

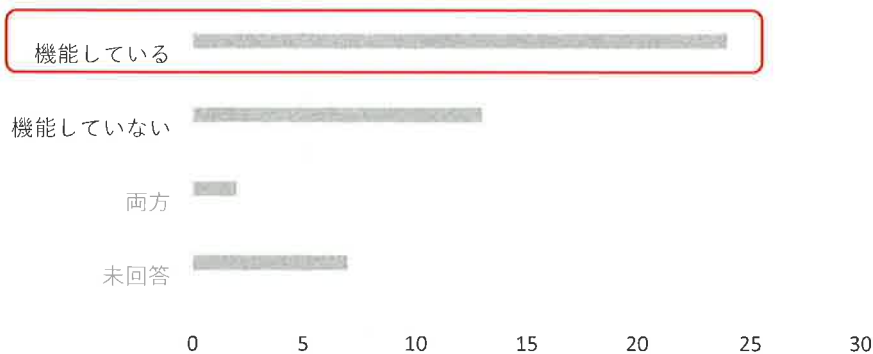
展 示 方 法 ・ 他	<ul style="list-style-type: none"><li>・作品の量が多すぎる気がする。</li><li>・商品が多い。</li><li>・見せる所と売る場所を分かり易く。</li><li>・BOXギャラリーは違和感がある。</li><li>・窯ごとにアイテム数がかなり違う。</li><li>・たまに他産地で製作されたアイテムがあります。</li><li>・オカザエモンは並べる必要がありますか？</li></ul>
----------------------------	--

Q5 アンテナショップとして

		count	Rate
1	機能している	24	52%
2	機能していない	13	28%
3	両方	2	4%
4	未回答	7	15%
		46	100%



Q5 アンテナショップとして



Q5 - 機能していないと思う理由

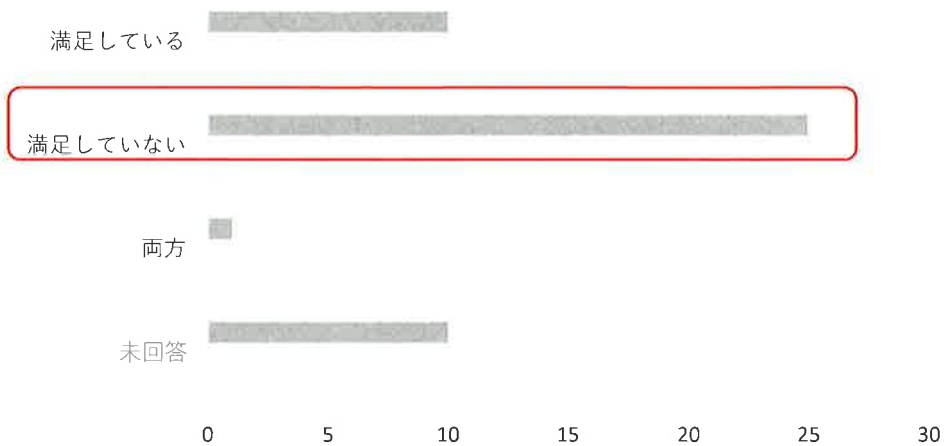
集客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客が少ない。</li> <li>・赤字だから人がいない。</li> <li>・売上の減少傾向とイベント等ない時期の客数。</li> <li>・アンテナショップといえるほどの集客がない。</li> </ul>
品揃え	<ul style="list-style-type: none"> <li>・煎餅などもあり、瀬戸焼窯元のアンテナショップの役目をはたしていないようにも思えます。</li> <li>・瀬戸川沿いにある店舗と同じような品揃えで魅力に乏しい。</li> <li>・積極的に商品が提供できていない。</li> </ul>
PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報の開示が少ないように思える。</li> <li>・プラザに瀬戸焼の器があるという事が幅広く認知されていません。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ある程度陳列してある所にパンフレットなどを置ければよいと思う。</li> <li>・組合費の捻出のためと考える。</li> <li>・カッコイイお店すぎるのもどうかと思います。</li> <li>・都会に出すべきだと思います。</li> <li>・窯元のコーナーがない。</li> <li>・BOXギャラリーも出展者さんの質にばらつきがあります。</li> </ul>

Q6 セラミックプラザでの売り上げについて

		count	Rate
1	満足している	10	22%
2	満足していない	25	54%
3	両方	1	2%
4	未回答	10	22%
	合計	46	100%



Q6 セラミックプラザでの売り上げについて



Q6 - 満足できる売上がない理由は何だと思えますか？

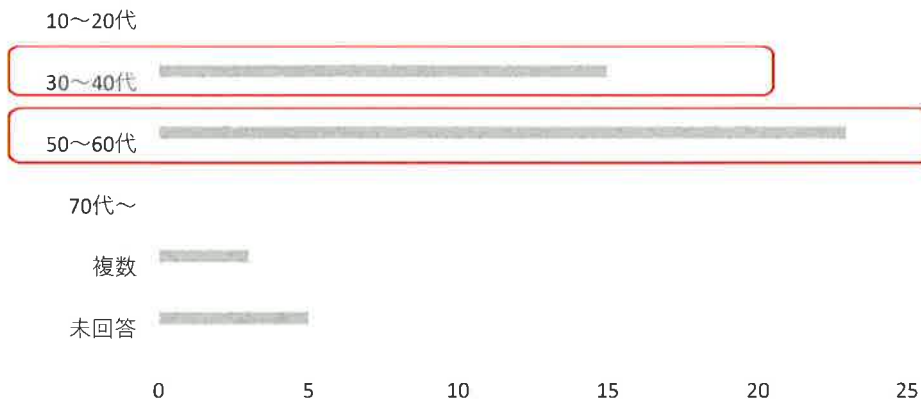
集客・PRに問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客が少ない。</li> <li>・平日人がいない。</li> <li>・集客が無い。</li> <li>・瀬戸に人が来ない。</li> <li>・人が少ない。</li> <li>・集客が少なく「欲しい」と思える工夫が足りないと思う。</li> <li>・集客数が少ない。</li> <li>・集客不足。</li> <li>・宣伝。</li> </ul>
----------	--

<p>自 社 商 品 に 関 連 の 問 題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自社商品の魅力不足。</li> <li>・ 自社製品の魅力の無さ。</li> <li>・ 弊社側の努力不足→季節ものをもう少し早めに納品したいと思います。</li> <li>・ 自社の力不足。</li> <li>・ 販売商品に魅力が無い。</li> <li>・ 委託なので生産順が後回しになります。</li> <li>・ 魅力的な商品作りをしないとと思います。</li> <li>・ 高額の商品があまり出ない。</li> <li>・ もう少し売上れば良いと思う。</li> </ul>
<p>様 々 な 意 見</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食器を売ることで、今の時代難しいので、致仕方ない部分がある。</li> <li>・ 市内販売店との兼ね合いもあり並べられる器に限りがあります。</li> <li>・ 瀬戸焼のブランド化がうまくいっていない。(価格競争、低価格になっている)</li> <li>・ 品野陶磁器センターと同じ程度で、アイテム数からすれば半分。</li> <li>・ 組合員として赤字を容認するのか？の回答は出たのでしょうか？</li> <li>・ 総代ではない一般会員にはプラザの事務状況は伝わって来ていません。</li> <li>・ 委託で50%はキツイ。</li> <li>・ 手数料が多すぎる。</li> </ul>

Q7 今後期待するメインの客層

		count	Rate
1	10～20代	0	0%
2	30～40代	15	33%
3	50～60代	23	50%
4	70代～	0	0%
5	複数	3	7%
6	未回答	5	11%
	合計	46	100%

Q7 今後期待するメインの客層



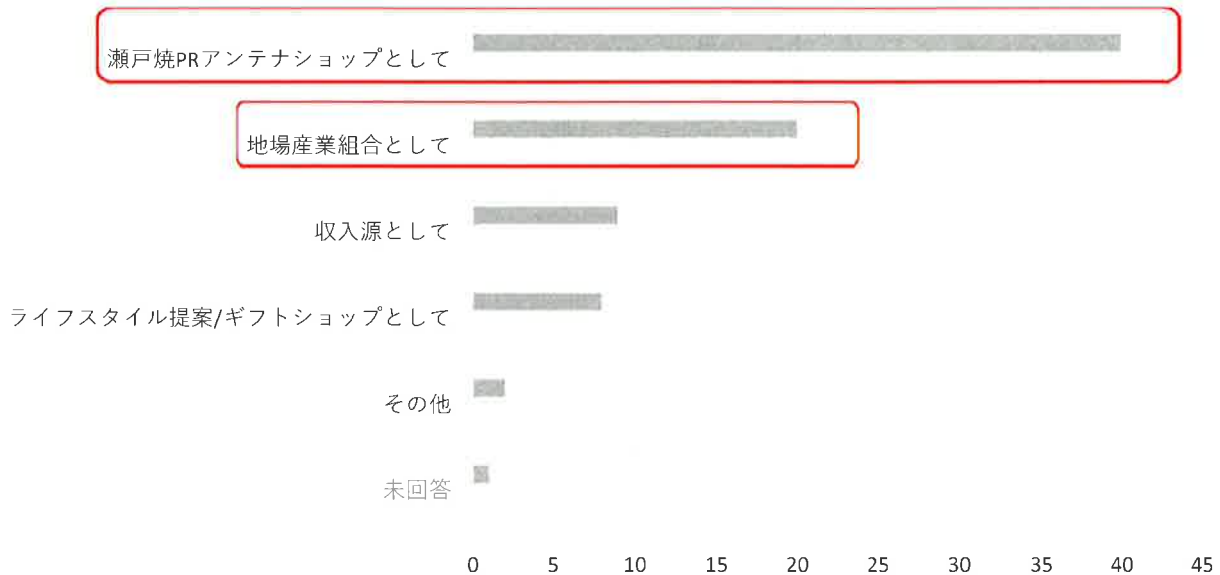
Q8 セラミックプラザの必要性・今後について →①必要である

		count	Rate
1	地場産業組合として	20	43%
2	瀬戸焼PRアンテナショップとして	40	87%
3	ライフスタイル提案/ギフトショップとして	8	17%
4	収入源として	9	20%
5	その他	2	4%
6	未回答	1	2%
	合計	80	

※「5 その他」に書かれた意見

- ・必要と思うが、現状の商品群を全て扱うのは難しい
- ・消費地に小規模なショップをテーマごとに展開してはどうか
- ・インバウンド

Q8 セラミックプラザの必要性・今後について →①必要である



Q8ーセラミックプラザの必要性・今後について

「⇒②必要でない。もしくは改善が必要である。」の理由と意見

<p>問題の全体</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プラザ等の問題ではなく、瀬戸へお見えになる人、観光が少ない。</li> <li>・陶磁器全体の問題(消費)。</li> <li>・瀬戸焼自体の(認知、ブランド力)の問題。</li> </ul>
<p>具体の改善提案</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・組合員にとって新商品のテストマーケティングの場所にできればよいと思います</li> <li>・試験販売として別の場所でショップを設けては？</li> <li>・プラザは集客率、認知度UPを計るべく、ソフト面の改善が必要だと考えます。</li> <li>・プラザに関する組合員に、プラザの持っている情報等をフィードバック。</li> <li>・瀬戸焼を購入したいと訪れた方々が瀬戸川沿いのお店で他産地の商品を買うのは良しとできません。その役割を担うのは組合のプラザだと思います。</li> <li>・陶磁器=せとものを買うには瀬戸に行けば欲しい器が必ず手に入る、器を探している人の窓口になるような場所になればいいと思います。</li> </ul>
<p>他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目玉のものが無い。</li> <li>・輸入品を無くして欲しい。</li> </ul>



## Q9 セラミックプラザについてのご意見

(自由意見)

- ・瀬戸市、愛知県、全国の陶産地の中でも知らない人がいないほど名が通っている瀬戸市にある愛陶工が運営するプラザに経済産業大臣指定の赤津焼、瀬戸染付焼の2つあるが、それを活かしてきていない気がします。
- ・お客様が感じる瀬戸焼のイメージ、それに沿ったセレクト、メーカー側もそのイメージに合ったモノづくりができると理想。そのイメージに合ったショップの名前、セラミックプラザという名前は温かみに欠ける。
- ・今後のプラザの方向性についても、計画性をもって組合員に対応して頂きたいです。
- ・経験と新しい事に挑戦にしてリスクを恐れずやらなければいけないと思う。
- ・年末からディスプレイが変わった気がしますが、なぜ組合員に説明もなく人気商品を下げたのでしょうか？組合員に丁寧な説明して欲しいです。
- ・灯台元暗しほどの世界も同じで、第三者目線を入れないと活路は見えにくい。
- ・とりあえず、小さな成功体験を全員で共有することが大切。
- ・ブランディングは、最低でも3年は要する為、権限移譲、失敗を許す許容力(資金面を含む)、見守る我慢が必要。
- ・販売や宣伝のチャンスを取りこぼしている現状を改善する為にも、お客様目線を取りいれて①何が好まれるのか？②何を伝えたいのか？③何が買いたいのか？④何を買って欲しいのか？もう少し現代に合わせた店舗づくりをしていく必要があるのでは？
- ・今は窯元の特徴や産地だからできるような事など何も見えない状態になっています。陶器も磁器も量産から手づくりまで有る瀬戸焼の特徴をもっと伝えられる売り場になるといいと思います。
- ・組合員に募集して2週間程度のメインスペースでの展示販売を1窯元で通年企画。
- ・一年間不動の商品は各窯元に変更撤去。
- ・窯元も商品欠品をなるべく出さないようにする。
- ・プラザがあまり知られていない。
- ・もう少し、プラザを窯元の店としてPRしてもいいと思います。
- ・外から見ると「セラミックプラザ」があることがわからない。
- ・妻は何が売りたいのかが見えてこないと言った
- ・陳列商品の量が多すぎると聞くことがありますが、窯元の店なのでそれはいいと思います。
- ・瀬戸は食器以外にも色々生産できるので、それをまるごと店にした感じで良いと思います。
- ・商品ディスプレイ等、そのままでもいいと思います。
- ・赤字をこれだけ減らしたのは凄い事です。ご苦労様でした。
- ・2階の瀬戸蔵ミュージアムや美術館、工芸館など市内の美術工芸施設の企画と連動した販売企画などができると良いのではないのでしょうか？
- ・2階に瀬戸蔵ミュージアムがせっかくあるので、1,000年以上の歴史、ストーリーがあり、現在に繋がっていて、その「今」がセラミックプラザです。というような流れの分かる場所、売り場にしたいです。

- ・歴史、風土、特徴、技など付加価値になりえる事を感じられるように。
- ・瀬戸の商品を出すなら、瀬戸以外に出すべきだと思います。
- ・余っている器を納品し並べているようにも感じる場面があるような気がします。季節を先取りしたアイテムを現場目線で集めたり、現状の委託販売だけでなく買取による販売もすれば、組合員の係わり具合も変化していくように思います。
- ・立地条件はいいと思うが、賃貸料が高い。安くならないか検討。瀬戸市役所との賃貸料の相談。
- ・場所の変更なども検討。
- ・経費削減のため、愛陶工にもどるのも一案。
- ・瀬戸蔵は家賃に見合うだけの集客がある建物ではないです。
- ・家賃代を支払い陶磁器を売るというのは、黒字にはなり得ない。今後も黒字になる可能性はない。それでもプラザを持するなら、瀬戸での最終焼成の物に限る品揃えにした方が良い。長い目で見れば、全国的にその方が認知されると思う。
- ・産地問屋の減少による窯焼の選別組合が本格的に問屋業に参加する時がきている。組合の事業ではなく、利益を組合員に還元する事業に育てる。
- ・セラミックプラザは「瀬戸焼」のアンテナショップでもいいと思うが、やはり売上がなければいけない。赤字が続いていれば存続価値がなくなる。売れるようにするには、やはり工夫が必要である。
- ・赤字解消の為に、外国産の物をプラザで扱うことはないと思う。
- ・会員の収入源となりうる販売店となること。
- ・組合(プラザ)と瀬戸市まるっとミュージアム観光協会との連携のなさを感じます。なぜ同じ建物にいて同じ目的があるのに、別々の方向を向いて仕事をしているのか。
- ・組合と協会とでお客様を呼ぶ方法を検討する場を設けてはどうでしょうか？
- ・セラミックプラザの問題ではなく、瀬戸市、瀬戸焼きの問題であると思います。
- ・もっと組合、組合員全体が、せともの=瀬戸焼という事にプライドを持って活動できるようにしていく方法を考えていくことも大切だと思います。

■セラミックプラザ アンケート

登録事業所名	
代表者名	
部会	
取扱商品 (2018年12月現在)	

1. セラミックプラザ について下記該当するものをお答えください。(複数可)

- ①活用されている ②まあまあ活用されている ③あまり活用されていない  
④よく知られている ⑤あまり知られていない ⑥地元民だけが知っている ⑦認知度が低い  
⑧集客がある ⑨集客が少ない ⑩イベント時は賑わう

2. 商品ディスプレイ・陳列方法について下記お答えください。

- ① 良い ②あまり良くない ③改善の必要がある

(1) ①と答えた方、どんな点が良いと感じますか？

(2) ②または③と答えた方、どんな点が悪い・改善が必要と考えますか？

3. 現在セラミックプラザでの商品販売お取り扱いはありますか？

- ① ある ②ない ③以前はあったが今はない ④今後利用したい

(1) ②または③と答えた方はその理由をお聞かせください。

(2) ①または④と答えた方は、該当するカテゴリと仕様を全てチェックしてください。

- 和食器 洋食器 中華食器 調理器具 ノベルティ インテリア用品 ガーデニング用品 植木鉢 甕 花器 神仏具 電気用陶磁器 理化学工業用品 タイル  
ファインセラミックス 原材料 陶芸品 上絵付け及び下絵加工  
その他 ( )

※カテゴリの詳細をご記入ください。

- 灰釉 鉛釉 黄瀬戸釉 瀬戸黒釉 青磁釉 天目釉 柿釉 織部釉 辰砂釉  
志野釉 御深井釉 古瀬戸釉 マット釉 染付 上絵付 練り込み  
その他 ( )

※仕様の詳細をご記入ください。

また、お取り扱い中の商品アイテム（商品名等）をご記入ください。

4. 展示場所・方法についてお答えください。

- ① 満足している    ② やや満足    ③ やや不満    ④ 不満がある    ⑤ その他

満足している点についてお聞かせください。

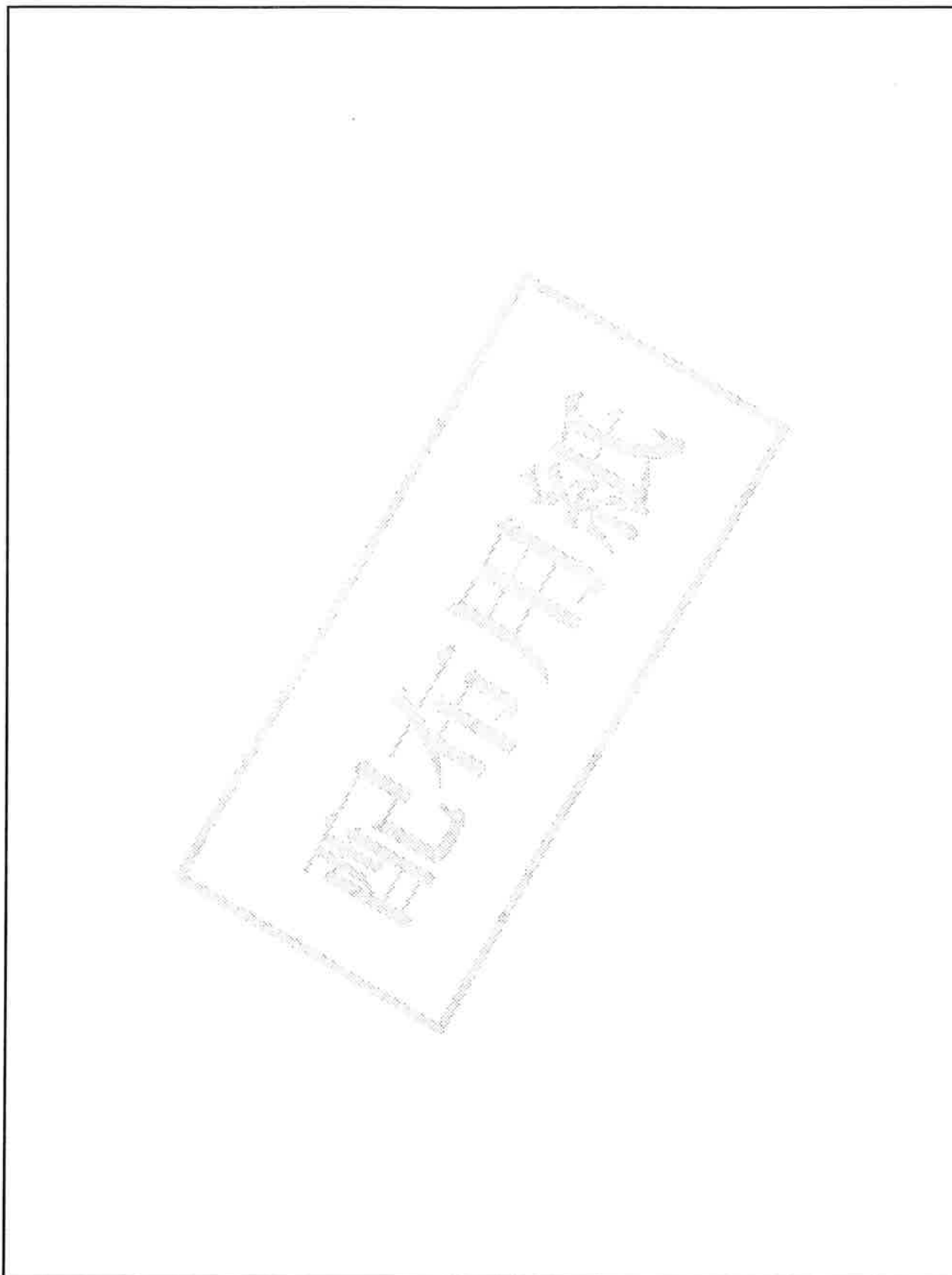
不満な点・その他お気づきの点についてお聞かせください。

5. セラミックプラザの位置付けについてお答えください。

- アンテナショップとして ①機能している ②機能していない



9. セラミックプラザについて、ご意見等ございましたらお聞かせください。



ご協力ありがとうございました。