

## 感想・講評

---

細川英邦

(輪島市役所産業部漆器商工課)

桐本泰一

(輪島キリモト社長)

## 輪島塗市場調査に基づく大学との連携プロジェクトについて —感性工学を取り入れた新しい視点

細川英邦

(輪島市役所産業部漆器商工課)

### ■背景

消費者の価値観多様化に伴う伝統産業の苦境が続く中、漆器はその価格に見合った価値を消費者に理解してもらうことに苦慮してきた。

何を作ってどのように売れば良いのか、漆器業者自身が見失っているといえる。また、それを調査分析する余裕が漆器業界に無い状況。従来とは異なる新たな視点に基づく商品開発や販路開拓に向けた手がかりが求められている。

とくに輪島は、手間がかかる伝統的な製法に基づく漆器づくりに重きを置いてきたため、他産地と比較して、産地としてのブランドイメージは悪くないが、商品価格が高くなるため、販売面では厳しい状況となってきた。

### ■本連携研究の目的

大学のような研究機関と連携することで、従来とは異なる新たな視点から、感性工学を応用し、漆器の良さについて消費者がより具体的に理解できるための研究を行うことが可能となった。このような連携活動により、これまでは曖昧となってきた、潜在的顧客層開拓に向けた販売促進や商品開発力の強化に結びつけることを目指している。

### ■期待

学生たちは下記の活動を通して、本事業に取り組んできた。

- ・ 輪島塗の現状をより実態的に知るためのフィールド調査
- ・ 感性工学についての基本的講義の受講
- ・ 輪島塗を対象とした感性評価調査
- ・ マーケティング手法を用いた輪島塗市場と輪

### 島塗価値の検討

- ・ マーケティング手法による潜在顧客の推定
- ・ 市場活性化を目的とした具体的提案の検討

本事業における様々な調査や研究を、教育の一環で学生と輪島の漆器業者が連携して行ったことにより、産地にとっては単なる時間や費用の恩恵だけではなく、学生が輪島塗のことをより深く理解するきっかけになったとともに、漆器業者は、普段の商品製作や販売等について改めて見つめ直すことができた。

市場調査については、輪島がこれまで行われてきた調査はいずれも元々漆器に興味がある「見込顧客／顕在顧客」を対象としていたことに対して、本事業では、あまり興味のない「潜在顧客」にも焦点をあてた点が大変興味深い。

これまでの輪島塗の宣伝等で用いられてきた内容は、輪島塗の歴史や工程などが多く、これに加えて消費者がより輪島塗の魅力を理解できる言葉が少なかった。販売においても、今までの輪島塗ブランドイメージに頼ったものであり、それだけでは消費者の心をつかむことは難しくなっている。

潜在顧客の視点も含めた「何のために輪島塗を買うのか?」「輪島塗で求められる優位的価値は何か?」といった根本的な問いに対して、感性評価工学の手法から導き出される内容は、今後の普及振興や商品開発、販路開拓などあらゆる方面で大いに役立つと考えられる。