

研究テーマ	織物製品の市場投入に関する調査研究		
担当者 (所属)	○秋本梨恵 五十嵐哲也 (富士工技セ)		
研究区分	経常研究	研究期間	平成 26～27 年

【背景・目的】

産地の繊維企業では、アパレル関連の国内生産の減少をうけて、従来の OEM 生産は減少を続けており、生地から最終製品の製造から販売までを手がける企業の動きが注目されている。しかし、これまで OEM 中心であったためマーケティングや販売についてのノウハウが社内になく、いかに商品を市場投入するかが課題となっている。また、産地で製造された商品を高い価値で販売するためには、産地の技術力や良いイメージが一般消費者に認知されることが必要であるが、当産地の一般的知名度は低いと考えられる。本研究は、織物の最終製品を市場投入するために役立つ基礎的なマーケティングリサーチを行うとともに、織物産地としての認知度を高める効果的な方策を検討することを目的として実施した。

【得られた成果】

平成26年度は、産地企業の課題整理、環境分析を行いウェブアンケート調査により消費者の購買行動、山梨産地の認知度について明かにした。また、産地に関連するキーワードのウェブでの検索ボリュームから、産地の活動が認知に与える影響について把握した。

平成27年度は、首都圏の20代～60代の男女を対象に、山梨の地域に対するイメージ・国産の繊維製品の購買経験と購買理由等を詳細に調査し、テキストマイニングによる分析から、産地プロモーションのヒントとなる消費者意識を明らかにした。

また山梨県富士工業技術センター公式ブログ「シケンジョテキ」や「ヤマナシハタオリトラベル」Facebookページ、山梨県絹人織物工業組合のホームページを対象に、アクセス解析等の分析を行い、産地の活動や情報発信が、どのような層の人々に届いているかを把握し、課題と機会を整理した。

産地企業や、産地の関係者を対象としたアンケート及びインタビュー調査、「ヤマナシハタオリトラベル」の販売場所での観察調査や聞きとりを通して、現状の課題と今後に向けた提案をまとめた。

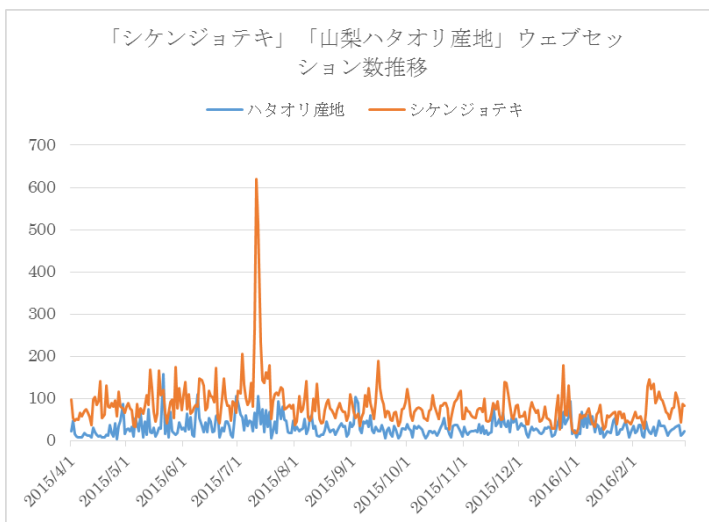


図1 産地関連サイトへのアクセス推移

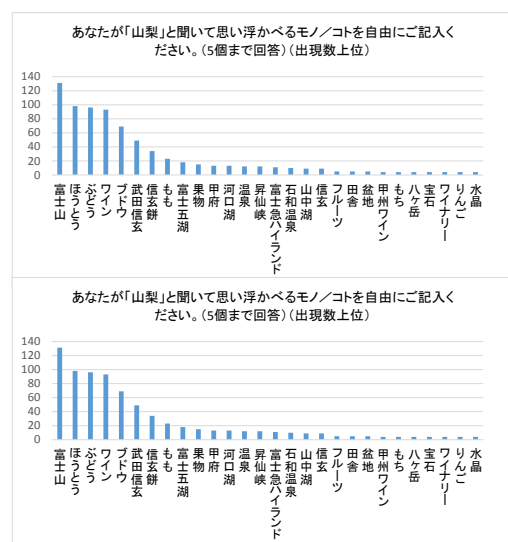


図2 アンケート・地域に関する純粋想起ワード

【成果の応用範囲・留意点】

本研究で得られたデータを、産地組合等による産地の認知を高める取り組みや、各企業の商品開発・プロモーション活動の支援に活用していく。