

萬古焼ブランド化推進に係る
消費者調査業務
報告書

平成24年3月

三重県工業研究所 窯業研究室

目 次

．業務概要	1
1．業務目的	1
2．調査業務内容	1
3．業務期間	2
．調査業務結果	4
1．一般消費者対象調査	4
(1) 調査概要	4
(2) 調査結果	6
2．事業者アンケート調査	21
(1) 観光地宿泊施設対象調査	21
(2) 茶販売店対象調査	47
(3) 飲食店対象調査	71
(4) 事業者アンケート調査結果のまとめ	93
3．事業者ヒアリング調査	94
(1) 調査概要	94
(2) 調査結果	95
(3) 事業者ヒアリング調査のまとめ	126
．萬古焼ブランド化推進のための提案	129
1．萬古焼ブランド化推進に向けた内外環境の整理	129
2．今後の方向性	133
3．結びとして	140
参考資料(アンケート調査票)	141
1．一般消費者対象調査	141
2．事業者対象調査	143

．業務概要

1．業務目的

萬古焼のうち、伝統的工芸品に指定されている「急須」と国産シェア80%を占めている「土鍋等の耐熱陶器」に関する萬古焼ブランド化推進につなげるための消費者調査。

2．調査業務内容

(1) 一般消費者対象調査

一般消費者を対象として、萬古急須、ガラス製急須、アルミ製急須で淹れたお茶の味の比較（試飲）と家庭での萬古急須の所有、急須に対する要望・意見等の調査（アンケート）と家庭での土鍋・陶板の所有、萬古焼が土鍋産地であることを知っているか、土鍋・耐熱陶器に対する要望・意見等の調査（アンケート）を行い、これらの調査結果を集計して分析する。

(2) 事業者対象調査

観光地宿泊施設対象調査（急須と耐熱陶器（土鍋・陶板等）に関すること）

三重県内の主要観光地の旅館・ホテル等を対象として、客室での萬古急須の使用の有無、食事会場での使用有無、それぞれ有る場合は、用途、要望・意見を、無い場合は使用しない理由等を郵送等によりアンケート調査する。

また、同様にヒアリング調査を実施する。

茶販売店対象調査（急須に関すること）

茶葉と急須を販売する店舗（三重県内に限定しない）を対象として、萬古急須の取扱いの有無、有りの場合はその売り上げ、急須素材（萬古とそれ以外の陶磁器急須との比較やガラスやアルミ等の異素材急須との比較）の良し悪しに関する意見、および急須に対する要望・意見等を郵送等によりアンケート調査する。

また、同様にヒアリング調査を実施する。

飲食店対象調査（耐熱陶器（土鍋・陶板等）に関すること）

飲食店を対象として、土鍋・陶板料理の有無、有る場合は、用途、要望・意見

を、無い場合は使用しない理由や今後の使用予定等を郵送等によりアンケート調査する。

また、同様にヒアリング調査を実施する。

(3) 萬古焼ブランド化推進に向けた提案

上記の調査結果と分析を踏まえて、萬古焼（急須と土鍋・陶板）のブランド化における課題をまとめ、ブランド化を推進するための商品開発等について提案する。

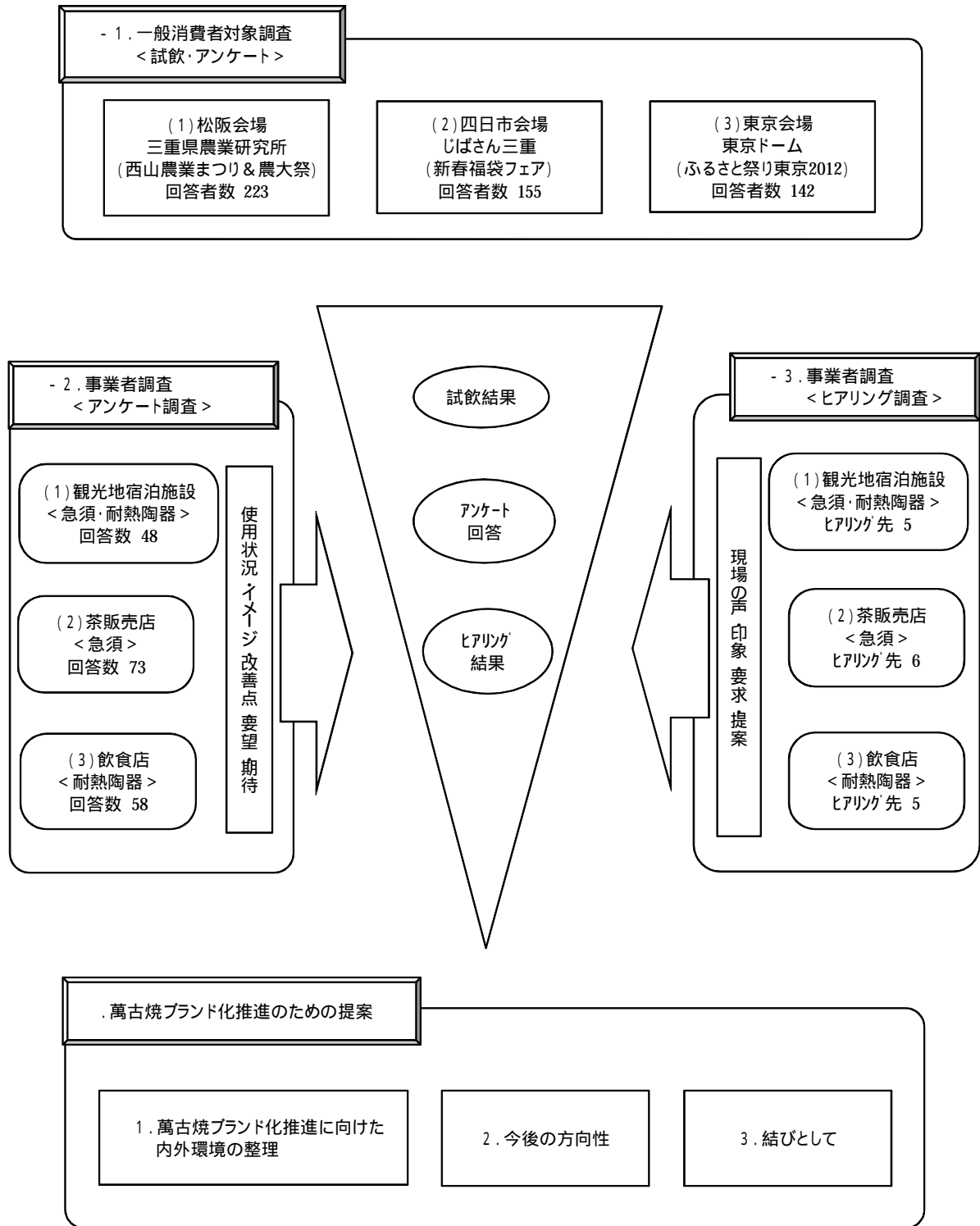
3. 業務期間

平成 23 年 11 月～平成 24 年 3 月

< 調査結果報告にあたっての注記事項 >

- ・各グラフの数値において四捨五入の関係で内訳と合計が一致しない場合がある。
- ・各グラフの項目において数値記載がない場合は回答がゼロであったことを意味する。
- ・各グラフの表記において S A は単回答、M A は複数回答、n は回答者の数。

【業務フロー図】



．調査業務結果

1 ．一般消費者対象調査

(1) 調査概要

調査の内容

一般消費者を対象として、萬古急須、ガラス製急須、アルミ製急須で淹れたお茶の味の比較（試飲）と家庭での萬古急須の所有、急須に対する要望・意見等の調査（アンケート）と家庭での土鍋・陶板の所有、萬古焼が土鍋産地であることを知っているか、土鍋・耐熱陶器に対する要望・意見等の調査（アンケート）を行い、これらの調査結果を集計して分析する。

調査会場と回答者数

	松阪会場	四日市会場	東京会場
実施日時	2011年12月4日（日） 9:00～14:00	2012年1月5日（木） 10:00～16:00	2012年1月13日（金） 10:00～16:00
イベント名	農大祭&西山農業祭り	新春福袋フェア	ふるさと祭り東京2012
実施場所	三重県松阪市 三重県農業研究所本館2階	三重県四日市市 じばさん三重1階	東京都文京区 東京ドーム
回答者数	223人	155人	142人

< 参考：試飲調査の手順 >

お茶淹れの手順

ナチュラルウォーターを使い、湯沸かしポットで沸騰させる。

一旦サーバー（大）にお湯 900cc を入れ、サーバー（小）3 個にそれぞれ 300cc ずつ入れる。

萬古急須、ガラス急須、アルミ急須にそれぞれ茶葉（伊勢茶の上煎茶を使用）を 8g 入れる。

サーバー（小）のお湯 300cc が 72 前後になったら急須にゆっくりと入れる。

1 分後、急須からサーバー（小）にお茶を静かに出す。

サーバー（小）から紙コップ 10 個に均等な濃さになるように回し入れる。（1 個あたり、約 25cc。）

試飲アンケート手順

アンケート主旨を説明し、基本情報を記入して頂く。

調査員が萬古急須で淹れたお茶、ガラス急須で淹れたお茶、アルミ急須で淹れたお茶の順にお茶を提供。

回答者はそれぞれを味わいながら、アンケート調査票に記入。

この時、テーブルの上には、お茶を淹れたものと同様の急須見本がそれぞれ展示してある。



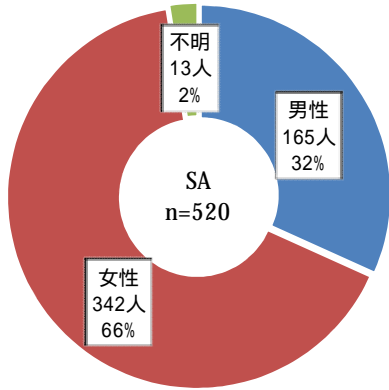
試飲調査の会場（松阪会場）

(2) 調査結果

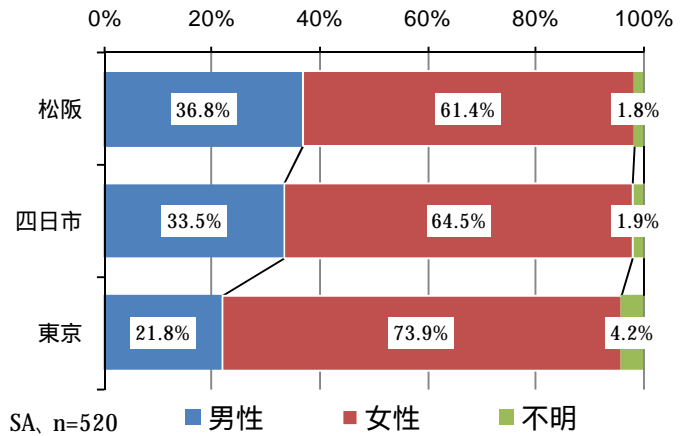
【回答者の属性】

性別

回答者の性別（全体）

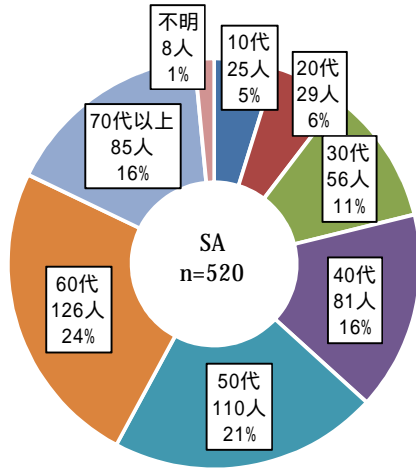


回答者の性別（会場別）

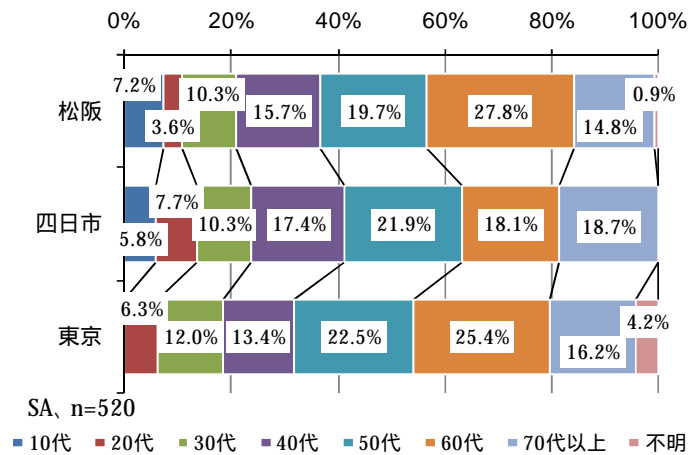


年齢

回答者の年齢（全体）

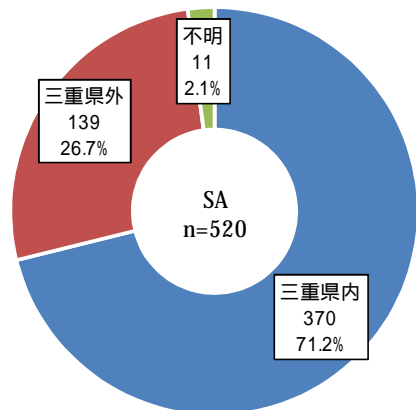


回答者の年齢（会場別）

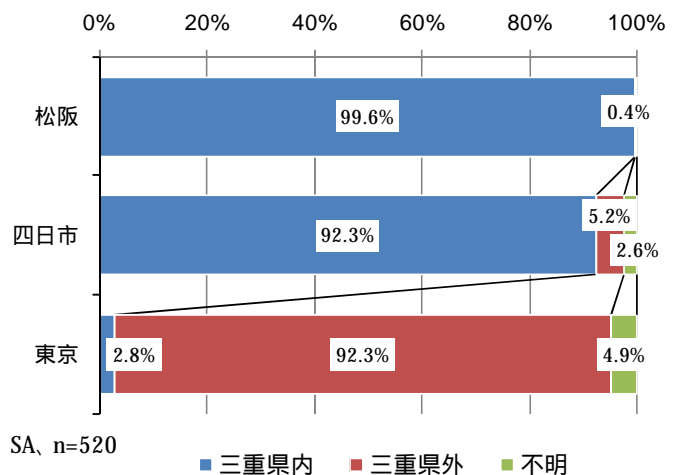


住所

回答者の住所（全体）



回答者の住所（会場別）



【お茶の試飲アンケート結果】

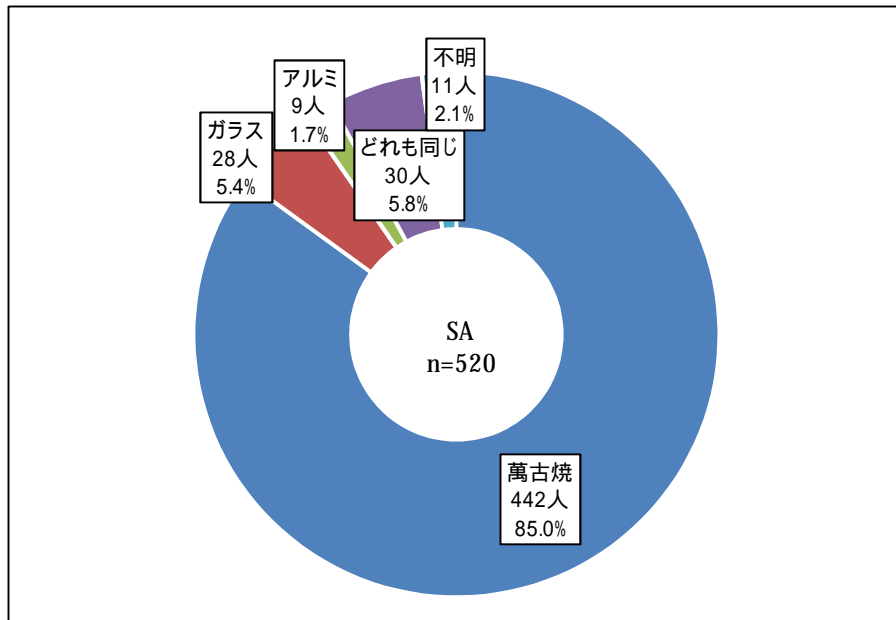
問1. どの急須で淹れたお茶が最も強く感じましたか？

(1) 美味しさ

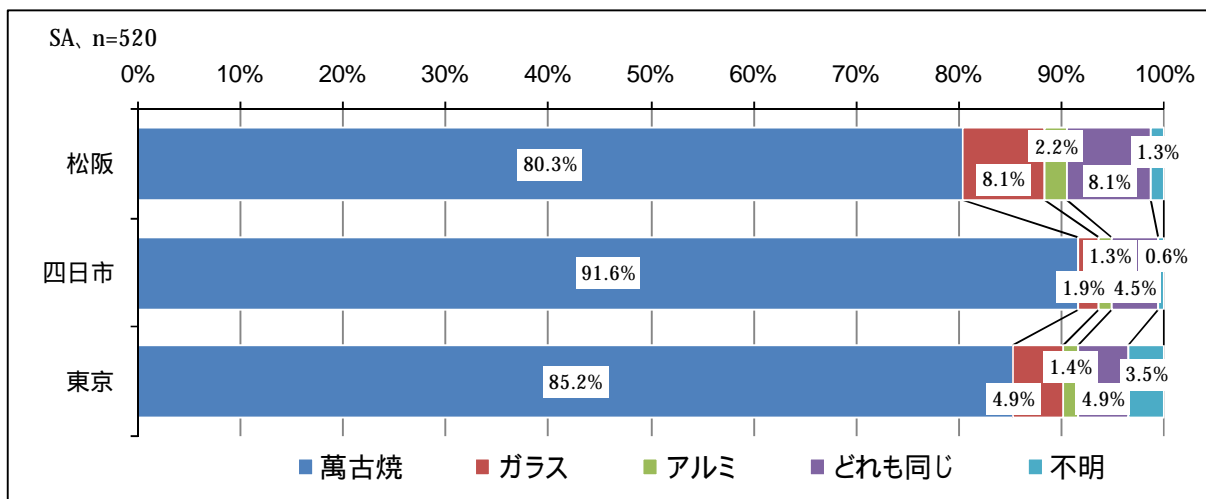
どの急須で淹れたお茶がもっとも強く『美味しさ』を感じたか質問したところ(図表1-(1)-1)「萬古焼」との回答割合が85.0%と最も高く、次いで「ガラス」(5.4%)、「アルミ」(1.7%)となった。なお、「どれも同じ」との回答が5.8%となった。

調査会場別にみると(図表1-(1)-2)「萬古焼」と回答した人の割合が最も高いのは四日市会場で91.6%となった。

図表1-(1)-1 美味しさを強く感じる急須(全体)



図表1-(1)-2 美味しさを強く感じる急須(会場別)

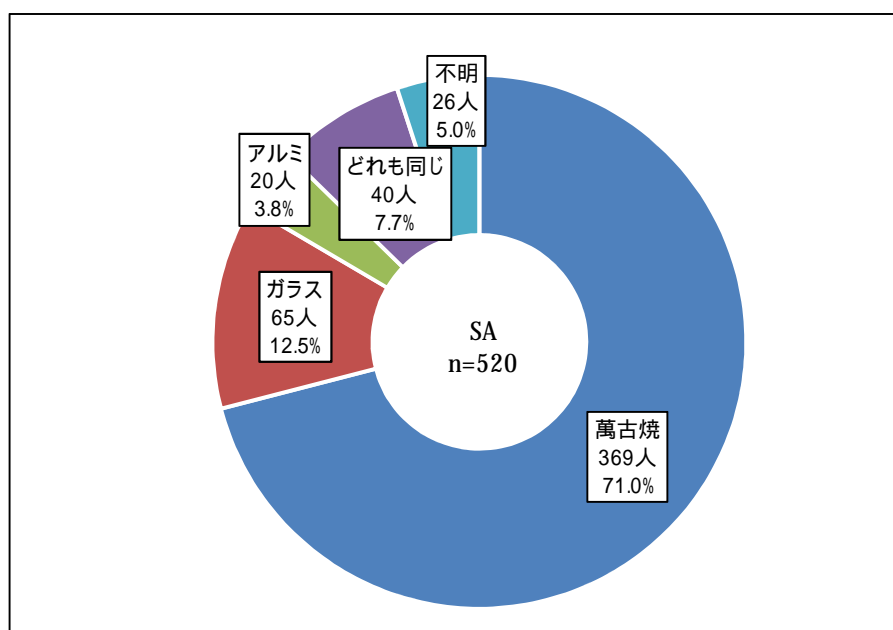


(2) 甘味・旨味

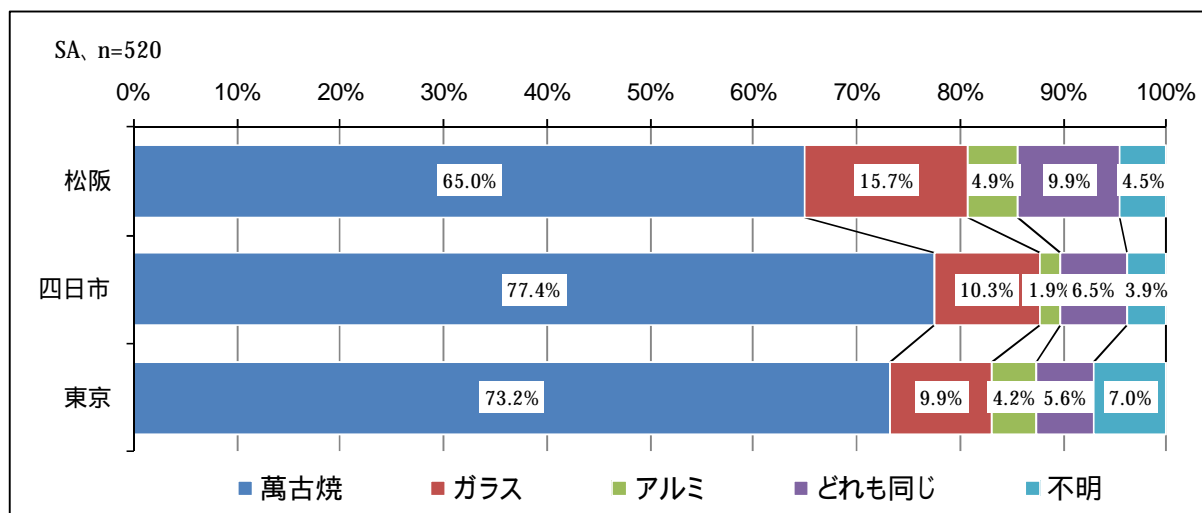
どの急須で淹れたお茶がもっとも強く『甘味・旨味』を感じたか質問したところ（図表 1-(2)-1）、「萬古焼」との回答割合が 71.0%と最も高く、次いで「ガラス」（12.5%）、「アルミ」（3.8%）となった。なお、「どれも同じ」との回答が 7.7%となった。

調査会場別にみると（図表 1-(2)-2）、「萬古焼」と回答した人の割合が最も高いのは四日市会場で 77.4%、最も低いのは松阪会場で 65.0%となった。

図表 1-(2)-1 甘味・旨味を強く感じる急須（全体）



図表 1-(2)-2 甘味・旨味を強く感じる急須（会場別）

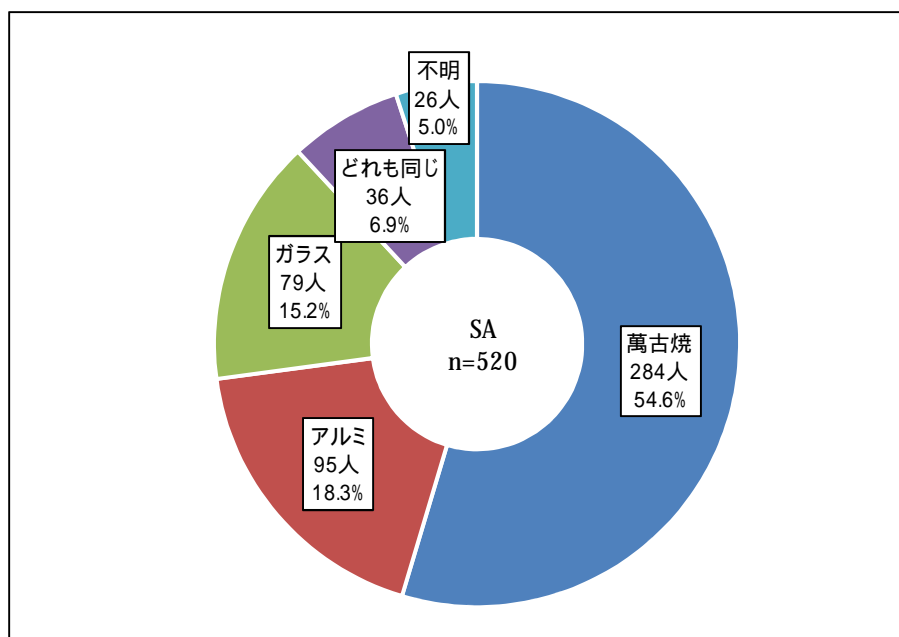


(3) 渋味・苦味

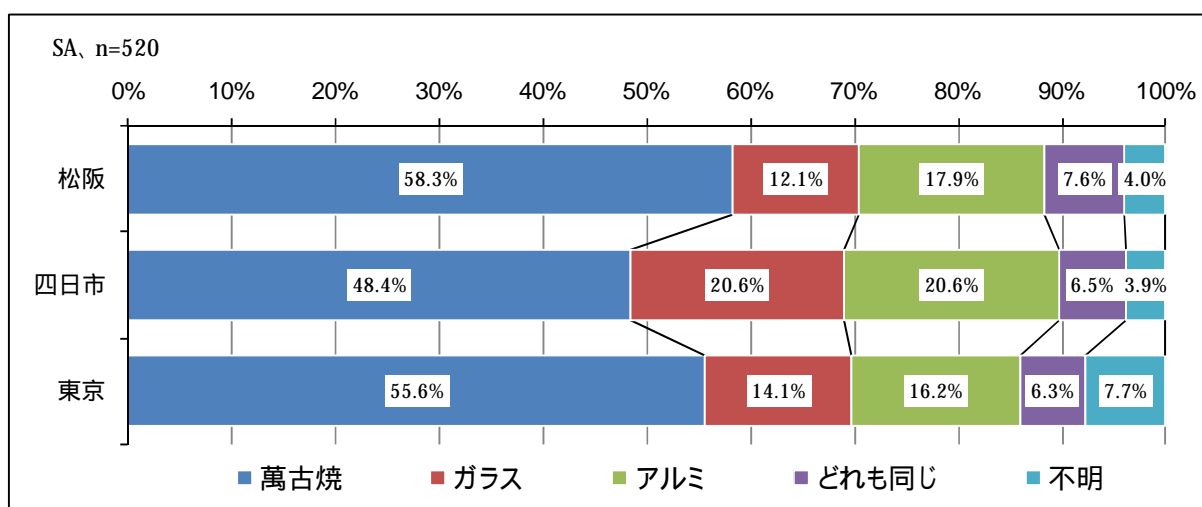
どの急須で淹れたお茶がもっとも強く『渋味・苦味』を感じたか質問したところ（図表 1-(3)-1）、「萬古焼」との回答割合が 54.6%と最も高く、次いで「アルミ」（18.3%）、「ガラス」（15.2%）となった。なお、「どれも同じ」との回答が 6.9%となった。

調査会場別にみると（図表 1-(3)-2）、「萬古焼」と回答した人の割合が最も高いのは松阪会場で 58.3%、最も低いのは四日市会場で 48.4%となった。

図表 1-(3)-1 渋味・苦味を強く感じる急須（全体）



図表 1-(3)-2 渋味・苦味を強く感じる急須（会場別）

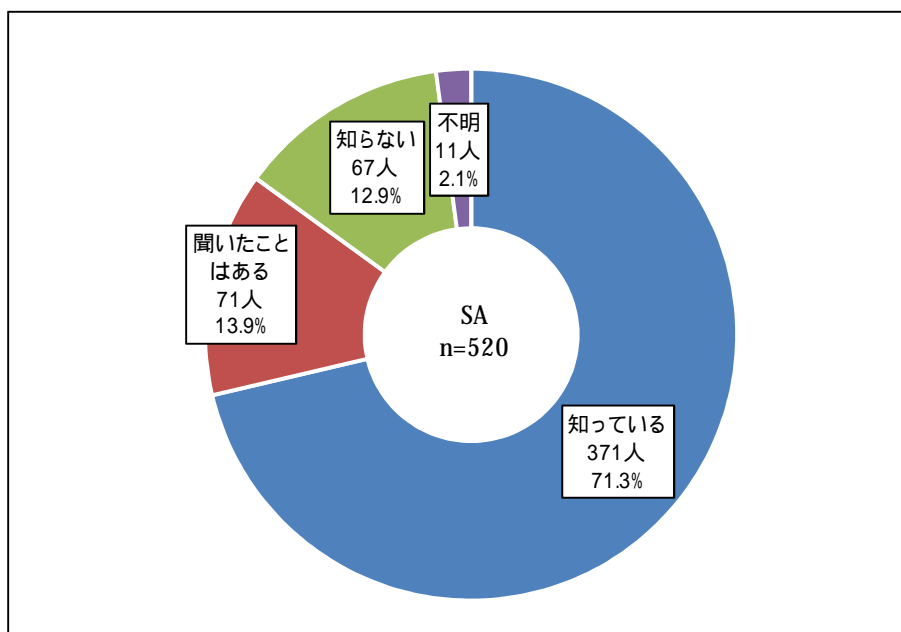


問 2 . 萬古焼を知っていますか？

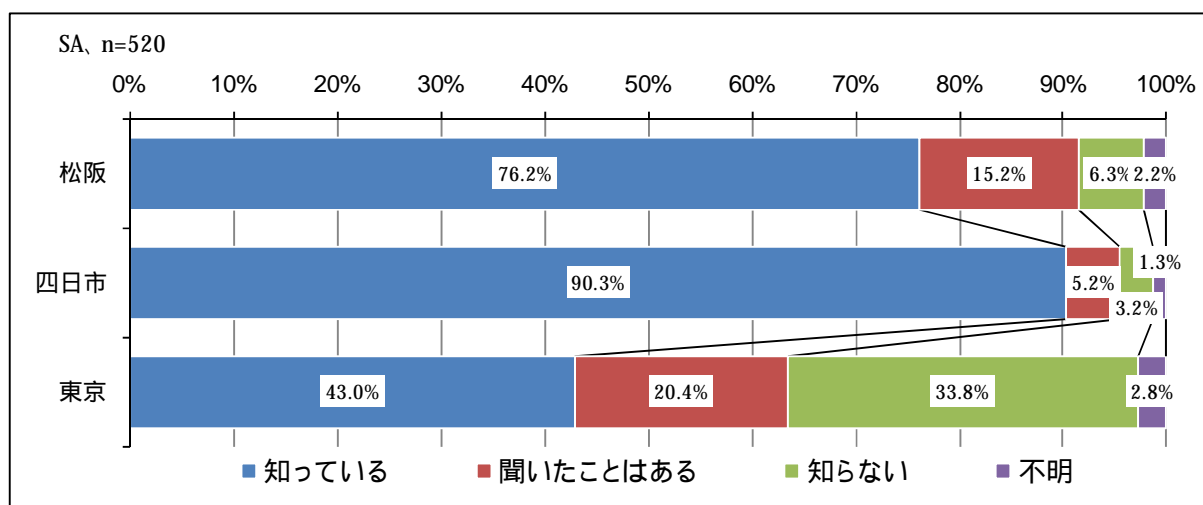
萬古焼を知っているかどうかを質問したところ（図表 2-1）、「知っている」との回答割合が 71.3%と最も高く、次いで「聞いたことはある」（13.9%）、「知らない」（12.9%）となった。

調査会場別にみると（図表 2-2）、「知っている」と回答した人の割合が最も高いのは四日市会場で 90.3%、最も低いのは東京会場で 43.0%となった。

図表 2-1 萬古焼を知っているか（全体）



図表 2-2 萬古焼を知っているか（会場別）



問3 . 萬古焼にどのようなイメージをお持ちですか？【自由記載】

萬古焼にどのようなイメージを持っているかを質問したところ主に以下の様な回答があった。

< 松阪会場 >

- ・高級、高級感がある
- ・三重、四日市の特産品、焼物
- ・地場産品
- ・伝統がある
- ・土鍋のイメージ
- ・素朴
- ・古風
- ・落ち着いた感じ
- ・温かみがある

< 四日市会場 >

- ・四日市
- ・土鍋（シェア日本一）
- ・地場産業
- ・素朴・あたたかい
- ・急須
- ・古き良きもの
- ・和のイメージ

< 東京会場 >

- ・お茶を美味しくする
- ・急須のイメージ
- ・伝統がある
- ・落ち着いた茶色のイメージ
- ・高級な感じ

【急須と土鍋に関するアンケート結果】

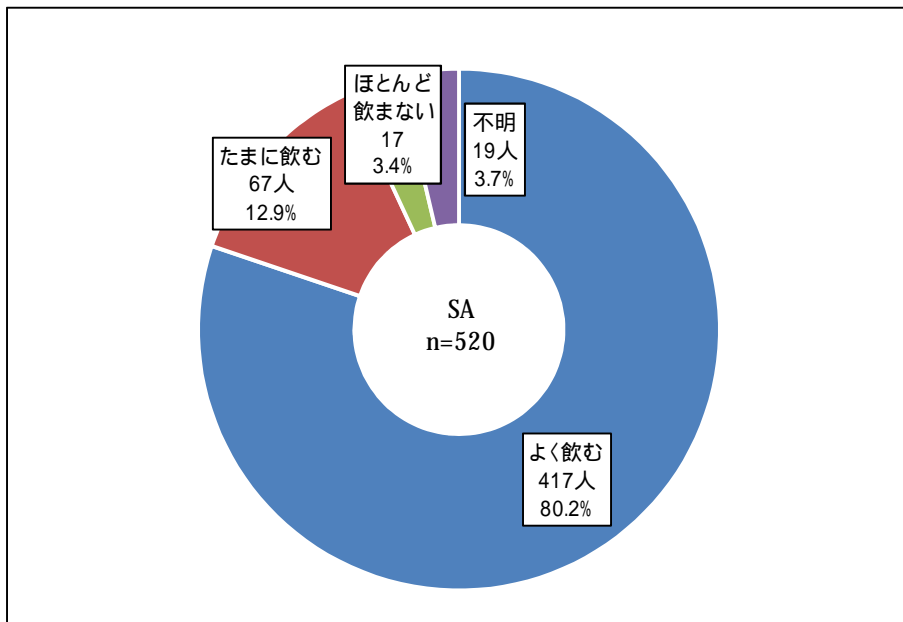
問 . 急須について

問 - 1 . あなたは普段よくお茶を飲みますか？

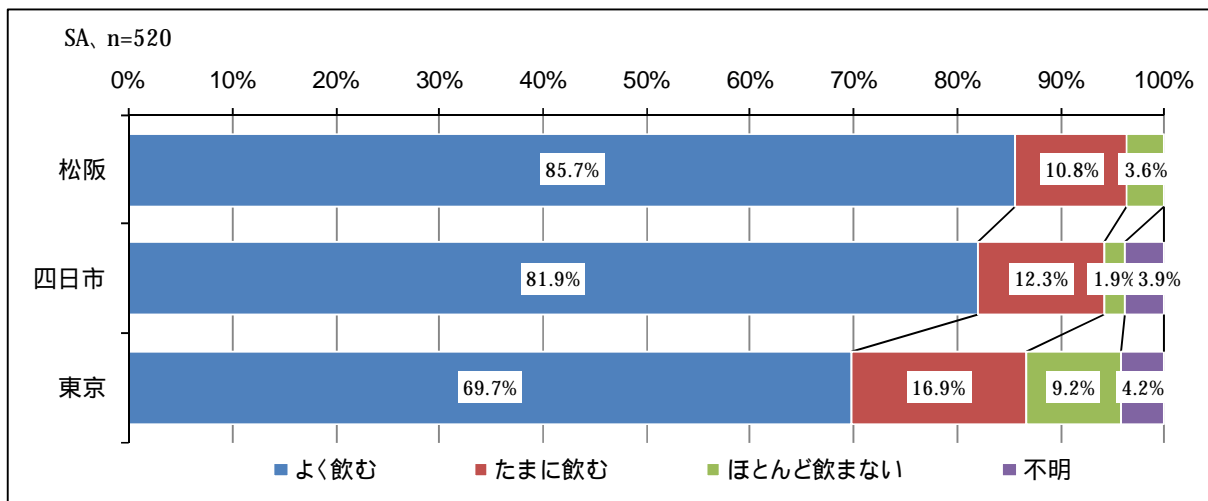
普段お茶をよく飲むかどうかを質問したところ（図表 -1-1）「よく飲む」との回答割合が 80.2%と最も高く、次いで「たまに飲む」（12.9%）、「ほとんど飲まない」（3.4%）となった。

調査会場別にみると（図表 -1-2）「よく飲む」と回答した人の割合が最も高いのは松阪会場で 85.7%、最も低いのは東京会場で 69.7%となった。

図表 -1-1 普段お茶をよく飲むか（全体）



図表 -1-2 普段お茶をよく飲むか（会場別）

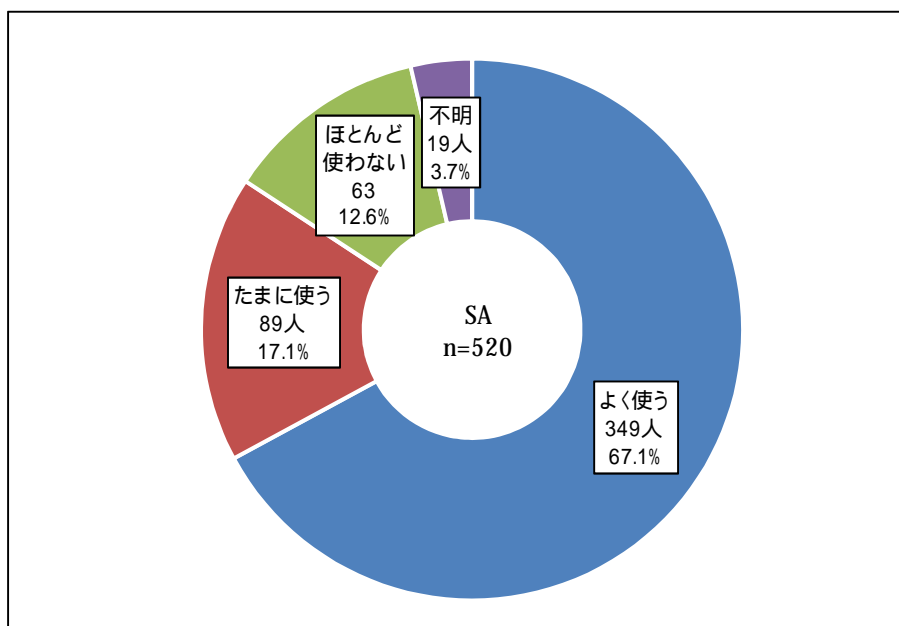


問 - 2 . 家庭でお茶を飲む際に急須をよく使いますか？

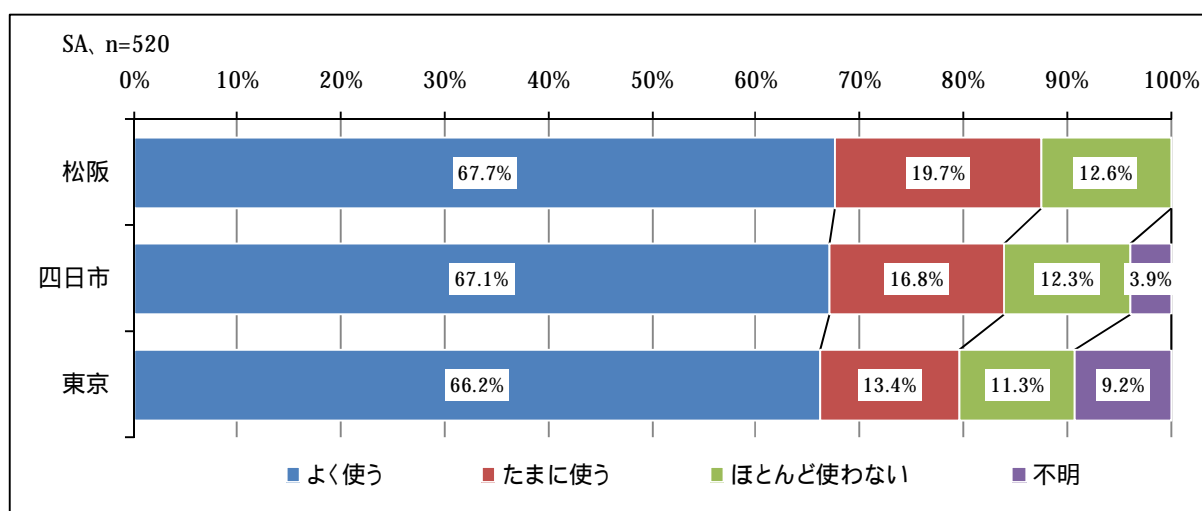
お茶を飲む歳に急須を使うかどうかを質問したところ（図表 -2-1）「よく使う」との回答割合が 67.1%と最も高く、次いで「たまに使う」（17.1%）、「ほとんど使わない」（12.6%）となった

調査会場別にみると（図表 -2-2）「よく使う」と回答した人の割合が最も高いのは松阪会場で 67.7%、最も低いのは東京会場で 66.2%となった。

図表 -2-1 お茶を飲む際に急須を使うか（全体）



図表 -2-2 お茶を飲む際に急須を使うか（会場別）

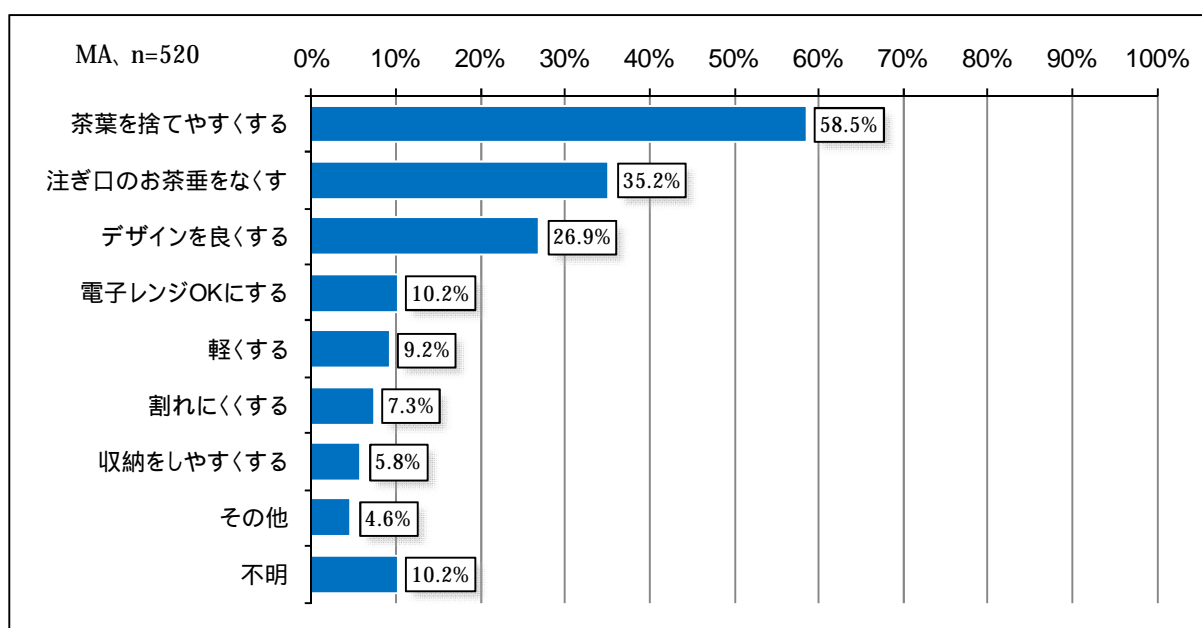


問 - 3 . 急須で改良すべき点はありますか？【複数回答可】

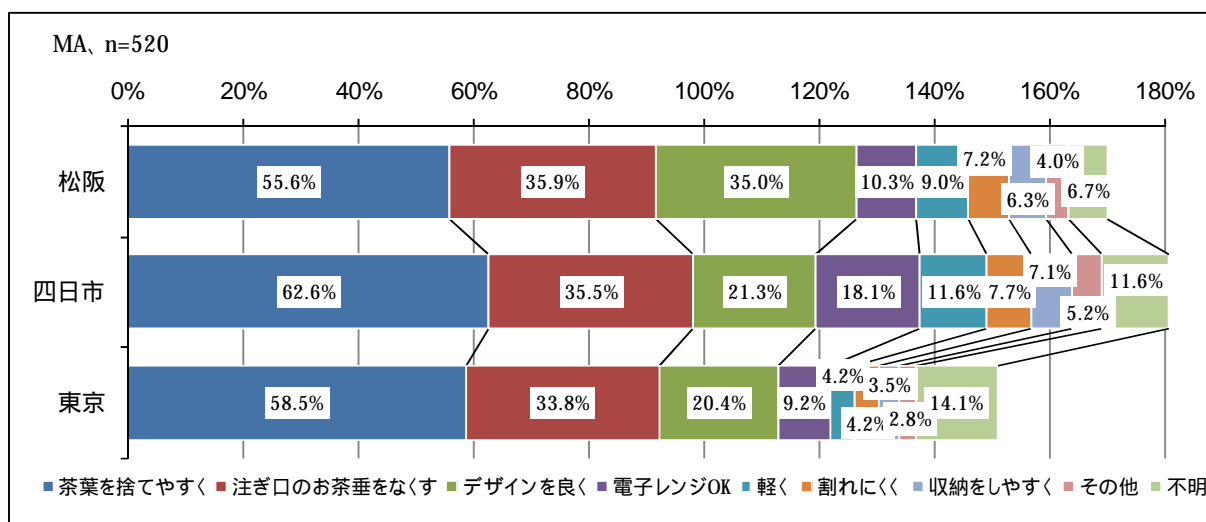
急須の改良点について質問したところ（図表 -3-1）、「茶葉を捨てやすくする」との回答割合が 58.5%と最も高く、次いで「注ぎ口のお茶垂をなくす」（35.2%）、「デザインをよくする」（26.9%）となった

調査会場別にみると（図表 -3-2）全ての会場で「茶葉を捨てやすくする」が最も高い回答割合となった。

図表 -3-1 急須で改良すべき点は何か（全体）



図表 -3-2 急須で改良すべき点は何か（会場別）

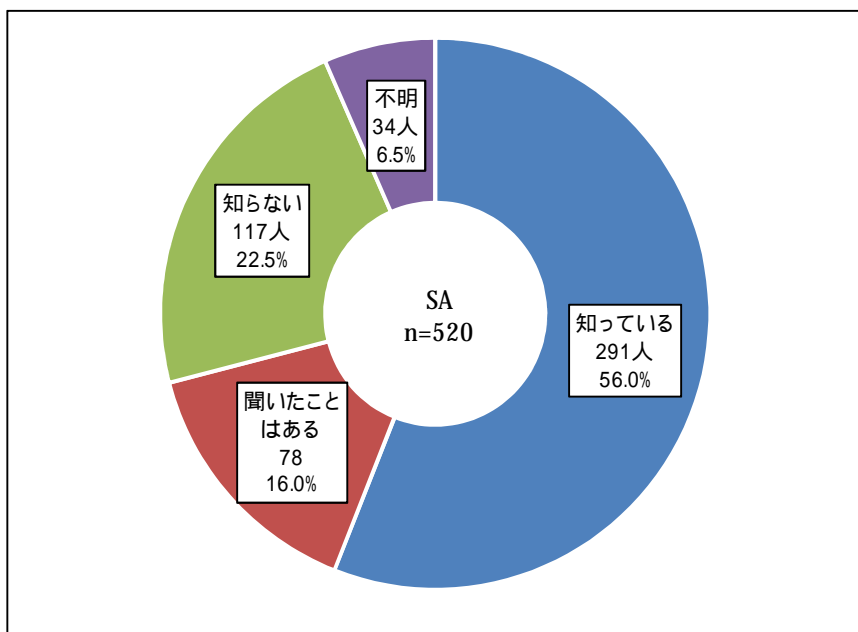


問 - 4 . 萬古焼の主要な産品に急須があることをご存知ですか？

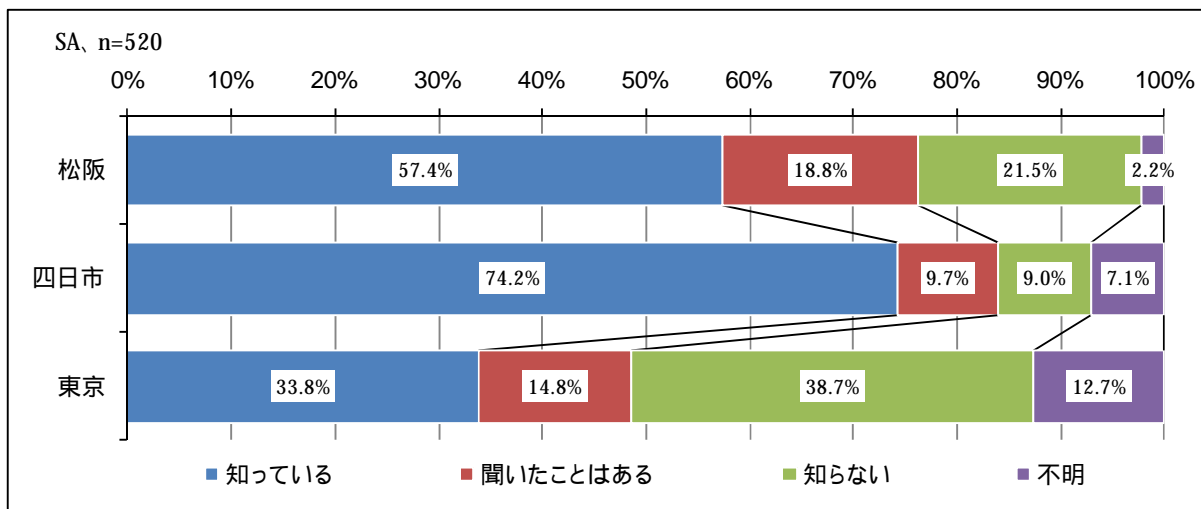
萬古焼の主要な産品に急須があることを知っているかを質問したところ（図表 -4-1）「知っている」との回答割合が 56.0%と最も高く、次いで「知らない」（22.5%）、「聞いたことはある」（16.0%）となった

調査会場別にみると（図表 -4-2）「知っている」と回答した人の割合が最も高いのは四日市会場で 74.2%、最も低いのは東京会場で 33.8%となった。

図表 -4-1 萬古焼の主要な産品に急須があることを知っているか（全体）



図表 -4-2 萬古焼の主要な産品に急須があることを知っているか（会場別）



問 - 5 . こんな急須があったらいいというご意見がありましたら自由にお書き下さい。

急須に対する意見を質問したところ主に以下の様な回答があった。

< 松阪会場 >

- ・ 茶葉の処理が簡単にできたら良い
- ・ 注ぎ口がつまらないようにして欲しい
- ・ 中が洗いやすい
- ・ 安価なもの
- ・ 割れにくい
- ・ 取っ手が取れにくい
- ・ ふたが取れにくい
- ・ デザイン（かわいい、カラフル、キャラクターなど）が良いもの
- ・ 冷めにくいもの

< 四日市会場 >

- ・ 注ぎ易い（お茶垂しない）
- ・ 良いデザイン（洋風も欲しい）
- ・ ふたが外れにくい
- ・ 割れにくい
- ・ 保温性がある
- ・ 茶葉を処理しやすい

< 東京会場 >

- ・ お茶が美味しくなるもの
- ・ 茶葉の処理がしやすいもの
- ・ 大きめのもの
- ・ 洗いやすい
- ・ デザインが良い

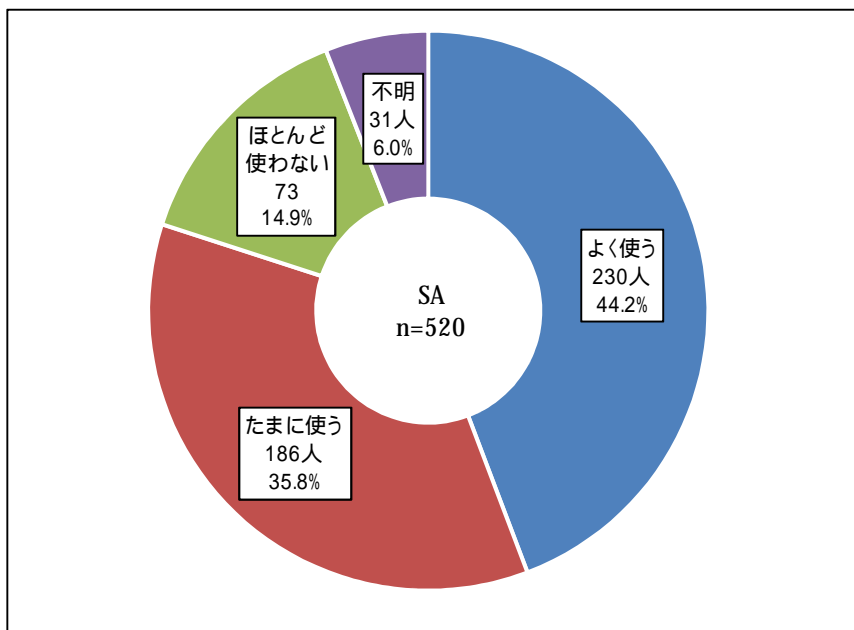
問 . 土鍋について

問 - 1 . あなたは家庭で土鍋（直火OKの陶磁器）をよく使いますか？

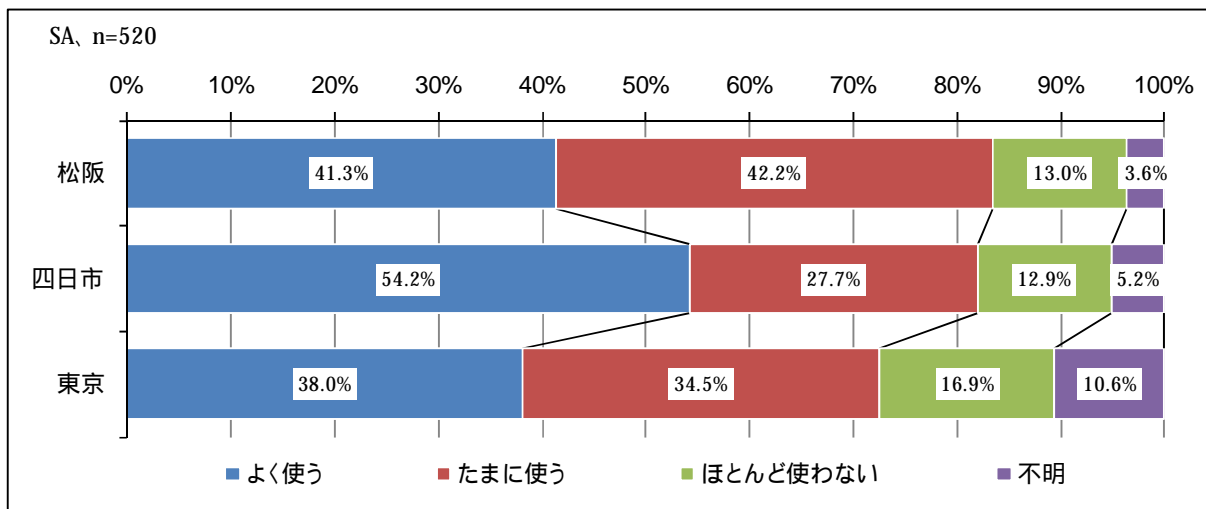
家庭で土鍋を使うかを質問したところ(図表 -1-1)「よく使う」との回答割合が44.2%と最も高く、次いで「たまに使う」(35.8%)、「ほとんど使わない」(14.9%)となった。

調査会場別にみると(図表 -1-2)「よく使う」と回答した人の割合が最も高いのは四日市会場で54.2%、最も低いのは東京会場で38.0%となった。松阪会場では、「たまに使う」(42.2%)の回答割合が「よく使う」(41.3%)の回答割合を上回った。

図表 -1-1 土鍋をよく使うか(全体)



図表 -1-2 土鍋をよく使うか(会場別)

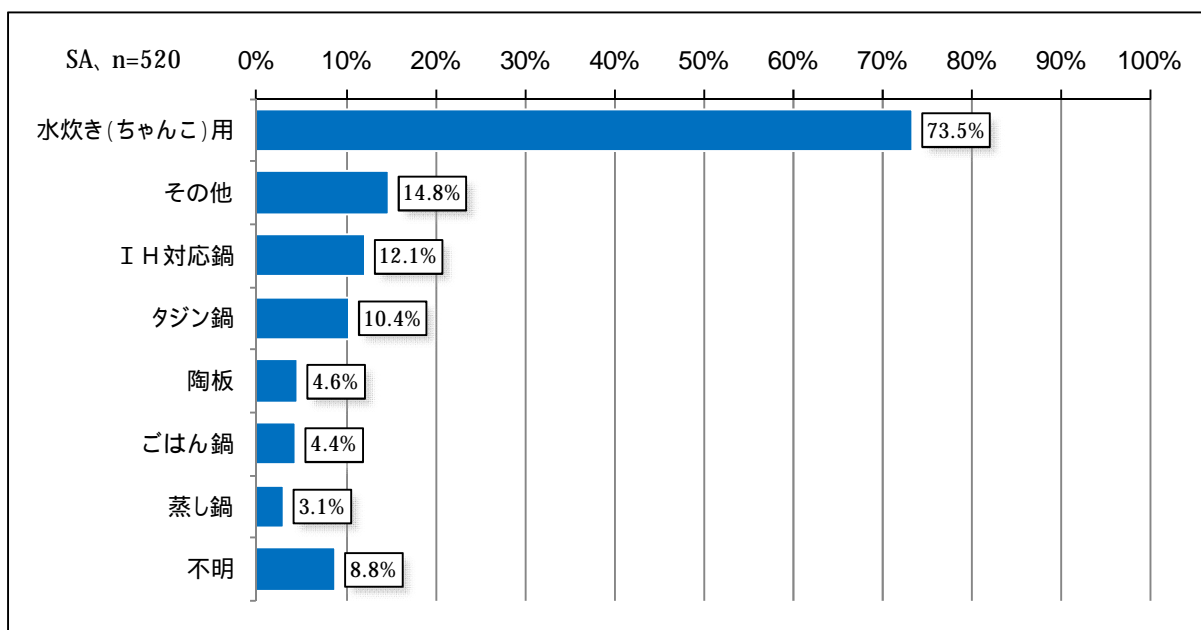


問 - 2 . どのようなタイプの土鍋をお持ちですか？【複数回答可】

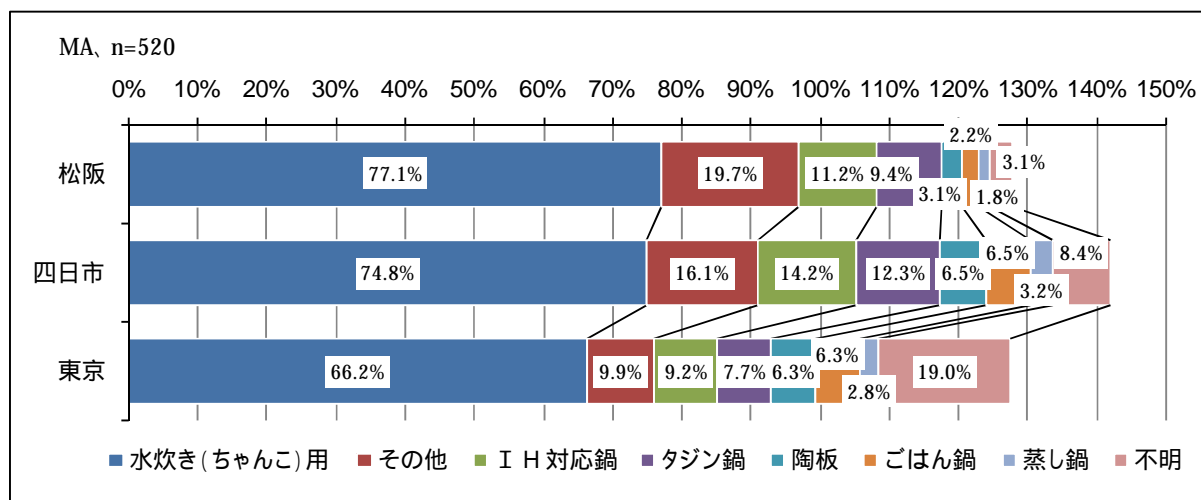
どのようなタイプの土鍋を所有しているかを質問したところ(図表 -2-1)「水炊き(ちゃんこ)用」との回答割合が73.5%と最も高く、次いで「その他」(14.8%)、「IH対応鍋」(12.1%)となった。

調査会場別にみると(図表 -2-2) 全ての会場において「水炊き(ちゃんこ)用」が最も高い回答割合となった。

図表 -2-1 どのようなタイプの土鍋を持っているか(全体)



図表 -2-2 どのようなタイプの土鍋を持っているか(会場別)

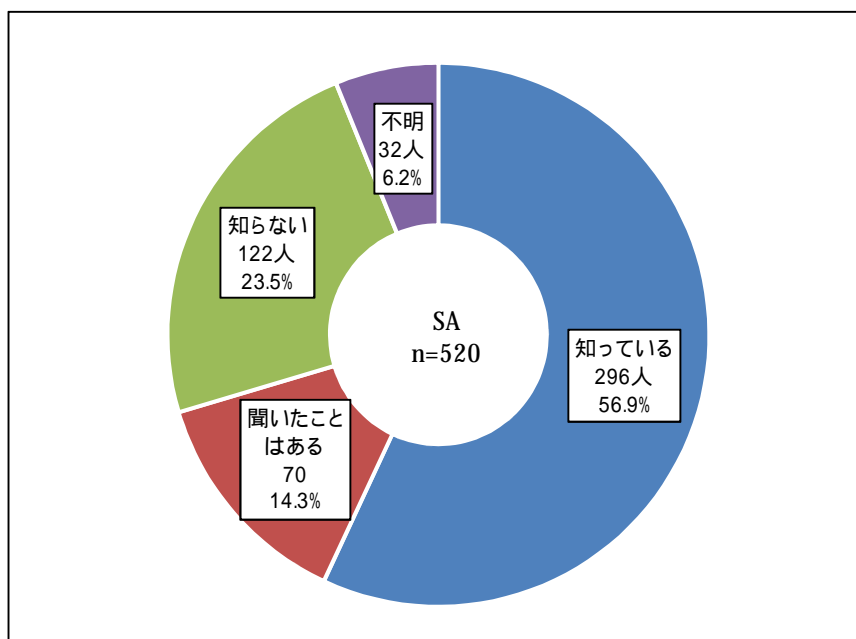


問 - 3 . 萬古焼の主要な産品に土鍋があることを知っていましたか？

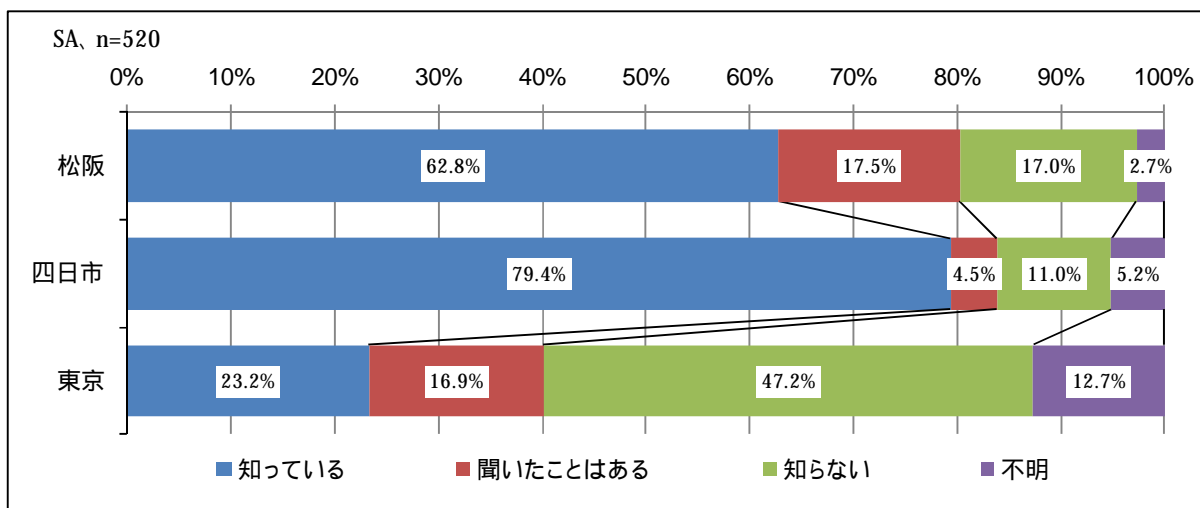
萬古焼の主要な産品に土鍋があることを知っているかを質問したところ(図表 -3-1)「知っている」との回答割合が56.9%と最も高く、「次いで知らない」(23.5%)、「聞いたことはある」(14.3%)となった。

調査会場別にみると(図表 -3-2)「知っている」と回答した人の割合が最も高いのは四日市会場で79.4%、最も低いのは東京会場で23.2%となった。東京会場では「知らない」との回答割合が47.2%と最も高くなった。

図表 -3-1 萬古焼の主要な産品に土鍋があることを知っているか(全体)



図表 -3-2 萬古焼の主要な産品に土鍋があることを知っているか(会場別)



問 - 4 . こんな土鍋があったらいいというご意見がありましたら自由にお書き下さい。

土鍋に対する意見を質問したところ主に以下の様な回答があった。

< 松阪会場 >

- ・ 軽い
- ・ 割れにくい
- ・ IH対応のもの
- ・ デザインが良い

< 四日市会場 >

- ・ 軽い
- ・ 割れにくい
- ・ IH対応
- ・ 持つところやふたが熱くならない
- ・ デザインが良い

< 東京会場 >

- ・ 軽いもの
- ・ 小さめのもの
- ・ 割れにくいもの
- ・ IH対応
- ・ 焦げ付かないようなもの
- ・ 保温性の高いもの

2. 事業者アンケート調査

(1) 観光地宿泊施設対象調査

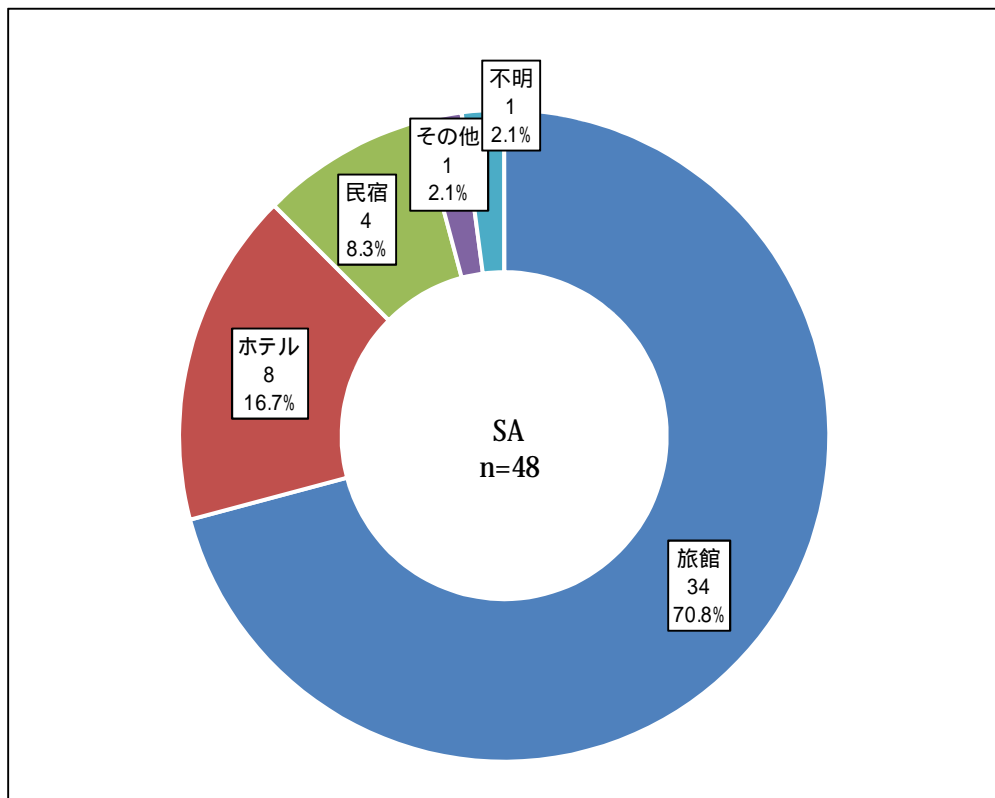
調査概要

三重県内の観光地に所在する宿泊施設を対象として郵送にてアンケート調査を実施。

調査対象項目は急須および耐熱陶器（土鍋・陶板等）とする。

郵便発送数	200 通
うち有効発送数 (a)	195 通
回答数	48 通
うち有効回答数 (b)	48 通
有効回答率 (b÷a)	24.6%

【回答者の形態】



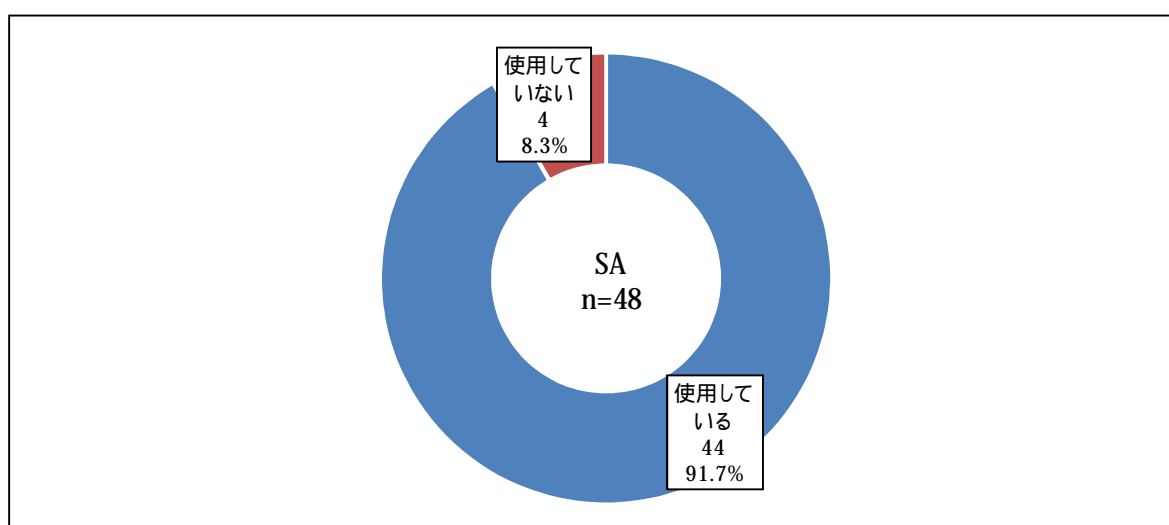
調査結果

問 急須（土瓶）の使用について

問 - 1 . 貴施設では、急須（土瓶）をご使用ですか？

急須（土瓶）を使用しているかどうか質問したところ（図表 -1）「使用している」との回答割合が 91.7%、「使用していない」が 8.3%となった。

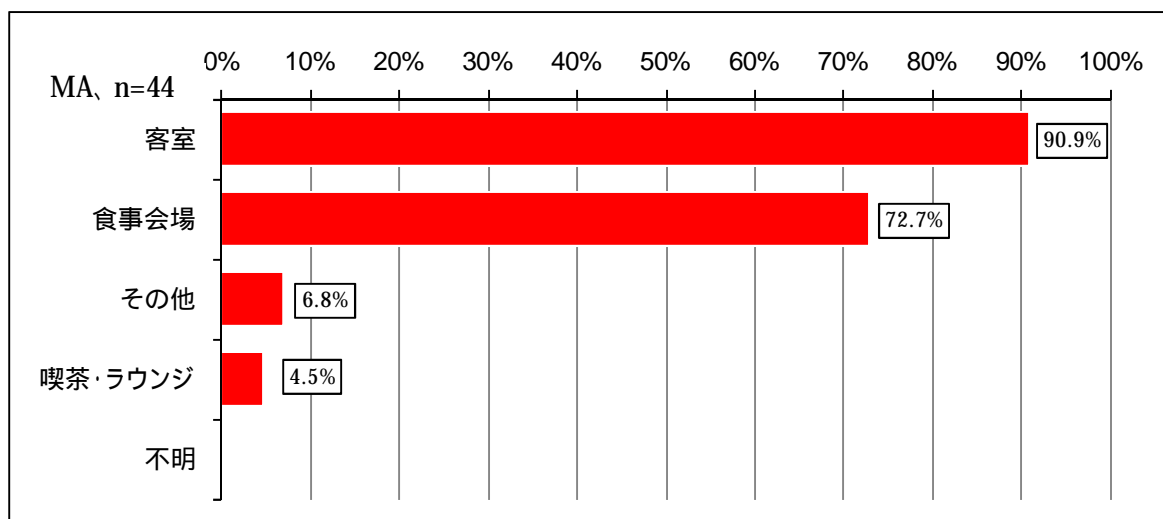
図表 -1 急須を使用しているか



問 - 2 . その使用場所はどちらですか？【複数回答可】

急須（土瓶）を使用している場合に、その使用場所を質問したところ（図表 -2）「客室」との回答割合が 90.9%と最も高く、次いで「食事会場」（72.7%）となった。

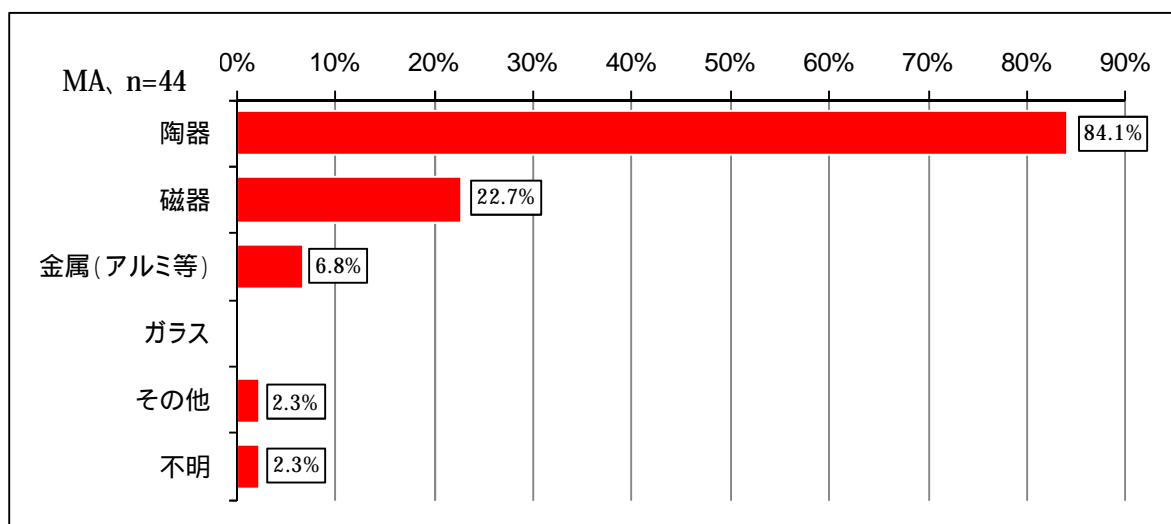
図表 -2 使用場所はどこか



問 - 3 . 急須（土瓶）の素材は何ですか？【複数回答可】

急須（土瓶）を使用している場合に、使用している急須（土瓶）の素材を質問したところ（図表 -3）「陶器」との回答割合が 84.1%と最も高く、次いで「磁器」（22.7%）となった。

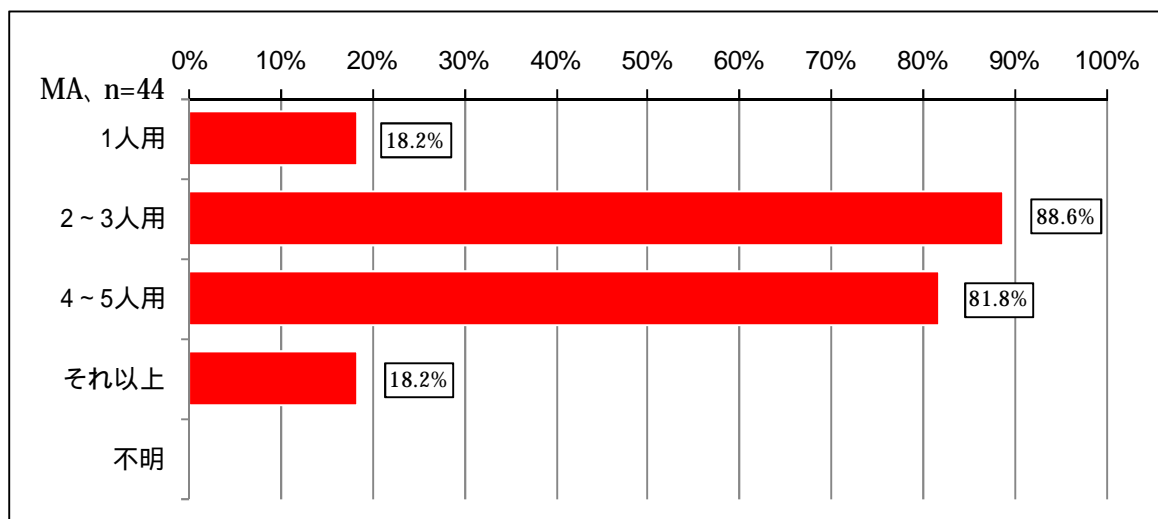
図表 -3 急須（土瓶）の素材は何か



問 - 4 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

急須（土瓶）を使用している場合に、使用している急須（土瓶）のサイズを質問したところ（図表 -4）「2～3 人用」との回答割合が 88.6%と最も高く、次いで「4～5 人用」（81.8%）となった。

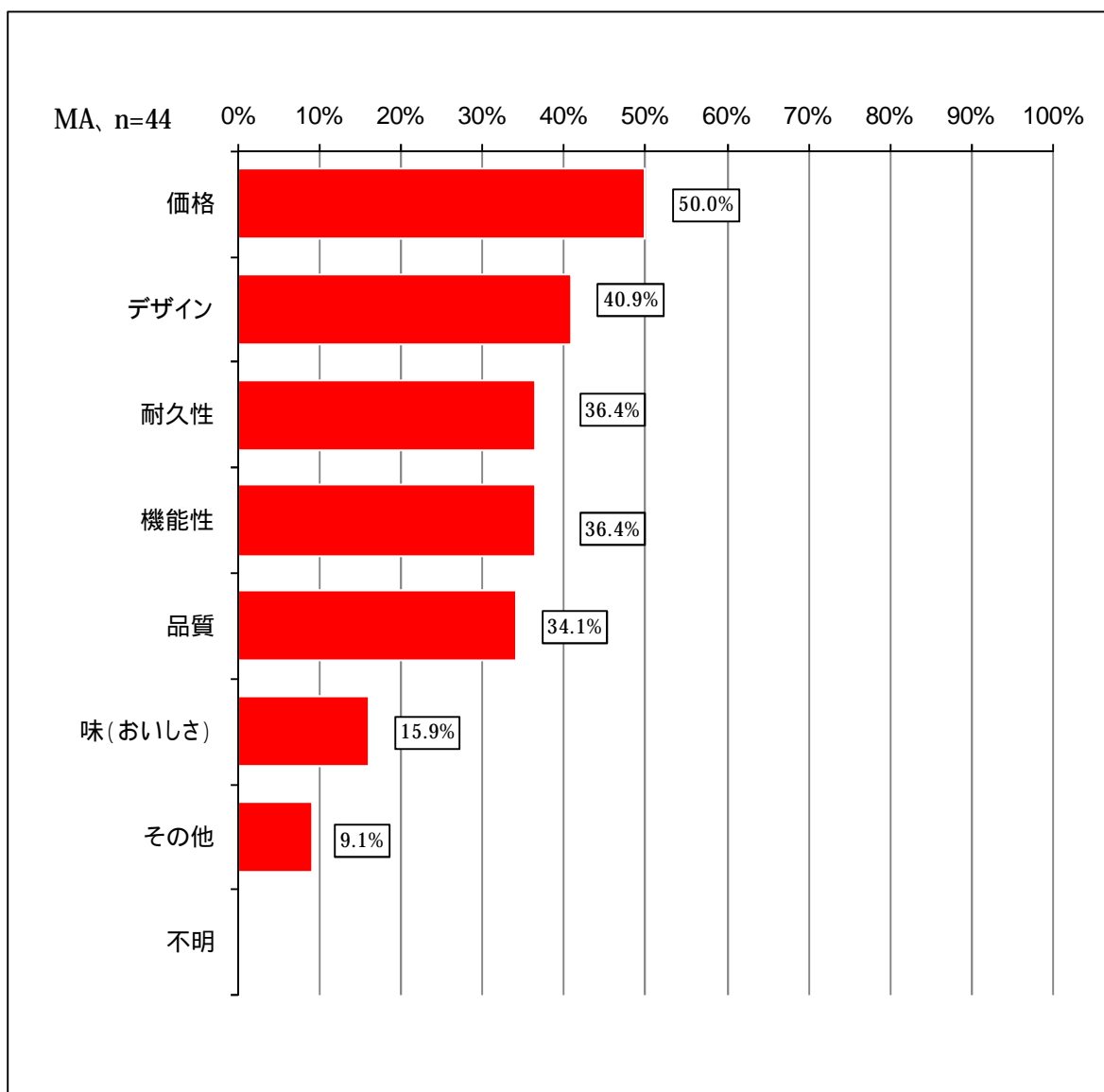
図表 -4 どのようなサイズか



問 - 5 . 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

急須（土瓶）を使用している場合に、使用している急須（土瓶）を選んだ理由を質問したところ（図表 -5）、「価格」との回答割合が 50.0%と最も高く、次いで「デザイン」（40.9%）、3 番目には「耐久性」（36.4%）と「機能性」（36.4）が同率で並ぶ結果となった。

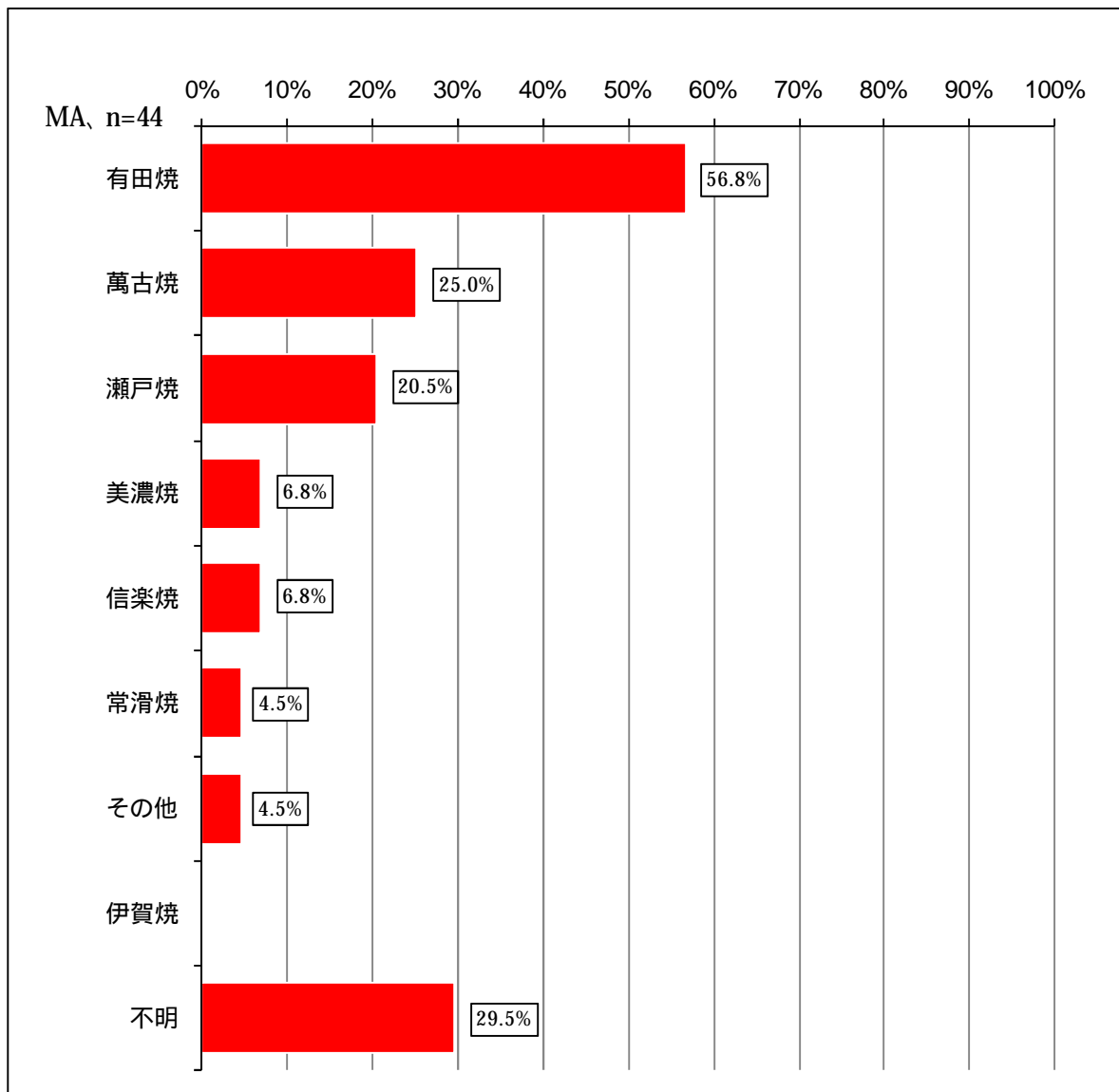
図表 -5 選んだ理由は何ですか



問 - 6 . どのようなブランド（産地）ですか？【複数回答可】

急須（土瓶）を使用している場合に、使用している急須（土瓶）のブランド（産地）を質問したところ（図表 -6）、「有田焼」との回答割合が56.8%と最も高く、次いで「萬古焼」（25.0%）、「瀬戸焼」（20.5%）となった。

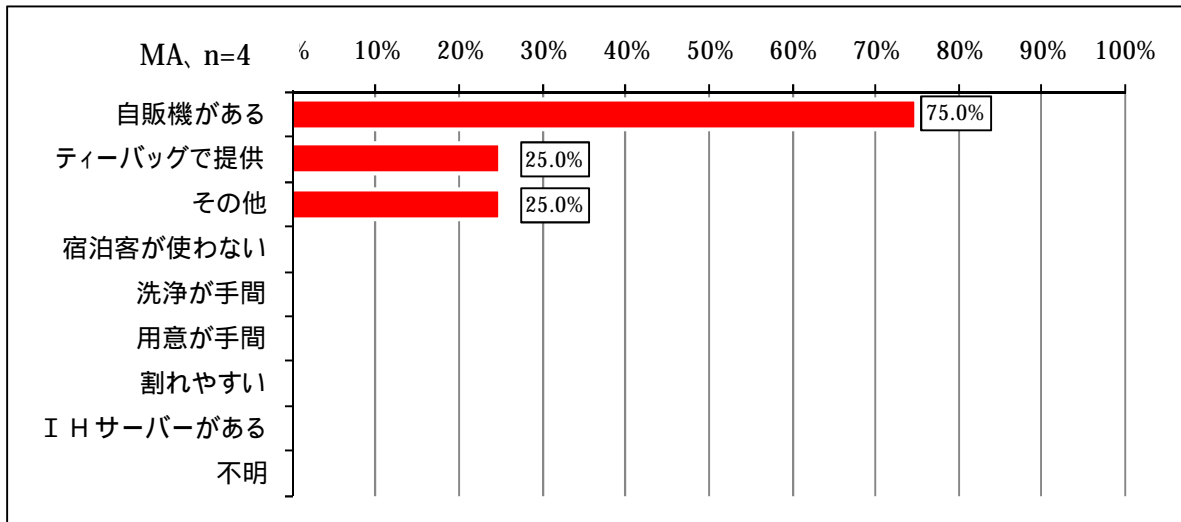
図表 -6 どのようなブランド（産地）か



問 - 7 .(使用していない場合)その理由は何ですか?【複数回答可】

急須(土瓶)を使用していない場合に、その理由は何かを質問したところ(図表 -7)、「自販機がある」との回答割合が75.0%、「ティーバッグで提供」が25.0%となった。

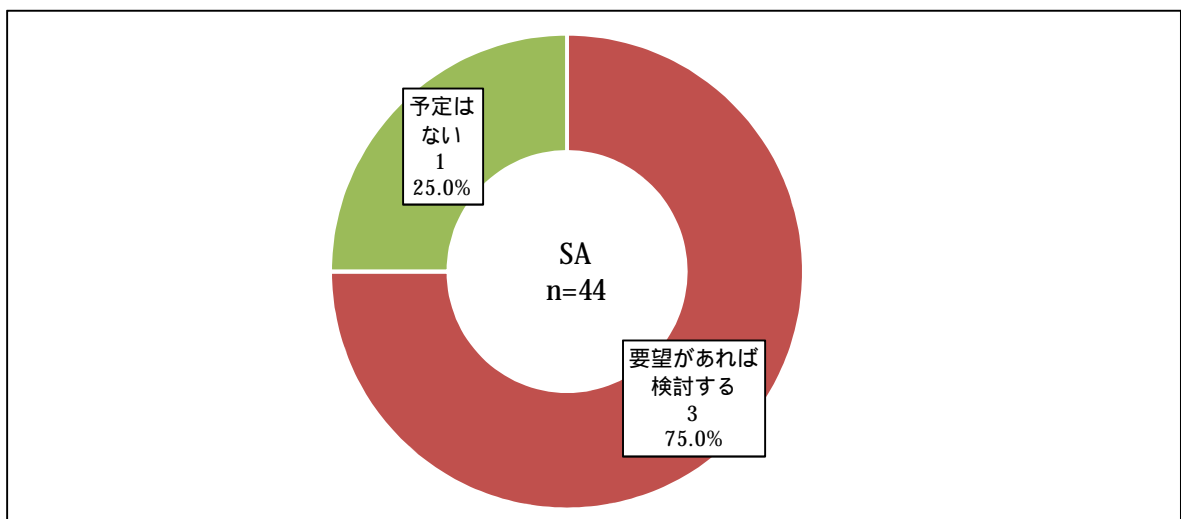
図表 -7 使用していない理由は何か



問 - 8 .(使用していない場合)今後使用する予定はありますか?

急須(土瓶)を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ(図表 -8)、「要望があれば検討する」との回答割合が75.0%、「予定はない」が25.0%となった。

図表 -8 今後、使用する予定はあるか



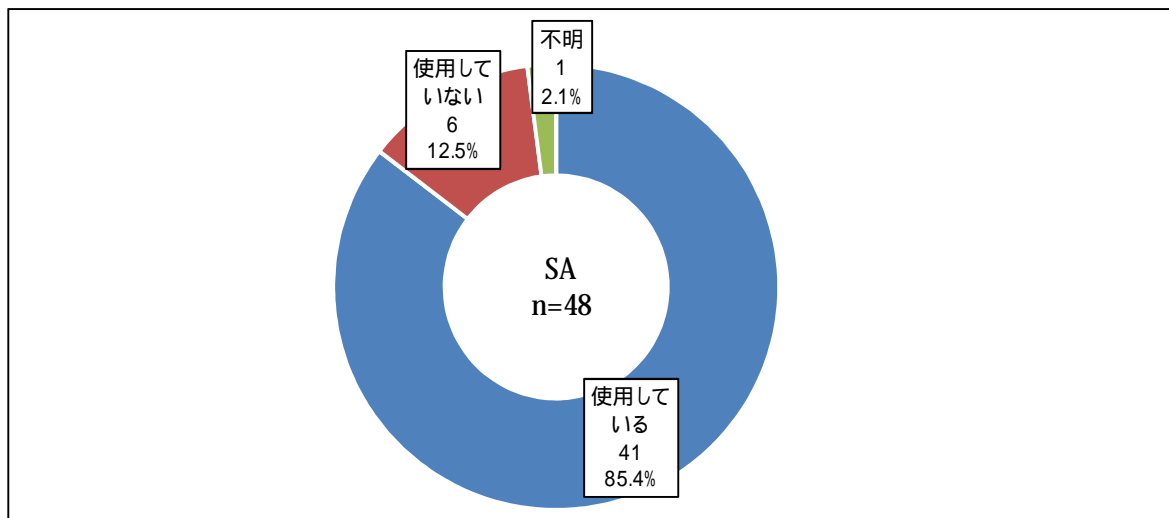
問 耐熱陶器（土鍋・陶板）のご使用について

A．土鍋（フタのある耐熱陶器）について

問 - A - 1．貴施設では、土鍋をご使用ですか？

土鍋を使用しているかどうかを質問したところ（図表 -A-1）「使用している」との回答割合が 85.4%、「使用していない」が 12.5%となった。

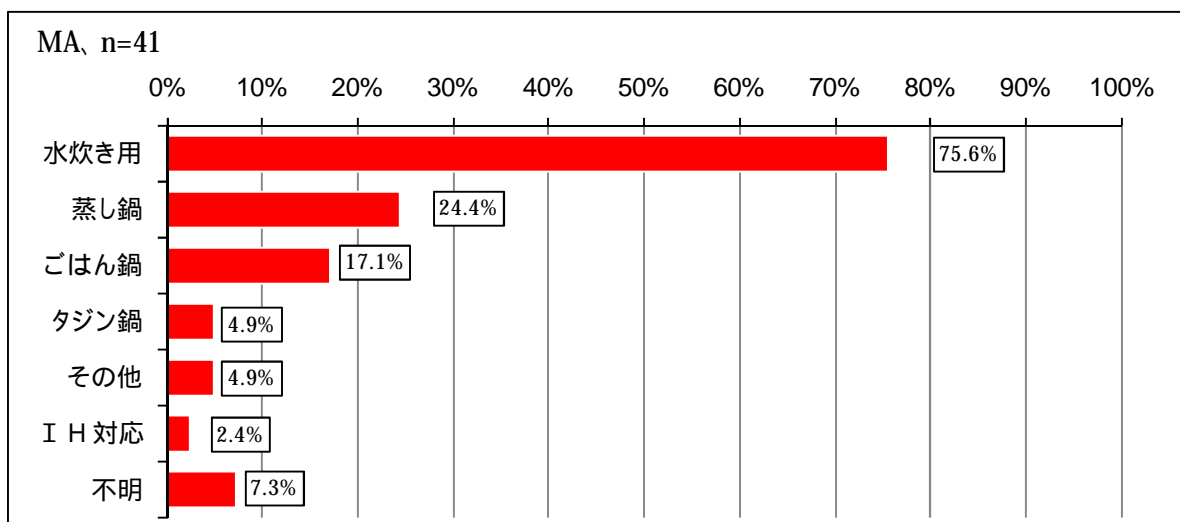
図表 -A-1 土鍋を使用しているか



問 - A - 2．用途・種類は何ですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、その用途・種類を質問したところ（図表 -A-2）「水炊き用」との回答割合が 75.6%と最も高く、次いで「蒸し鍋」（24.4%）となった。

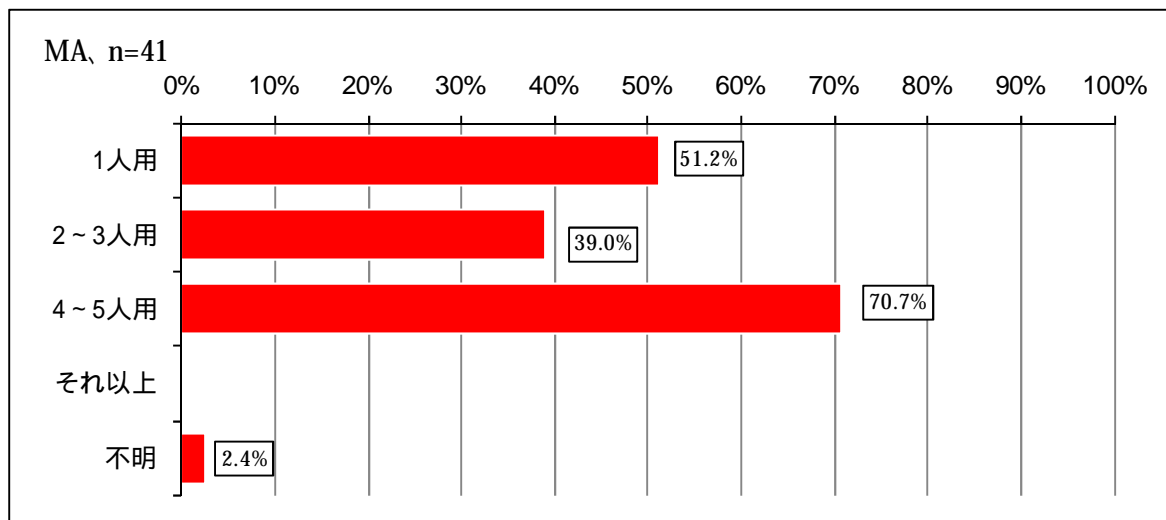
図表 -A-2 用途・種類は何か



問 - A - 3 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、使用している土鍋のサイズを質問したところ(図表 -A-3)、「4～5人用」との回答割合が70.7%と最も高く、次いで「1人用」(51.2%)、「2～3人用」(39.0%)となった。

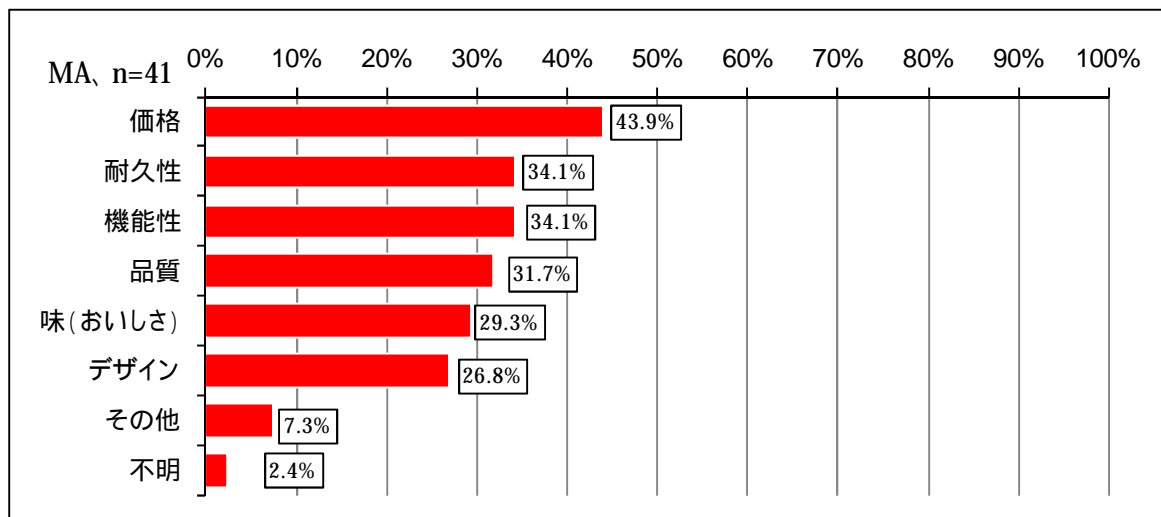
図表 -A-3 どのようなサイズか



問 - A - 4 . 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、使用している土鍋を選んだ理由を質問したところ(図表 -A-4)、「価格」との回答割合が43.9%と最も高く、2番目として「耐久性」(34.1%)、「機能性」(34.1%)が同率で並び、「品質」(31.7%)が続いた。

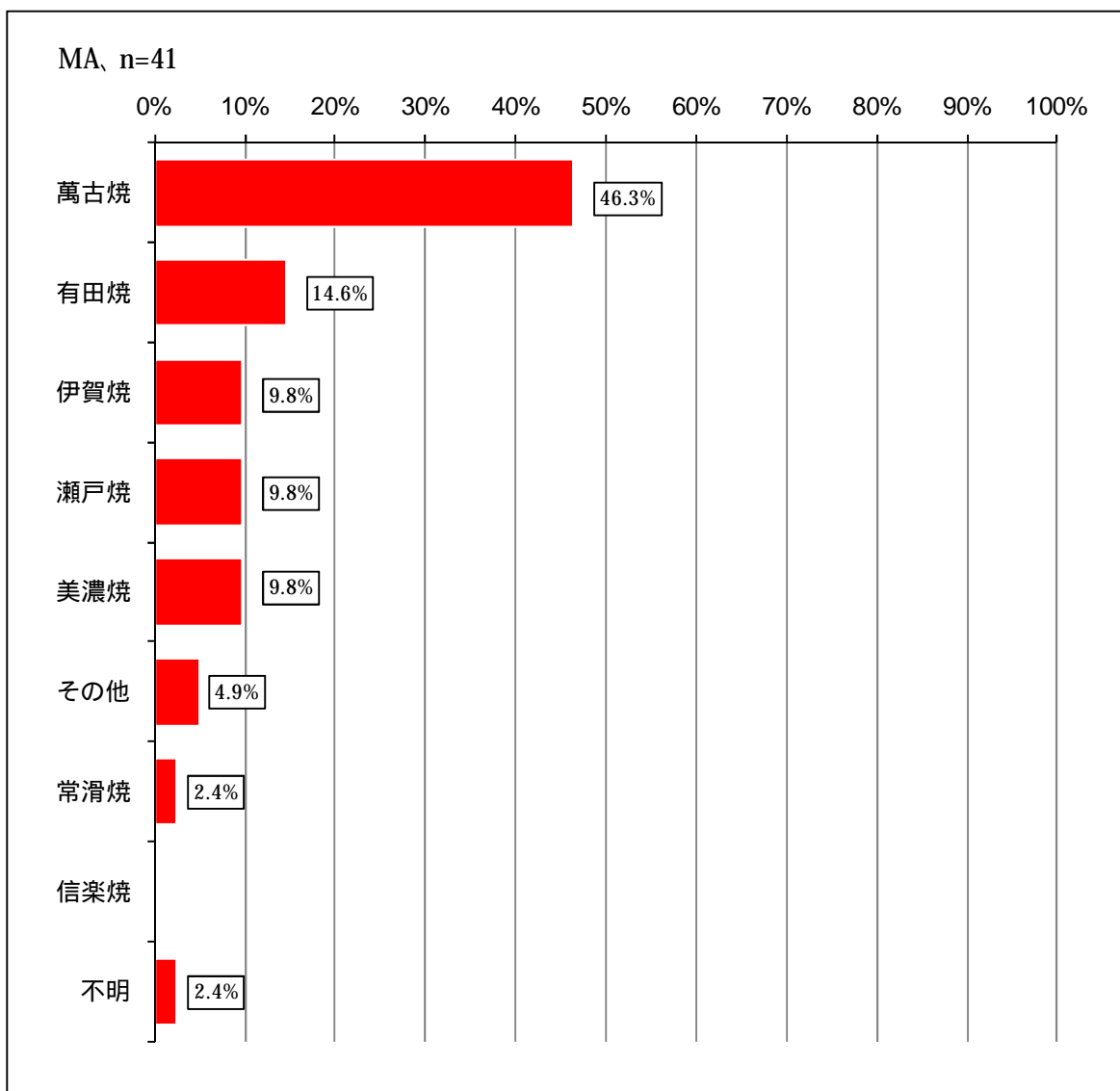
図表 -A-4 選んだ理由は何ですか



問 - A - 5 . どのようなブランド（産地）ですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、使用している土鍋のブランド（産地）を質問したところ（図表 -A-5）、「萬古焼」との回答割合が 46.3%と最も高く、次いで「有田焼」（14.6%）となり、3 番目として「伊賀焼」（9.8%）、「瀬戸焼」（9.8%）、「美濃焼」（9.8%）が同率で並んだ。

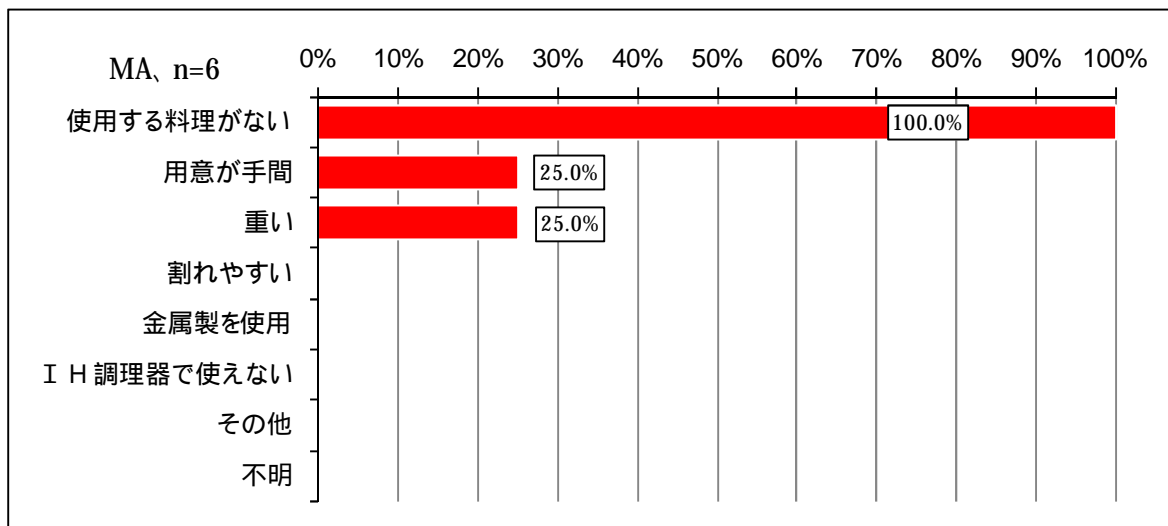
図表 -A-5 どのようなブランド（産地）か



問 - A - 6 .(使用していない場合)その理由は何ですか?【複数回答可】

土鍋を使用していない場合に、その理由は何かを質問したところ(図表 -A-6)、「使用する料理がない」との回答割合が100.0%、2番目には「用意が手間」(25.0%)と「重い」(25.0%)が同率で並んだ。

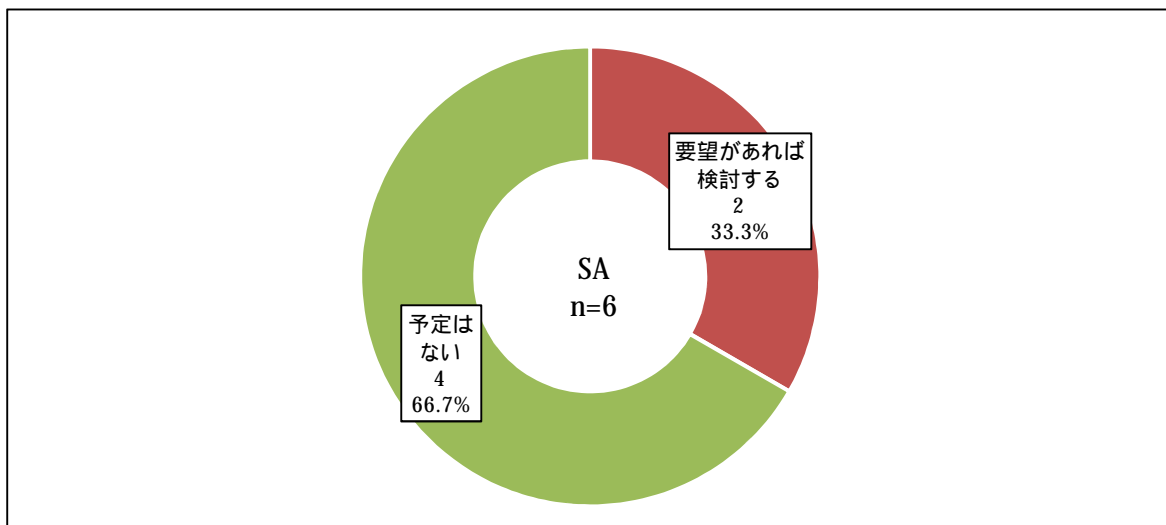
図表 -A-6 使用していない理由は何か



問 - A - 7 .(使用していない場合)今後使用する予定はありますか?

土鍋を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ(図表 -A-7)「予定はない」が66.7%、「要望があれば検討する」が33.3%となった。

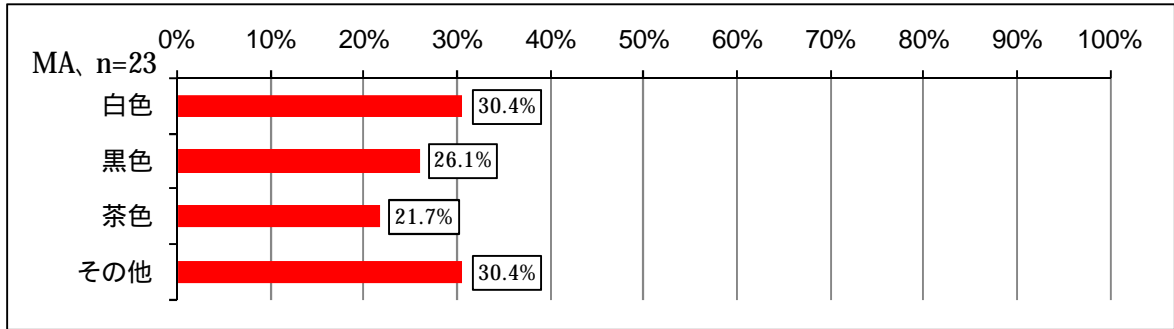
図表 -A-7 今後、使用する予定はあるか



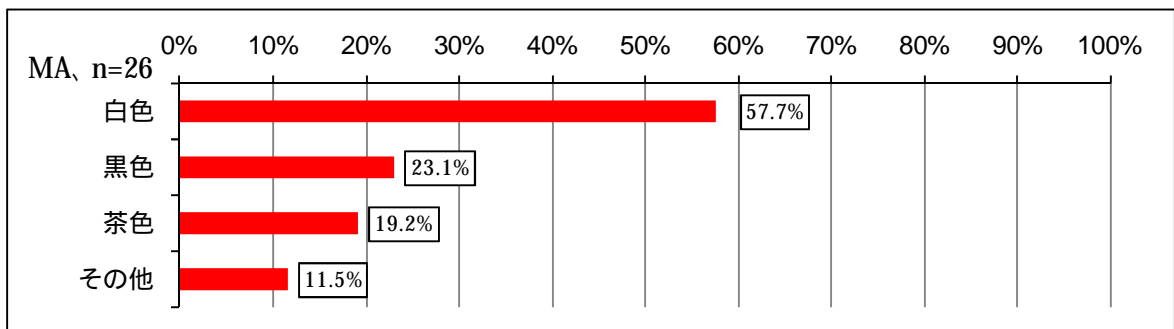
問 - A - 8 . 料理に映える土鍋の色にはどのようなものがありますか？

料理に映える土鍋の色を質問したところ（図表 -A-8）外側は白色（30.4%）、黒色（26.1%）、茶色（21.7%）、その他（30.4%）、内側は白色（57.7%）、黒色（23.1%）、茶色（19.2%）、その他（11.5%）となった。

図表 -A-8 料理に映える土鍋の色
<外側>



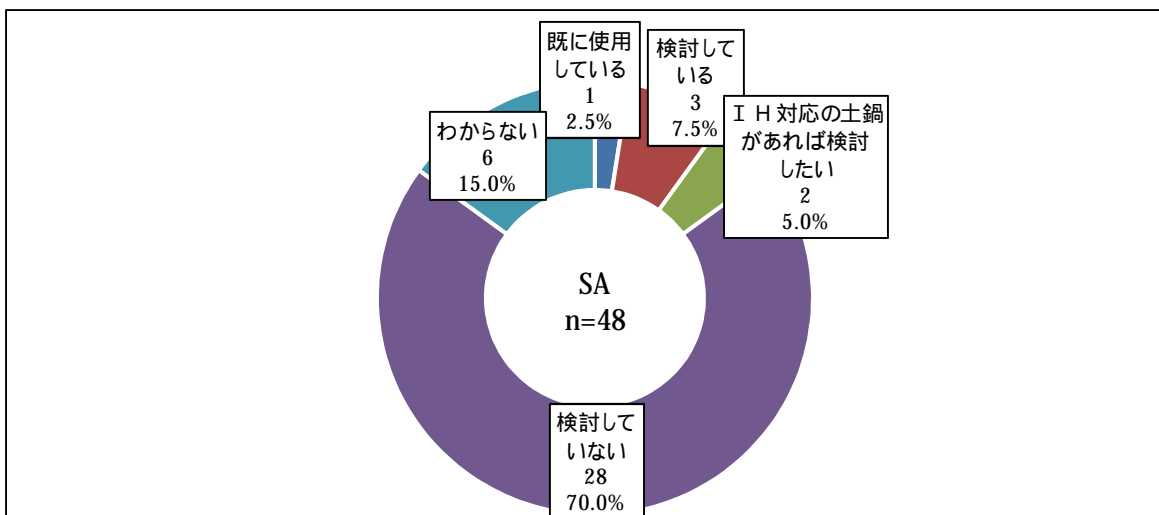
<内側>



問 - A - 9 . 今後、IH（電磁）調理器の使用を検討していますか？

今後、IH（電磁）調理器を使用する予定があるかを質問したところ（図表 -A-9）「検討していない」との回答割合が70.0%で最も高かった。

図表 -A-9 今後、IH（電磁）調理器を使用する予定はあるか

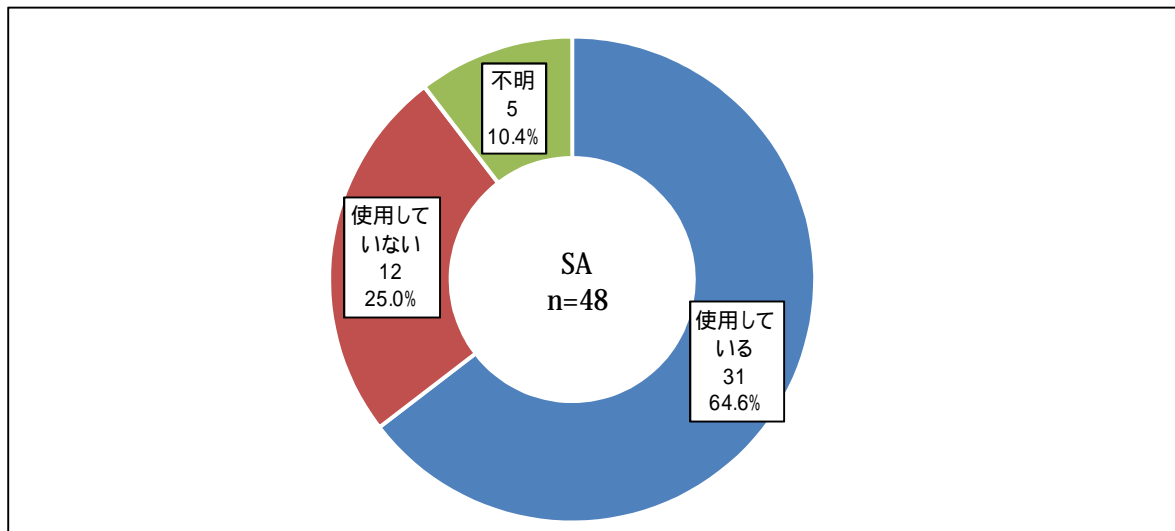


B . 陶板（フタのない耐熱陶器）について

問 - B - 1 . 貴施設では、陶板をご使用ですか？

陶板を使用しているかどうか質問したところ（図表 -B-1）「使用している」との回答割合が 64.6%、「使用していない」が 25.0%となった。

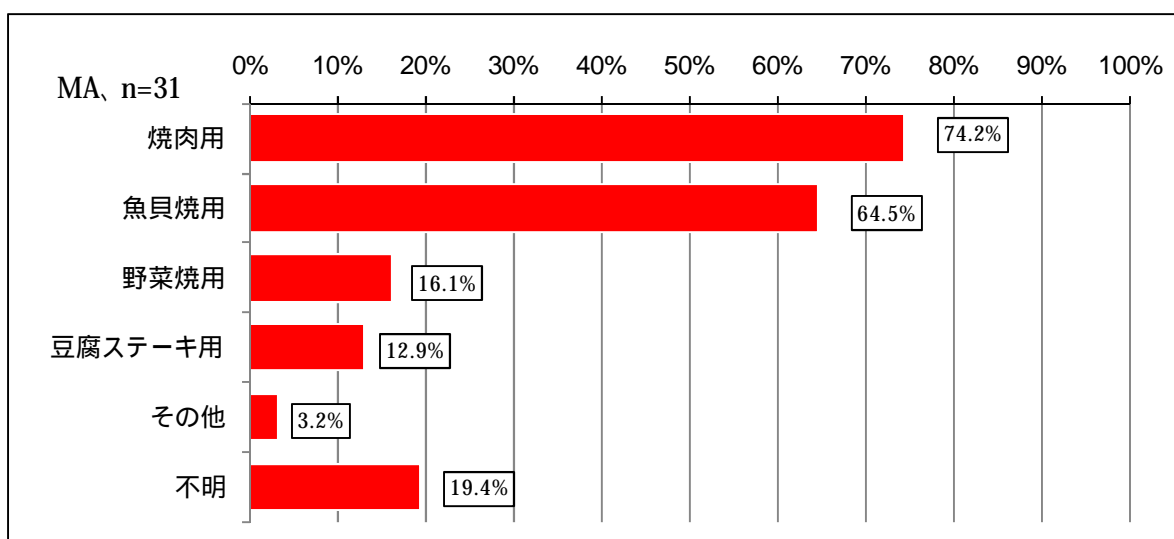
図表 -B-1 陶板を使用しているか



問 - B - 2 . 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、その用途・種類を質問したところ（図表 -B-2）「焼肉用」との回答割合が 74.2%と最も高く、次いで「魚貝焼用」(64.5%)となった。

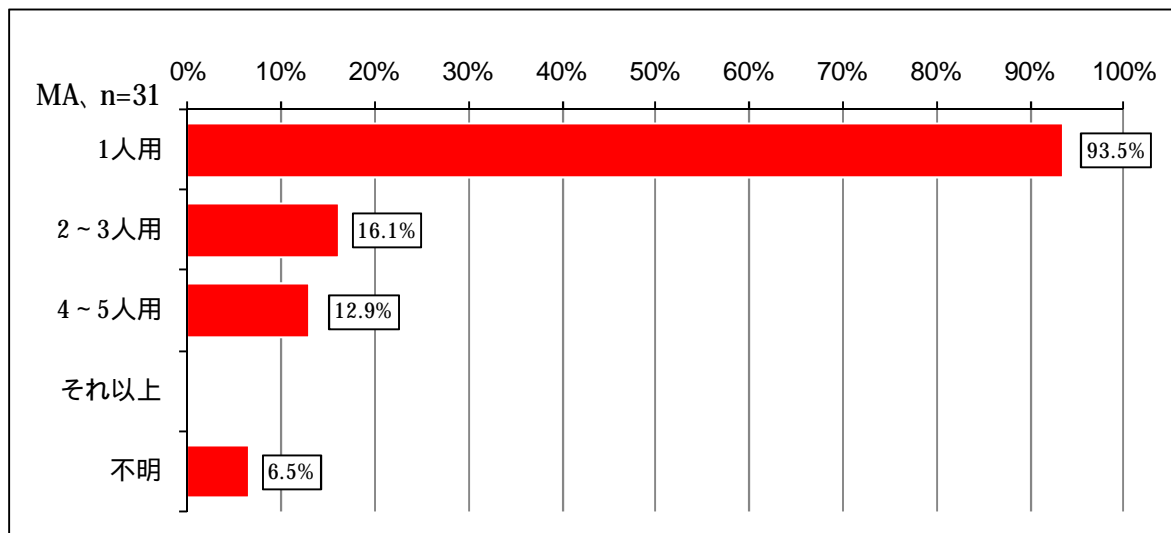
図表 -B-2 用途・種類は何か



問 - B - 3 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、使用している陶板のサイズを質問したところ(図表 -B-3)、「1人用」との回答割合が93.5%と最も高く、次いで「2~3人用」(16.1%)となった。

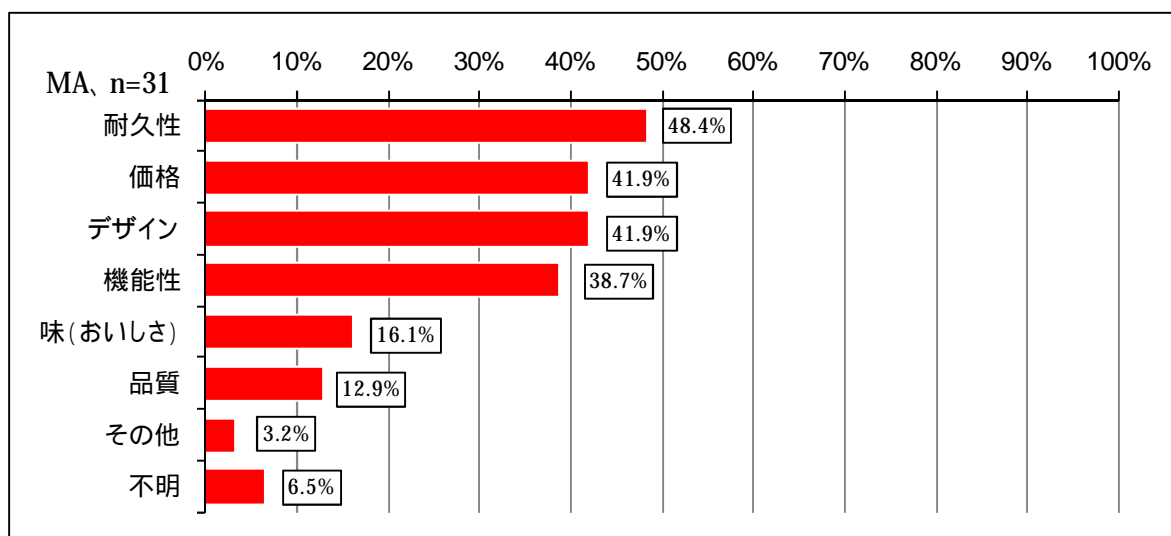
図表 -B-3 どのようなサイズか



問 - B - 4 . 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、使用している陶板を選んだ理由を質問したところ(図表 -B-4)、「耐久性」との回答割合が48.4%と最も高く、2番目として「価格」(41.9%)、「デザイン」(41.9%)が同率で並び、「機能性」(38.7%)が続いた。

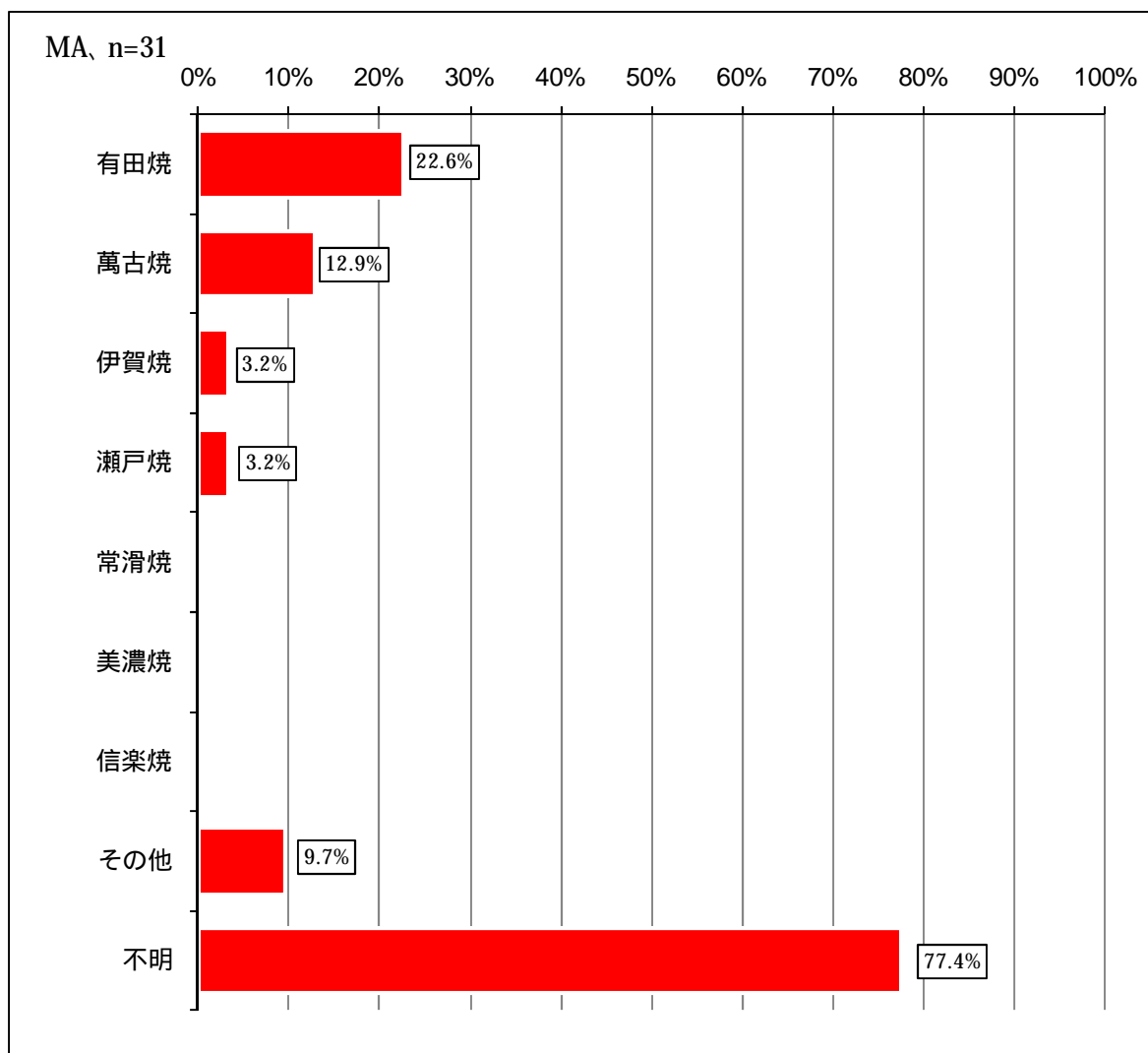
図表 -B-4 選んだ理由は何ですか



問 - B - 5 . どのようなブランド (産地) ですか ? 【複数回答可】

陶板を使用している場合に、使用している陶板のブランド (産地) を質問したところ (図表 -B-5)、「有田焼」との回答割合が 22.6% と最も高く、次いで「萬古焼」(12.9%) となった。

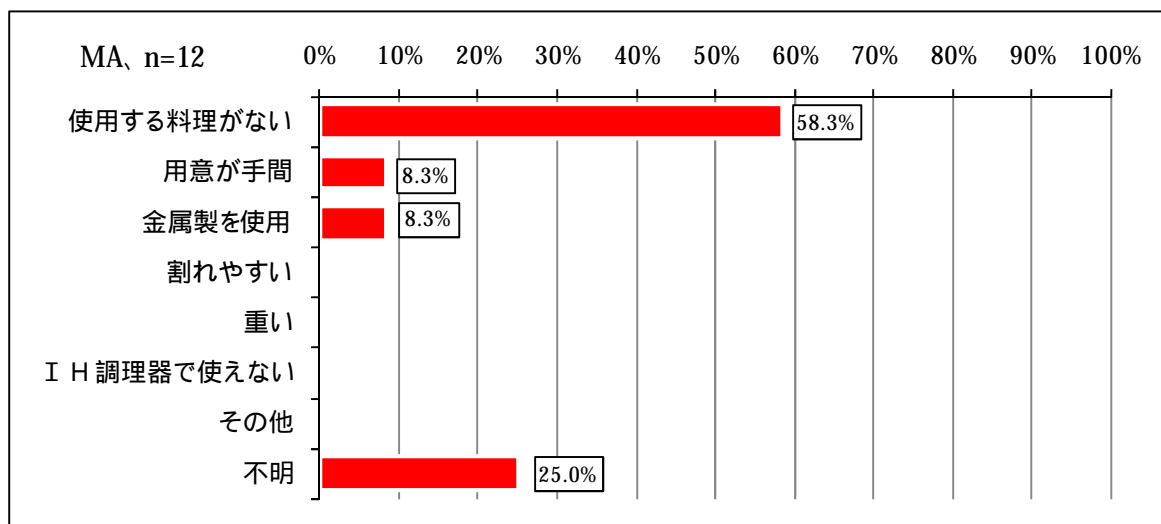
図表 -B-5 どのようなブランド (産地) か



問 - B - 6 .(使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

陶板を使用していない場合に、その理由は何かを質問したところ(図表 -B-6)、「使用する料理がない」との回答割合が58.3%と最も高く、2番目として「用意が手間」(8.3%)、「金属製を使用」(8.3%)が同率で並んだ。

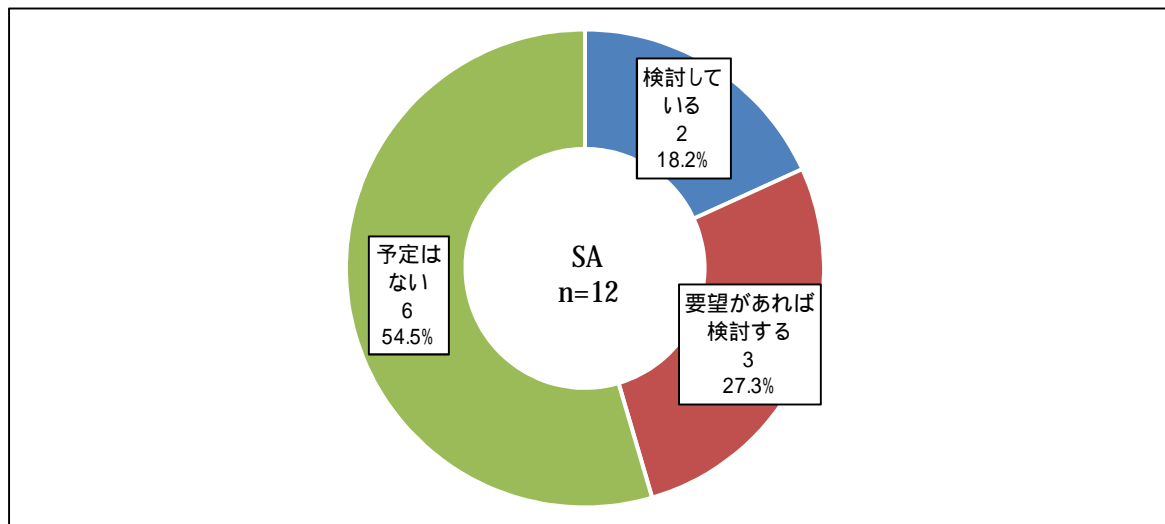
図表 -B-6 使用していない理由は何か



問 - B - 7 .(使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

陶板を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ(図表 -B-7)、「予定はない」との回答割合が54.5%、「要望があれば検討する」が27.3%、「検討している」が18.2%となった。

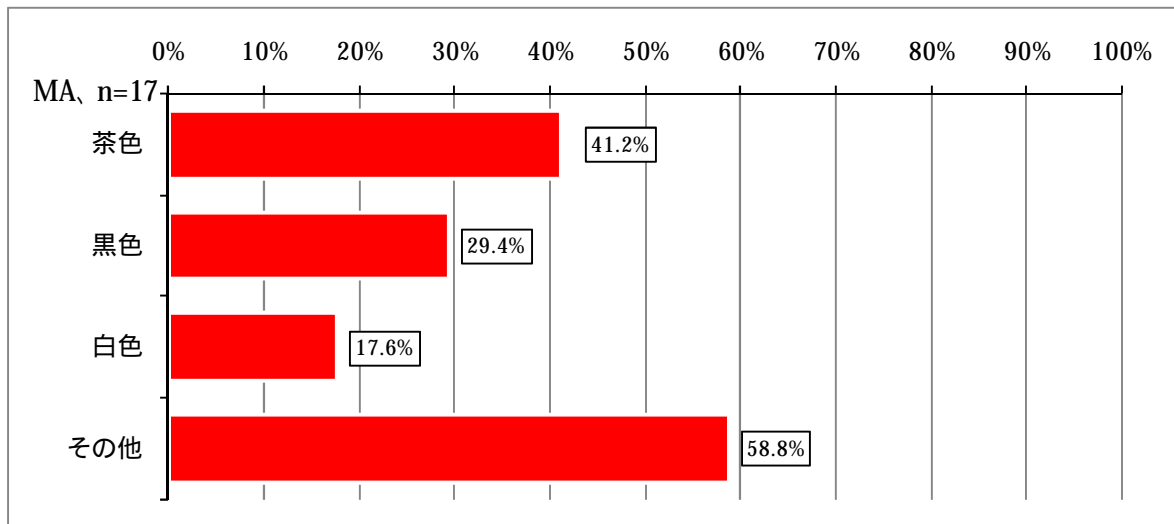
図表 -B-7 今後、使用する予定はあるか



問 - B - 8 . 料理に映える陶板の色にはどのようなものがありますか？

料理に映える陶板の色は何かを質問したところ(図表 -B-8)「茶色」(41.2%)、「黒色」(29.4%)、「白色」(17.6%)となった。

図表 -B-8 料理に映える陶板の色

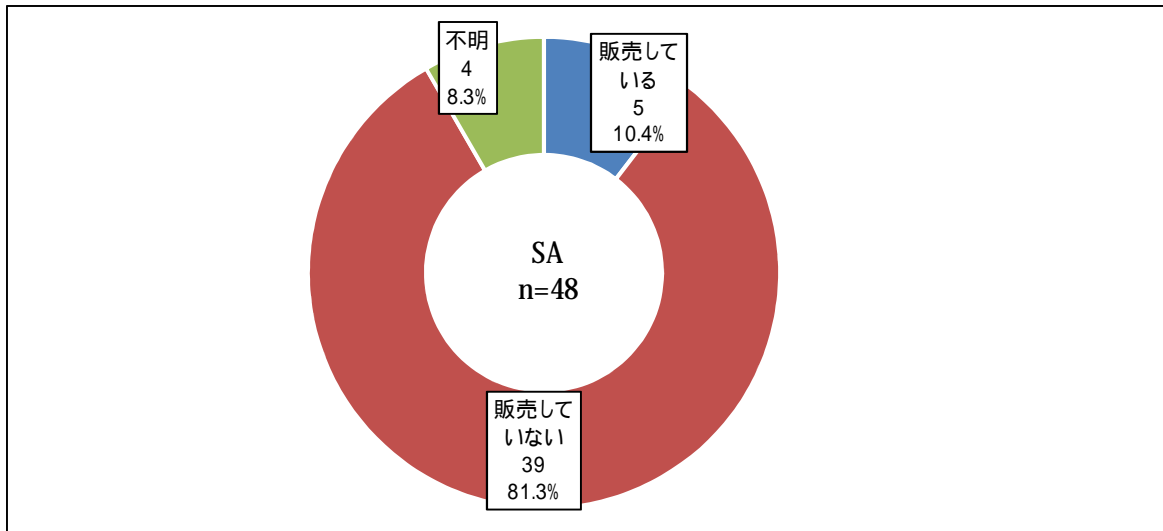


問 売店での販売について

問 - 1 . 売店で急須（土瓶）を販売していますか？

売店で急須（土瓶）を販売しているかを質問したところ（図表 -1）、「販売していない」との回答割合が81.3%、「販売している」が10.4%となった。

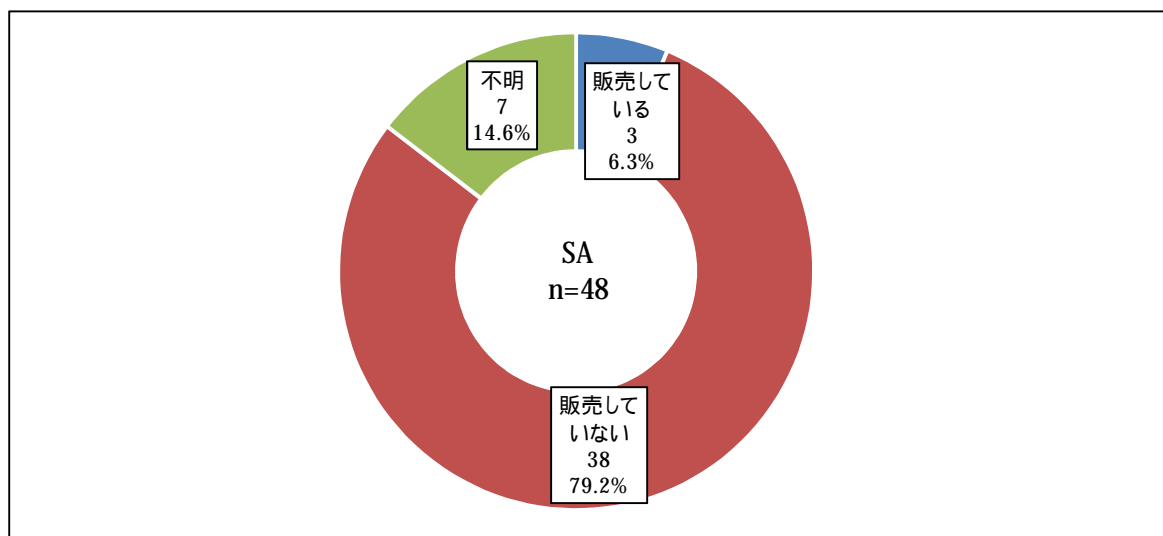
図表 -1 売店で急須（土瓶）を販売しているか



問 - 2 . 売店で耐熱陶器（土鍋・急須）を販売していますか？

売店で耐熱陶器（土鍋・陶板）を販売しているかを質問したところ（図表 -2）、「販売していない」との回答割合が79.2%、「販売している」が6.3%となった。

図表 -2 売店で耐熱陶器（土鍋・陶板）を販売しているか

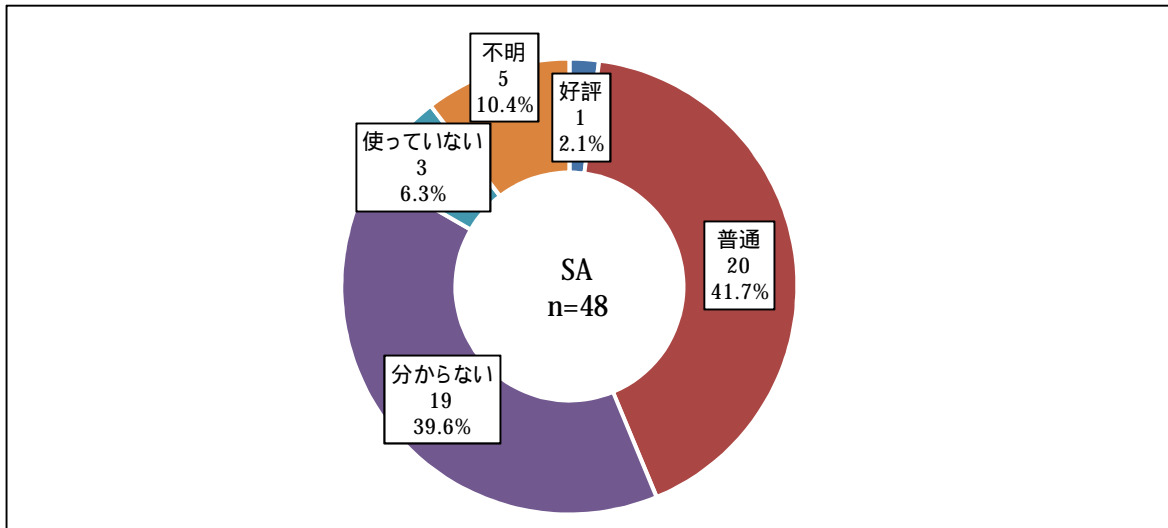


問 宿泊客の反応について

問 - 1 . 急須（土瓶）に対する宿泊客の反応はどのようなものですか？

急須（土瓶）に対する宿泊客の反応を質問したところ（図表 -1）、「普通」との回答割合が41.7%、「分からない」が39.6%となった。

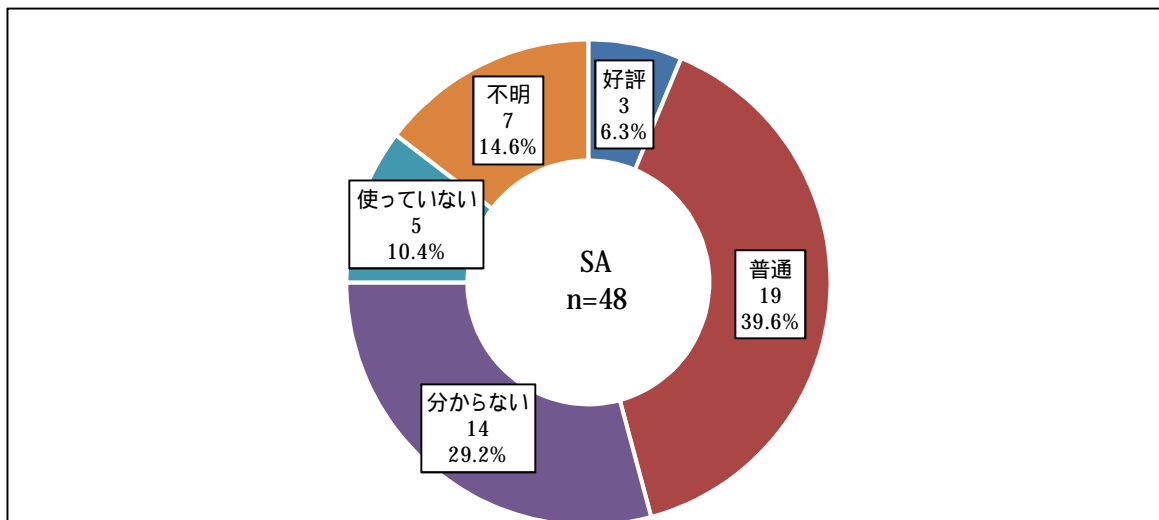
図表 -1 急須（土瓶）に対する宿泊客の反応はどのようなものか



問 - 2 . 耐熱陶器（土鍋・急須）に対する宿泊客の反応はどのようなものですか？

耐熱陶器（土鍋・陶板）に対する宿泊客の反応はどのようなものかを質問したところ（図表 -2）、「普通」との回答割合が39.6%、「分からない」が29.2%となった。

図表 -2 耐熱陶器（土鍋・陶板）に対する宿泊客の反応はどのようなものか



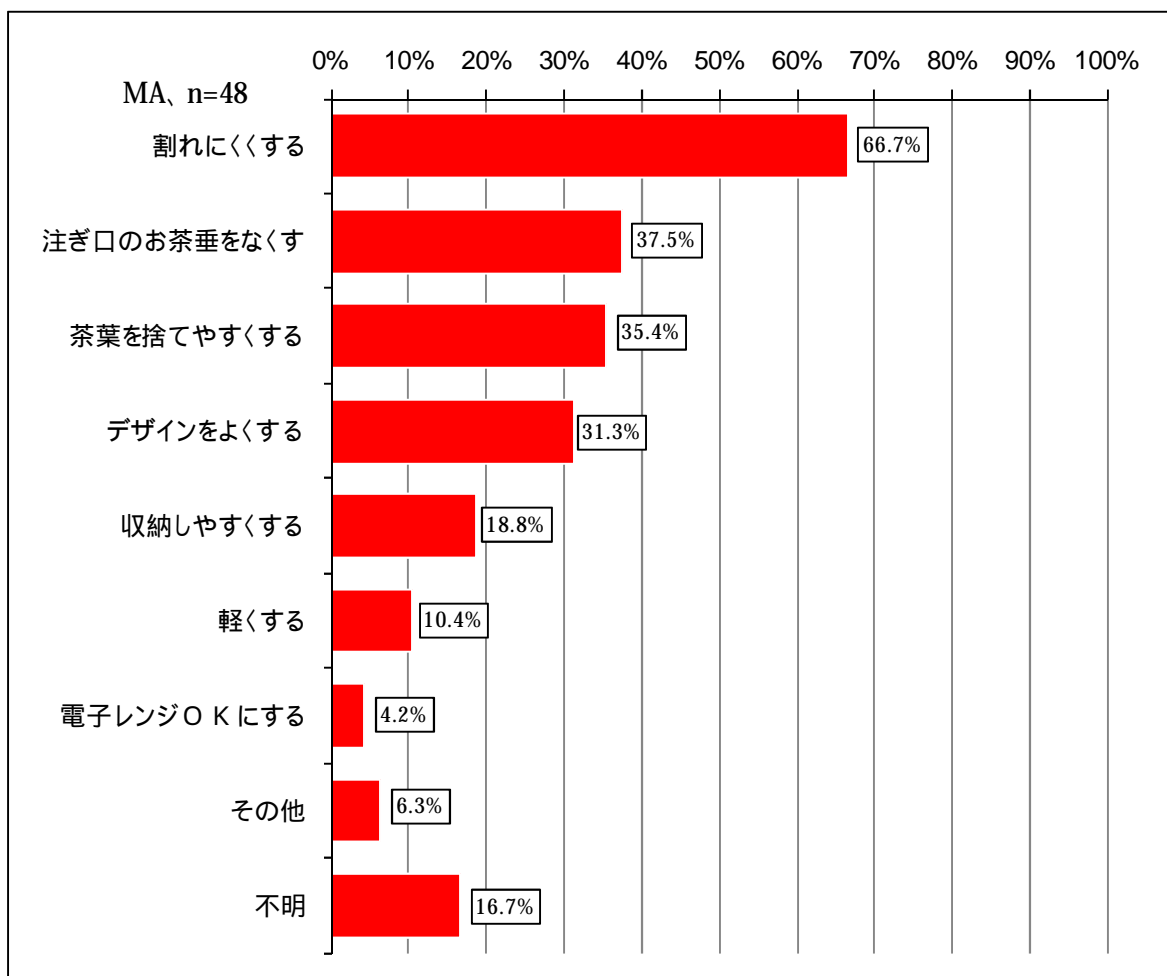
問 今後の改良を希望する点について

問 - 1 . 急須（土瓶）について、どんな改良を希望しますか？

【複数回答可】

急須（土瓶）について、どんな改良を希望するかを質問したところ（図表 -1）、「割れにくくする」との回答割合が 66.7%と最も高く、次いで「注ぎ口のお茶垂をなくす」（37.5%）、「茶葉を捨てやすくする」（35.4%）、「デザインをよくする」（31.3%）となった。

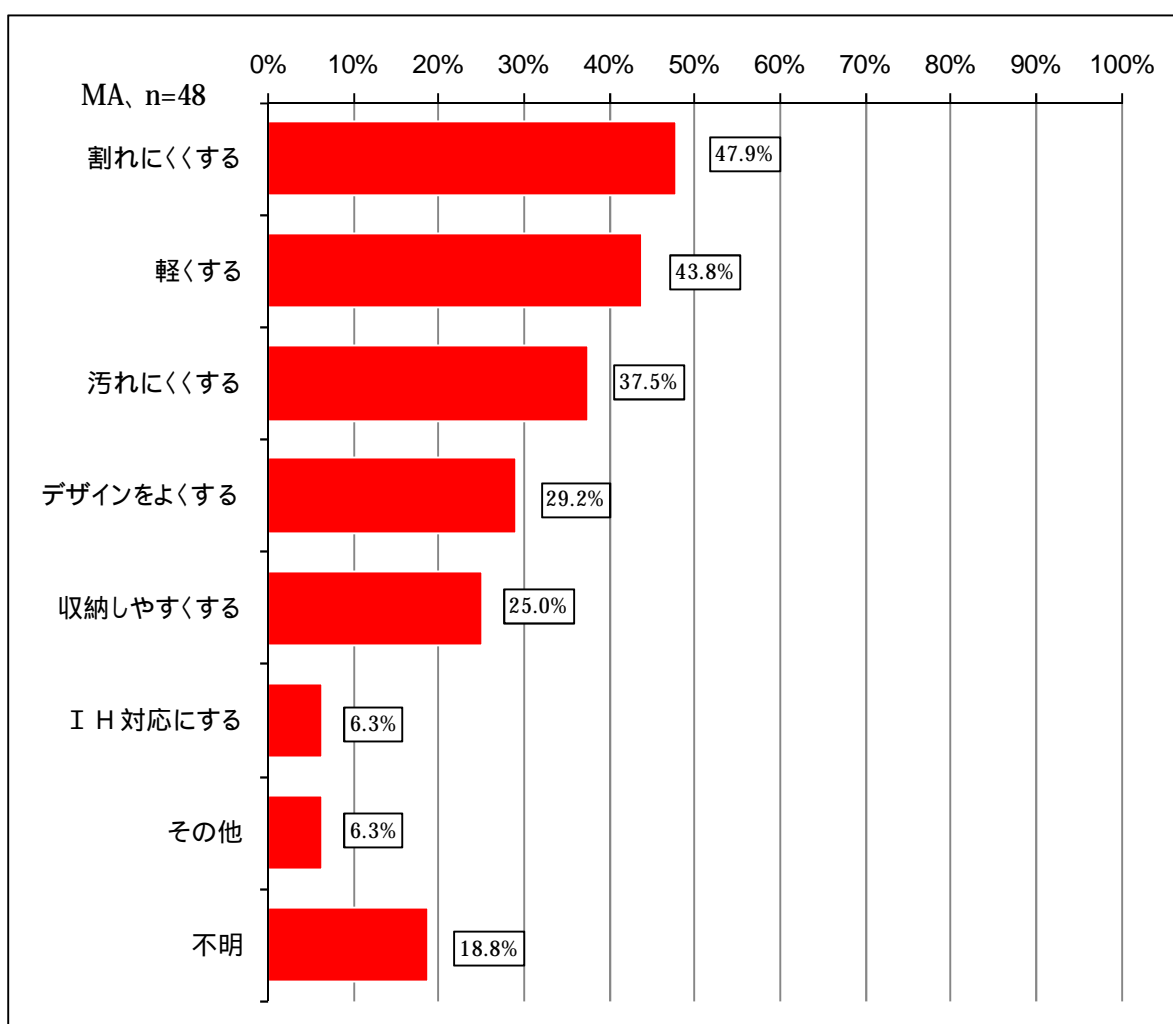
図表 -1 急須（土瓶）にどんな改良を希望するか



問 - 2 . 耐熱陶器（土鍋・急須）についてどんな改良を希望しますか？
【複数回答可】

耐熱陶器（土鍋・陶板）について、どんな改良を希望するかを質問したところ（図表-2）、「割れにくくする」との回答割合が47.9%と最も高く、次いで「軽くする」(43.8%)、「汚れにくくする」(37.5%)となった。

図表 -2 耐熱陶器（土鍋・陶板）にどんな改良を希望するか

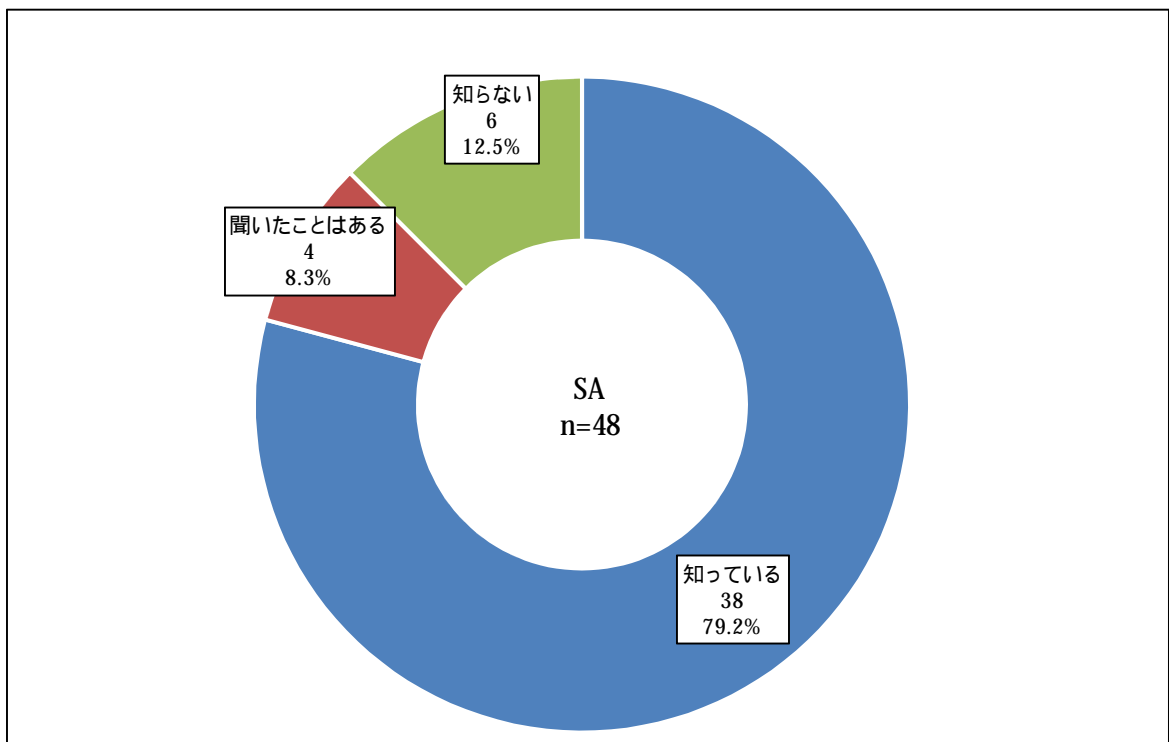


問 萬古焼の認知度について

問 - 1 . 萬古焼をご存知ですか？

萬古焼を知っているかどうかを質問したところ（図表 -1）「知っている」との回答割合が79.2%、「聞いたことはある」が8.3%、「知らない」が12.5%となった。

図表 -1 萬古焼を知っているか

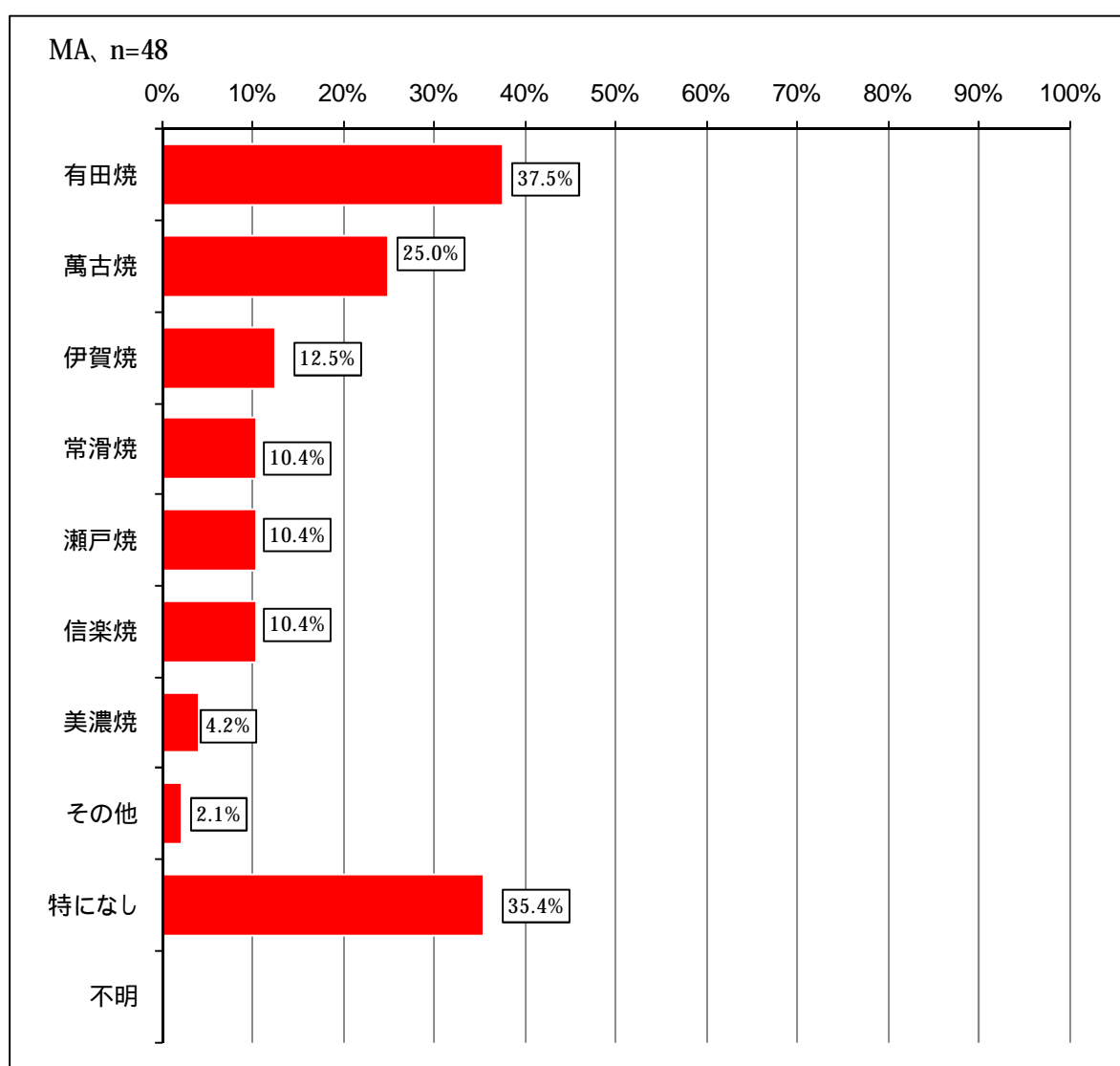


問 - 2 .好きな急須（土瓶）のブランド（産地）は何ですか？

【3つまで回答可】

好きな急須（土瓶）のブランド（産地）について質問したところ（図表 -2）、「有田焼」の回答割合が37.5%と最も高く、次いで「萬古焼」（25.0%）、「伊賀焼」（12.5%）となった。

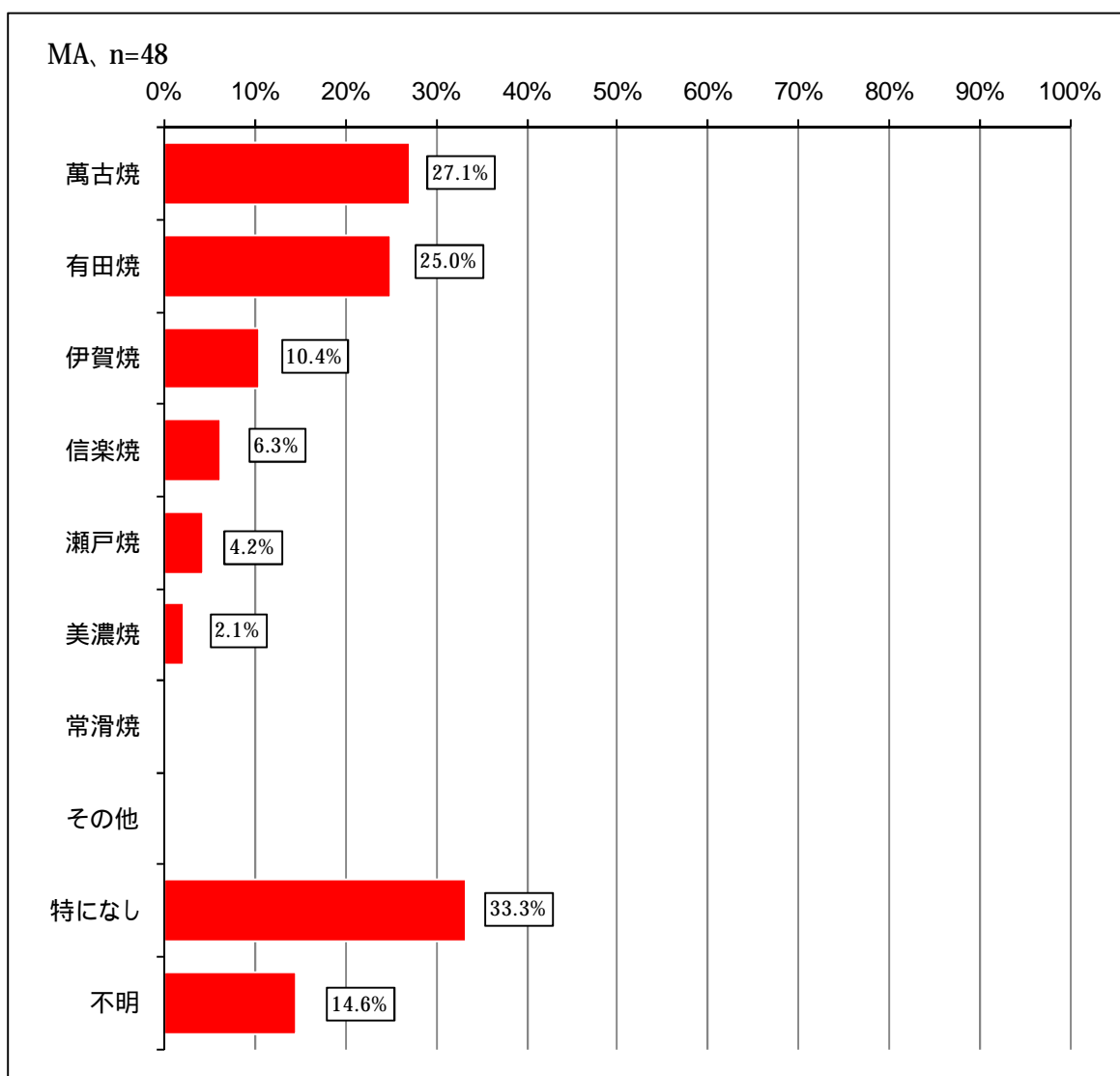
図表 -2 好きな急須（土瓶）のブランド（産地）は何か



問 - 3 . 好きな耐熱陶器（土鍋・陶板）のブランド（産地）は何ですか？
【3つまで回答可】

好きな耐熱陶器（土鍋・陶板）のブランド（産地）について質問したところ（図表 -3）、
「萬古焼」との回答割合が27.1%と最も高く、次いで「有田焼」（25.0%）、「伊賀焼」（10.4%）
となった。

図表 -3 好きな耐熱陶器（土鍋・陶板）のブランド（産地）は何か

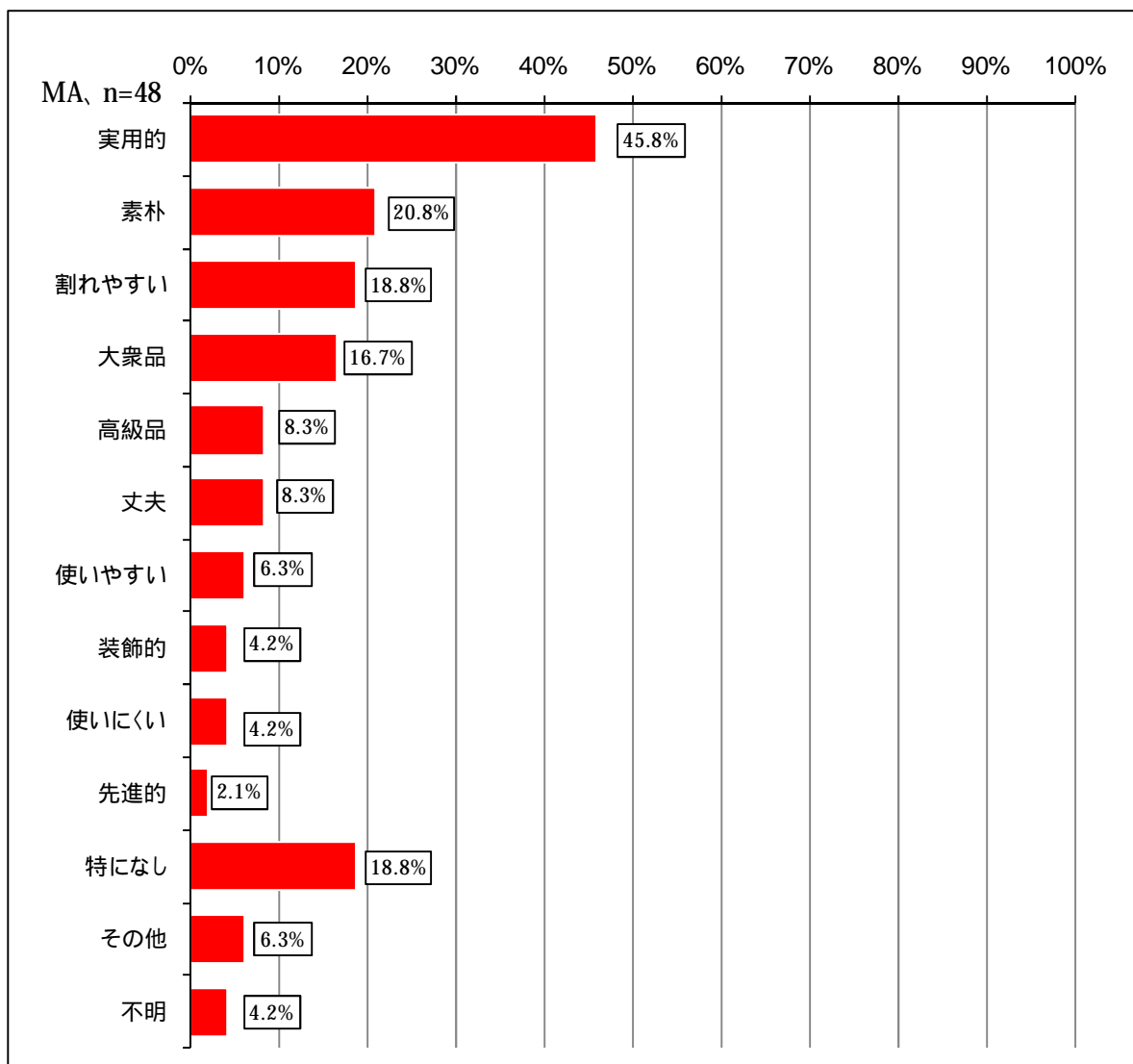


問 萬古焼のイメージについて

問 - 1 . 萬古焼のイメージはどのようなものですか？【3つまで回答可】

萬古焼のイメージはどのようなものかを質問したところ（図表 -1）、「実用的」との回答割合が45.8%と最も高く、次いで「素朴」（20.8%）、「割れやすい」（18.8%）、「大衆品」（16.7%）となった。

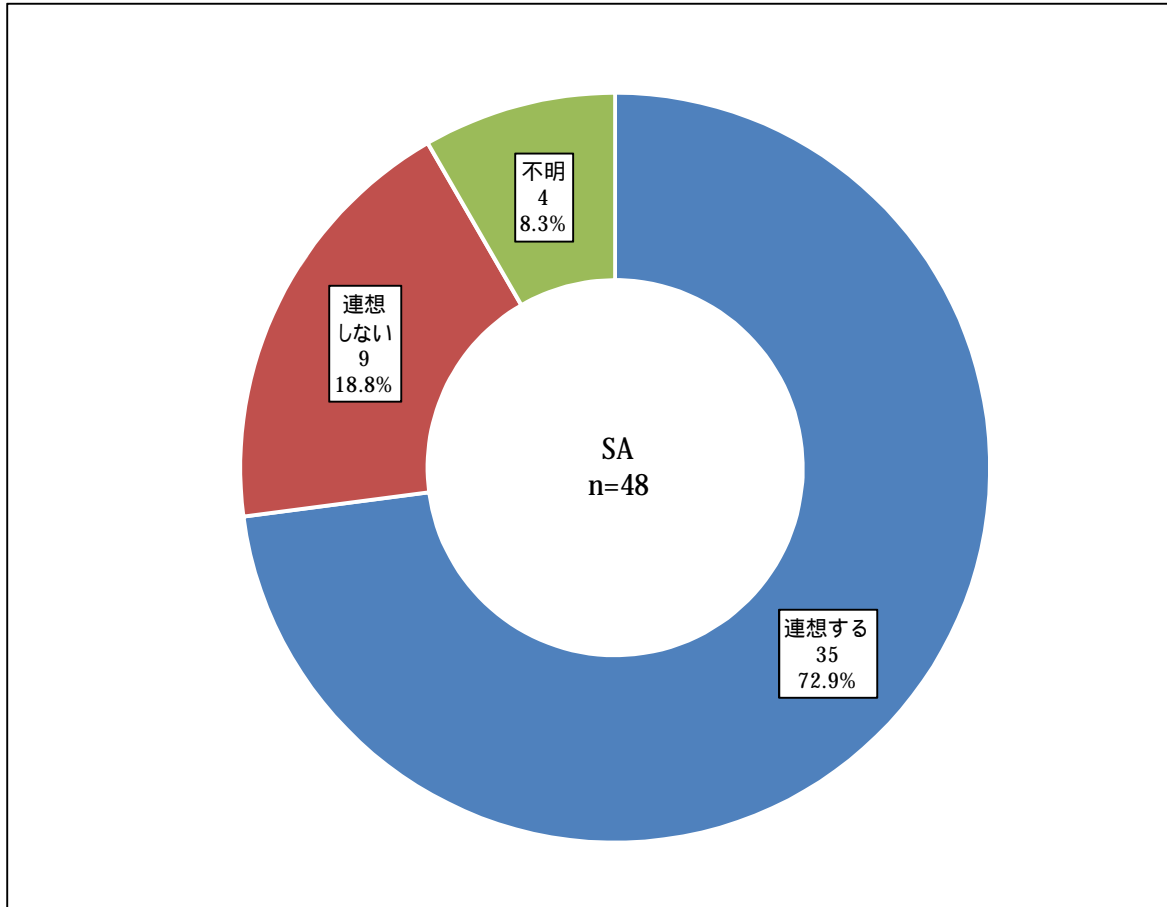
図表 -1 萬古焼のイメージはどのようなものか



問 - 2 . 萬古焼から産地である四日市を連想しますか？

萬古焼から産地である四日市を連想するかについて質問したところ（図表 -2）、「連想する」との回答割合が 72.9%、「連想しない」が 18.8%となった。

図表 -2 萬古焼から産地である四日市を連想するか



問 . 萬古焼に対するご意見やご要望があればご記載ください

こちらがもっと勉強してみたいです。地元ですし。

ご飯鍋で知りました。三重県 = 四日市 = 萬古焼きでありながら、大衆的でなく、実用的かつ予算面でどうだろうか…。これから当社でも検討していくつもりです。

実用的かつ収納しやすいデザインで、汚れがたまりにくい(角や溝)タイプが良いと思う。あとは強度があれば良いです。

名前を知っているだけで、流通していないし使う気もないし、売っていない。安くて、デザインが良くて丈夫なら使う。

数年前、俵型(小鉢程度の大きさ)の器を使用しましたが、素材うすかったのか、割れやすく、今は一つも残っていません。もう少し強度の強い物ができればと思います。

昨年萬古焼作品など数回企画イベントをしました。そのような企画をした際に宣伝や広報などしていただきたい。また、組合や協会など封鎖的なイメージがあります。

あまり萬古焼など耳にする機会がない。もっと行政、県など協力してアピールして欲しいです。

萬古焼は蚊やりブタのイメージが先行していて、我々飲食業が使ってみたい商品をもっと紹介して欲しい。

有名な焼き物ですが、各商店での伝統力が少ないように思われますし、有田、美濃、信楽焼等、県内である信楽焼から見ると、四日市の萬古焼きのイメージは消極的で一般市民であれば信楽という地名で信楽焼は地名を取り誰しもが知っているが、萬古焼きの四日市市はどこの産地かと不安を持つ方々がいるのではないかと私は思います。

(2) 茶販売店対象調査

調査概要

三重県内及び県外に所在する茶販売店を対象として郵送にてアンケート調査を実施。

調査対象項目は急須とする。

郵便発送数	201 通
うち有効発送数 (a)	197 通
回答数	73 通
うち有効回答数 (b)	73 通
有効回答率 ($b \div a$)	37.1%

調査結果

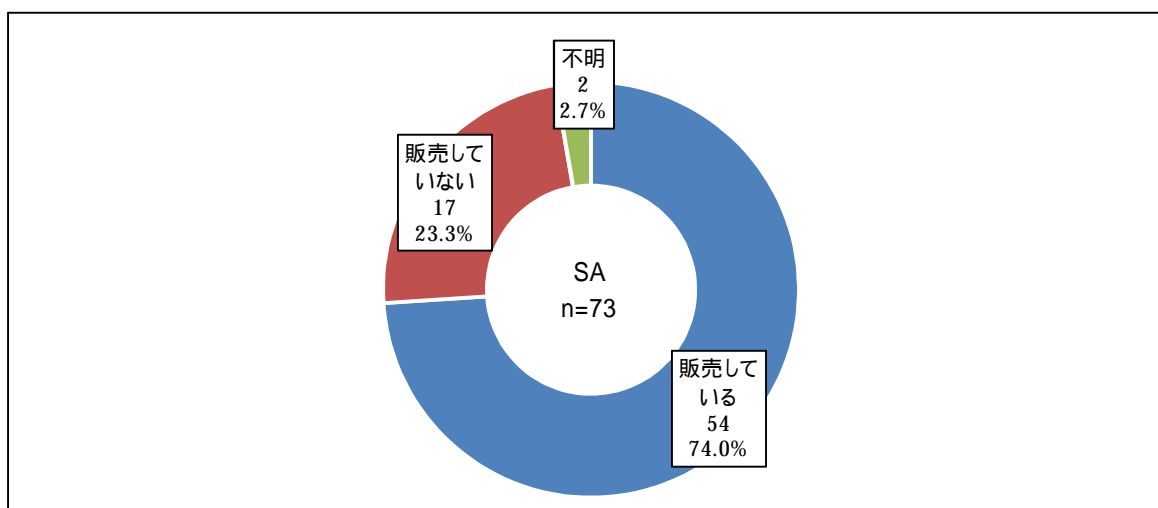
問 急須のお取り扱いについて

A . 販売について

問 - A - 1 . 貴店では、急須を販売されていますか？

急須を販売しているかどうか質問したところ（図表 -A-1）、「販売している」との回答割合が74.0%、「販売していない」が23.3%となった。

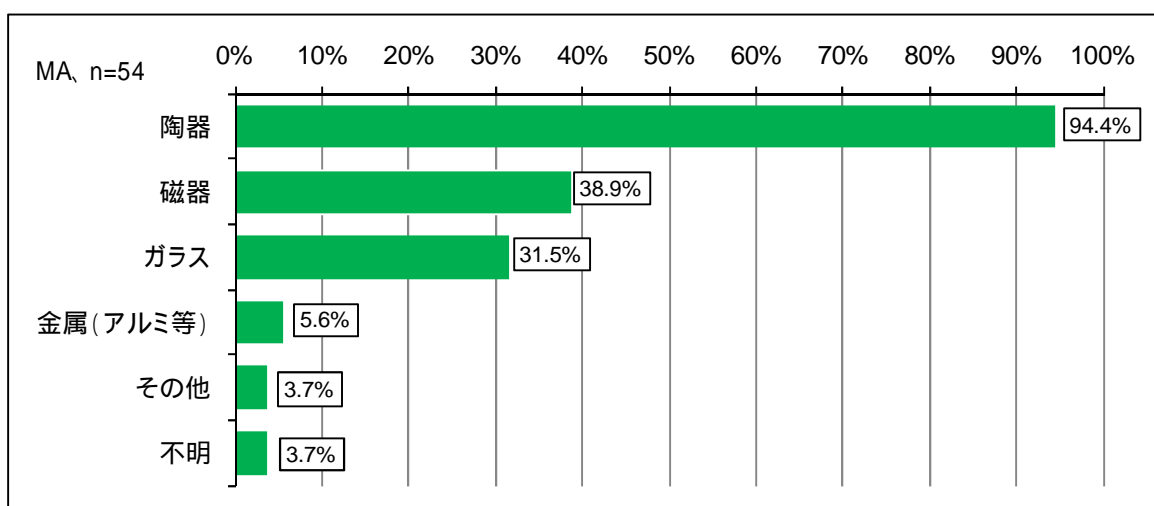
図表 -A-1 急須を販売しているか



問 - A - 2 . どのような素材のものを販売していますか？【複数回答可】

急須を販売している場合に、販売している急須の素材を質問したところ（図表 -A-2）、「陶器」との回答割合が94.4%と最も高く、次いで「磁器」（38.9%）となった。

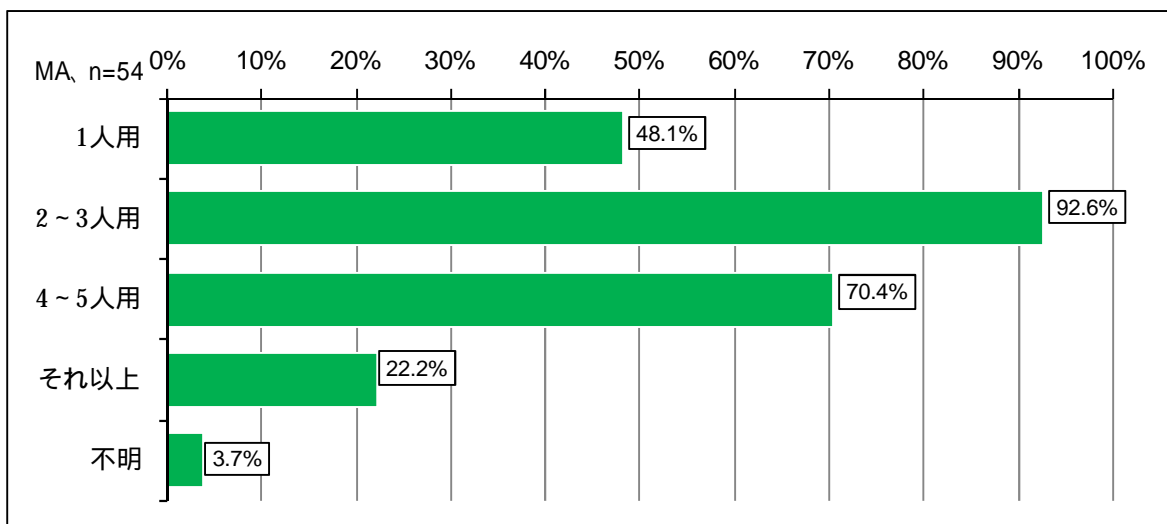
図表 -A-2 販売している急須（土瓶）の素材は何か



問 - A - 3 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

急須を販売している場合に、販売している急須のサイズを質問したところ(図表 -A-3)「2~3人用」との回答割合が92.6%と最も高く、次いで「4~5人用」(70.4%)となった。

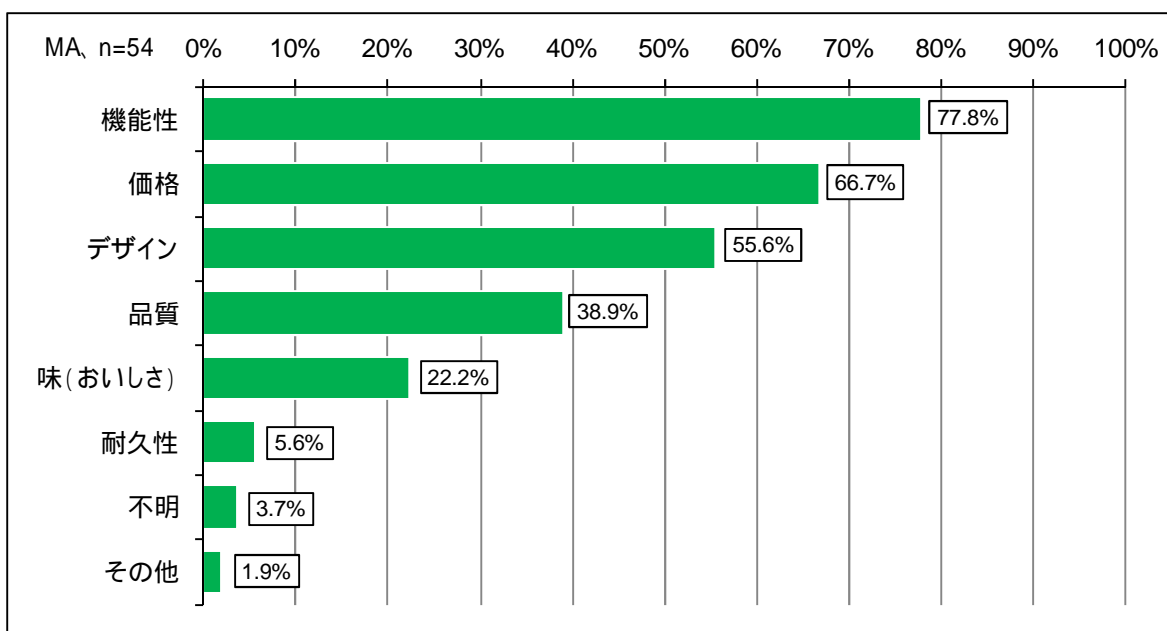
図表 -A-3 どのようなサイズか



問 - A - 4 . 販売する急須で重視する点は何ですか？【3つまで回答可】

急須を販売している場合に、販売する急須で重視する点は何かを質問したところ(図表 -A-4)「機能性」との回答割合が77.8%と最も高く、次いで「価格」(66.7%)、「デザイン」(55.6%)、「品質」(38.9%)となった。

図表 -A-4 販売する急須で重視する点は何か

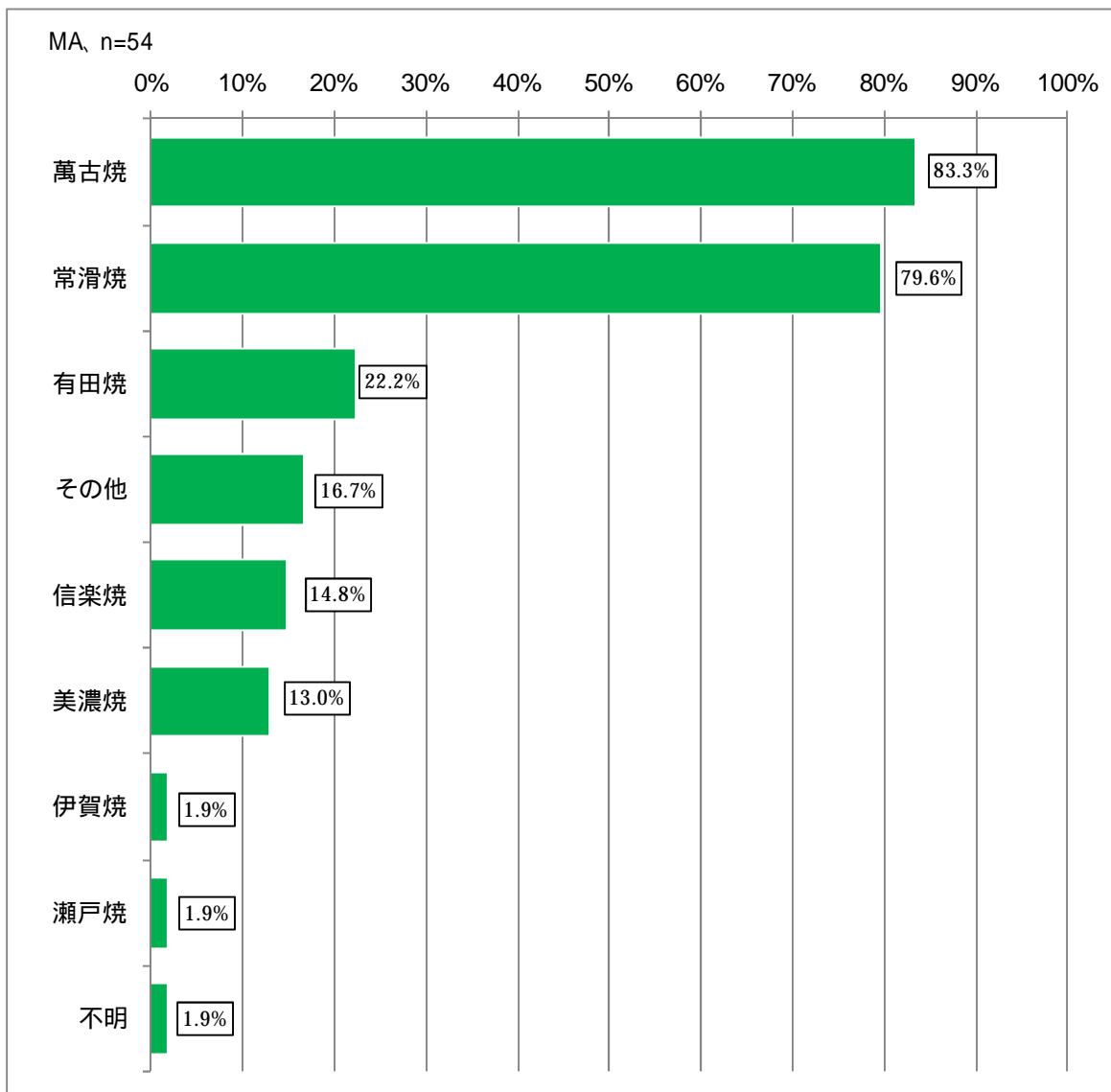


問 - A - 5 . どのようなブランド（産地）を販売していますか？

【複数回答可】

急須を販売している場合に、販売している急須のブランド（産地）を質問したところ（図表 -A-5）、「萬古焼」との回答割合が 83.3%と最も高く、次いで「常滑焼」（79.6%）となった。

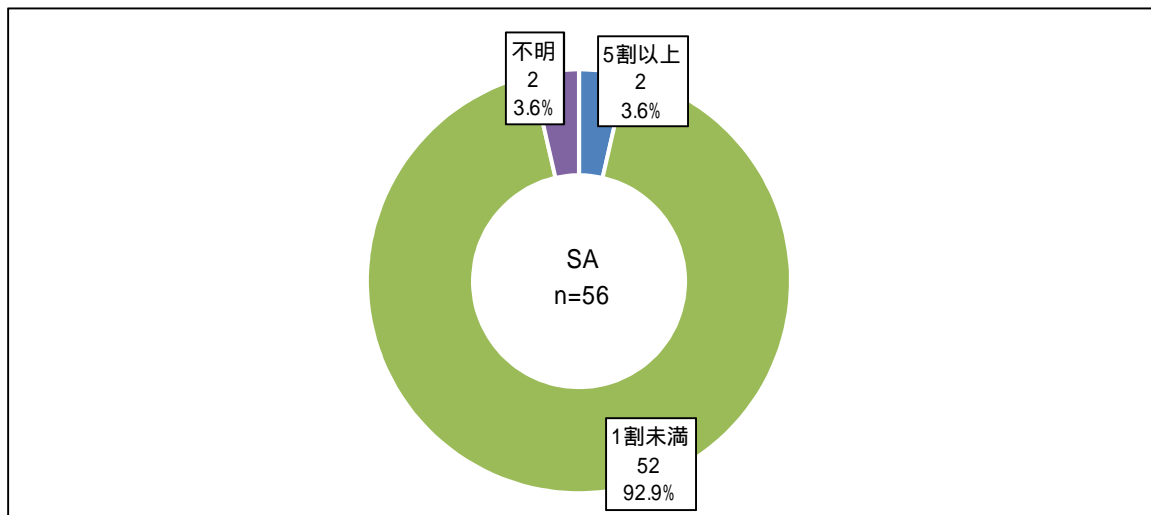
図表 -A-5 どのようなブランド（産地）か



問 - A - 6 . 売上に占める急須の割合はどのくらいですか？

売上に占める急須の割合がどのくらいかを質問したところ（図表 -A-6）、「1割未満」との回答割合が92.9%、「5割以上」が3.6%となった。

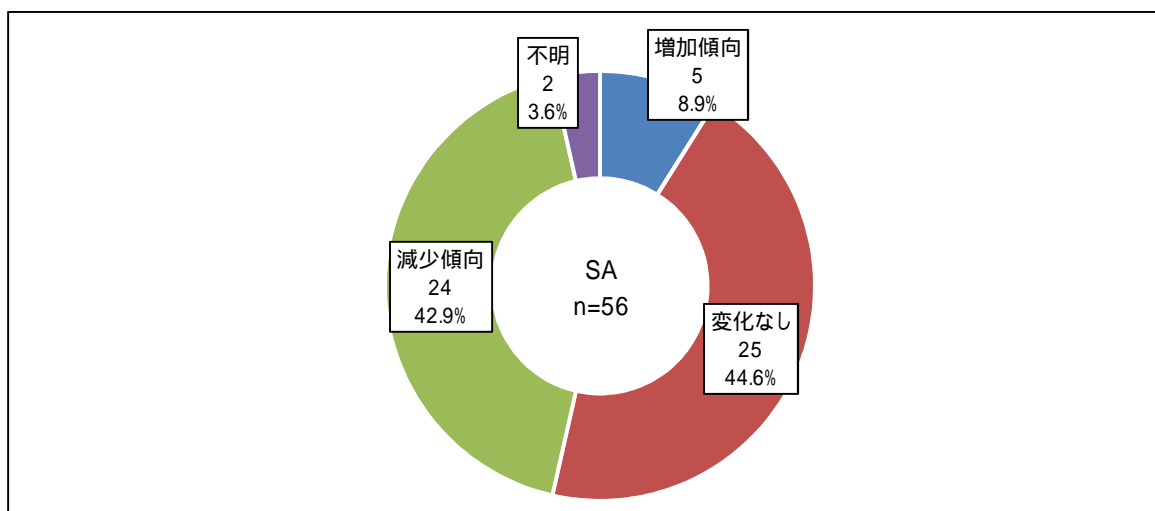
図表 -A-6 売上に占める急須の割合は



問 - A - 7 . 3年前と比べて急須の売上状況はどうですか？

3年前と比べて急須の売上状況がどうかを質問したところ（図表 -A-7）、「変化なし」との回答割合が44.6%、「減少傾向」が42.9%、「増加傾向」が8.9%となった。

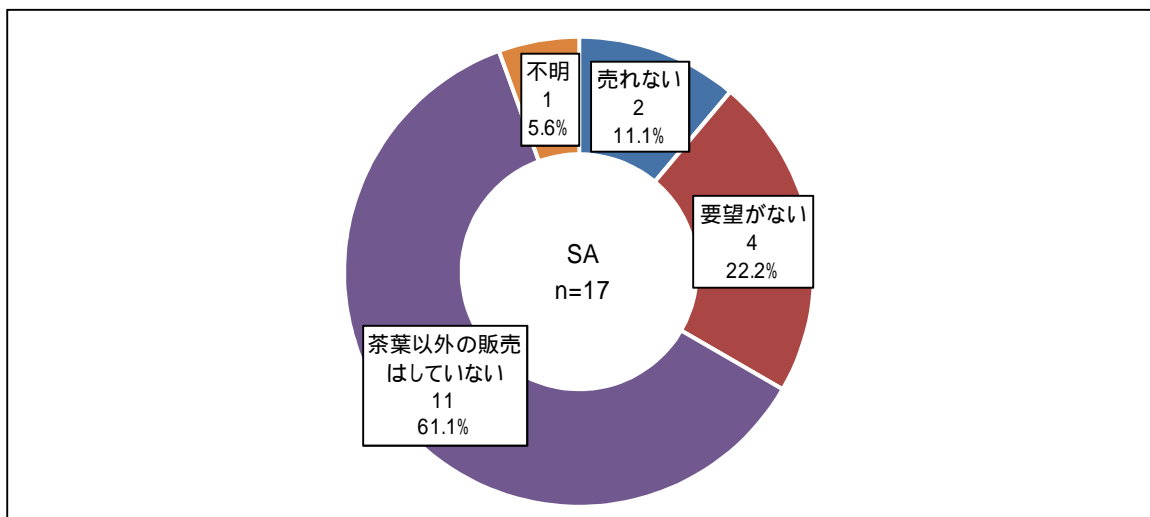
図表 -A-7 3年前と比べて急須の売上状況はどうか



問 - A - 8 .(販売していない場合)その理由は何ですか？

急須を販売していない場合に、販売していない理由は何かを質問したところ(図表-A-8)「茶葉以外の販売はしていない」との回答割合が61.1%、「要望がない」が22.2%、「売れない」が11.1%となった。

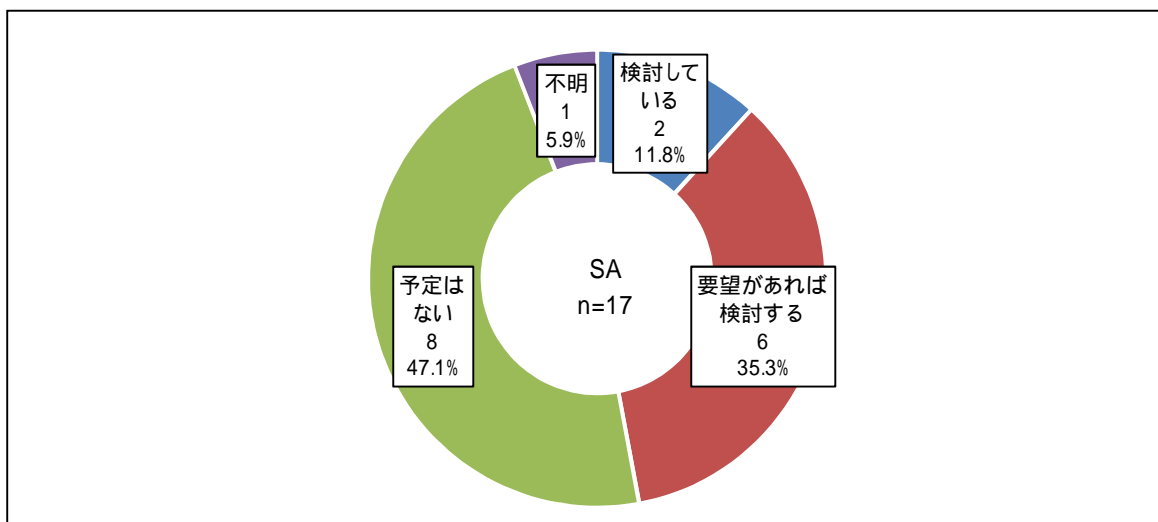
図表 -A-8 販売していない理由は何か



問 - A - 9 .(販売していない場合)今後販売する予定はありますか？

急須を販売していない場合に、今後販売する予定はあるかを質問したところ(図表-A-9)「予定はない」との回答割合が47.1%、「要望があれば検討する」が35.3%、「検討している」が11.8%となった。

図表 -A-9 今後販売する予定はあるか

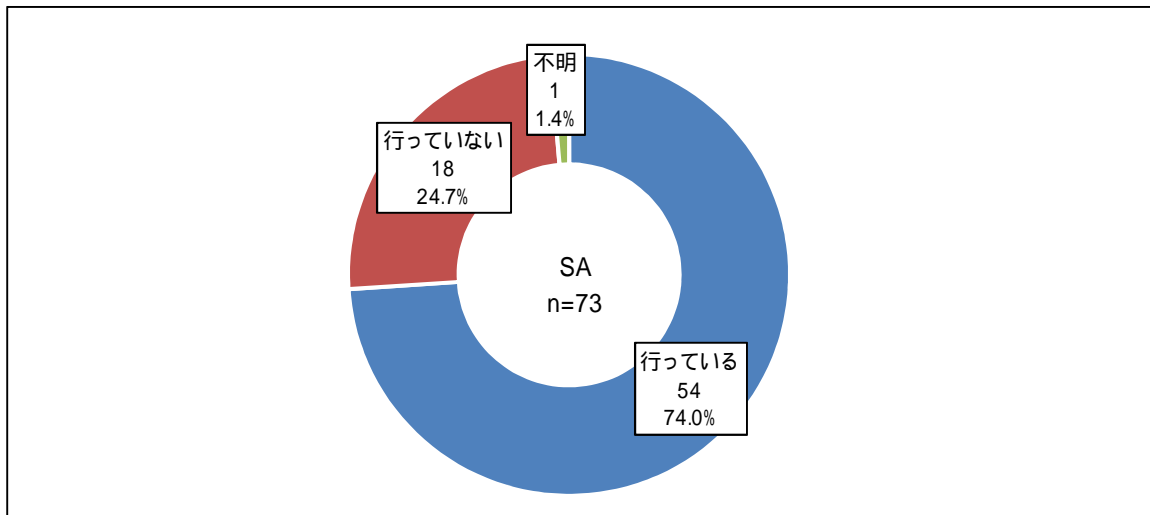


B . 試飲提供について

問 - B - 1 . 貴店では、店内（店頭）で試飲提供を行っていますか？

試飲提供を行っているかどうかを質問したところ（図表 -B-1）、「行っている」との回答割合が74.0%、「行っていない」が24.7%となった。

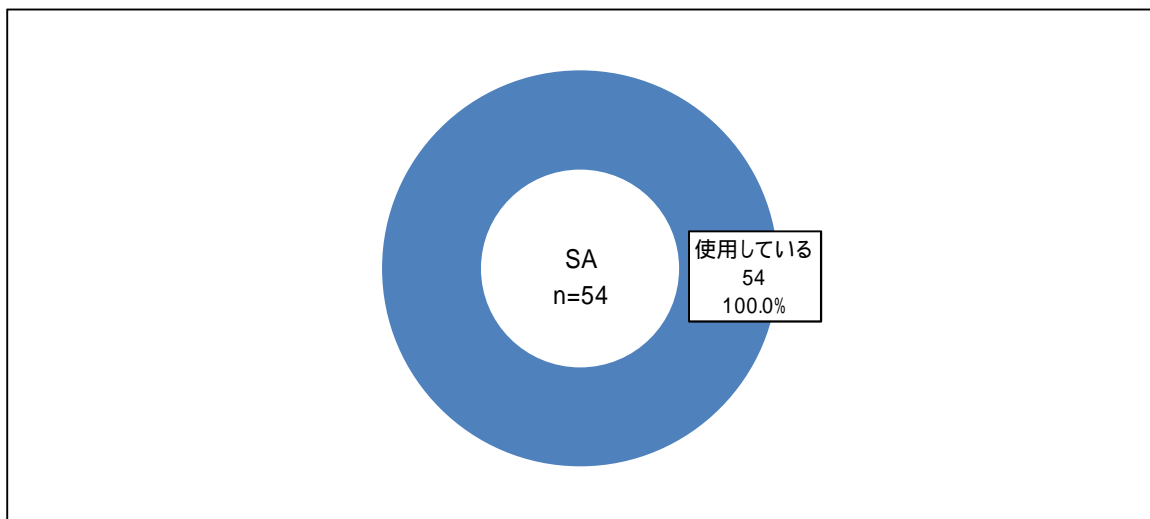
図表 -B-1 試飲提供を行っているか



問 - B - 2 . 急須を使用していますか？

試飲提供を行っている場合に急須を使用しているかどうかを質問したところ（図表 -B-2）、「使用している」との回答割合が100.0%となった。

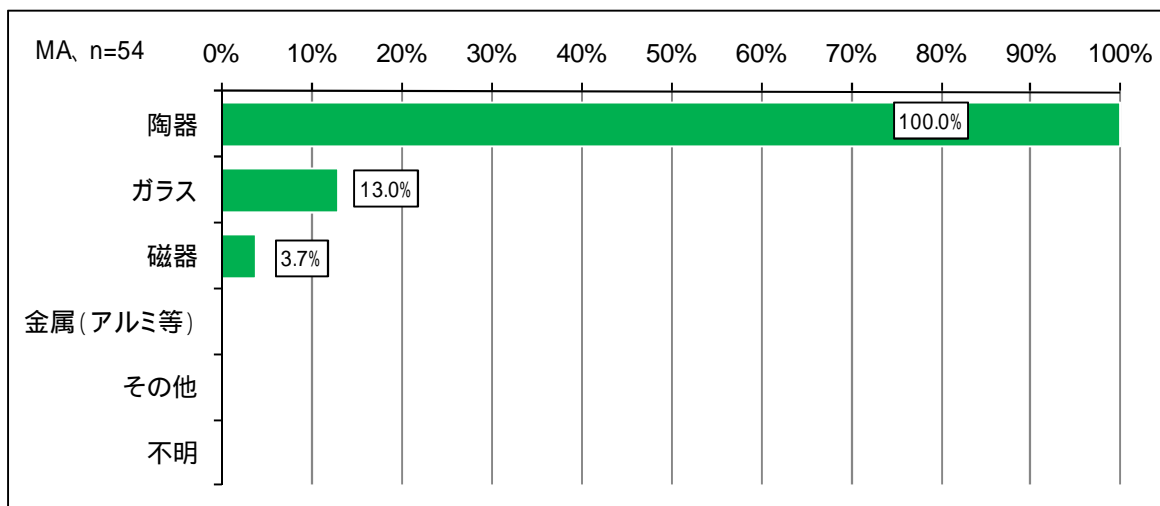
図表 -B-2 急須を使用しているか



問 - B - 3 . どのような素材ですか？【複数回答可】

試飲提供を行っている場合に、使用している急須の素材を質問したところ(図表 -B-3)、「陶器」との回答割合が 100.0%と最も高く、次いで「ガラス」(13.0%)、「磁器」(3.7%)となった。

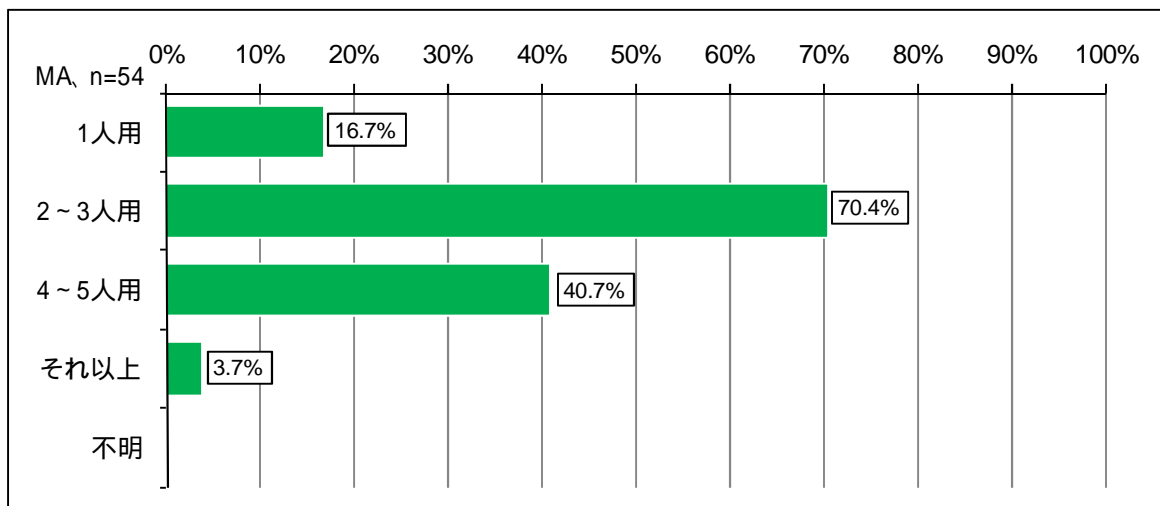
図表 -B-3 使用している急須(土瓶)の素材は何か



問 - B - 4 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

試飲提供を行っている場合に、使用している急須のサイズを質問したところ(図表 -B-4)、「2~3人用」との回答割合が 70.4%と最も高く、次いで「4~5人用」(40.7%)となった。

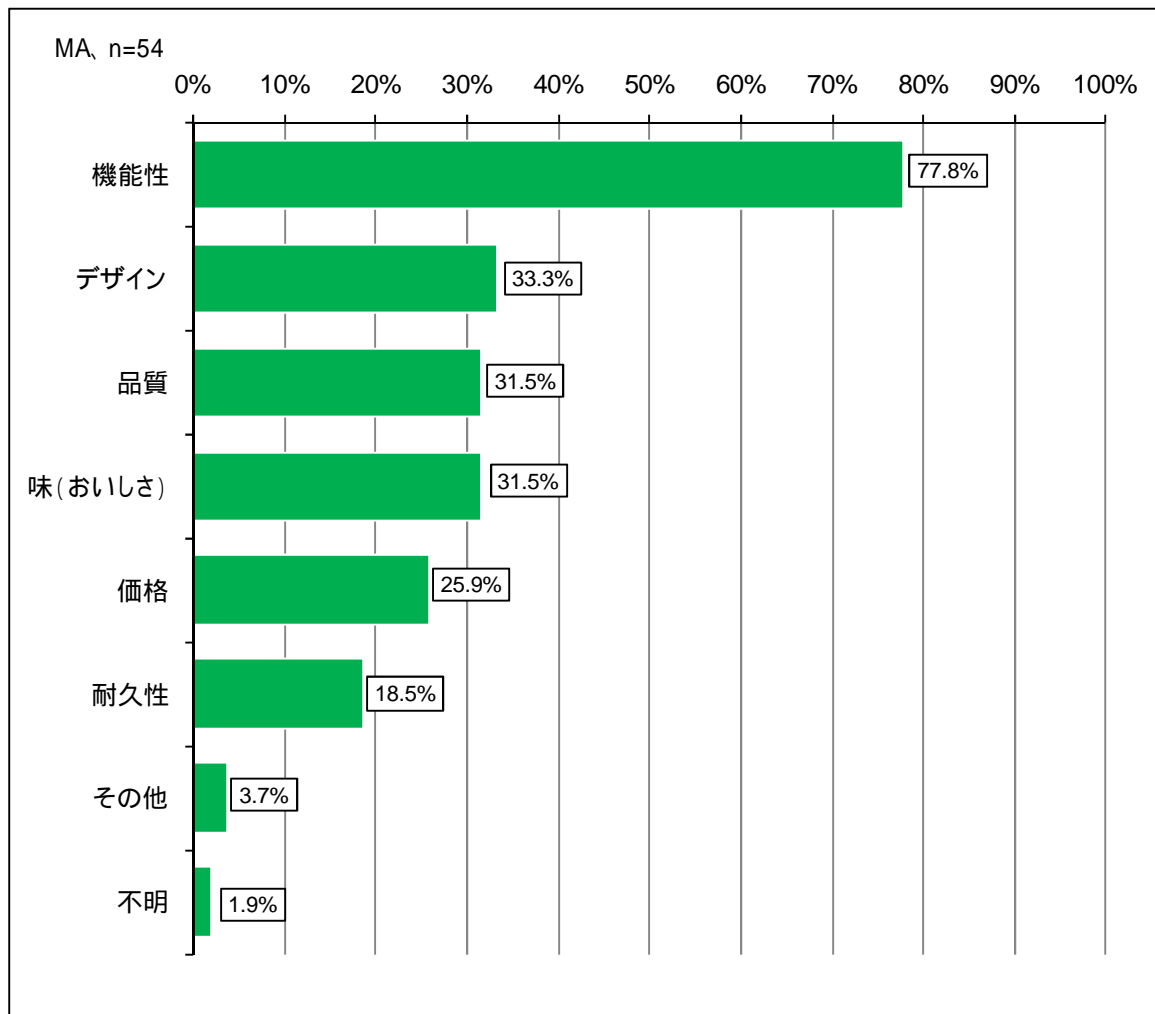
図表 -B-4 どのようなサイズか



問 - B - 5 . 使用する急須で重視する点は何ですか？【3つまで回答可】

試飲提供を行っている場合に、使用している急須を選んだ理由を質問したところ（図表 -B-5）、「機能性」との回答割合が 77.8%と最も高く、次いで「デザイン」（33.3%）、3番目には「品質」（31.5%）と「味（おいしさ）」（31.5%）が同率で並んだ。

図表 -B-5 使用する急須で重視する点は何か

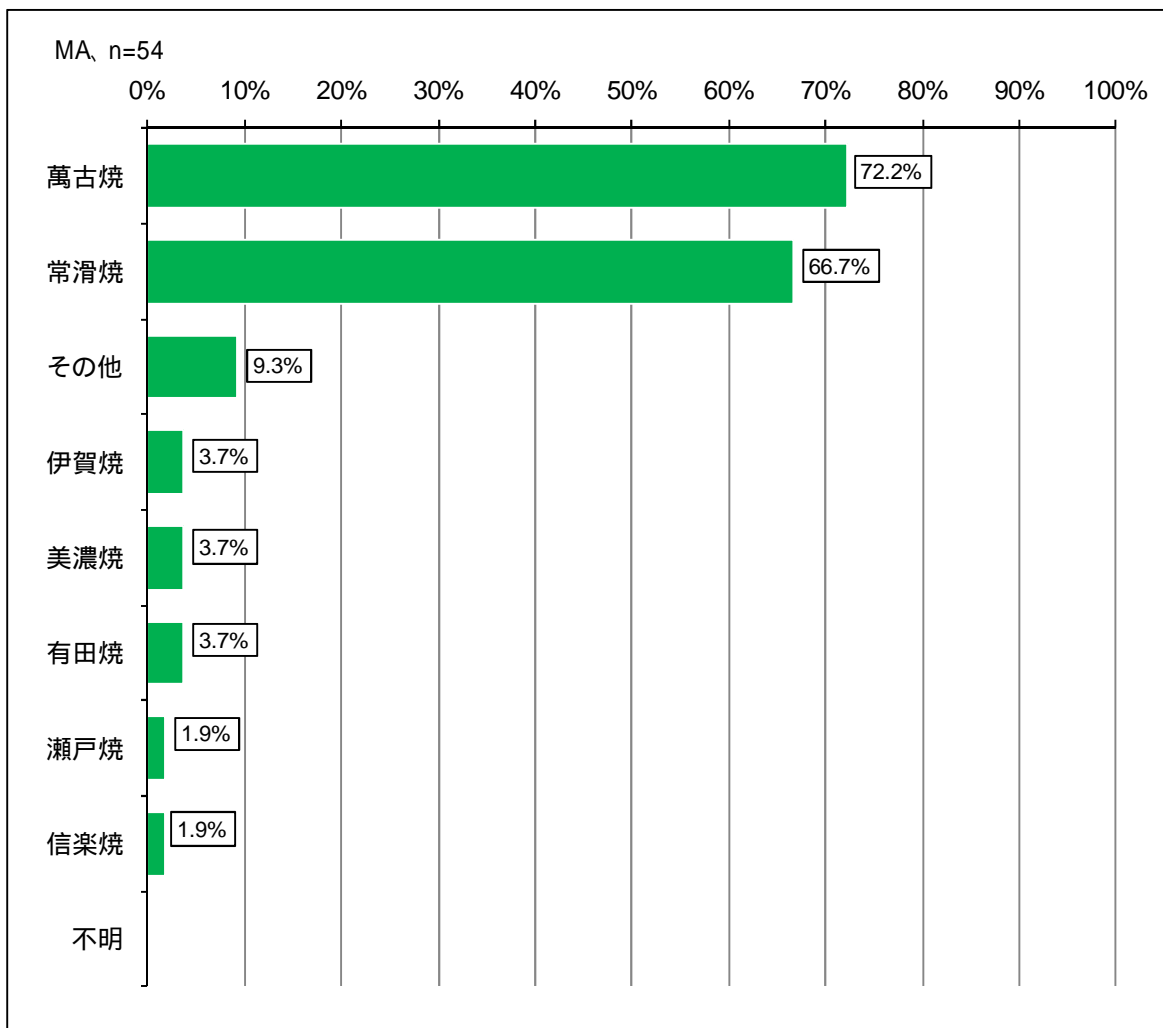


問 - B - 6 . どのようなブランド（産地）を使用していますか？

【複数回答可】

試飲提供を行っている場合に、使用している急須のブランド（産地）を質問したところ（図表 -B-6）、「萬古焼」との回答割合が72.2%と最も高く、次いで「常滑焼」（66.7%）となった。

図表 -B-6 どのようなブランド（産地）か

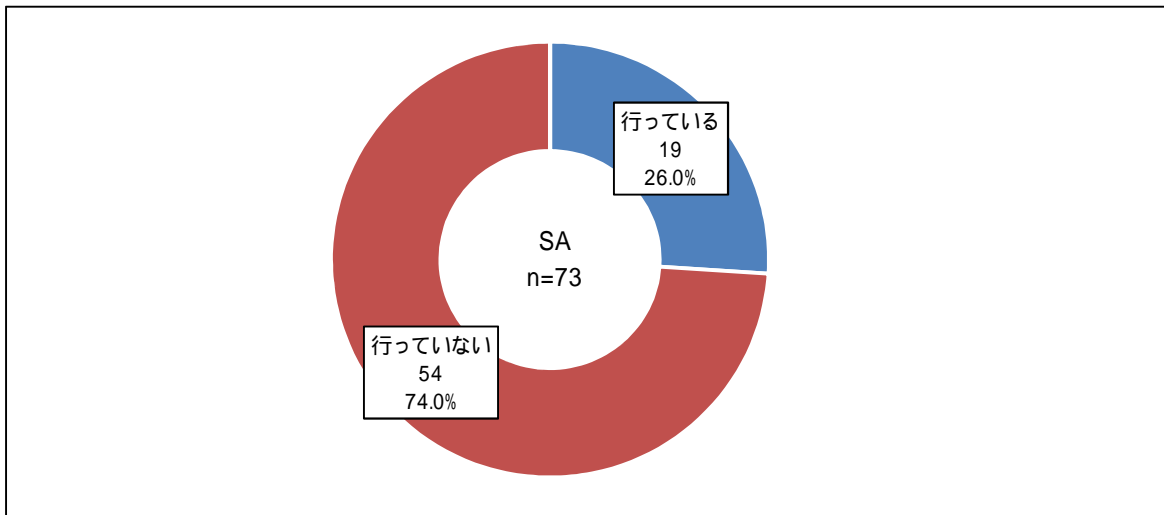


C . 喫茶・カフェについて

問 - C - 1 . 貴店では、喫茶・カフェがありますか？

喫茶・カフェがあるかどうか質問したところ（図表 -C-1）「行っていない」との回答割合が74.0%、「行っている」が26.0%となった。

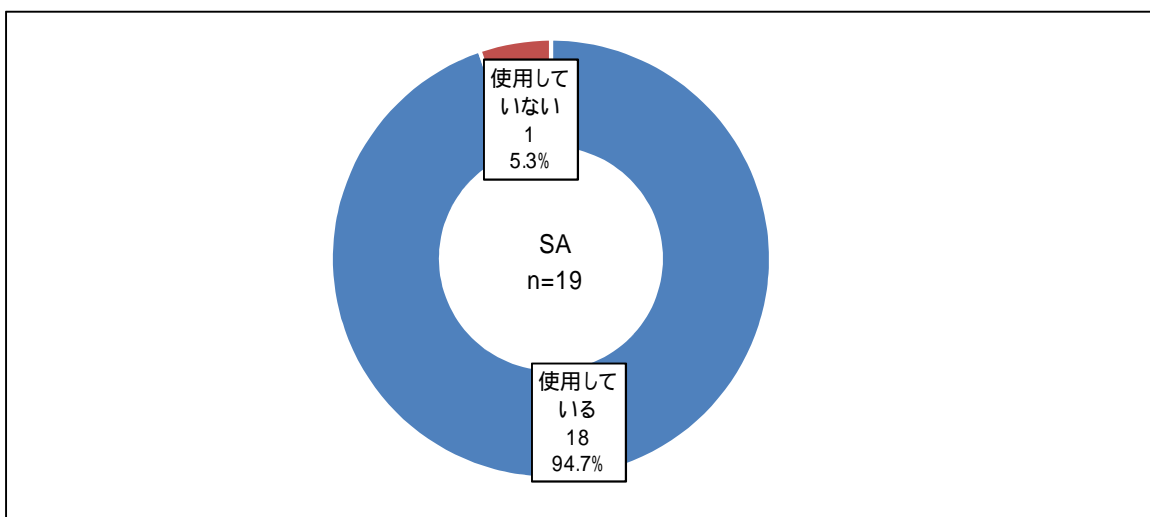
図表 -C-1 喫茶・カフェを行っているか



問 - C - 2 . 急須を使用していますか？

喫茶・カフェを行っている場合に急須を使用しているかどうか質問したところ（図表 -C-2）「使用している」との回答割合が94.7%となった。

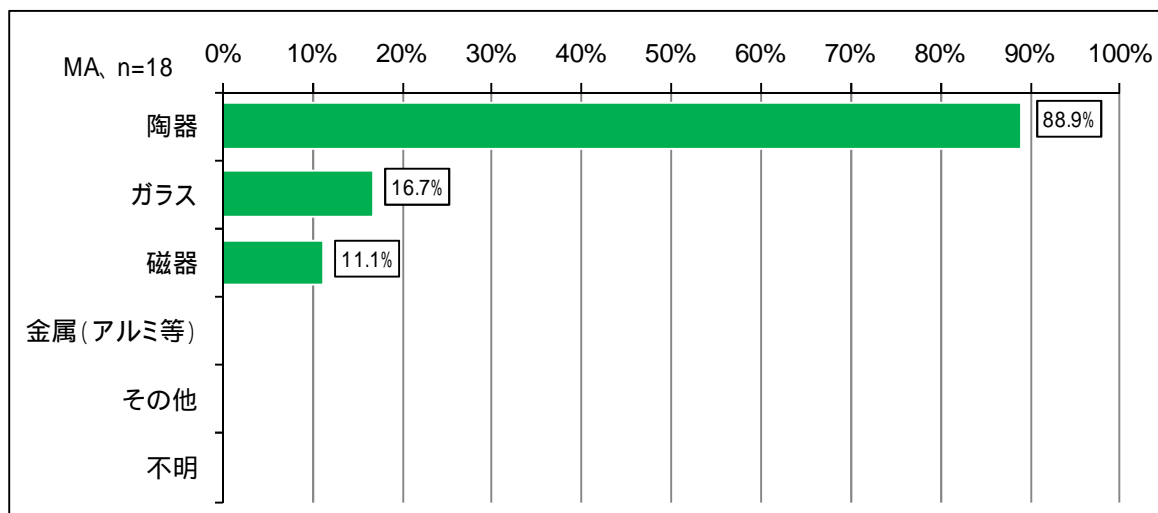
図表 -C-2 急須を使用しているか



問 - C - 3 . どのような素材ですか？【複数回答可】

喫茶・カフェを行っている場合に、使用している急須の素材を質問したところ（図表 -C-3）、「陶器」との回答割合が 88.9%と最も高く、次いで「ガラス」（16.7%）、「磁器」（11.1%）となった。

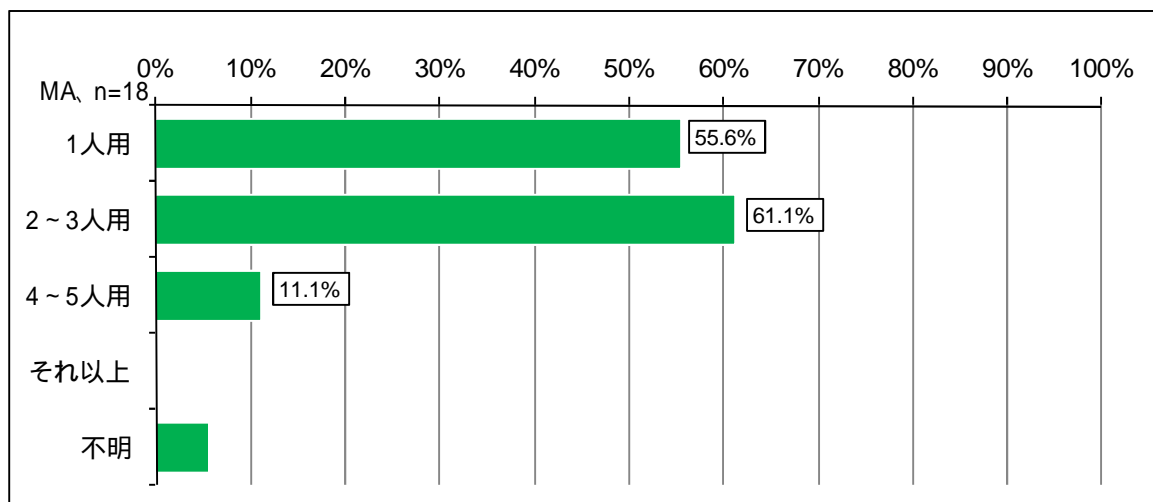
図表 -C-3 急須（土瓶）の素材は何か



問 - C - 4 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

喫茶・カフェを行っている場合に、使用している急須のサイズを質問したところ（図表 -C-4）、「2～3人用」との回答割合が 61.1%と最も高く、次いで「1人用」（55.6%）となった。

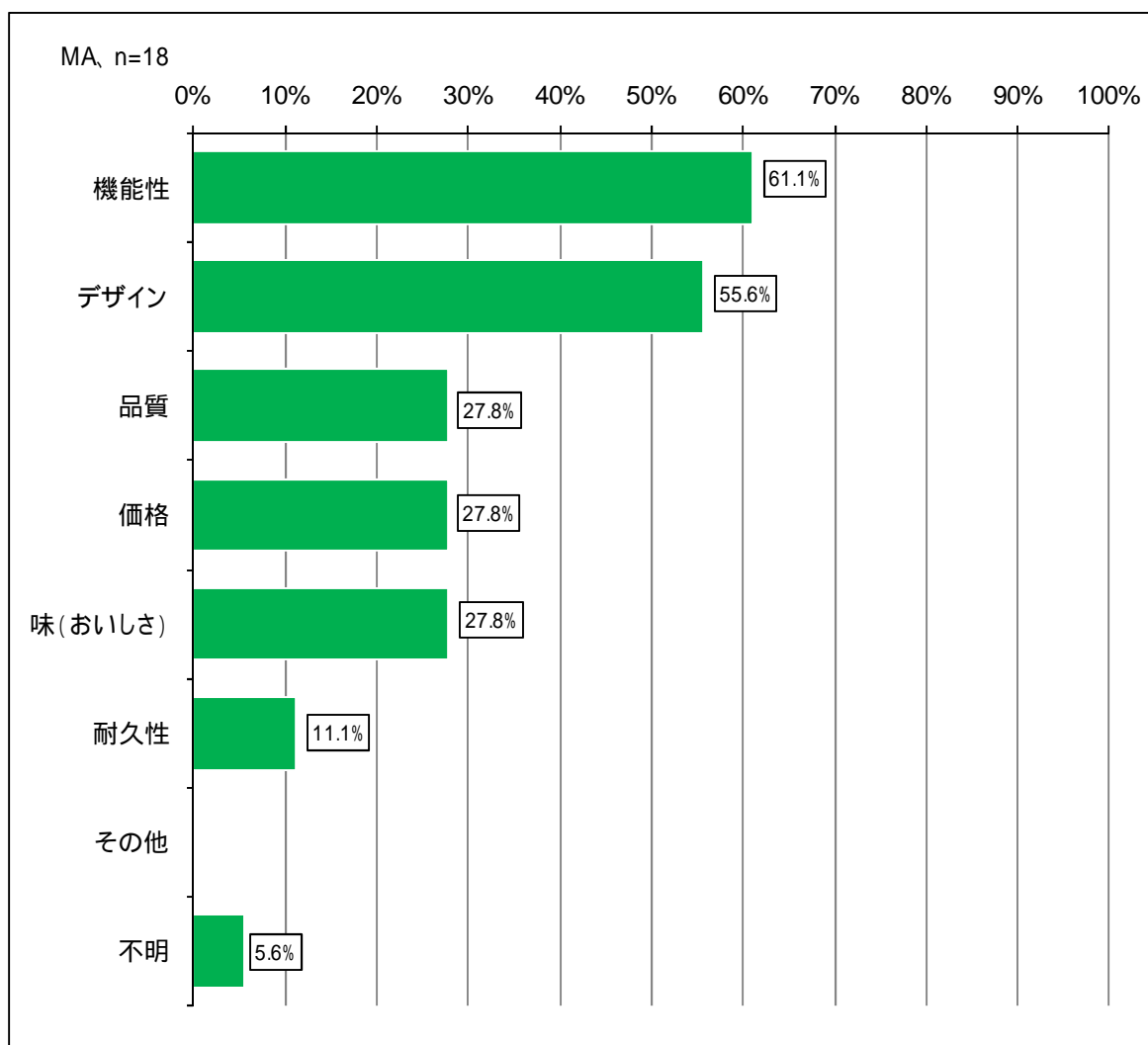
図表 -C-4 どのようなサイズか



問 - C - 5 . 使用する急須で重視する点は何ですか？【3つまで回答可】

喫茶・カフェを行っている場合に、使用している急須を選んだ理由を質問したところ(図表 -C-5)、「機能性」との回答割合が 61.1%と最も高く、次いで「デザイン」(55.6%)、3 番目には「品質」(27.8%)、「価格」(27.8%)、「味(おいしさ)」(27.8%) が同率で並んだ。

図表 -C-5 使用する急須で重視する点は何か

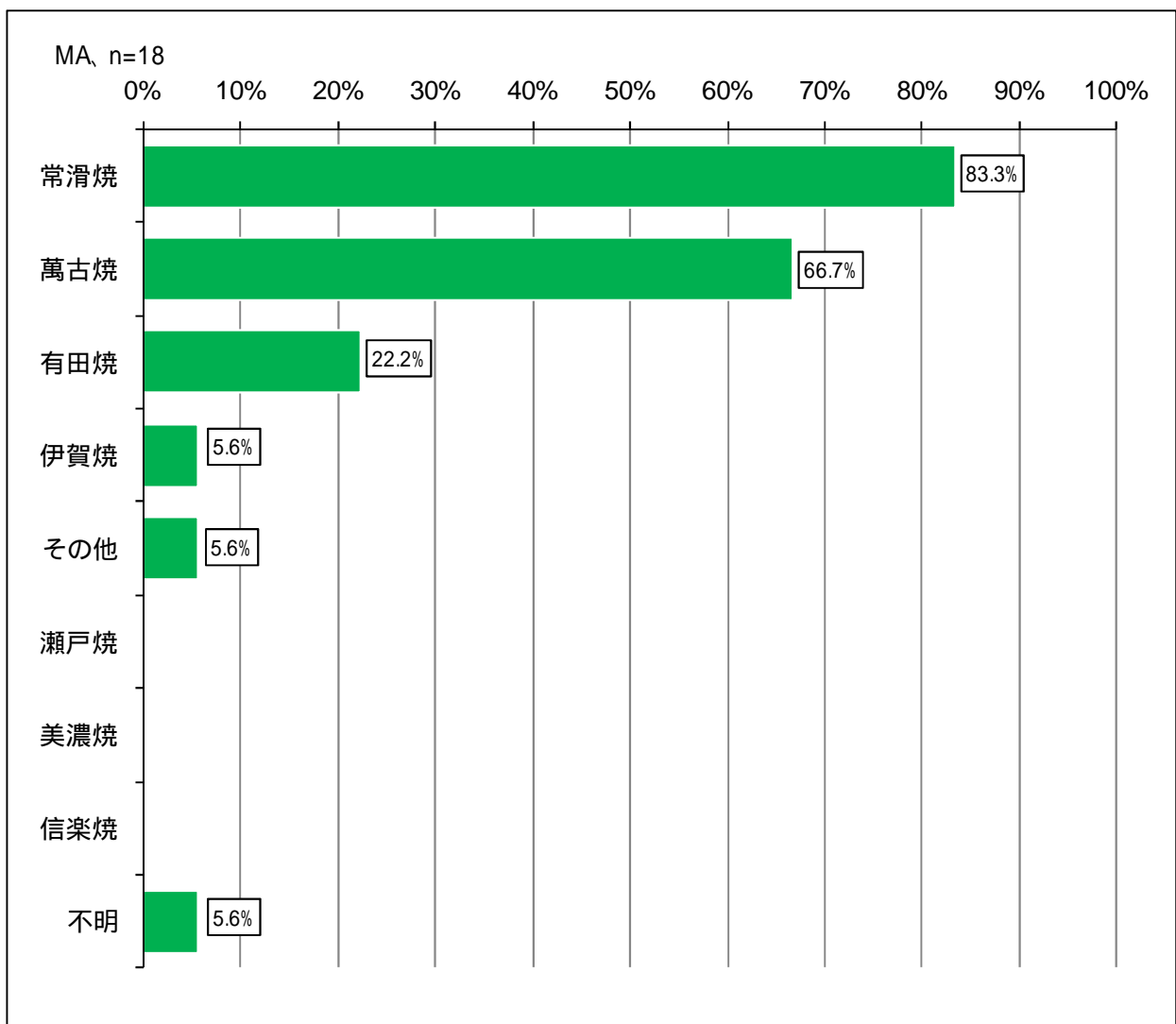


問 - C - 6 . どのようなブランド（産地）を使用していますか？

【複数回答可】

喫茶・カフェを行っている場合に、使用している急須のブランド（産地）を質問したところ(図表 -C-6)「常滑焼」との回答割合が 83.3%と最も高く、次いで「萬古焼」(66.7%)、「有田焼」(22.2%)となった。

図表 -C-6 どのようなブランド（産地）か

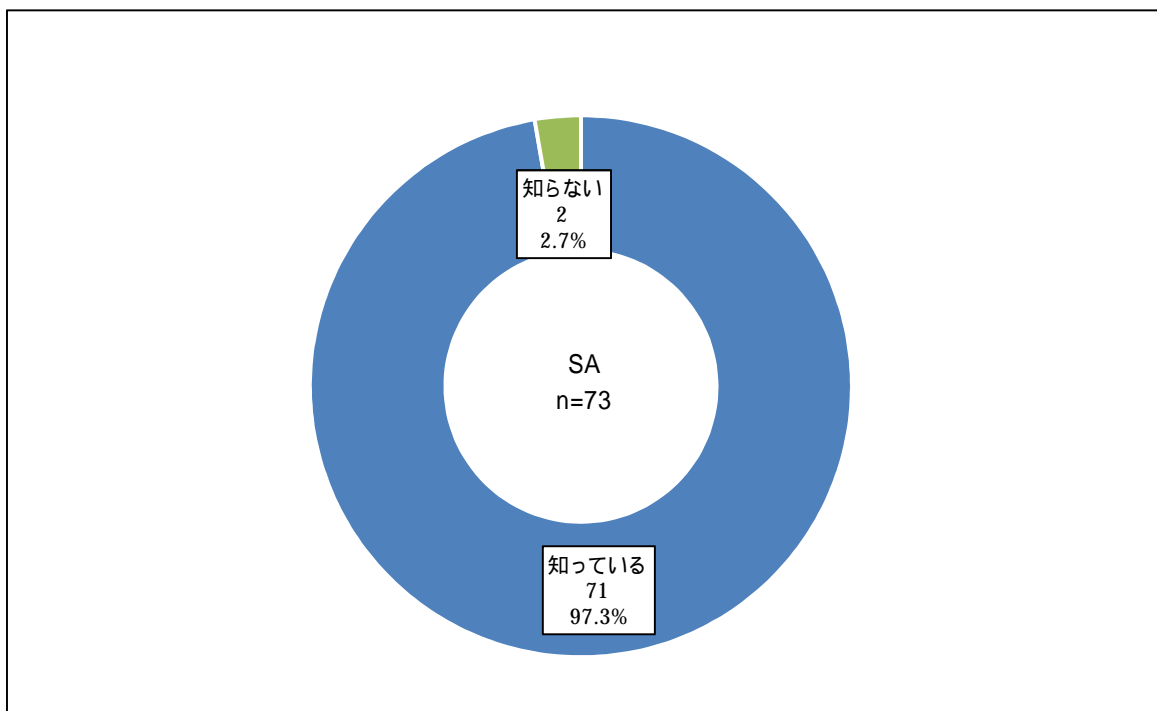


問 萬古焼の認知度について

問 - 1 . 萬古焼をご存知ですか？

萬古焼を知っているかどうかを質問したところ（図表 -1）「知っている」との回答割合が97.3%、「知らない」が2.7%となった。

図表 -1 萬古焼を知っているか

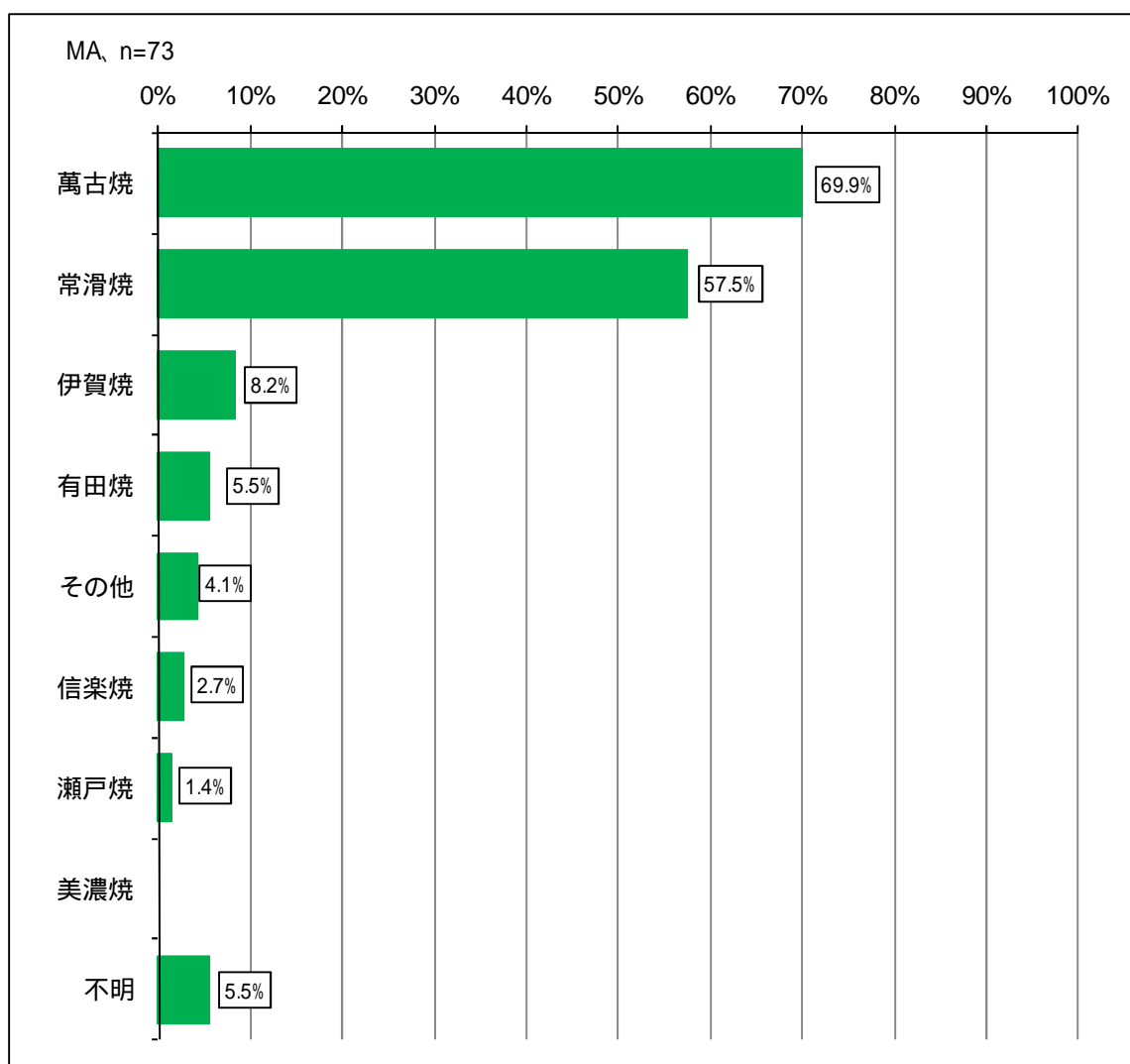


問 - 2 .好きな急須のブランド（産地）は何ですか？

【3つまで回答可】

好きな急須のブランド（産地）について質問したところ（図表 -2）、「萬古焼」との回答割合が69.9%と最も高く、次いで「常滑焼」（57.5%）となった。

図表 -2 好きな急須のブランド（産地）は何か

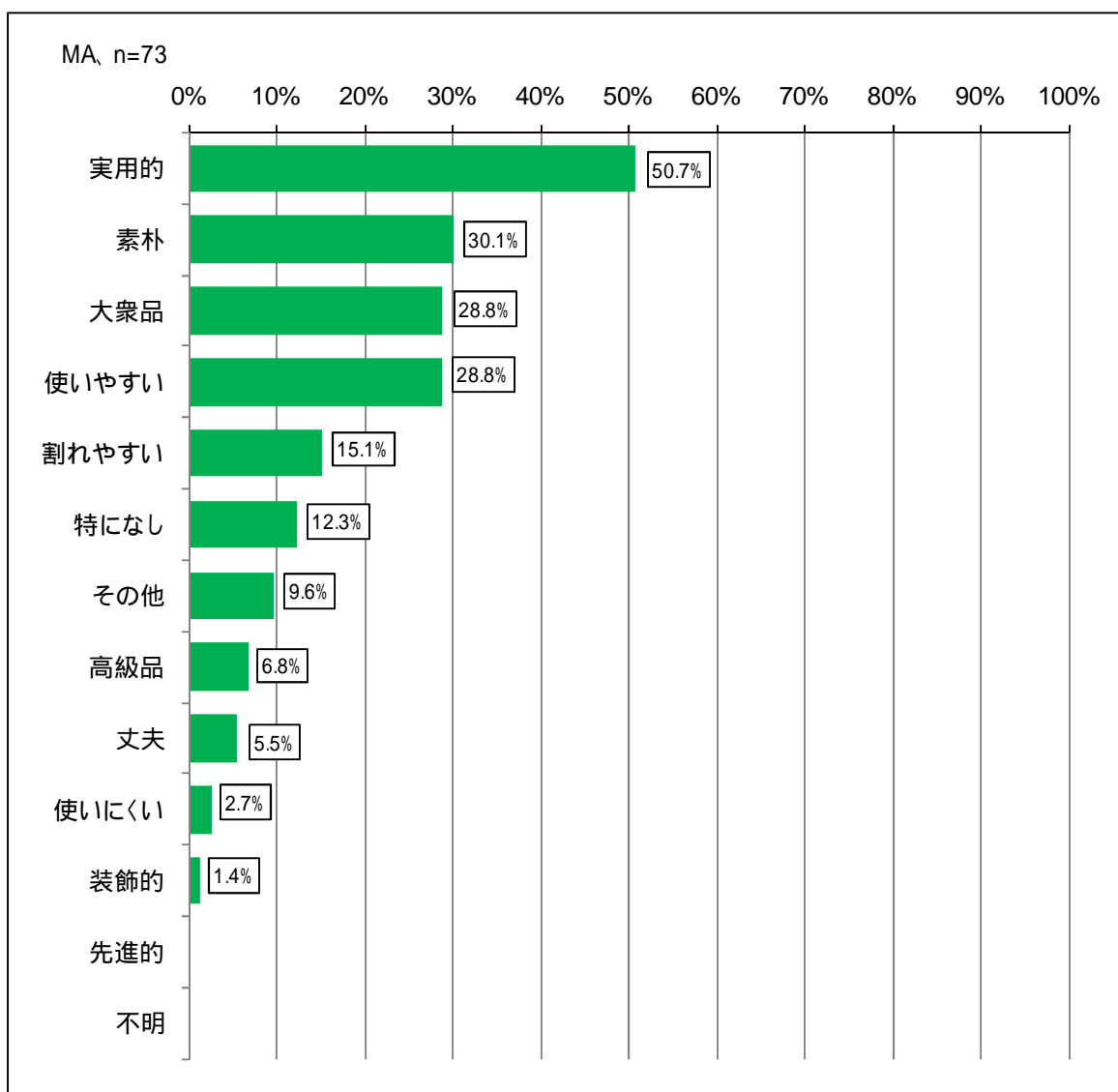


問 萬古焼のイメージについて

問 - 1 . 萬古焼のイメージはどのようなものですか？【3つまで回答可】

萬古焼のイメージについて質問したところ(図表 -1)、「実用的」との回答割合が50.7%と最も高く、次いで「素朴」(30.1%)となり、3番目には「大衆品」(28.8%)と「使いやすい」(28.8%)が同率で並んだ。

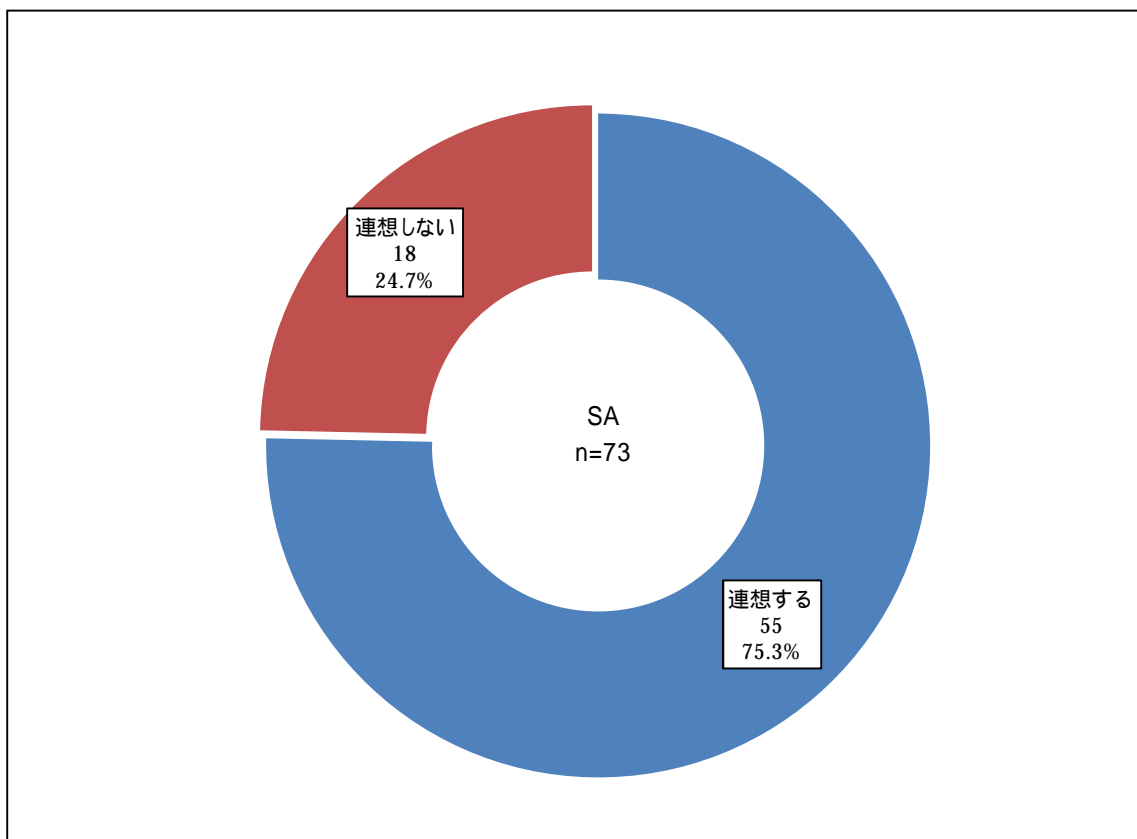
図表 -1 萬古焼のイメージはどのようなものか



問 - 2 . 萬古焼から産地である四日市を連想しますか？

萬古焼から産地である四日市を連想するかを質問したところ（図表 -2）、「連想する」との回答割合が75.3%、「連想しない」が24.7%となった。

図表 -2 萬古焼から産地である四日市を連想するか



問 萬古焼の急須とその他の急須について比較して下さい

問 - 1 . 萬古急須と異素材（磁器・ガラス・金属）急須のうち、
どれが優れていると思いますか？

（ 1 ）美しさ

萬古急須と異素材（磁器・ガラス・金属）急須のうち、『美しさ』でどれが優れているかを質問したところ（図表 -1）「萬古急須（陶器）」との回答割合が 53.4% と最も高く、次いで「分からない」（20.5%）、「磁器」（15.1%）となった。

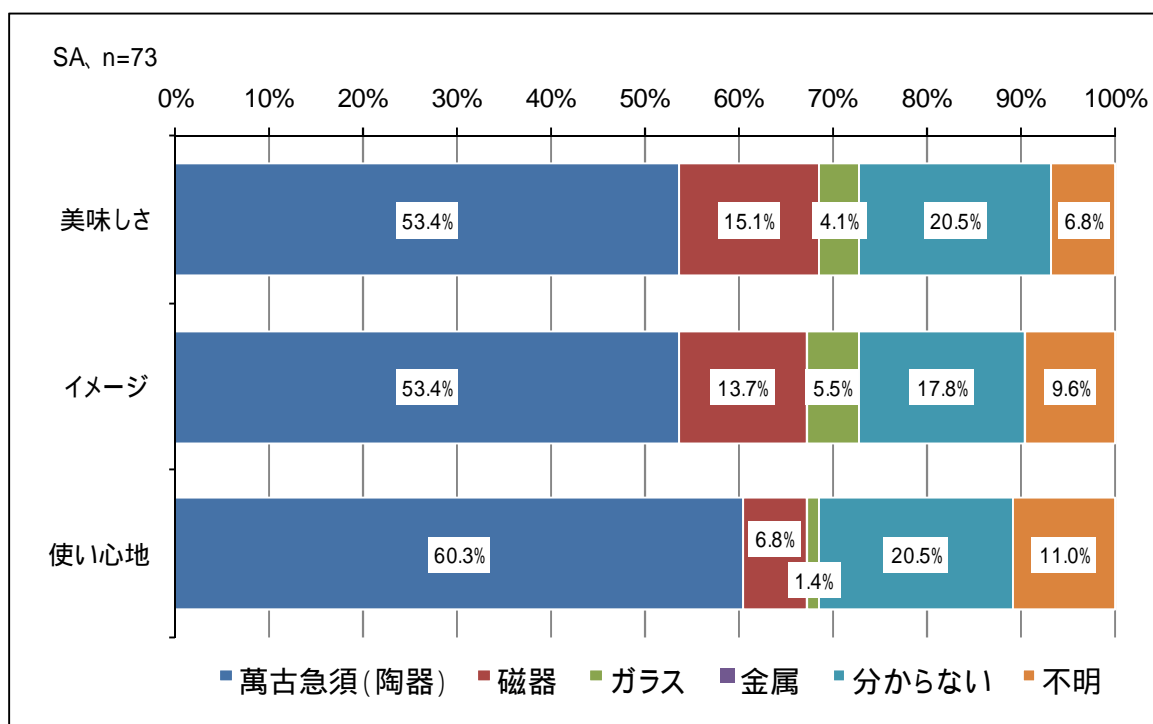
（ 2 ）イメージ

萬古急須と異素材（磁器・ガラス・金属）急須のうち、『イメージ』でどれが優れているかを質問したところ（図表 -1）「萬古急須（陶器）」との回答割合が 53.4% と最も高く、次いで「分からない」（17.8%）、「磁器」（13.7%）となった。

（ 3 ）使い心地

萬古急須と異素材（磁器・ガラス・金属）急須のうち、『使い心地』でどれが優れているかを質問したところ（図表 -1）「萬古急須（陶器）」との回答割合が 60.3% と最も高く、次いで「分からない」（20.5%）、「磁器」（6.8%）となった。

図表 -1 萬古急須（陶器）と異素材（磁器・ガラス・金属）急須との比較

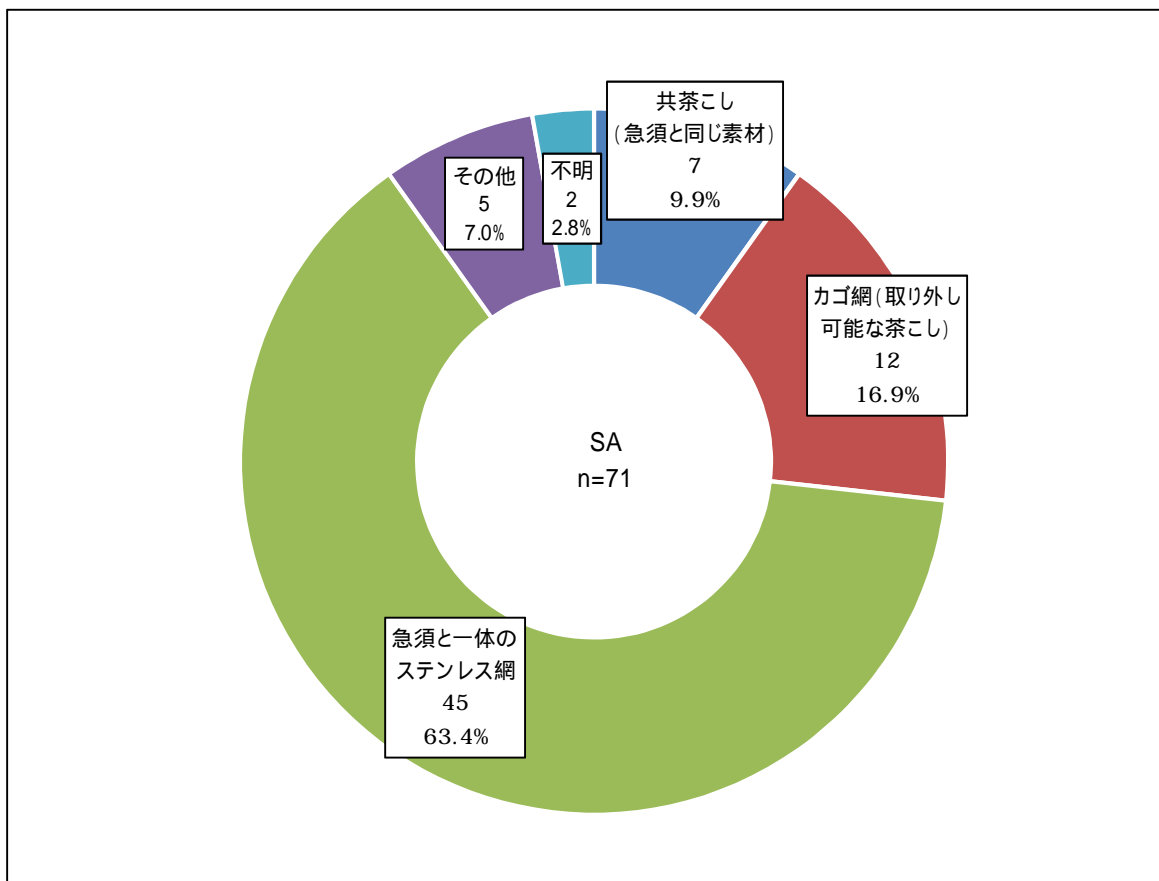


問 茶こしについて

問 - 1 . 一番人気のある茶こしの種類は何ですか？

一番人気のある茶こしの種類について質問したところ（図表 -1）「急須と一体のステンレス網」との回答割合が63.4%と最も高く、次いで「カゴ網（取り外し可能な茶こし）」（16.9%）、「共茶こし（急須と同じ素材）」（9.9%）となった。

図表 -1 一番人気のある茶こしの種類は何か

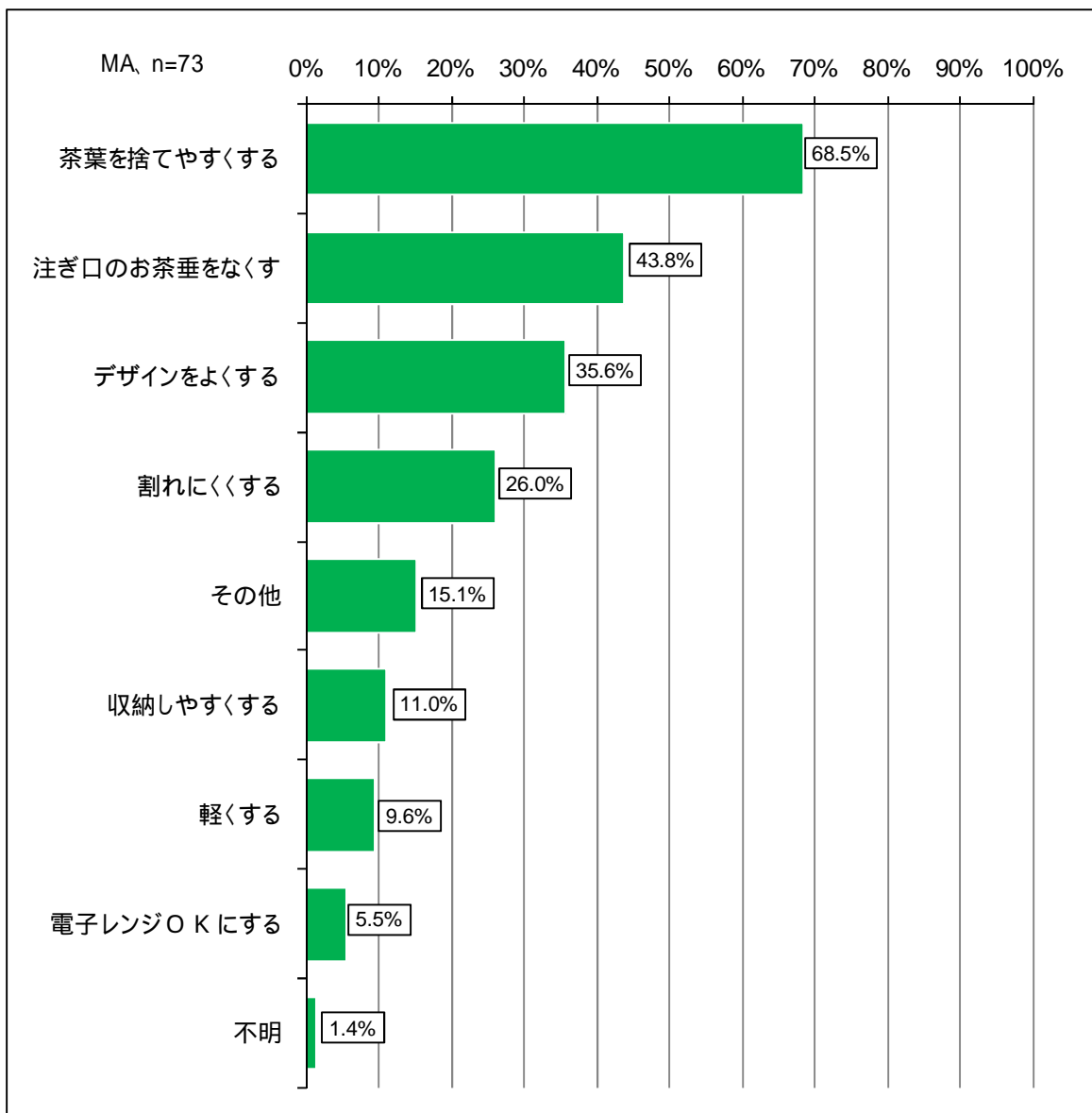


問 今後の改良を希望する点について

問 - 1 . 急須について、どんな改良を希望しますか？【複数回答可】

急須について、どんな改良を希望するかを質問したところ（図表 -1）「茶葉を捨てやすくする」との回答割合が 68.5%と最も高く、次いで「注ぎ口のお茶垂をなくす」（43.8%）、「デザインをよくする」（35.6%）となった。

図表 -1 急須にどんな改良を希望するか



問 . 萬古焼に対するご意見やご要望があればご記載ください

伝統的なデザインも美しいですが、萬古焼き独自の耐久性を持ち合わせたデザインの良い物があるといいなと思います。

100 円均一の店でも陶器の急須を販売している。収納し易い、コンパクトな急須を製作してみたらいかが？

「東京深蒸し急須」、「043 白磁帯アミ急須」などグーグルにて検索してみてください。いろいろ苦労していることがわかるかと思います。

萬古焼きは割れやすいイメージがあります。主流としては常滑焼の販売が多く、割れにくいものが好まれているようです。店頭ではささめと言う陶製茶こしのものを使用し、味の良さを進めています。

お茶を淹れるには萬古焼きが一番おいしく淹れられます。ただいかにデザインをどんなふうにしたら良いか考えて欲しいです。私どもの店の娘も、お茶にはとってもいい急須だろうがデザインが...と申します。日本茶にとって萬古焼きはこれからも必要です。

使いこなしていくうちに、お茶がおいしく入れられる様に思います。お値段もお手頃ですが、デザインや色目が渋いものが多く、若い方には受けが良くありません。又認知度も、常滑に比べやや低い様に思われます。

掃除のしやすさ。目詰まりを起こしにくくする。お茶をおいしく出す工夫。

急須にお茶を注ぐその時に、お湯の温度が急須の中でお茶に対して温度が適度な湯温になる様な、変化できるような急須が作れないものか考えていただきたい。

このアンケートもそうですが、いろんな取り組みをされています。茶業界ももっともっと前向きな取り組みをしないとと思います。せっかく地元の伝統あるすばらしい萬古焼があるので、お茶とうまく付き合いをしていただければと思います。

深蒸し茶が多くなってきたので、対応できる急須等が売れます。

オールマイティーに緑茶、紅茶、烏龍茶等に使うことができるものを開発して欲しい。急須に湯の量がわかるような「しるし」をつけて注ぐ時、漏れない、こぼれない工夫をしてほしい。異業種の方々のアイデアを参考にされたい。同業者の常識は世間の非

常識と考えるからであります。きっと良い、当事者には気がつかないアイデアがあると思われます。

地域の誇るブランドとして是非頑張ってもらいたいと思っています。

お茶の葉を捨てやすくしたり、お湯の量、茶葉の量が分からないのでトラブルが増しています。もっとお茶屋と急須屋は連携しなくてはならないと思います。

産地等、もっとアピールしてもよいと思います。若い世代の方にも、親しみやすく、購入しやすくする工夫とか... お茶販売店への情報提供とかももっとあって良いのではないのでしょうか。

手にフィットするように、つまみが手になじむ様に、片手にてそそぎやすくする様に...。

萬古焼の紫泥の良さを引きたてるシンプルなデザインの急須があまりにも少ない。これまでで私が買いたいと思ったデザインの急須は3個しかありません(でもそれは紫泥ではない)。それは若手(40代)の経営する会社が作っているものです。工業デザインをする気持ちで、あらためて急須のデザイン、機能性を考え直して欲しいと思います。ステンレス製品なら新潟のつばめ市が代表とされるように、萬古四日市もそうなるよう、機能、デザイン、納得の価格を兼ね備えた、萬古急須の代表的デザインを考えると良いと思います。又、私共お茶を販売する側と、急須の作り手との情報交換の場があると良いと思います。お客様にお茶を提供する為に、何度も何度も急須を使うので不便な点など聞いてもらって、開発に生かして欲しいです。

アミの所がよごれてくるので、取り外しができて洗いやすいもの。バランスの良い急須。

庶民が買いやすい価格設定が必要である。

三重県のお茶を三重県の急須で三重県の水で、我が家のキホンです。味良く出る萬古急須が好きです。

今はお茶の製造だけやっています。荒茶出荷です。萬古焼はどーしても土鍋のイメージがあります。萬古焼の急須は茶業組合から前いただいたことがありますが、金網付きでしたから欲しいという人に差し上げました。やはり茶こし部分は焼き物でして頂けたら最高です。

最近急須離れが多いので、今までと全く視点を変えた様なものを作ってみたらどうでしょうか？昔の形や技法は大切ですが、何かを大きく変えてみる事は今の時代必要か

と思います。急須を洗う水がほとんど使えない場所で試飲する場合、ふたなし急須を使いますが、お客さんからかっこいいとか面白いとか、どこで売っているのかと聞かれることがよくあります（ちなみに販売場所は東京です）。よろしくお願いします。

仕入先がない。

萬古焼急須の仕入れ先を教えて欲しいです！最近仕入先が減少しているのので、今までお世話になっていた先が廃業されたのですが、よく知らないの新しいところを探しています。

お茶は深蒸し茶中心に販売しています。急須も、四日市萬古の深蒸し用便利急須（底にアミ付き）を中心に販売しています。少しの量でも底近くに注ぎ口があるので入れやすく、便利です。洗う時に気を使います（完全にきれいになったか）。そのあたり改善されると良いと思います。

萬古焼の間屋さんと長年の付き合いがあり、萬古焼のみ取り扱っていますが製品の他用途に利用できるようになってほしい。例えば土鍋で他の料理に使えるようにするとか、萬古焼のPRが余りされてない様に思う。（私の情報不足かもしれませんが）

共茶こし、方瓶をもう少し充実して欲しい。お茶とのコラボを考えたい。

急須はお茶を淹れる器具です。上手に美味しく使いやすく入れなければなりません。お茶を淹れる機能を重視した急須を作り販売して欲しいです。デザインはその次に来るのではないのでしょうか。華美なデザイン重視の急須が多すぎます。

急須を選び購入するのが大変難しいです。関西には急須を専門として販売する小売店がありません。消費者は、どこでどのような急須を買えばよいのか、困っています。販売チャンネル（方法）を一考下さい。

急須に適さない日本茶が増えています。「本物の急須はこうである」と産地から茶業界に働きかけても良いのではないかと考えます。

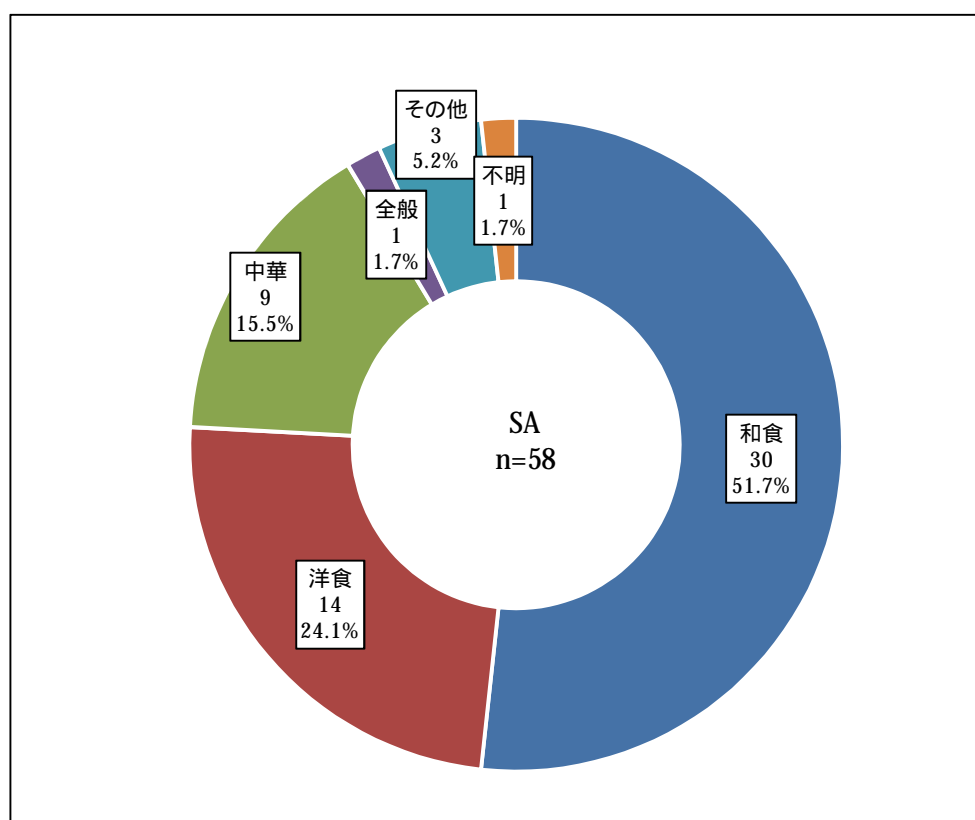
(3) 飲食店対象調査

調査概要

三重県内に所在する飲食店を対象として郵送にてアンケート調査を実施。
調査対象項目は急須とする。

郵便発送数	200 通
うち有効発送数 (a)	193 通
回答数	58 通
うち有効回答数 (b)	58 通
有効回答率 (b ÷ a)	30.1%

【回答者の形態】



調査結果

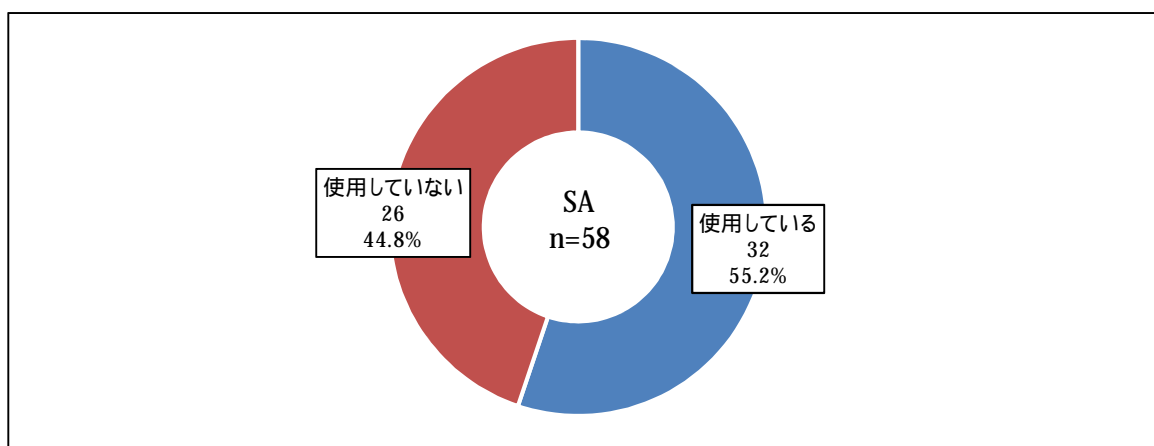
問 耐熱陶器（土鍋・陶板）のご使用について

A . 土鍋（フタのある耐熱陶器）について

問 - A - 1 . 貴店では、土鍋をご使用ですか？

土鍋を使用しているかどうか質問したところ（図表 -A-1）、「使用している」との回答割合が 55.2%、「使用していない」が 44.8%となった。

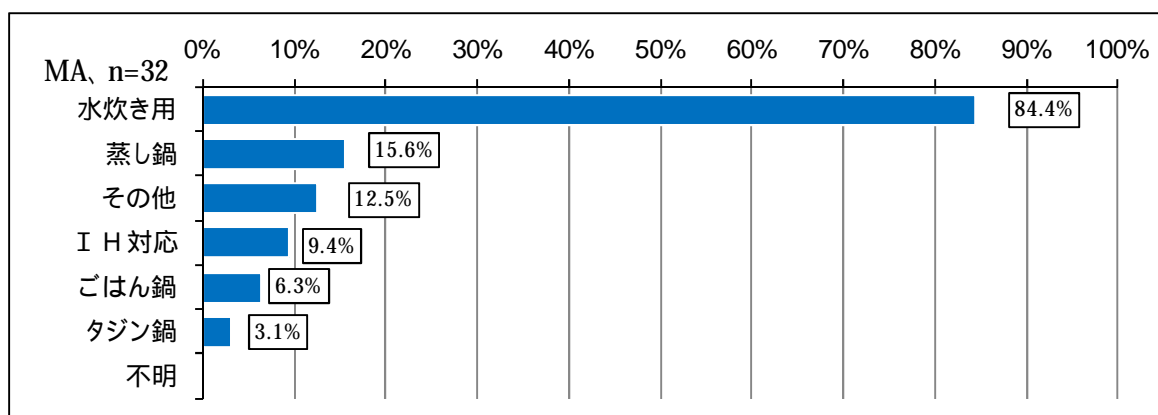
図表 -A-1 土鍋を使用しているか



問 - A - 2 . 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、その用途・種類を質問したところ（図表 -A-2）、「水炊き用」との回答割合が 84.4%と最も高く、次いで「蒸し鍋」（15.6%）となった。

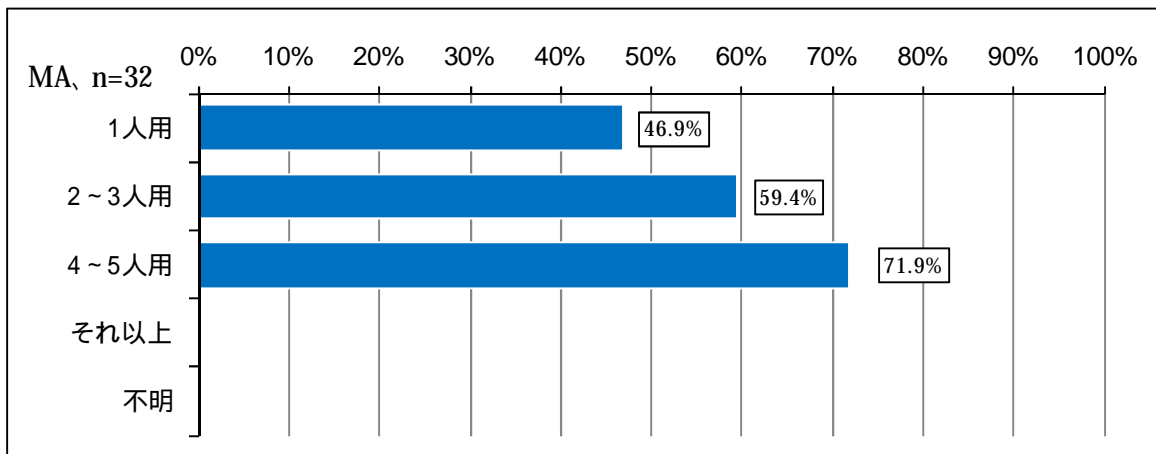
図表 -A-2 用途・種類は何か



問 - A - 3 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、使用している土鍋のサイズを質問したところ(図表 -A-3)、「4~5人用」との回答割合が71.9%と最も高く、次いで「2~3人用」(59.4%)となった。

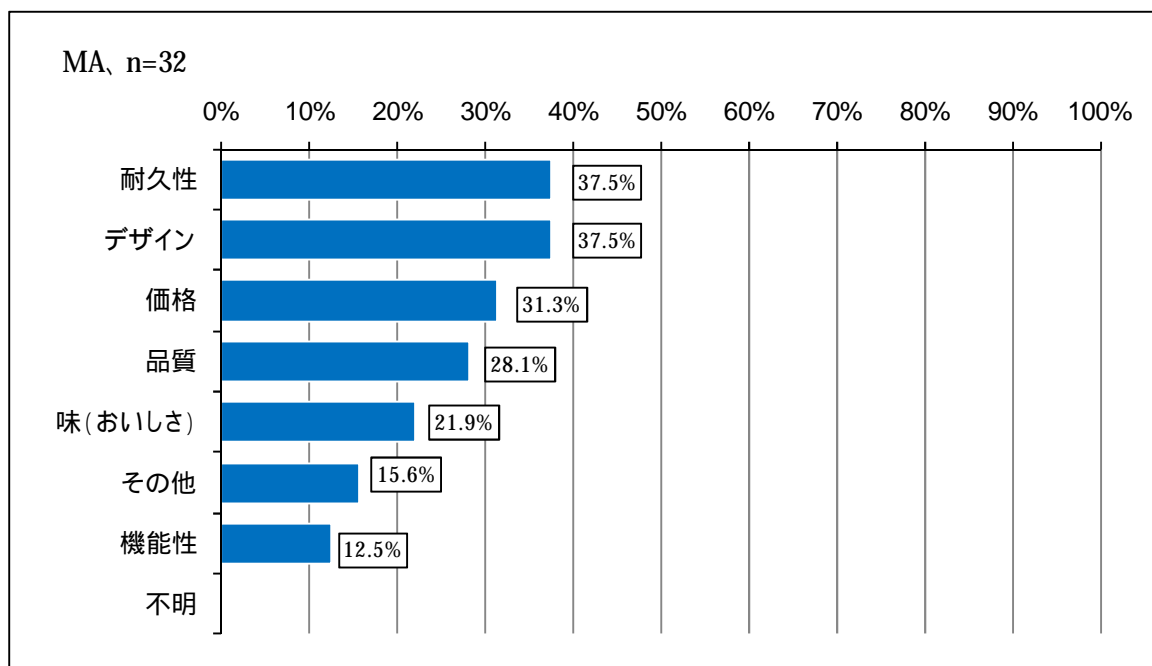
図表 -A-3 どのようなサイズか



問 - A - 4 . 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、使用している土鍋を選んだ理由を質問したところ(図表 -A-4)、「耐久性」(37.5%)と「デザイン」(37.5%)の回答割合が並んで最も高く、次いで「価格」(31.3%)、「品質」(28.1%)となった。

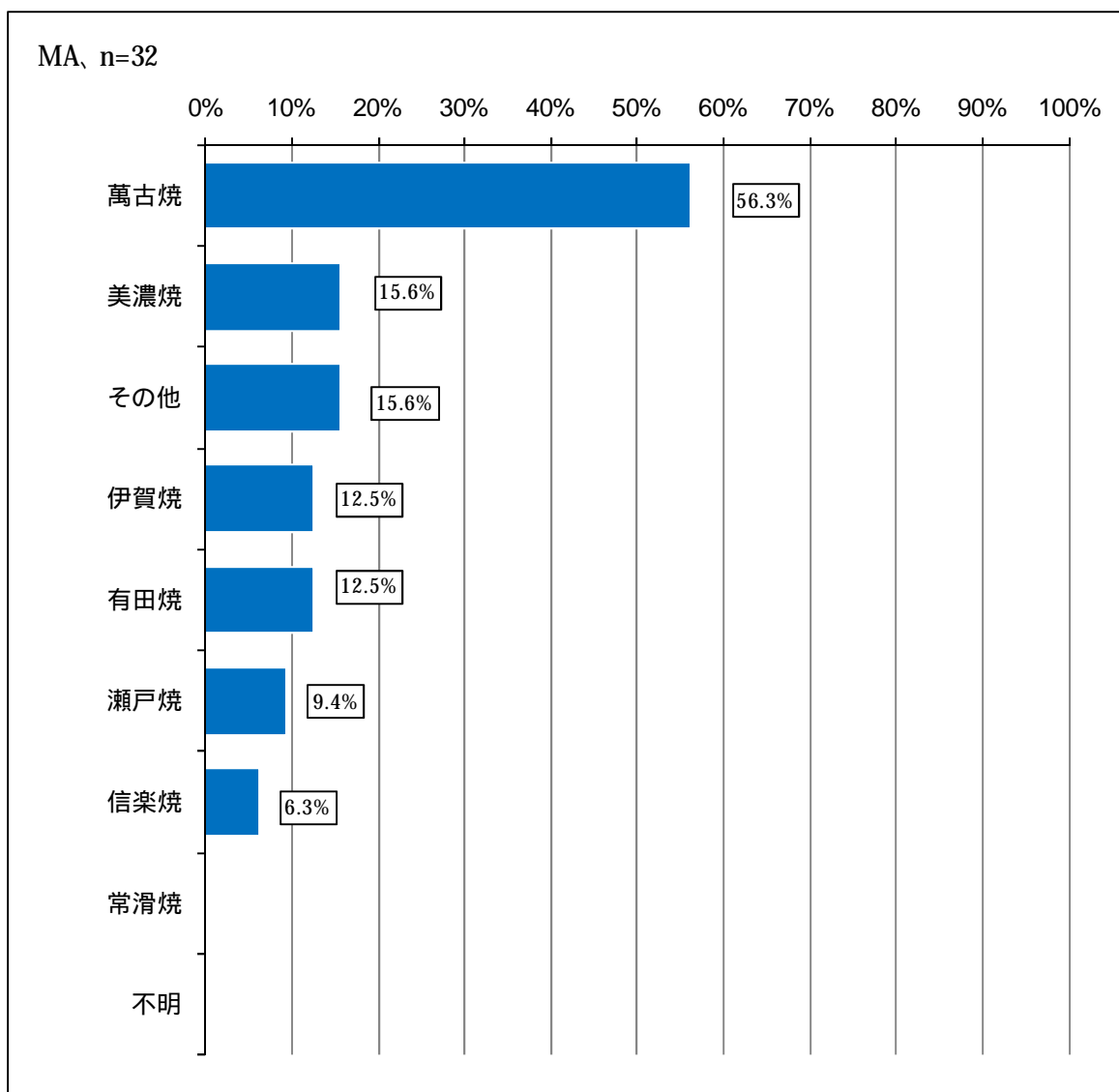
図表 -A-4 選んだ理由は何ですか



問 - A - 5 . どのようなブランド(産地)ですか?【複数回答可】

土鍋を使用している場合に、使用している土鍋のブランド(産地)を質問したところ(図表 -A-5)、「萬古焼」との回答割合が 56.3%と最も高く、次いで「美濃焼」(15.6%)となった。

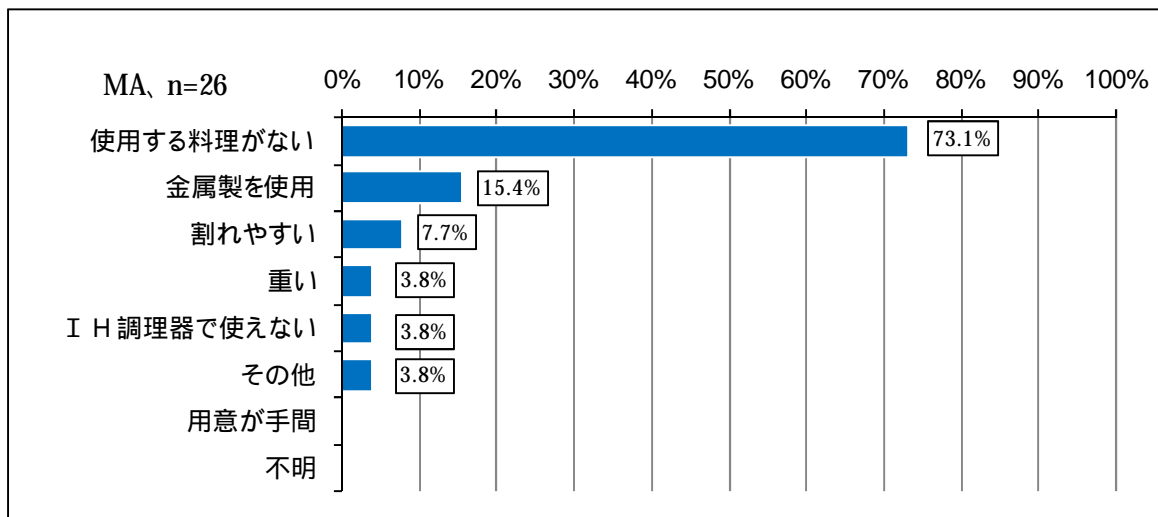
図表 -A-5 どのようなブランド(産地)か



問 - A - 6 .(使用していない場合) その理由は何ですか? 【複数回答可】

土鍋を使用していない場合に、その理由は何かを質問したところ(図表 -A-6)、「使用する料理がない」との回答割合が73.1%、次いで「金属製を使用」(15.4%)となった。

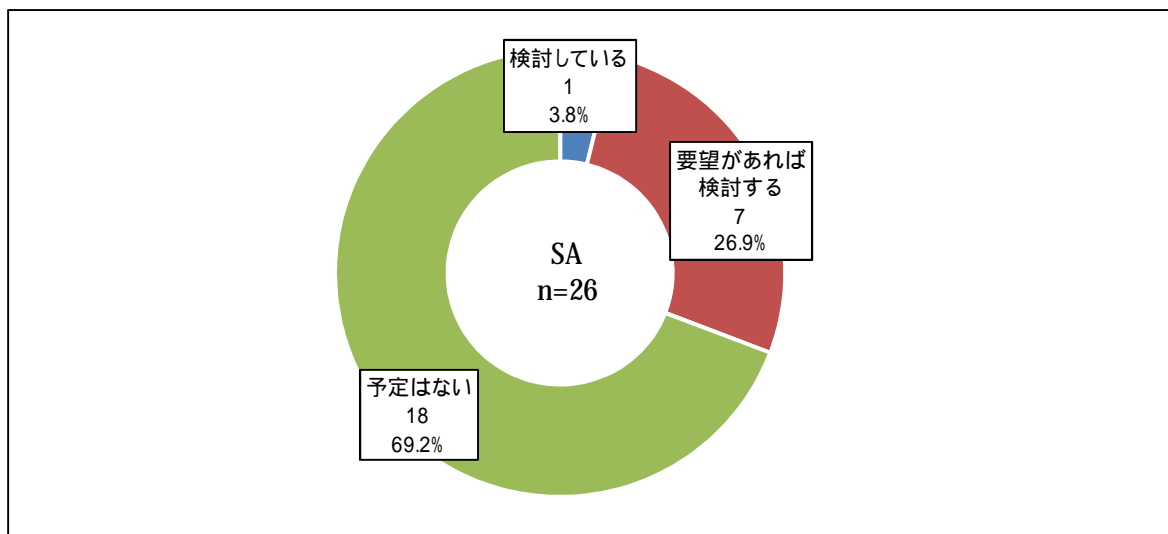
図表 -A-6 使用していない理由は何か



問 - A - 7 .(使用していない場合) 今後使用する予定はありますか?

土鍋を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ(図表 -A-7)、「予定はない」との回答割合が69.2%、「要望があれば検討する」が26.9%、「検討している」が3.8%となった。

図表 -A-7 今後、使用する予定はあるか

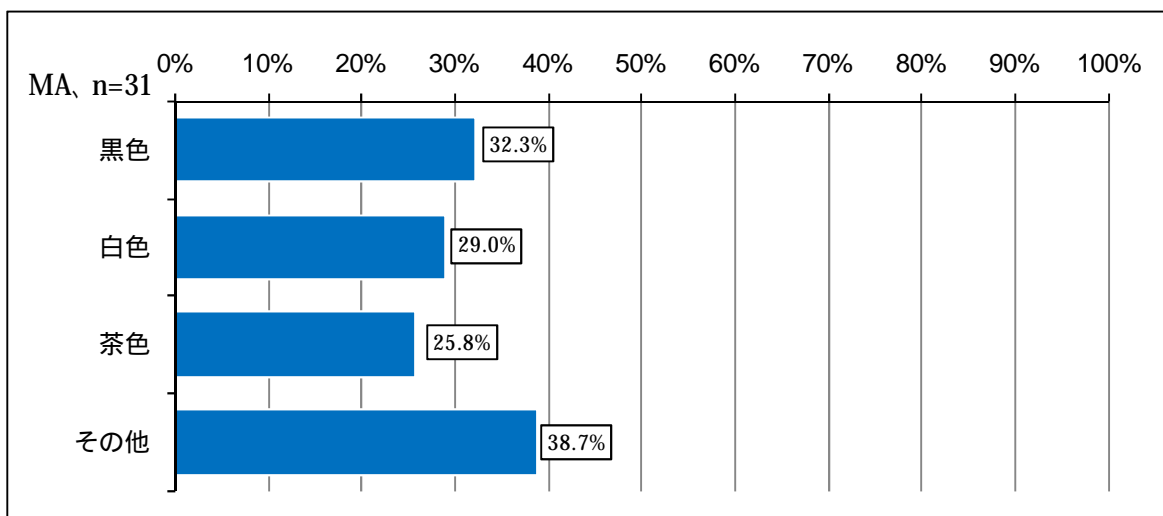


問 - A - 8 . 料理に映える土鍋の色にはどのようなものがありますか？

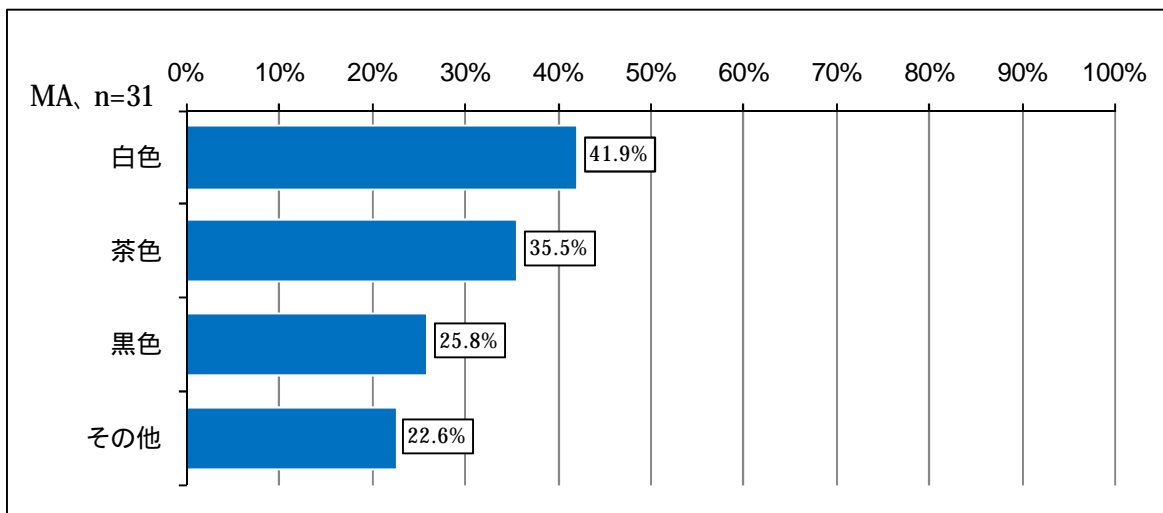
料理に映える土鍋の色は何かを質問したところ(図表 -A-8) 外側は「黒色」が 32.3%、「白色」が 29.0%、「茶色」が 25.8%、内側が「白色」が 41.9%、「茶色」が 35.5%、「黒色」が 25.8%となった。

図表 -A-8 料理に映える土鍋の色

< 外側 >



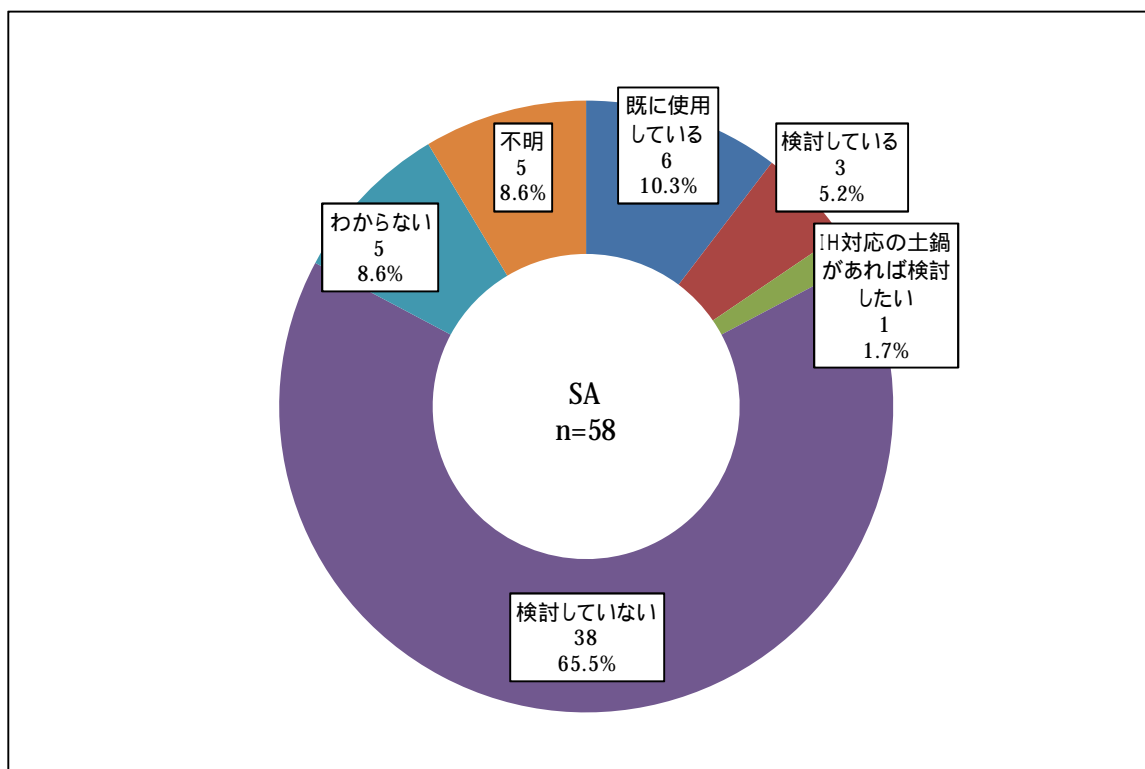
< 内側 >



問 - A - 9 . 今後、IH（電磁）調理器の使用を検討していますか？

土鍋を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ（図表-A-9）、「検討していない」との回答割合が65.5%と最も高く、次いで「既に使用している」（10.3%）となった。

図表 -A-9 今後、IH（電磁）調理器を使用する予定はあるか

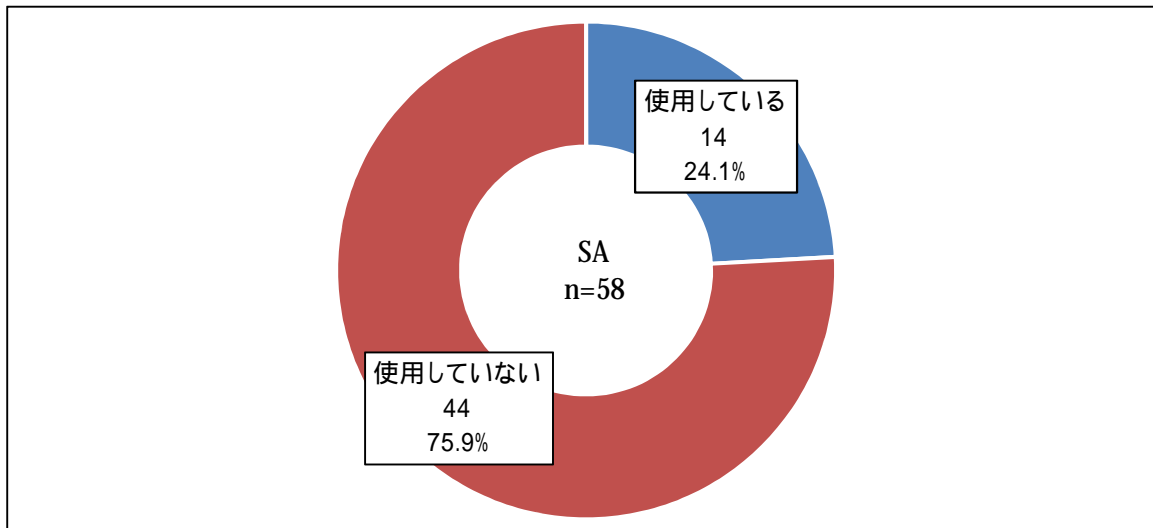


B．陶板（フタのない耐熱陶器）について

問 - B - 1 . 貴施設では、陶板をご使用ですか？

陶板を使用しているかどうか質問したところ（図表 -B-1）、「使用していない」との回答割合が75.9%、「使用している」が24.1%となった。

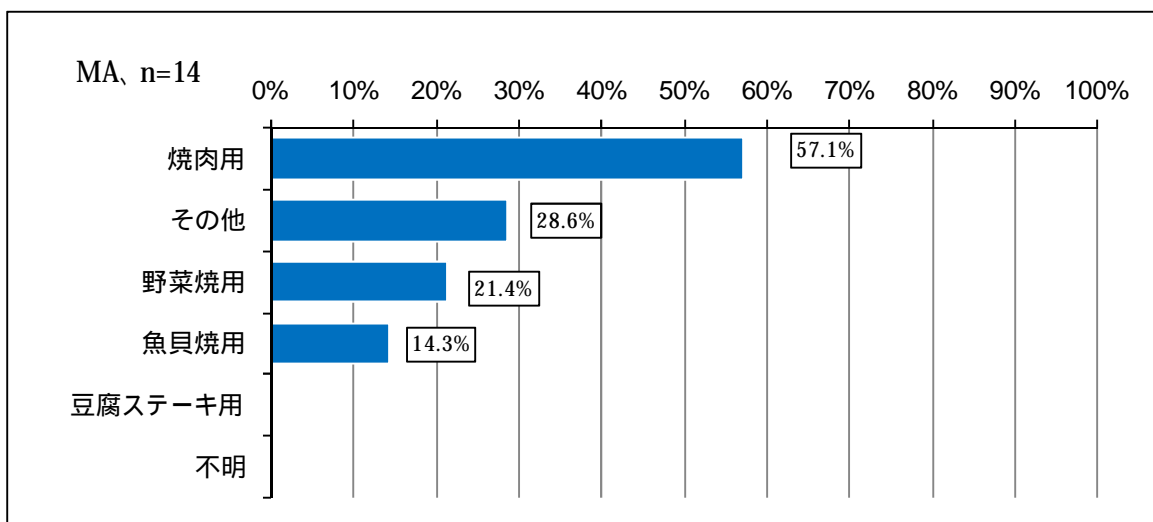
図表 -B-1 陶板を使用しているか



問 - B - 2 . 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、その用途・種類を質問したところ（図表 -B-2）、「焼肉用」との回答割合が57.1%と最も高くなった。

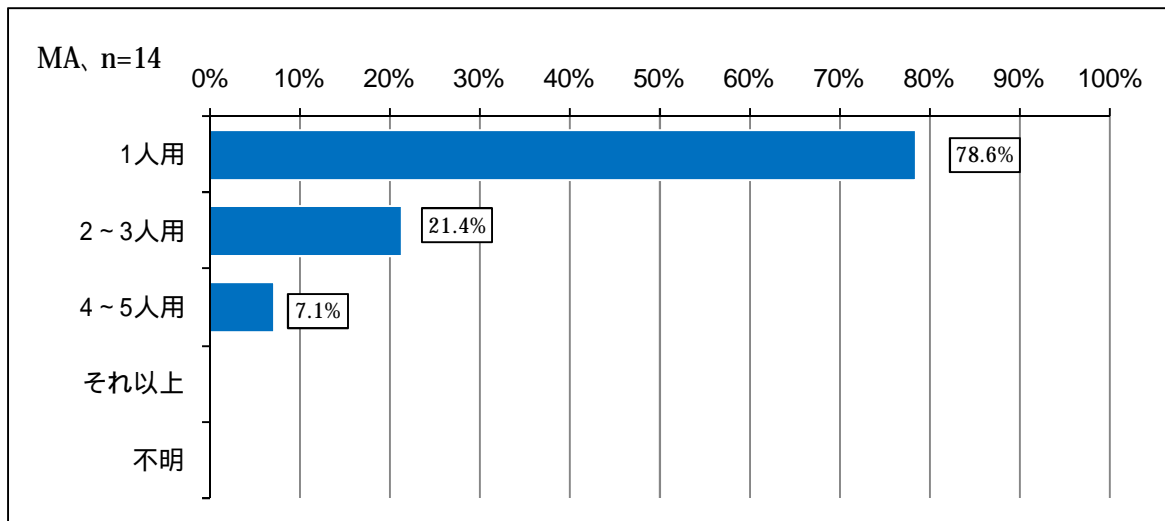
図表 -B-2 用途・種類は何か



問 - B - 3 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、使用している陶板のサイズを質問したところ(図表 -B-3)、「1人用」との回答割合が78.6%と最も高く、次いで「2~3人用」(21.4%)となった。

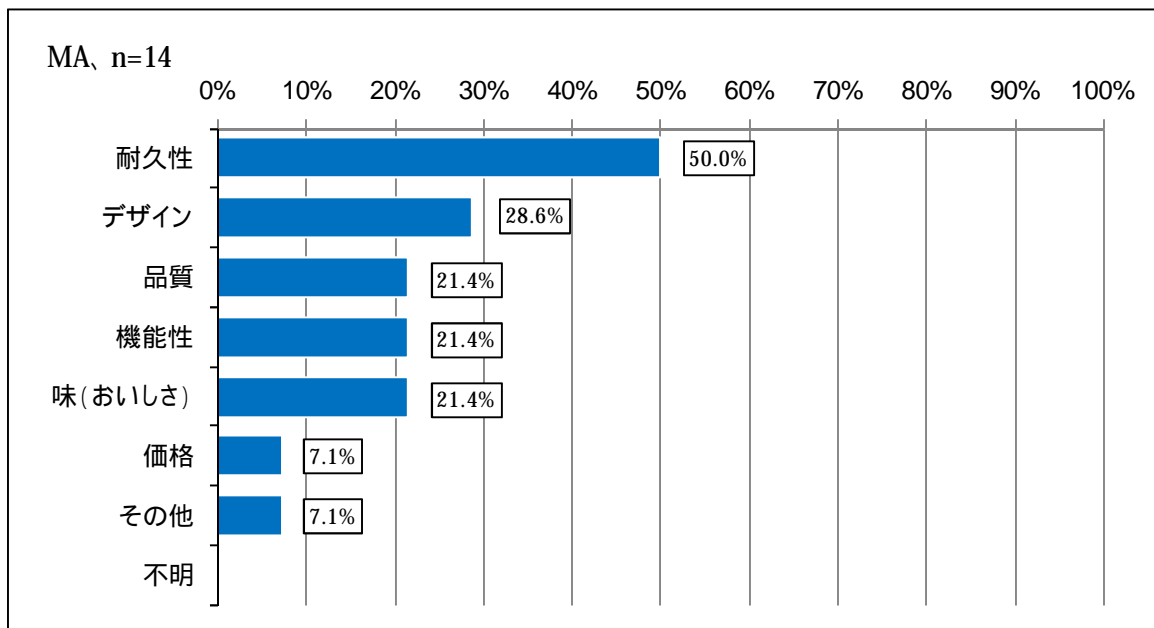
図表 -B-3 どのようなサイズか



問 - B - 4 . 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、使用している陶板を選んだ理由を質問したところ(図表 -B-4)、「耐久性」との回答割合が50.0%と最も高く、次いで「デザイン」(28.6%)、3番目には「品質」(21.4%)、「機能性」(21.4%)、「味(おいしさ)」(21.4%)が同率で並んだ。

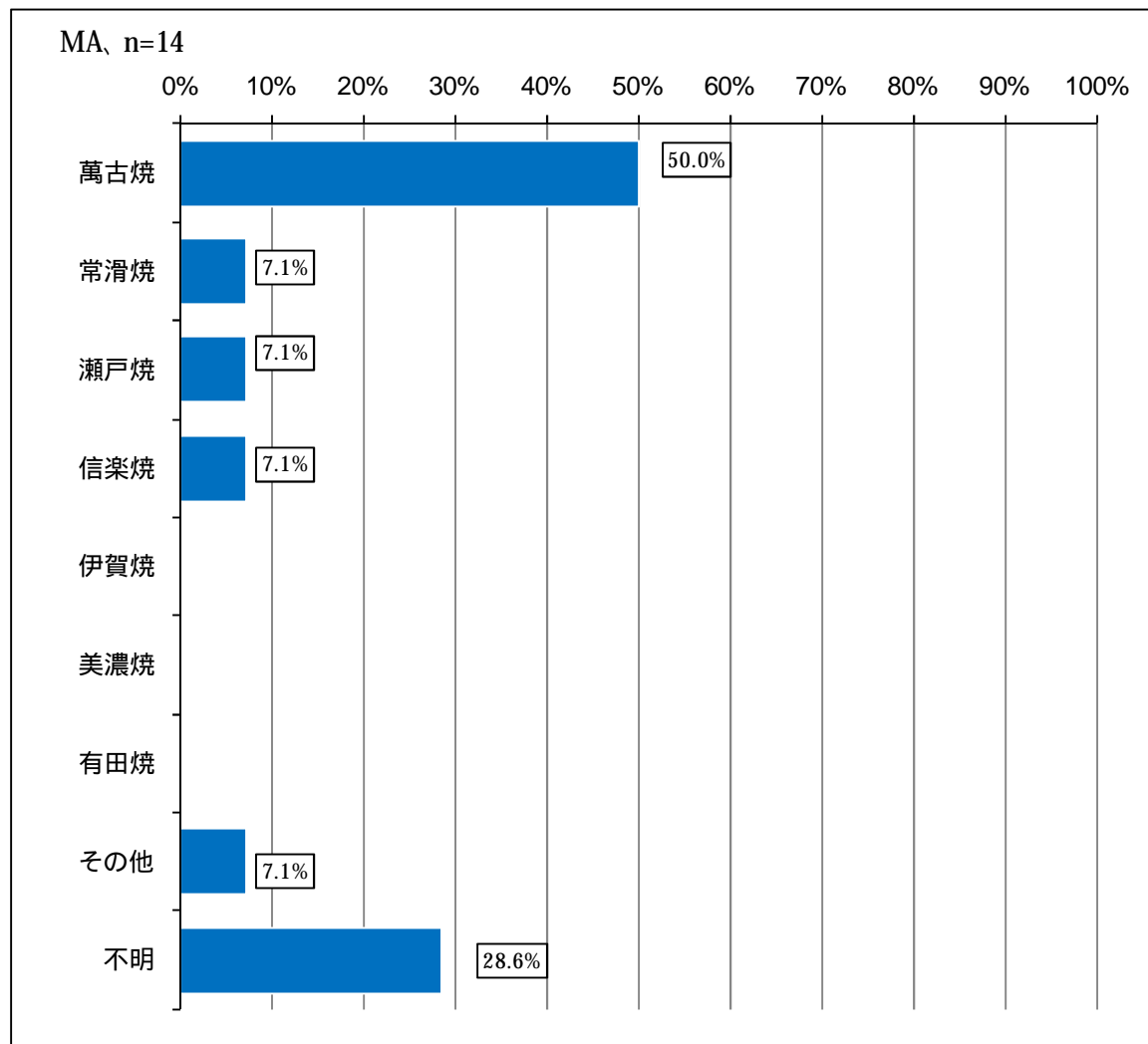
図表 -B-4 選んだ理由は何ですか



問 - B - 5 . どのようなブランド（産地）ですか？【複数回答可】

陶板を使用している場合に、使用している陶板のブランド（産地）を質問したところ（図表 -B-5）、「萬古焼」との回答割合が50.0%と最も高く、次いで「常滑焼」（7.1%）、「瀬戸焼」（7.1%）、「信楽焼」（7.1%）が同率で並んだ。

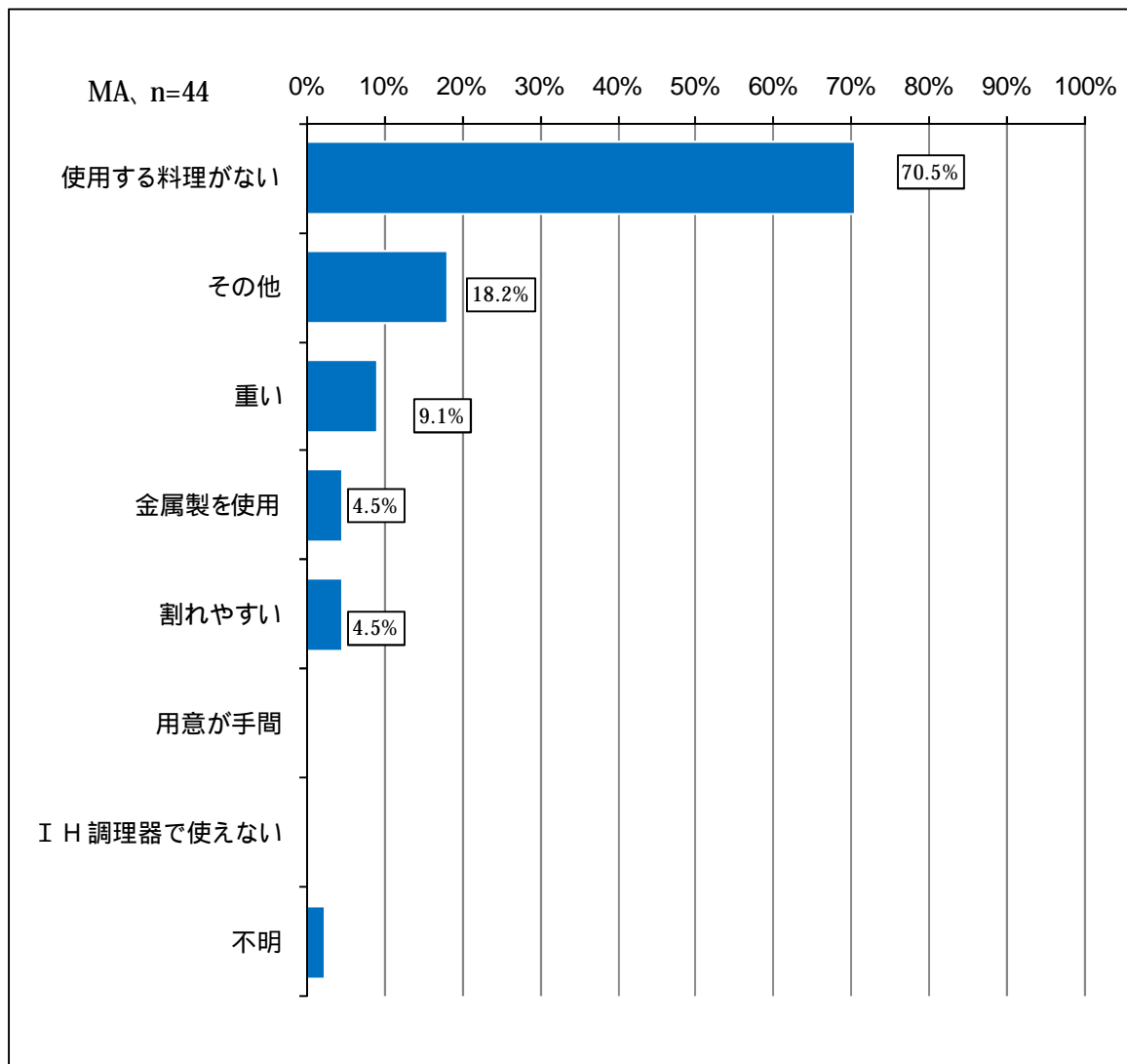
図表 -B-5 どのようなブランド（産地）か



問 - B - 6 .(使用していない場合)その理由は何ですか?【複数回答可】

陶板を使用していない場合に、その理由は何かを質問したところ(図表 -B-6)、「使用する料理がない」との回答割合が70.5%となった。

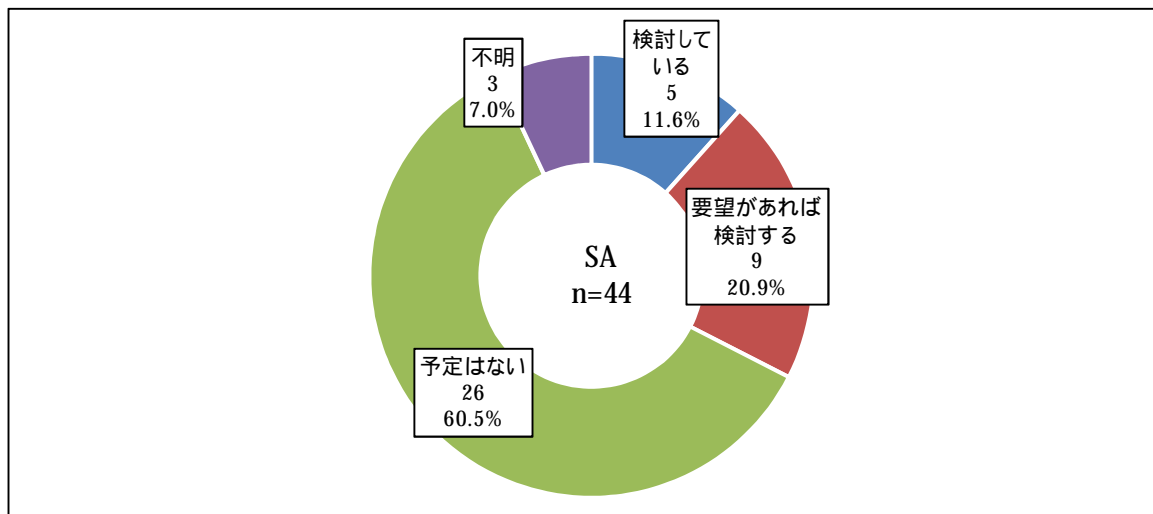
図表 -B-6 使用していない理由は何か



問 - B - 7 .(使用していない場合) 今後使用する予定はありますか？

陶板を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ(図表-B-7)、「予定はない」との回答割合が60.5%、「要望があれば検討する」が20.9%、「検討している」が11.6%となった。

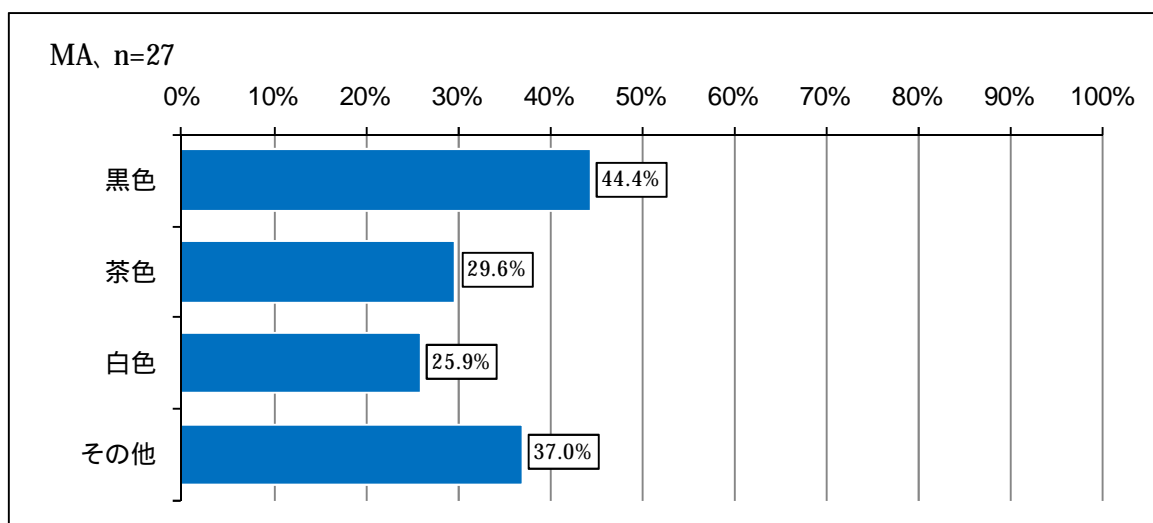
図表 -B-7 今後、使用する予定はあるか



問 - B - 8 .料理に映える陶板の色にはどのようなものがありますか？

料理に映える陶板の色は何かを質問したところ(図表 -B-8)、「黒色」(44.4%)、「茶色」(29.6%)、「白色」(25.9%)となった。

図表 -B-8 料理に映える陶板の色

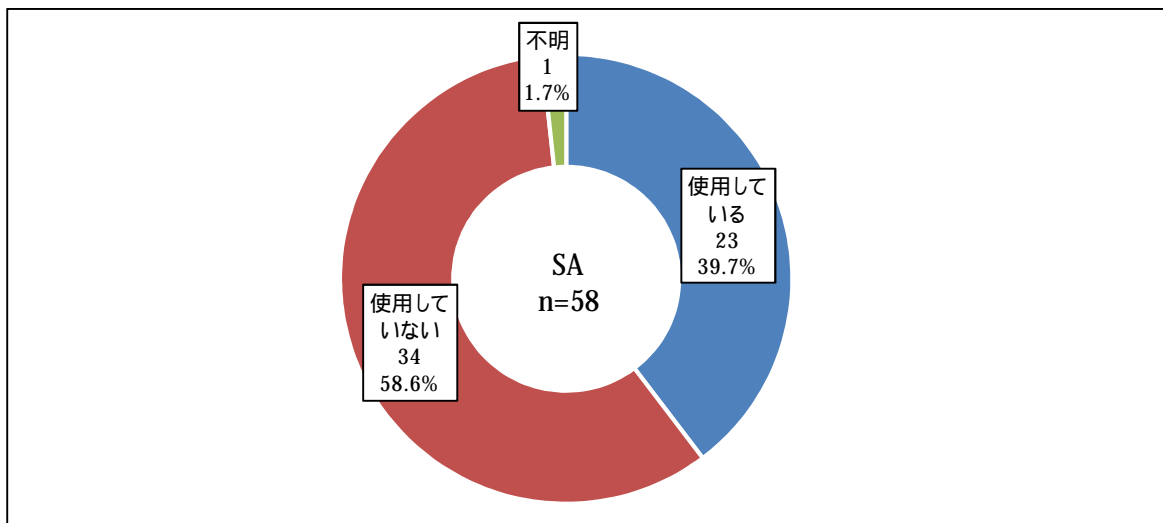


問 オープン料理での耐熱陶器のご使用について

問 - 1 . 貴店では、オープン料理に耐熱陶器（土鍋や陶板等）をご使用ですか？

オープン料理に耐熱陶器（土鍋・陶板等）を使用しているかどうか質問したところ（図表 -1）、「使用していない」との回答割合が 58.6%、「使用している」が 39.7%となった。

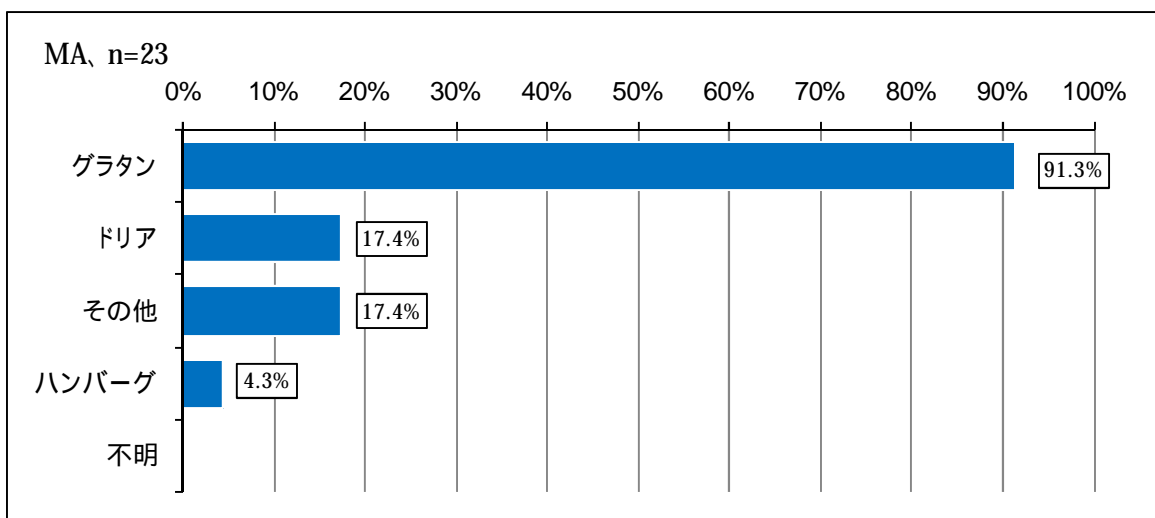
図表 -1 陶板を使用しているか



問 - 2 . その料理は何ですか？【複数回答可】

オープン料理で使用している場合に、その料理は何かを質問したところ（図表 -2）「グラタン」との回答割合が 91.3%と最も高く、次いで「ドリア」（17.4%）となった。

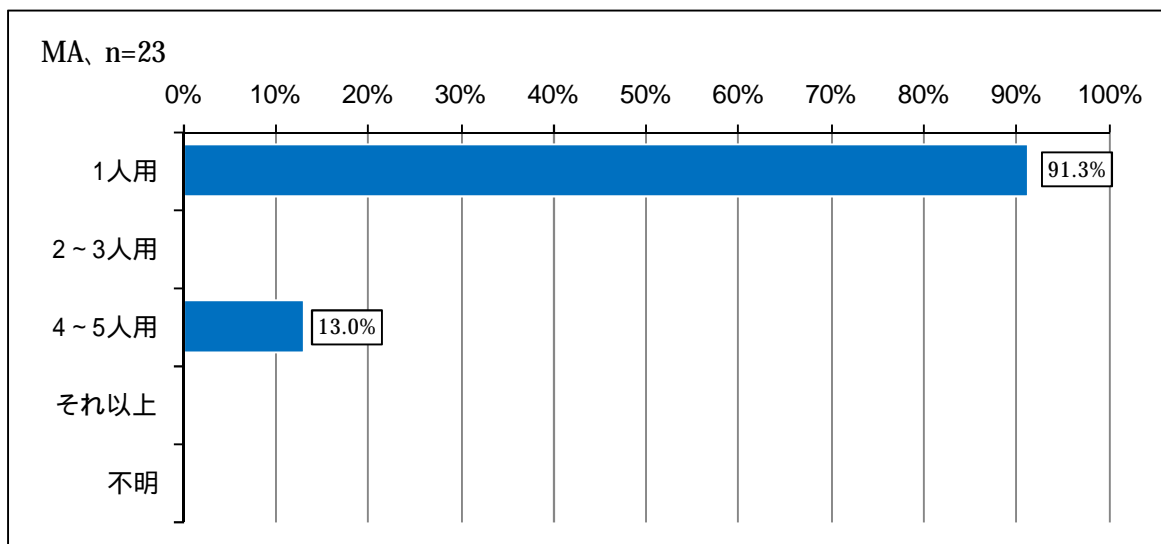
図表 -2 使用している料理は何か



問 - 3 . どのようなサイズですか？【複数回答可】

オープン料理で使用している場合に、使用している陶板のサイズを質問したところ（図表 -3）、「1人用」との回答割合が91.3%と最も高く、次いで「4~5人用」（13.0%）となった。

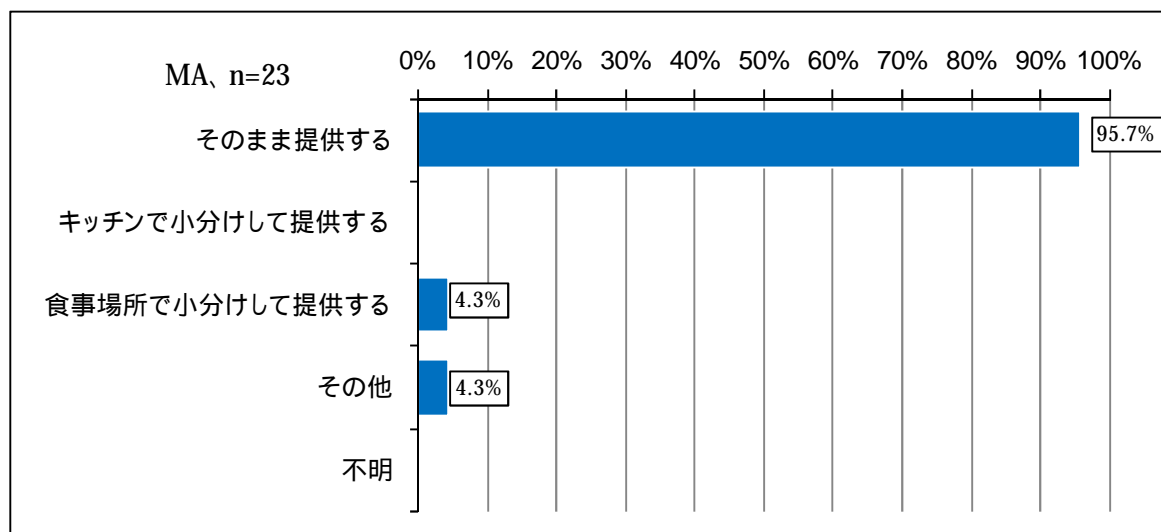
図表 -3 どのようなサイズか



問 - 4 . お客様への提供方法はどのような形ですか？【複数回答可】

お客様への提供方法はどのような形かを質問したところ（図表 -4）、「そのまま提供する」との回答割合が95.7%と最も高く、次いで「食事場所で小分けして提供する」（4.3%）となった。

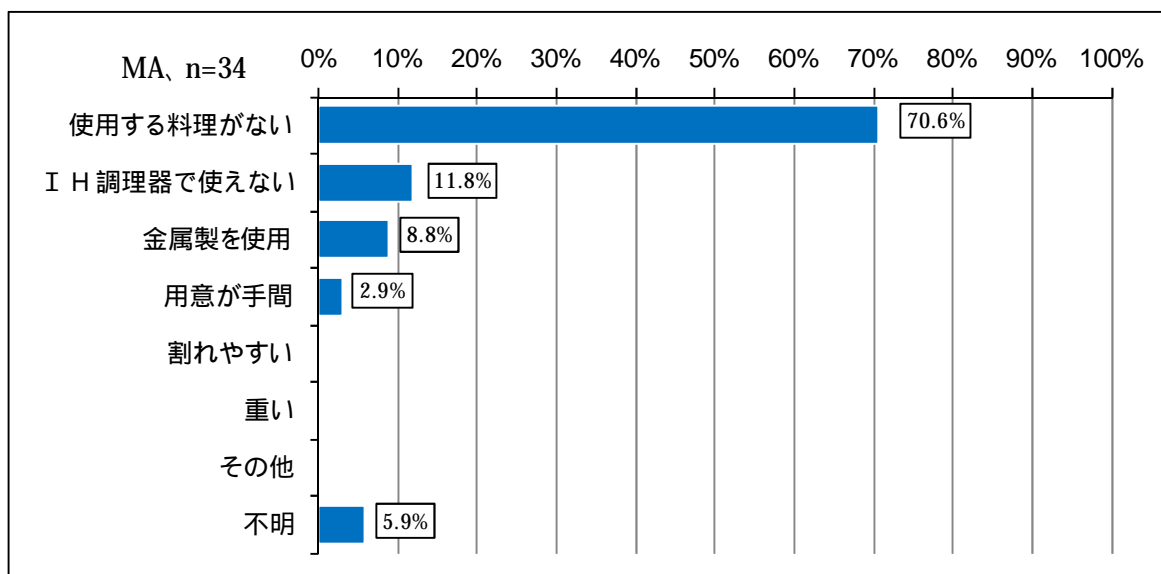
図表 -4 お客様への提供方法はどのような形か



問 - 5 .(使用していない場合)その理由は何ですか?【複数回答可】

オープン料理に耐熱陶器を使用していない理由を質問したところ(図表 -5)、「使用する料理がない」との回答割合が70.6%と最も高く、次いで「IH調理器で使えない」(11.8%)、「金属製を使用」(8.8%)となった。

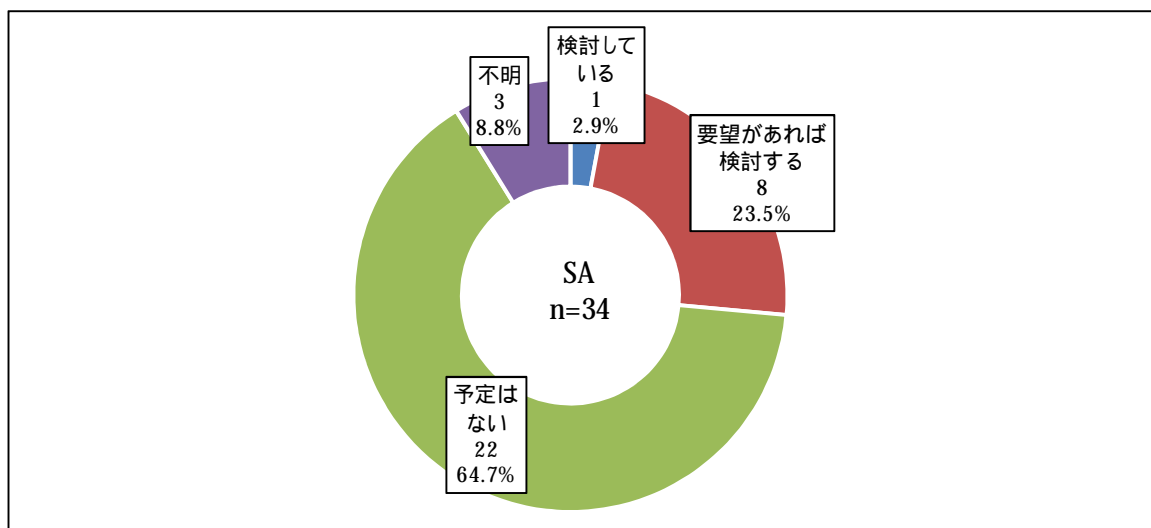
図表 -5 耐熱陶器を使用していない理由は何か



問 - 6 .(使用していない場合)今後使用する予定はありますか?

オープン料理に耐熱陶器を使用していない場合に、今後使用する予定はあるかを質問したところ(図表 -6)、「予定はない」との回答割合が64.7%、「要望があれば検討する」が23.5%となった。

図表 -6 使用していない理由は何か

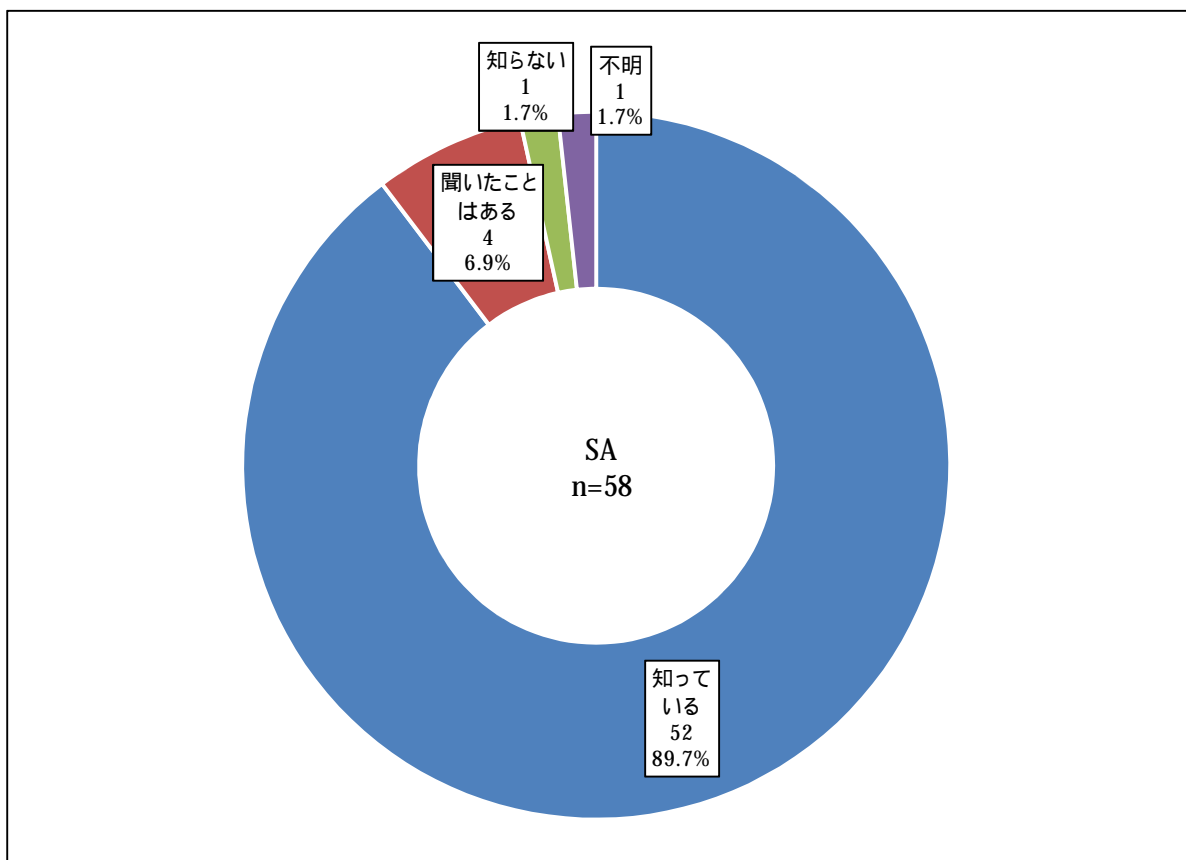


問 萬古焼の認知度について

問 - 1 . 萬古焼をご存知ですか？

萬古焼を知っているかどうかを質問したところ（図表 -1）「知っている」との回答割合が 89.7%、「聞いたことはある」が 6.9%、「知らない」が 1.7%となった。

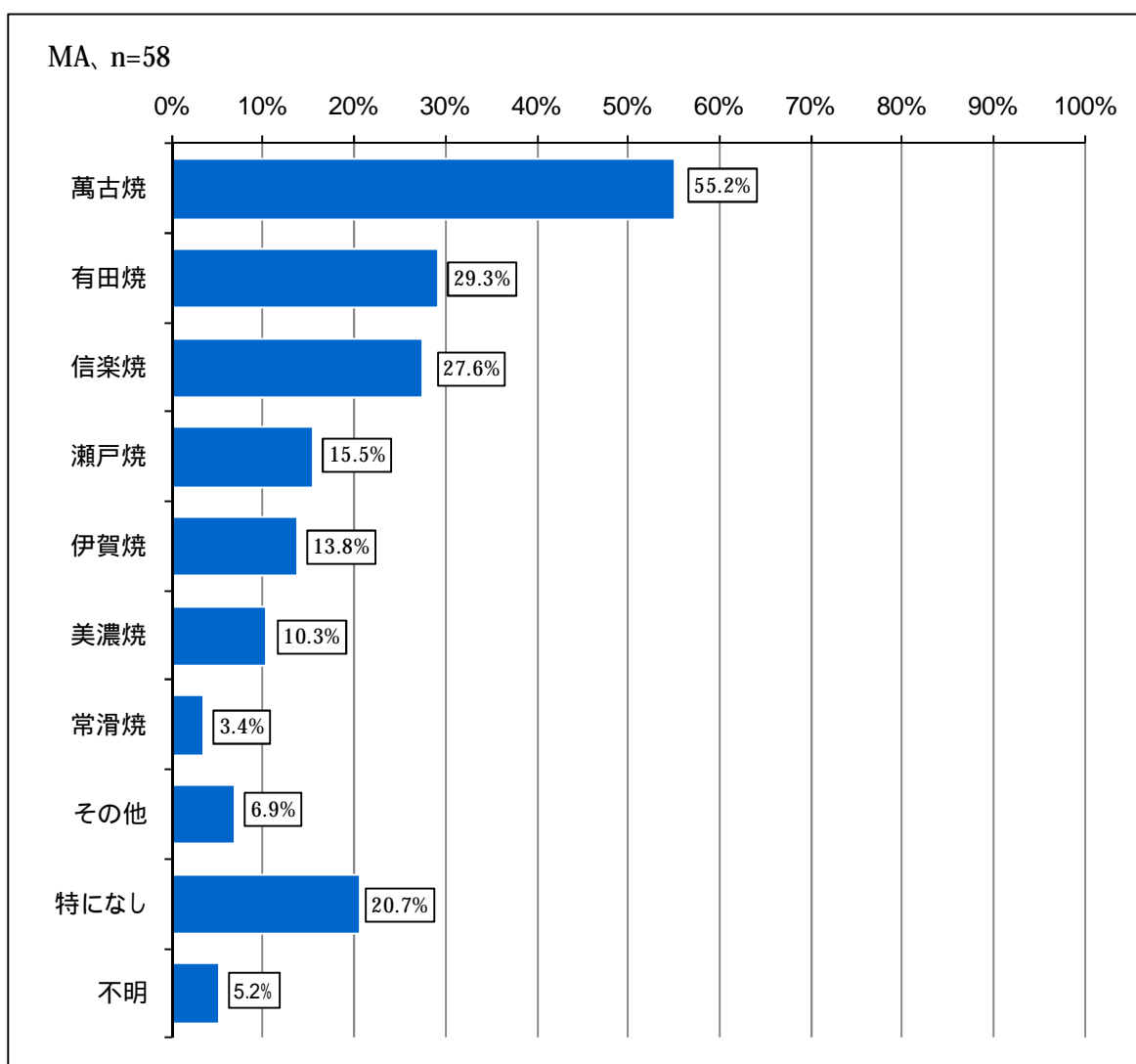
図表 -1 萬古焼を知っているか



問 - 2 . 好きな耐熱陶器（土鍋・陶板）のブランド（産地）は何ですか？
【3つまで回答可】

好きな耐熱陶器（土鍋・陶板）のブランド（産地）について質問したところ（図表 -2）、
「萬古焼」との回答割合が 55.2%と最も高く、次いで「有田焼」（29.3%）、「信楽焼」（27.6%）、
「瀬戸焼」（15.5%）となった。

図表 -2 好きな耐熱陶器（土鍋・陶板）のブランド（産地）は何か

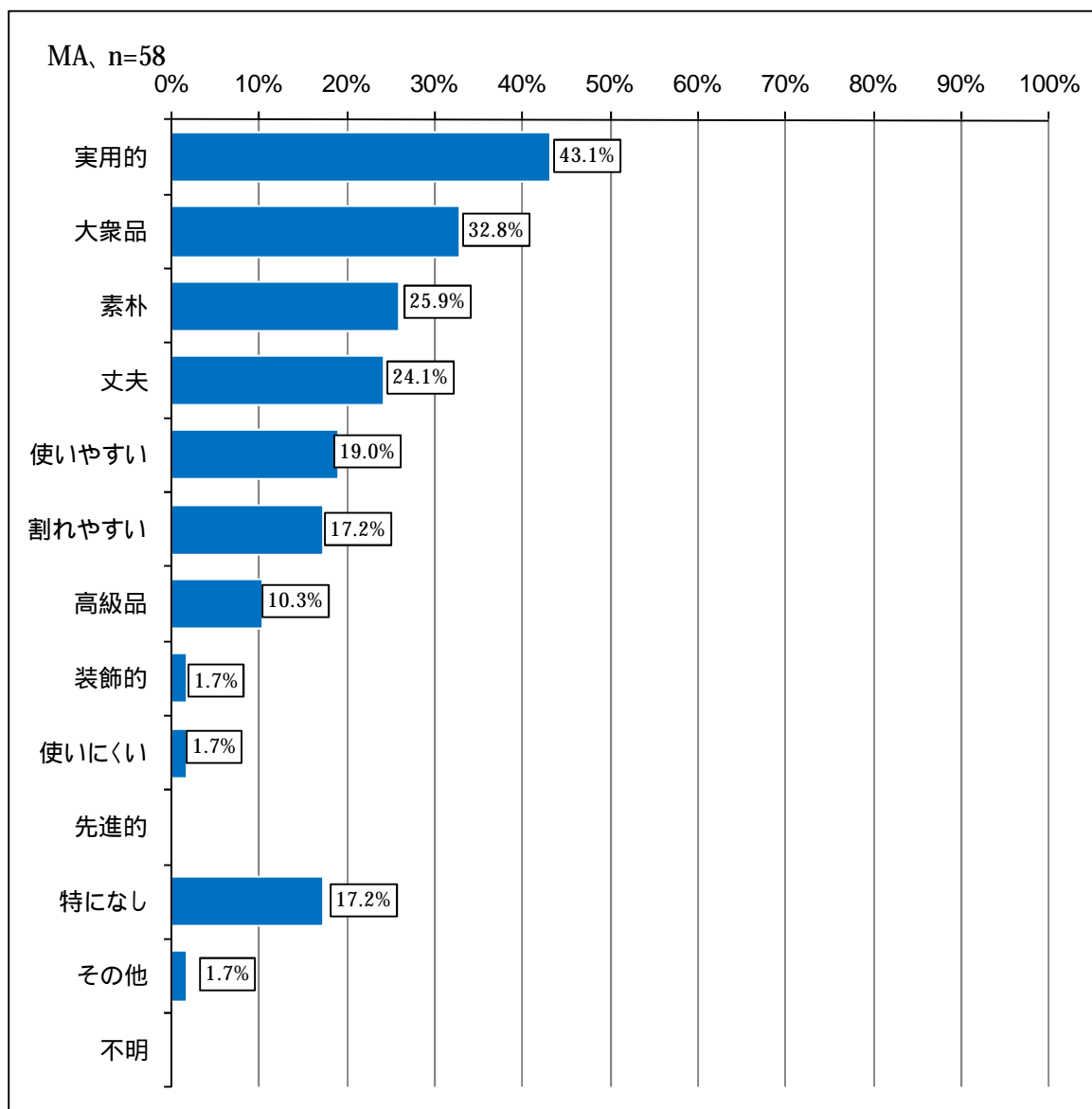


問 萬古焼のイメージについて

問 - 1 . 萬古焼のイメージはどのようなものですか？【3つまで回答可】

萬古焼のイメージについて質問したところ(図表 -1)「実用的」との回答割合が43.1%と最も高く、次いで「大衆品」(32.8%)、「素朴」(25.9%)、「丈夫」(24.1%)となった。

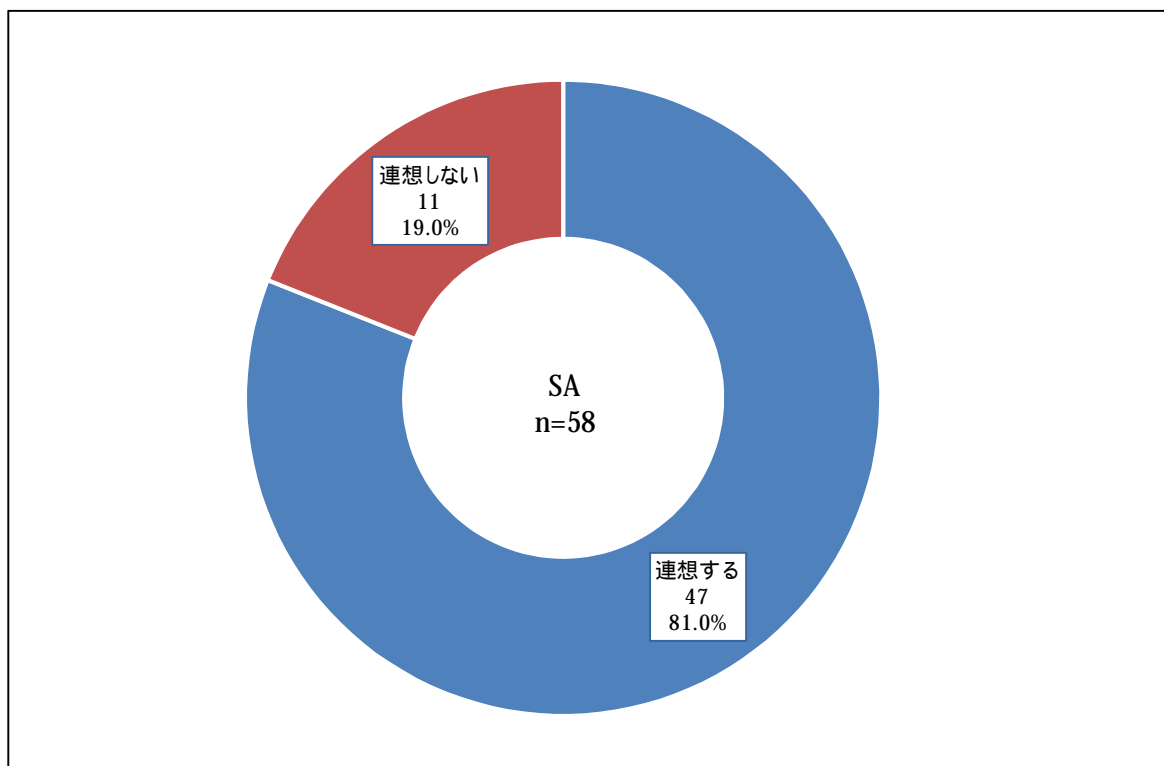
図表 -1 萬古焼のイメージはどのようなものか



問 - 2 . 萬古焼から産地である四日市を連想しますか？

萬古焼から産地である四日市を連想するかを質問したところ（図表 -2）、「連想する」との回答割合が 81.0%、「連想しない」が 19.0%となった。

図表 -2 萬古焼から産地である四日市を連想するか



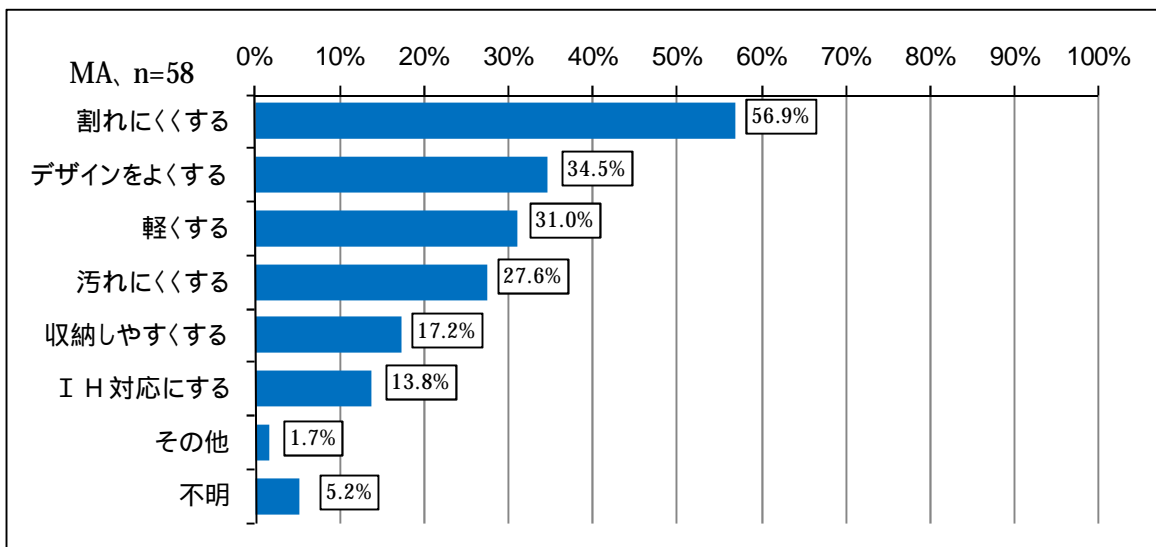
問 今後の改良を希望する点について

問 - 1 . 耐熱陶器（土鍋・陶板）についてどんな改良を希望しますか？
【複数回答可】

(1) 土鍋

土鍋について、どんな改良を希望するかを質問したところ（図表 -1）、「割れにくくする」との回答割合が56.9%と最も高く、次いで「デザインをよくする」（34.5%）、「軽くする」（31.0%）、「汚れにくくする」（27.6%）となった。

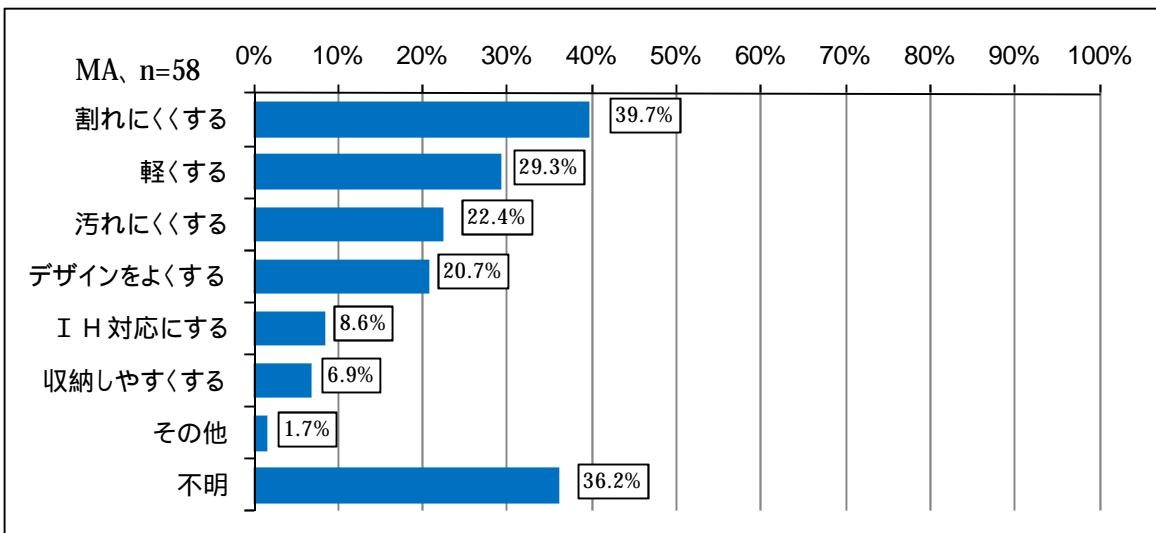
図表 -1 土鍋についてどんな改良を希望するか



(2) 陶板

陶板について、どんな改良を希望するかを質問したところ（図表 -2）、「割れにくくする」との回答割合が39.7%と最も高く、次いで「軽くする」（29.3%）、「汚れにくくする」（22.4%）、「デザインをよくする」（20.7%）となった。

図表 -2 陶板についてどんな改良を希望するか



問 . 萬古焼に対するご意見やご要望があればご記載ください

当方のイメージに合った土鍋の追加をお願いしても、最初はOKでも、土鍋の蓋だけとかの注文にはなかなか答えてくれない。数もたくさんでなければダメだったりとかするので一度作ったものを長く使い続けるのは難しいと思います。デザインも変わりますし、希望は勝手でしょうが、欲しいものが欲しいときに手に入ると一番良い。(同じデザインの物をという意味)

かわいいコーヒーカップがあれば使ってみたいです。店内で使用したものを店内で販売(雑貨コーナーなどで)。

三重県に来て 23 年になりますが、萬古焼のイベントに行ったことがありません。機会がありましたら行ってみたいと思います。

洗浄機を使用する為、どうしても欠けてしまうことが多くて残念です。地元の物を使用していきたいという気持ちがあって、萬古焼で揃えられるといいのですが、その点厳しいものがあります。

若い力を育てる努力が欲しい。デザイン(用の美)を重視する。(デザイナーの力を公募する)

萬古焼の展示が文化会館である時は行かせて頂いております。古萬古の“遊び猫”が好きです。

意見 何年も使用していると表面の傷が目立ち、黒ずんでくる。

意見 何年もたち同じ商品が絶版になっている。特に使用頻度が高い品が(メインの皿等)無くなると全部買換えが必要になる。これはおかしい。型が変わらない定番商品を。料理の多様化に即対応できるような、例えばサイズ、巾(自由選択)・色(自由選択)・深さ(自由選択)等。使用側の立場で品物を選び、極力少量で安価な注文にも対応できるとうれしいです。

どういった焼き物があるのかもっと具体的に知りたい。洋食にあうような焼きものがあるのか知りたい。

萬古を使った(タジン鍋みたいな)料理を考えたら?(地元のお店で)

モダンなデザインや他には真似できない色やデザインがあってほしいです。

安価で、料理ごと地方発送できるうつわがあれば…。四日市萬古焼を当店とのコラボで商品化へ…。

いろんな土で焼いているから、どれが萬古焼か判らないのが現状です。

土鍋以外はあまり知らないのです。

(4) 事業者アンケート調査結果のまとめ

急須に関して（観光地宿泊施設、茶販売店）

お茶販売店、宿泊施設ともに陶器急須の取扱割合は高い。

重視する点は販売用としては機能性（使いやすさ）、宿泊施設での利用としては価格、耐久性などコストパフォーマンス。

お茶販売店で萬古焼・常滑焼の取扱割合が高い一方で、宿泊施設では使用ブランド、好きなブランドともに有田焼が高い。

今後の改良希望点について、お茶販売店では茶葉処理や注ぎ口のお茶垂をなくすなどの機能性に関するものが多い一方で、宿泊施設では耐久性がポイントとなっている。

萬古焼のイメージは実用的、素朴、大衆品という回答が多い。

耐熱陶器（土鍋・陶板）に関して（観光地宿泊施設、飲食店）

宿泊施設では土鍋の使用率がかなり高く、飲食店でも和食を中心に使用率が高い。

水炊き用、4～5人用、萬古焼というケースが多く、選んだ理由としては宿泊施設は価格、耐久性、機能性、飲食店はデザイン、耐久性が上位。

耐熱陶器の使用は多くないが、グラタンなどのオープン料理では比較的使用される。

I H化については半分以上が検討していない。

使用するブランドは萬古焼が多い一方で、好きなブランドは宿泊施設で萬古焼と並んで有田焼があがる。

萬古焼のイメージは実用的、大衆品、素朴という回答が多い。

3. 事業者ヒアリング調査

(1) 調査概要

郵送アンケートに対して回答のあった事業者を中心として、さらに踏み込んだ実態調査を行うためにヒアリング調査を実施。

対象事業者毎の主なヒアリング先区分とヒアリング先の属性は以下の通り。

カテゴリー	訪問先数	地域
観光地宿泊施設	5 事業者	三重県内 5 (湯の山温泉 2、榊原温泉 1、伊勢二見 1、鳥羽 1)
茶販売店	6 事業者	三重県内 4 兵庫県 1、京都府 1
飲食店	5 事業者	三重県内 5

< ヒアリング先 >

カテゴリー	ヒアリング先	形態	所在地	ヒアリング日
観光地宿泊施設	A 館	旅館	津市	2012年2月22日
	B 館	旅館	菟野町	2012年2月24日
	C 館	旅館	菟野町	2012年2月24日
	D 館	旅館	伊勢市	2012年2月27日
	E 館	ホテル	鳥羽市	2012年3月5日
茶販売店	F 店	-	松阪市	2012年2月15日
	G 店	-	松阪市	2012年2月15日
	H 店	-	四日市市	2012年2月21日
	I 店	-	四日市市	2012年2月23日
	J 店	-	神戸市	2012年2月28日
	K 店	-	京都市	2012年2月28日
飲食店	L 店	和食	津市	2012年2月27日
	M 店	和食	鈴鹿市	2012年2月29日
	N 店	洋食	四日市市	2012年3月7日
	O 店	洋食	四日市市	2012年3月8日
	P 店	洋食	四日市市	2012年3月9日

(2) 調査結果

観光地宿泊施設

A 館 (宿泊施設、三重県津市)

形態	旅館
客室数	80 室
従業員数	100 人
ヒアリング日	2012 年 2 月 22 日 (水)

急須について

各客室に急須を備え置いてお客様に使用して頂いている。5～6 年前まではウェルカムドリンクという形で客室にて仲居がお茶を淹れるサービスをしていたが、最近は客室への仲居の出入りをあまり好まないお客様が増えてきたので、今はポットと茶葉と急須を置いて、お客様に自由に飲んでいただくスタイルにしている。

客室で急須を使用されているお客様は多いと思う。

最近のお客様は家庭でもティーバッグに慣れている。ホテルではティーバッグでお茶を準備しているところが多いので、客室に急須と茶葉が置いてあると意外な感じがするとの声を聞く。

耐熱陶器について

お客様へ温泉水を利用した野菜の蒸し料理や土鍋で炊いた炊き込みご飯などを提供する際に伊賀焼の土鍋を使用している。

土鍋を使用した料理開発にあたって伊賀の陶器業者とコラボレーションしたことから、土鍋は伊賀焼のものを使用している。

売店での販売について

以前は売店で萬古焼の急須と湯呑のセットを販売していた時期もあったが最近は置いていない。

改良を希望する点

< 急須 >

外付けの茶こしは便利だが、少ないお湯で味をしっかりと出そうと思うと難しい。茶葉処理が便利な取り外し可能な茶こしで味がしっかりと出るものがあればよい。

<土鍋>

あくまで料理が主役であることや季節を問わず年中使うものであることから、デザインにはっきりとした傾向が出ているようなものは使用しない。

直接、体に触れるものなので、手触りや触り心地にこだわって欲しい。

萬古焼のイメージ

地味ではあるが、使っていく間に馴染んでくる。

湯飲みなどは口当たりが良く、つるっとした感じがする。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

和食器全体でブランドイメージを高める必要がある。手に持った感じ、触った感じの良さを追求していったらどうか。

急須にしる、土鍋にしる、飲食料品と密接に関係しているので、やはりそうした飲食料品との連携をもっと進めていく必要があるのではないかな。

萬古焼に対する期待・要望

客室全てに急須を置いており、少しの単価の違いでも全体としてはそれなりの金額になるため、価格も気になる。同様の理由から耐久性についても気にかかる部分。

その他

萬古産地を見たいというお客さんがいた場合に何処を案内すれば良いか、何処へ聞けば良いか全く分からない。

B 館（宿泊施設、三重県三重郡菰野町）

形態	旅館
客室数	34 室
従業員数	50 人
ヒアリング日	2012 年 2 月 24 日（金）

売店での販売について

急須を積極的に販売しようという訳ではなく自然体でやっている。ふと気が付くと売れている感じ。もともと湯の山温泉に来るお客様は他の遊びが主目的で来る人が多いため、館内消費は非常に少ない。ただ、この建物の雰囲気と並べられている萬古焼をみて、他所とは違い印象を持って買われる方もいる。

萬古焼の認知度について

お客様から萬古の窯を見たいと言われても、何処に問い合わせて良いか分からない。聞いてみてもはっきりとした回答がないことが多い。

萬古焼のイメージ

他産地の陶器の中には芸術的なものが多いが、萬古焼は実用的イメージが強い。昨年 10 月に地元の工芸品である萬古焼とコラボレーションして萬古焼作品などで企画展示を行った。

芸術性を追求するよりもやはり実用ブランドとして売り出した方が広まっていくのではないかと。

個々の萬古焼メーカーがそれぞれにアピールして行く前に、まず、萬古焼全体のイメージをどんどん発信して創り上げていく必要があるのではないかと。

四日市萬古という名称が四日市以外の地域の萬古メーカーにとっては一つにまとまらない理由ではないかと。四日市という名称そのものも世間であまり良いイメージとは言えない。

萬古焼の特徴、例えば、萬古焼は具体的にこういった部分が良いという特徴があまり良く分からない。

例えば、千人分の大きな土鍋を使って料理を作るなどのイベントで話題性を集めなど、広報戦略でどんどんアピールしてはどうか。とにかく萬古焼というものを何とかニュースで発信していくことが大事ではないかと。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

有田焼などはいろいろなところで営業を仕掛けているのではないかと。

このあたりの地域の人が湯の山温泉に来ないのと一緒で、地元の人には家で普通に使っている萬古焼をこうした旅館で出しても喜ばれないと思う。お客様は日常と異なる空間を求めて旅館に宿泊されるので、そうした場所では食器や調理器具も日常とはことなるものを使いたい。

萬古焼は手に取れば良いものであることが分かる。以下に手に取ってもらえるようにするまでに如何にしてもっていくかが重要。

萬古焼に対する期待・要望

萬古焼は歴史があるだけに、その業界もいろいろとしがらみが多いのではないかと。業界構造がシンプルでないような気がする。

伝統工芸を前面に押し出した高いものはあまり売れない。売れるのは平均的な価格のもの。



売店に並ぶ萬古焼の急須

C 館（宿泊施設、三重県三重郡菰野町）

形態	旅館
客室数	8 室
従業員数	8 人
ヒアリング日	2012 年 2 月 24 日（金）

急須について

急須は地元の卸業者から萬古焼を購入している。常滑焼も少しある。土瓶は有田焼を使用している。

耐熱陶器について

土鍋は大きなものを使用している。近所に売っているものが萬古焼であったというだけで、特に萬古焼にこだわっているわけではない。

以前は部屋で陶板焼きをしていたが、部屋に匂いがこもってしまうのと油が飛んで部屋の清掃が大変なので、今はしていない。

食器としてはあまり使用しない。

売店での販売について

売店に一応置いてあるが、何か売店にないと寂しいので置いてあるというのが正直なところ。入口にあるので眺めている人は結構いるが、たまに売れる程度。

宿泊客の反応

比較的年をとった方は客室で急須を使ってお茶を飲んでいる人がまだまだいるが、最近の若い人は客室でお茶を飲む人が少なくなっている。ペットボトルのお茶を持ちこんでいる方が多い。

改良を希望する点

< 急須 >

以前は茶こしが良く詰まっていたのが気になっていたが、最近はティーバッグを使うので殆ど気にしていない。

< 土鍋 >

土鍋に関する不満点はあまりない。

もっと可愛らしいものがあっても良いのではないかと。

萬古焼のイメージ

陶器全般に言えることだとも思うが、弱い、割れやすいというイメージがある。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

飲食と密接に関係するものなので、もっと食との連携や食からのアピールが必要ではないか。「土鍋でご飯」や「蒸し野菜料理」などいろいろとコラボしているかもしれないが、年寄り向けにはお粥という展開も面白いかもしれない。

萬古焼の陳列にしても、食と絡めて並べるという工夫が必要。

萬古焼に対する期待・要望

個別の宿泊施設と連携というのは難しいかもしれないが、湯の山温泉全体で萬古業界と連携して何かできることがあるかもしれない(女将の会との連携など)。



売店に並ぶ萬古焼の急須

D館（宿泊施設、三重県伊勢市）

形態	旅館
客室数	28室
従業員数	20人
ヒアリング日	2012年2月27日（月）

急須について

用途によって使い分けている。例えば、土鍋は萬古焼、急須は有田焼など。有田焼は磁器なので耐久性に優れている。

あとはなるべく柄を統一してトータルでイメージをコーディネートしている。急須や土瓶と湯呑は有田焼の同じ柄で全客室を揃えている。

耐熱陶器について

土鍋は昔から萬古焼を使っている。これは、旅館業界でも定番で昔から使っているところは多いと思う。

改良を希望する点

陶器製品は弱い（割れやすい）イメージがある。耐久性のある素材を混ぜるなどして何とか耐久性（強度）を出せないだろうか。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

萬古焼は土鍋の柄が有名なので、急須や他のものも全て同じ柄で統一してはどうか。地元でもっと使って貰いたいという業界の姿勢が感じられない。三重の旅館なので本当は「使用している製品は地元産です」と言いたい思いはある。

旅館業は生活全般の空間を提供している。もっと地元の売り出したい思いはある。例えば、有田焼などは昔から営業部隊が長く駐在して周辺の旅館に営業攻勢をかけているイメージがあるが、萬古焼からのアプローチは聞いたことがない。

業界に待ちの姿勢があって熱意をあまり感じない。

伊勢の有名なお菓子販売店ではどのような器や急須・土瓶を使っているのだろうか。何かヒントになるのではないか。そうした老舗ブランドとコラボレーションするとイメージが上がるのではないか。

萬古焼に対する期待・要望

萬古焼ならではのオリジナリティーをまず世間にアピールしていくことが必要。

女性の目線や革新的なものなどを県内に売って行って欲しい。

付加価値をプラスアルファした売り方、例えば生活のレベルアップにつながるような提案と一緒に売って欲しい。

古いということに良いこともあるが、マンネリはだめ。時には古いだけのマンネリを打破して、斬新なデザインも必要なのでは。

外部デザイナーとコラボレーションして刺激的な商品をアピールしてはどうか。



使用している有田焼の急須・土瓶

E 館（宿泊施設、三重県鳥羽市）

形態	ホテル
客室数	58 室
従業員数	40 人
ヒアリング日	2012 年 3 月 5 日（月）

急須について

瀬戸焼を使用しているのは同業から窯元の紹介を受けたため。
昔は直接、産地に買い付けに行ったが、今はカタログ注文が多い。
食堂では茶葉をそのまま急須に入れて出すが、客室ではティーバッグでの使用が多い。

耐熱陶器について

< 土鍋 >

経費削減もあり、コストパフォーマンスの高いものを使用している。産地にはこだわらない。業務として使用するので耐久性は重要。昔は一度で大量に購入していた時期もあったが、今は足りなくなった時に都度補充している。

< 陶板 >

土鍋と同様にコストパフォーマンスの高いものを使用している。鉄製や石のものもある。当館では食事は部屋食でなく、食堂で食べて頂く。

改良を希望する点

< 急須 >

ティーバッグなので茶こしの種類もあまり気にしていない。ただやはり、洗いやすいものが良い。

< 土鍋 >

欠けやすいのでもう少し強度が必要ではないか。

萬古焼の認知度

萬古焼は知名度がないと思う。正直言って三重でも伊勢志摩の方では地場産品という認識は薄い。

萬古焼のイメージ

派手さがない、種類も少ないというイメージ。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

営業が足を運んで、良く知ってもらおうということがまず必要ではないか。

地元で喜ばれる商品になって欲しい。何度も営業をかけて、一度使って貰って、良さを分かってもらうことが大切ではないか。

有田焼は高級イメージだけあって価格も高い。瀬戸焼は価格は安いが壊れやすい。このように陶磁器にはそれぞれのポジションがあると思うが、萬古焼はそれが分かりにくい。

土鍋など特に知らずに使っている人が多いと思う。もっと、使用を知名度に結びつける必要がある。

その他

伊勢志摩の旅館ではあまり萬古焼の製品を売店に置いていないと思うが、営業をかければ置くところも多く出てくるのではないか。

茶販売店

F 店（茶販売店、三重県松阪市）

従業員数	4人
ヒアリング日	2012年2月15日（水）

急須について

急須については、以前より萬古焼を取り扱っている。

茶道具については名古屋の問屋から仕入れており、有田焼、常滑焼、美濃焼など全国のブランドを取り扱っている。

萬古焼の急須を扱っている理由としては、陶器で淹れるとお茶が美味しく、また、お茶の味が長時間変化しないこと、などが挙げられる。

販売で重視するポイントとしては、自分で使ってみて使い易い急須をお客様にも勧められている。

店頭で試飲を行っているが、試飲の際に飲んでみて、そのお茶を淹れた急須を買っていく人もいる。

萬古焼の認知度について

当社は笹川にも店舗があり、それとの比較で言えば四日市地区ではやはり萬古焼は有名。松阪まで来ると知らない人も増えてくる。

改良を希望する点

当店では店頭用として底網（ベンリー）の急須を使っている。これは、少量のお茶でも良く味が出るし、急須と一体となって使い易いという利点はあるが、やや洗い難いというか、綺麗になっているか分からない点がある。

萬古焼は他のブランドと比べて焼成温度が低いのか、やや欠け易いように感じる。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

良質なお茶と急須をセットで販売するような展開が必要ではないか。お茶そのものが良質なことに加え、急須で淹れる美味しさが加わって、よりお茶と急須を分かってもらえるのではないか。

東京や大阪など都心部の百貨店での戦略検討が必要ではないか。やはり、都会は人口が多く、特に老舗百貨店の外商は富裕層の財布を握っているため、そこと連携することで量も価格も上げていけるのではないか。

萬古焼に対する期待・要望

底網（ペンリー）の急須は使い易く重宝するが、あまり種類がないように感じる。
NHKの生活バラエティ番組で深蒸し茶が紹介されてから、非常に深蒸し茶の販売が
好調。急須も深蒸し茶に対応したものの数を増やしてはどうか。



販売している主な急須など

G店（茶販売店、三重県松阪市）

従業員数	2人
ヒアリング日	2012年2月15日（水）

急須について

能動的な販売ではなく、お客様のニーズがある場合に販売対応もしている。

萬古焼の認知度について

萬古焼は生活雑器のイメージが強い。

萬古焼の土はカルキを吸収し易いので使用している。

古くからの歴史ある産地と比較するのは難しい。近隣の比較的新しい産地という意味では常滑焼が競合相手だが、正直なところ知名度では負けているのではないかと思う。土鍋などシェアは高いが知名度に結びついていない。

改良を希望する点

萬古焼は紫泥なので色が濃いため、お茶の色が綺麗に出ない。

萬古焼に限ったことではないが、茶葉の後始末が大変。

当店は深蒸し茶がメインであり、ステンレス網のものが使い易い。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

< イベント・広報戦略 >

お茶の世界では品評会で賞をとることによって名声を高めるという方法があるが、陶磁器の世界ではなかなかそういう機会がないのではないか。

お茶業界として様々なイベント（高校生を対象としたお茶の淹れ方教室、伊勢神宮での奉納、品評会など）があり、そうしたイベントと萬古焼がコラボレーションするとお互いにより相乗効果があるかもしれない。

特定メーカーの商品が売れても、それが産地としての萬古のネームバリューアップにつながっていないのではないか。

伊賀焼ではリーダー的存在のメーカーが積極的なマスコミ・広報戦略をすることによって、伊賀焼自体のブランドネームを高めている。

他産地ではスター陶芸家的な存在がいるが、萬古焼にはそうした存在が見当たらない。

< 他産業との連携 >

日本茶インストラクター協会の東海ブロックにおける茶器の標準備品は常滑焼であ

る。三重支部としてはできれば萬古焼にしたいと考えている。

急須とお茶のセットで売り出すなど、他の産業、業態とコラボレーションして新しい形を提案することは良いのではないか。例えば、土鍋とお茶とお米で茶粥を提案するなど。また、こうした点とも関係するが、例えば、ダイエットや健康という人々が興味を引くような切り口で提案してはどうか。

<消費者のライフスタイル変化への対応>

最近ではペットボトルのお茶が浸透しており、なかなか急須でお茶を入れる機会がなくなっている。但し、時には贅沢なひと時を急須で手間をかけてお茶を入れるという飲み方、すなわちTPOによってお茶の飲み方も変えてみるという提案を仕掛けてはどうか。

商品である以上、それを使用する消費者の目線からもう一度見つめなおしてみてもどうか。最近では若い人を中心にティーバッグを使用する機会を増えており、そのままティーバッグをマグカップに入れてお茶を飲むスタイルも定着しつつある。消費者が急須を使ってお茶を飲むという発想を一旦横に置いて、例えば湯ざましを活用して、ティーバッグを直接使う消費者を想定した新しい商品を発想することも必要では。消費者のスタイルから遡って商品に辿りつくという帰納法的な商品検討をする必要がある。

急須、土鍋以外の新しいモノへと広げていくことも検討する必要があるのではないか。

萬古焼に対する期待・要望

核家族化や単身者など少人数の世帯をターゲットにした展開が遅れているのではないか。

陶器を販売する専門店が減っているので、ユーザーからするとますます陶器離れが進む可能性がある。

お金を出して買ってくれる人の意見を最大限反映させるような仕組みづくりが必要。例えば、お茶業界などではお客さまからの意見や要望はメモして茶業会議所へ伝達し、茶業会議所から加盟の生産者や販売者へフィードバックする仕組みができています。生産者の組合と販売者の組合が別々にあり、業界として製販の一体的なまとまりに欠けているように感じる。

H店（茶販売店、三重県四日市市）

従業員数	43人
ヒアリング日	2012年2月21日（火）

急須について

本社は四日市、営業所は東京、札幌、富山にある。基本はお茶の卸売であるが、富山では3店舗の小売展開（アンテナショップ）をしており、そこでは急須の販売も行っている。

試飲提供、喫茶・カフェについて

富山のショップでは試飲や喫茶・カフェサービスを実施している。試飲や喫茶・カフェで使用するのは地元の萬古焼としている。試飲や喫茶・カフェで萬古焼の急須を使用するからといって、それが売り上げにつながっているかは不明。

異素材急須、常滑焼との違いについて

陶器の急須と異素材の味の違いについては、やはり陶器の急須が美味しくお茶を淹れることができると思う。陶器で淹れることによって、お茶の温度も程良くなるのではないかな。もちろん、視覚的な効果も大きいと思う。

常滑焼と比べると、見た目は常滑焼の方が鮮やかな感じがする。

萬古焼のイメージ

一般的には大衆的、実用的なイメージを持っている人が多いのではないかな。もっとも、趣味の世界では高級なイメージを持っている人もいるのではないかな。地元の四日市はお茶の産地でありながら、全国的にみてもお茶への支出額（単価）は低い。四日市でも急須を使う家庭は減っているのではないかな。

東北、北陸は昔からお茶を飲む習慣が根付いており、急須も必需品と言える。お茶購入の平均単価も高い。文化的背景が飲み方と影響している。世帯収入が高くなると良いお茶を飲む人が多くなり、良いお茶を飲む場合には急須を使う頻度も高くなる。お茶の味にこだわる人は急須を使って良い味で飲みたい。

改良を希望する点

陶器全般として仕方がないが割れやすい。

最近にはNHKの「ためしてガッテン」の影響で全国的に深蒸し茶が良く売れている。

深蒸し茶の場合は茶葉が細かいので共茶こしでは茶葉が注ぎ口から出てしまうことが多い。共茶こしでも目が細かく深蒸し茶に適したものがあれば売れると思う。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

馴染みやすい商品を作り、積極的に発信する。

中の網を工夫して、茶葉を捨て易いようにする。茶垂をしないというのも重要。

情報発信力が弱いと感じる。以前は萬古焼の業者も良く顔を見せていたが、最近は殆ど来ていない。お茶の専門店からも紹介の依頼もない。

全国から茶業者が四日市に来た時に、昔はばんこの里を案内したが、今はそのようなこともなくなっている。

良いものを作れば売れるという考え方では商売にならない。どうしても製造者からのプロダクトアウトの発想から抜け切れておらず、消費者目線のマーケットインの思考ができていないのではないか。

伝統工芸士の世界だとも感じる。

茶こしがカップ状のものは取り外し易いが、お茶があまり出ないような気がする。

昔はお茶業者と萬古業者で全国行脚をするなり、実際に外に向けて営業活動をしていた時代もある。

若い人の取り込みがポイントではないか。若い人に対しては、何かキャッチフレーズ的なイメージが必要ではないか。あと最近の若い人には逆に日本的なものが受けるような気がする。

萬古焼に対する期待・要望

一気に2倍、3倍にならなくても、5%~10%ずつファンを増やすように活動を地道に続ければ良いのではないか。

磁器製の急須、湯呑が最近は良く売れているのではないか。

その他

急須は安くてもお茶は良いものをと意識の人はかなりいるような気がする。生活に余裕ができたからと言って、良いお茶を飲もうという気は急には起こらない。

若い人の意識は育った家庭環境による。3世代同居で祖父母と一緒に住んでいる人は昔から急須でお茶を淹れる生活習慣に馴染んでいる場合がある。そうした生活環境にない場合は何かきっかけがないと急須でお茶を淹れる機会がないのではないか。

県の茶業会議所では就職を控えた高校生を対象に「お茶の淹れ方教室」を開催している。参加する高校生の半分程度は普段家庭で急須を使ってお茶を淹れる機会がないようだ。

また、最近の若い人はペットボトルのお茶の味に慣れているので、急須を使って淹れたお茶を飲む場合に苦味を感じる人が多い。

I 店（茶販売店、三重県四日市市）

従業員数	不明
ヒアリング日	2012年2月23日（火）

急須販売について

急須も量は多くないが少し店頭において販売している。

地元の製品をもっと使っていききたいという思いで萬古の陶器のみ販売している。

喫茶・カフェについて

カフェで使う急須も全て萬古焼。お客様に好きな急須を選んでもらい、それで自分でお茶を淹れて自由に好きなだけ飲んで頂く。お客様それぞれに自分のお気に入りの急須がある。小ぶりの急須が人気。

改良を希望する点

カフェのお客さんからも何処で急須を買えば良いか聞かれるが、一般的に萬古焼の急須を買える場所が少ないのではないかと。「じばさん三重」や「ばんこの里」くらいしか思い浮かばない。それらでも、ただ単に商品を陳列しているというだけで、消費者としては選びにくい。

取り外し可能なカゴ網では少量の湯で美味しいお茶が出ないことが多い。お茶カフェの立場で言えば、お客さん少量の湯で少しずつお茶を淹れて味わう人が多いので、そうするとカゴ網のものは使えない。

萬古焼のブランド化向上に向けて必要なこと

若い女の子向けの可愛く、デザインの良いものが少ない気がする。急須を使わなくても、部屋に飾っておきたくなるようなセンスのあるものが必要。

蒸し料理をするだけなら、シリコン製のスチーマーを使えば手軽にできるのに、わざわざタジン鍋を使っているのは、おしゃれな感じがするという側面もあると思う。

お茶業界もそうだが広報戦略が不足していると思う。広報にお金を使うというカルチャーがないかもしれない。もっと広報戦略で萬古焼の良いイメージをアピールしていった方が良いのではないかと。

若い人の中には同じものは嫌で他人と差別化を図りたいという嗜好があると思うので、そういう差別化意識を上手に取り入れることができれば良い。

常滑焼は最大のお茶産地である静岡県への営業戦略に力を入れているようだ。

静岡県の都市の中には結婚する夫婦が婚姻届を出すと急須をプレゼントするところ

があると聞いている。急須に 500 円くらいのお茶の引換券を付けて、貰った人が自分の好きなお店で好きなお茶を買うことができるという展開をしているようだ。織部など美濃焼のブランド戦略はなかなか良い。製品も使い勝手の良いものが多い気がする。

ペットボトルのお茶は手軽だが、飲み終わるたびに大量のペットボトルゴミが発生する。急須でお茶を淹れる場合には急須自体は何回も使えるのでゴミは発生しない。茶葉もポン酢やしょうゆをかけて食べると、とても良いつまみになり、ゴミも発生しない。こうした急須でお茶を飲むというスタイルを環境に優しいという側面から、業界としてもっと売り出していけば良いのではないか。

萬古焼に対する期待・要望

左利きの人用の急須が殆どない。左利き用である程度選べるような品揃えが欲しい。ちょっとした手土産に持っていくことができるような萬古焼の製品があれば良い。自分の手にあった使い易い急須になかなか巡り合えない。聞くところによると、一回でなるべく効率よく多くの急須が焼成できるように釜の中への納まりを重視してデザインが決められている場合もあるという。製品である以上、経済合理性は重要だが、そうした工業製品的な発想ではなく、消費者の側面からの発想が必要ではないか。旅行に来た人が産地を体験できるような場所がない。四日市市街地の萬古業者が集まっているところは産地的なまちづくりを感じない。菰野の方がいろいろな観光地と連携できるのではないか。



カフェにて使用している萬古焼の急須など

J 店（茶販売店、兵庫県神戸市）

従業員数	4人
ヒアリング日	2012年2月28日（火）

急須販売について

カフェは8年前にオープン。オープンにあたっていろいろ調べたところ、急須については概ね2つの卸売りに辿り着いた。うち一つが四日市の萬古焼卸売業者であった。一般の人にとって急須や湯飲みというのは「何々焼」が良いということで選ばないのではないかと。そういうことを意識して選ぶ人もいるかもしれないが、それは趣味性の高いものの場合ではないか。

普通は第一にどんな機能かで選び、第2にデザインぐらいがくるのではないかと。よく当店に来る人も急須や湯飲みや食器を見て、これは何焼きですかと尋ねる人はいるが、何焼きかが分かったところでその先の話の発展性はないのがほとんど。

当店においては急須に匂いが付くので、煎茶とほうじ茶を入れる急須を使い分けている。なお、煎茶は萬古焼、ほうじ茶は温泉津焼きを用いている。

湯飲みについてはお茶の色が良く分かるように白っぽいものになっている。

改良を希望する点

湯飲みはデザイン性が大きいかもしれないが、湯飲みはやはり機能。お茶の入れやすさ、持ったときのしっくり感、茶殻の捨て易いもの。

急須の特性や機能、良い点や他の陶器に比べた特徴などを外に向かって説明できる人がいると良いのではないかと。

今は帯網の茶こしを使っている。茶殻がパッと捨てやすい製品を作って欲しい。

萬古焼のブランド化に必要なこと

お茶業界としてはきちんとしたリーフでみんなにお茶を飲んで欲しいと思っている。そのためには、急須は絶対に必要なものなので、お茶業界としては急須業界と一緒にコラボレーションしてやりたいという思いはあるのではないかと。

サンプルを渡して、これと一緒にものを作って欲しいとお願いしても、なかなか一緒のものは作れない。急須によってお茶の出方が微妙に変わり、同じ様な形には絶対にならない。

日本茶インストラクター協会と組んで、推奨する陶器や認定する陶器という形で広めていってはどうか。それによって他の陶器と差別化が図れるのではないかと。

萬古焼に対する期待・要望

何を考えて急須を作っているのか。凝ったデザインにしようとしてないか。シンプルなものが良い。どうしたら、美味しく、簡単にお茶を入れることができるかというところから出発して、シンプルな発想で作って欲しい。デザイン性の高いものは置く場所を選ぶ。特定の季節しか使えないような柄では困る。

機能から選べるようになっていない。カタログにしても大きさと中の構造で分かれており、機能面での分類がない。

大きさの単位も何号という業界特有の単位で一般の消費者には通じなくはないか。

業界自体が古い体質に染まっていないか。



カフェにて使用している萬古焼などの急須

K店（茶販売店、京都府京都市）

従業員数	3人
ヒアリング日	2012年2月28日（火）

急須販売について

この地域では阪神大震災以降に急須や和食器全般が売れなくなった。今回の東日本大震災と福島原発事故でも、そうした売れない状況がより顕著になった。

円高や原発事故で外国人観光客が激減したのも、この京都で商売をしている我々にとっては大きな死活問題。外国人観光客は日本的なものの象徴としてお土産にお茶と陶器を買ってくれていた。

当店では萬古焼、常滑焼、美濃焼を主に扱っているが、一番取扱いが多いのは常滑焼。よく売れるのも常滑焼。もっとも、今の若い人は黒っぽいものが好みようで、萬古焼もますます売れるようになっている。外国人にも黒っぽいものの人気がある。

萬古焼のイメージ

常滑は赤、萬古は黒というイメージが昔からある。

急須といって一番最初に思い浮かぶのは常滑焼。帯網のものが充実していて、大量生産、高い温度で焼いているというイメージがある。残念ながら萬古焼のイメージはあまりない。敢えて言えばもろいというイメージ。

茶こしについて

当店では絞り出しのもの、宝瓶がよく売れる。茶葉の荒い京都のお茶であれば宝瓶でも茶葉が出てしまうことはない。

改良を希望する点

萬古焼でも宝瓶のものを充実させて欲しい。口（ふたの部分）が広いほうが茶が捨てやすい。

萬古焼ブランド化に向けて必要なこと

やはり地元同士で伊勢茶とのコラボレーションが良いのではないかな。

お茶さんの店頭などで作品展を開くなどのコラボレーションはどうか。お茶屋がアンテナショップ的になるのではないかな。

店主が売れると思う急須とお客さんの好みは結構違う。お客さんの意見を良く聞いた

方が良い。

萬古焼は実用品という感じがするので、例えば萬古焼で高級な急須があったとして、その値段をお客さんが出そうと思うだろうか。

萬古焼に対する期待・要望

萬古急須は昔は有名だった気がするが最近はあまり聞かない。

昔は萬古焼や常滑焼の卸売業者のところに行っていたが、最近はあまり行かなくなつた。萬古業者も昔はたまに顔を見せていたが今は殆ど見ない。



販売している急須など

飲食店

L 店（飲食店、三重県津市）

料理種類	和食
収容客数	80 人
従業員数	9 人
ヒアリング日	2012 年 2 月 27 日（月）

土鍋について

当店ではメインの食器関係を美濃焼で揃えており、その関係で美濃焼の問屋から関連するものを一括で購入している。萬古焼の土鍋もその問屋から購入している。土鍋は一般的に萬古焼のものが多く、自然と萬古焼のものを使うようになっていく。すっぽん用の鍋は伊賀焼のものを使っている。

改良を希望する点

有田焼など磁器製のものに比較すると弱い。もっとも、土鍋など火にかかると弱いのは仕方がないと思う。以前はお客様の前で陶板焼をしていたが、油が飛び散って、お客様の服が汚れたりするので、今は調理済みのものを出している。陶板の大きさは 6～7 寸程度のもの。

萬古焼のブランド化に必要なこと

伊賀焼は営業用ではなく趣のあるものというイメージ。弱いので調理用ではなく雑器が多い。萬古焼は大衆的な調理用の陶器というイメージ。飲食店の食器は美濃焼のものがよく使用されているのではないかと。値段と機能のコストパフォーマンスが高いし、バリエーションも多い。萬古焼の中でリーダーシップをとってやっているような会社が思い浮かばない。例えば、伊賀の長谷製陶のような会社がない。やはり余裕があって強いところがない。デザイン性も伊賀焼の方が優れているのではないかと。最近では土鍋とご飯という組み合わせを良くみるような気がする。

萬古焼に対する期待・要望

最近ではお客さんも鍋物など皆と一緒に箸を付けるような料理を敬遠する傾向がある。一人用の鍋のニーズが高まっているのではないかと。

伊賀焼や信楽焼に比べて萬古焼の土は味が無いように感じる。
安くて良い中国製のものが出回っているので、大衆品で競争していくのは厳しいのではないか。
在庫を持っていないようなので、発注してから時間がかかる。

その他

萬古焼にはショールームのような製品を展示しているようなところはないのではないか。
美濃焼の卸は実際に商品を持って営業に来ることもある。
有田焼のものは大阪の間屋を通じて買っている。
業務用のものは通販がかなり浸透してきているのではないか。
IH対応鍋でも業務用に使えるものは値段が高い。それであれば、鉄鍋で十分に間に合う。

M店（飲食店、三重県鈴鹿市）

料理種類	和食
収容客数	30人
従業員数	6人
ヒアリング日	2012年2月29日（水）

飲食店としての陶器とのかかわり

一番大きな問題は土鍋等を購入する側である料理店が厳しい不況の中で購買力をなくしていること。当店でも、以前は年間にかかなりの金額を食器や調理器具の購入に充当していたが、最近はその関連のものへの支出額が減少している。

最近はお客様側にも食器や器具に対する知識や興味を持っていない人が増えた気がする。良い器で料理を出してもお客様に分かって頂けないことが多いので、提供する側としても気合が入らない。

万古焼のイメージ

万古焼というと見た目が堅い感じがする。京焼などに比べたやわらかさというものがない。

一般には大衆的なイメージが強いようであるが、我々は高級なものというイメージがある。

湯飲みなどでも万古焼の色ではお茶の色が映えない。万古焼でも高級なものは中が白く渦巻状になっていて見栄えも良いが、安いものにはそうしたものがない。

以前は京都にいたが、万古焼は県外で知名度がないと感じる。また、京都にいと清水焼や京焼に慣れてしまって、万古焼とはモノの違いを感じる。

県内でも南部に行けば伊賀焼の方が知名度やイメージが良いのではないか。

N店（飲食店、三重県四日市市）

料理種類	洋食（イタリア料理）
収容客数	50人
従業員数	6人
ヒアリング日	2012年3月7日（水）

土鍋について

昨年からはじめたトマト鍋で土鍋を使用している。人気があるので、今後もいろいろな鍋の展開を考えている。使用しているのは黒い土鍋。トマトの赤や野菜の白・緑などが黒い土鍋に映える。使い勝手と見た目を重視しているため、土鍋について特にブランドにこだわっている訳ではない。

オープン料理での使用について

白っぽいグラタン用の耐熱陶器を使用しており、特にブランドも分からない。意識もあまりしていない。シンプルなものを使う。

萬古焼認知度

昔からこの地域に住んでいるので、個人的には良く知っている。

萬古焼のイメージ

豪華な皿のイメージがある。萬古まつりのお皿のイメージなど。

改良を希望する点

陶板は料理を乗せると重くて、女性や若いスタッフがお客様にお持ちする時に大変なので、軽いものがあれば良いと思う。

萬古焼のブランド化に必要なこと

まずは地元で使用して貰うということに尽きるのではないかと。使って貰って良さを感じて貰わないと次に続かない。

萬古焼を使ってみたくても、気軽に問い合わせができる場所がないので、そういう窓口機能を持ったセクションを設置してはどうか。

萬古焼が世界・日本で初というようなことをしてアピールするなどの方策も必要ではないか。

萬古焼に対する期待・要望

業者と飲食店の間で年間でリース契約を結び、一定の破損については新しいものを供給してもらおうと飲食店としては使いやすい。また、季節毎にお皿を変えたいので、3カ月に1回程度交換できるようなスタイルはできないか。現在、使わなくなった陶器等の処分に困っているのので、リース契約にすることで、使用期間後に引き取って貰えれば、飲食店としても投資しやすい。

飲食店に対して「萬古焼使ってます」のようなシールの掲示をしてもらうことを条件として、優待価格で販売する。地元で地場産品を使うという意識を飲食店でも盛り上げると共に一般消費者へ萬古焼の存在を訴えていく。

地元の食材などを使用した萬古鍋などを開発していく。紫泥にちなんだ紫色の鍋料理など。水沢のお茶を使ったお茶づけを萬古鍋で提供するなど。

その他

萬古焼関係の業者からの営業は特にない。



使用している土鍋

〇店（飲食店、三重県四日市市）

料理種類	洋食（肉料理）
収容客数	60人
従業員数	15人
ヒアリング日	2012年3月8日（木）

土鍋について

20年くらい前は土鍋料理をしていたが、肉料理主体の当店としては主要材料が異なることや手間がかかるので、今は鍋料理の提供はしていない。

陶板について

陶板焼は創業時から出しているメニューであり、価格はそこそこするが今でも根強いファンがいる。

陶板をそれぞれ個別に火にかけるなど提供する方としては手間のかかる料理であるが、これしか食べないという固定客もいる。

フタ付きの陶板で蒸すので、肉や野菜が普通の焼料理とはまた違う蒸し焼の状態になり、顧客からも評価が高い。

オープン料理での使用について

グラタンに使用しているが、これは普通の耐熱陶器を使っている。

萬古焼の認知度について

15歳の時から四日市にいたので、萬古焼は良く知っている。お店の常連さんにも萬古業者さんが多いので、そういう人脈で萬古焼の仕入れを行ったりしている。

萬古焼のイメージ

実用的・大衆的なイメージが強い。

改良を希望する点

陶板は重い。特に当店では蒸し焼のためフタ付きなのと、肉と野菜を乗せて出すので重量は相当なものになる。軽いものがあれば良い。

もっとも、軽さを追求して耐久性が落ちるのは困るので、そのあたりのバランスがと

れたものが良い。

萬古焼のブランド化に必要なこと

幅広い種類の料理に対応できるような鍋や陶板を増やして、提供するすそ野を広げていくことが大切ではないか。

萬古焼を用いなければ駄目だというような料理を飲食店一緒に開発する。料理のファンが増えれば、萬古焼のファンも増える。

飲食店と業界がコミュニケーションをとって、飲食店のニーズをもっと引き出すとよいのではないか。

萬古焼に対する期待・要望

家庭ではなく業としてやっているので、耐久性と価格のバランスがとれたものが良い。洋食向きの鍋や陶板の種類が欲しい。

その他

陶器の食器は主に志野焼を使っている。



使用している萬古焼の陶板

P店（飲食店、三重県四日市市）

料理種類	洋食（イタリア料理） （姉妹店がスペイン料理）
収容客数	40人
従業員数	6人
ヒアリング日	2012年3月9日（金）

土鍋・陶板について

現在のところ鍋料理は提供していないが、姉妹店で陶板を使ったパエリア料理ができないかを検討している。

オープン料理での使用について

チーズフォンデュやグラタンなどの料理で萬古焼ではないが耐熱陶器を使用している。冬場にチーズフォンデュをする時は耐熱陶器が冷えているとチーズが固まりやすいので、下からローソクの火で温めている。

萬古焼認知度・イメージ

四日市の出身なので萬古焼については知っているが、深い知識はない。大衆的、実用的というイメージがある。同じ県内でも伊賀焼と比べると認知度は高い。

改良を希望する点

飲食店としてはコストパフォーマンスを重視している。つまり、割れにくく、安価なものが良い。

洋食店としては食器等の色は白がベースとなる。白っぽいものでデザイン性に優れたものが良い。

萬古焼のブランド化に必要なこと

自分も含めて焼物の知識がない人が多いと思うので、産地毎の製品の特徴がもっと良く分かれば使いやすい。

萬古焼というと土鍋を思い浮かべる。もっと、萬古焼をアピールできるようなイメージ作りが大切ではないか。

地域の若手飲食店主達で地元を盛り上げる運動をしており、その一環として「土鍋ごはん」というプロジェクトに参加している。こうした動きをもっと地域内で広げて

いければ良いのではないか。

萬古焼に対する期待・要望

以前、四日市カレーライスコンテストの際に萬古焼で作ったスプーンがあったが、あれはスプーンが熱くて食べにくい。もっと、良い形で地元のイベントとコラボできれば面白いのではないか。



チーズフォンデュ用の耐熱陶器

(3) 事業者ヒアリング調査のまとめ

急須に関して

(イ) 意見・課題

お茶離れ(急須で淹れる)が若い人を中心に進む中で、お茶業界としても危機感を共有している。

深蒸し茶など時代の流れにあわせたものへの対応も必要。

機能性重視。少量のお湯でもお茶の味が良く出るカゴ網を望む。

手にとって貰えば良さが分かるが、どうすれば手にとって貰えるか。

急須毎の特徴が分かりにくく、きちんと説明できる人がいない。

ペットボトルのお茶に慣れた人達にとっては、急須で淹れたお茶は苦く感じる。

弱い、割れやすい。三重県南部では知名度低い。

(ロ) 提案・要望

深蒸し茶対応の急須(茶こしの目を細かく)。

お茶業界とのコラボレーション(茶と急須だけでなく茶と土鍋など)。

消費者のライフスタイル変化への対応(急須という形にとらわれずにティーバッグ前提の飲み方に対応したものなど)。

ペットボトルはゴミになる。急須でお茶はエコという視点をアピール。

急須の特徴を説明できる人の育成。

お茶と急須で健康の視点からアピール。

女性の視点からの急須デザイン。

左利き用などのラインナップ充実。

婚姻届を出したカップルに市町から急須のプレゼント（静岡の例）。

手に取ってもらうと良さが分かる。如何に手に取らせるかを工夫。

耐熱陶器（土鍋・陶板）に関して

(イ)意見・課題

個人飲食店にとっては厳しい時代であり、昔のように容器にお金をかけられなくなっている。

事業者にとっては数を使うので、金額とデザインと耐久性をトータルでみたコストパフォーマンスが重要。

シェアの高さが知名度に結びついていない。地元にも浸透していない。

実用品、地味なイメージ。同県内の伊賀焼に比べて趣に欠ける。

季節を問わず使うので、はっきりしたものよりシンプルなもの。

陶板焼は油飛び・汚れ・匂いで部屋食は難しい。

(ロ)提案・要望

食とからめたPRをもっと進める（ギネスに挑戦など）。

展示・陳列の際も食とからめて行う。

宿泊施設との連携（売店での展示、コラボ料理、女将の会との連携）。

有名な老舗の食ブランドとのコラボ。

シェアの高さのPRと萬古焼の関連づけを積極的に。

萬古焼が日本で初などの斬新さをアピール。

耐久性、デザイン、価格のコストパフォーマンス重視。

全般的なもの

萬古焼のポジションが不明確（他ブランドとの違い、特性など）。

情報発信が少ない。もっと発信強化すべき。萬古焼のことを知りたくても、どこに聞けば良いか分からない（宿泊客から尋ねられた場合）。

工業製品の発想（効率優先）が目につく。消費者目線でものづくりを。

女性の視点、若い人の声が反映されてないのでないか。業界内部の若手、女性の発想を活かす。

有田焼、美濃焼などの産地に比べて営業力の不足を感じる。あらゆるチャンネルでの営業強化を。

核家族、単身など少人数や1人使用のものを充実。

製造業者と販売業者間の一体感が感じられない。消費者の声をフィードバックし、販売から製造へ還元する窓口が必要。

．萬古焼ブランド化推進のための提案

1．萬古焼ブランド化推進に向けた内外環境の整理

一般消費者への試飲・アンケート調査及び事業者へのアンケート・ヒアリング調査の結果に基づき抽出されたキーワードを内外環境面から整理すると以下の通り。

(1) 外部環境(時代潮流)から

グローバル時代への対応があらゆる業界で求められる。特に国内市場の縮小を踏まえると、アジアにおける需要の取り込みが企業の明暗を分ける形になる。

少子・高齢化の進行による人口構造の変化への対応と人口減少社会を視野に入れた取組みが必要。

環境問題への取組みは、どの業界においても喫緊の課題となる。

エネルギー問題に配慮した操業環境の整備が必要。

ネットワーク社会、スマートコミュニティへの対応。

ヘルスケアを意識した商品開発の必要性。

地域ブランド化の取組の重要性。

NIPPONブランド、クールジャパンなど日本の技術力・文化力を背景とした世界への発信。

食の安心安全への対応は必須の時代。

各業界において知的財産を意識した活動が求められる。

異業種間連携の促進による新たな付加価値の創造。

イノベーションによる新たな分野への進出。

< 外部環境（時代潮流）のキーワード >

外部環境（時代潮流）

グローバル

少子・高齢化
（人口減少）

環境

エネルギー

ネットワーク
スマートコミュニティ

ヘルスケア

地域ブランド

NIPPONブランド
クールジャパン

食の安全安心

知的財産

異業種連携

イノベーション

(2) 内部環境から

試飲調査では、「急須で淹れたお茶は美味しい」との回答が圧倒的に多い。

県内での認知度は高い(特に北勢地域)。もっとも、県内南部、県外(関東)における知名度は県内北勢地域の水準とは格差。

急須に関しては、茶販売店において茶葉処理やお茶垂防止などの機能性を求める意見が多い。一方で、宿泊施設では耐久性を重視する意見が多い。

一般消費者を中心にデザイン性を求める意見が多い(特に急須)。若者向けのデザインやシンプルなものへの要望も多い。

仕入先が減少していることなどから、販売チャネルの多様化を期待する意見も多い。萬古焼に関する問い合わせやPRを対応する窓口設置への期待もある。

調査対象となった観光地宿泊施設、茶販売店、飲食店のいずれも萬古焼業界と連携して地元で盛り上げていくことを期待する意見があった。

各業界とも地元産品の使用について積極的な取り組みをしたいとの意向がある。

宿泊施設や飲食店など業者として一般消費者向けに急須や耐熱陶器を使用する場合には、機能、価格、デザインのバランスがとれたコストパフォーマンスの高いものを期待する意見が多い。

萬古焼のイメージとしては、一般消費者、事業者ともに実用品、大衆品という回答が圧倒的に多い。

消費者の生活スタイルの変化にあわせて、萬古焼製品もそうした変化への対応が必要との意見が多い。

飲食店や宿泊施設などでは事業環境が厳しくなる中で、急須や耐熱陶器の購買力が低下しているとの意見があった。

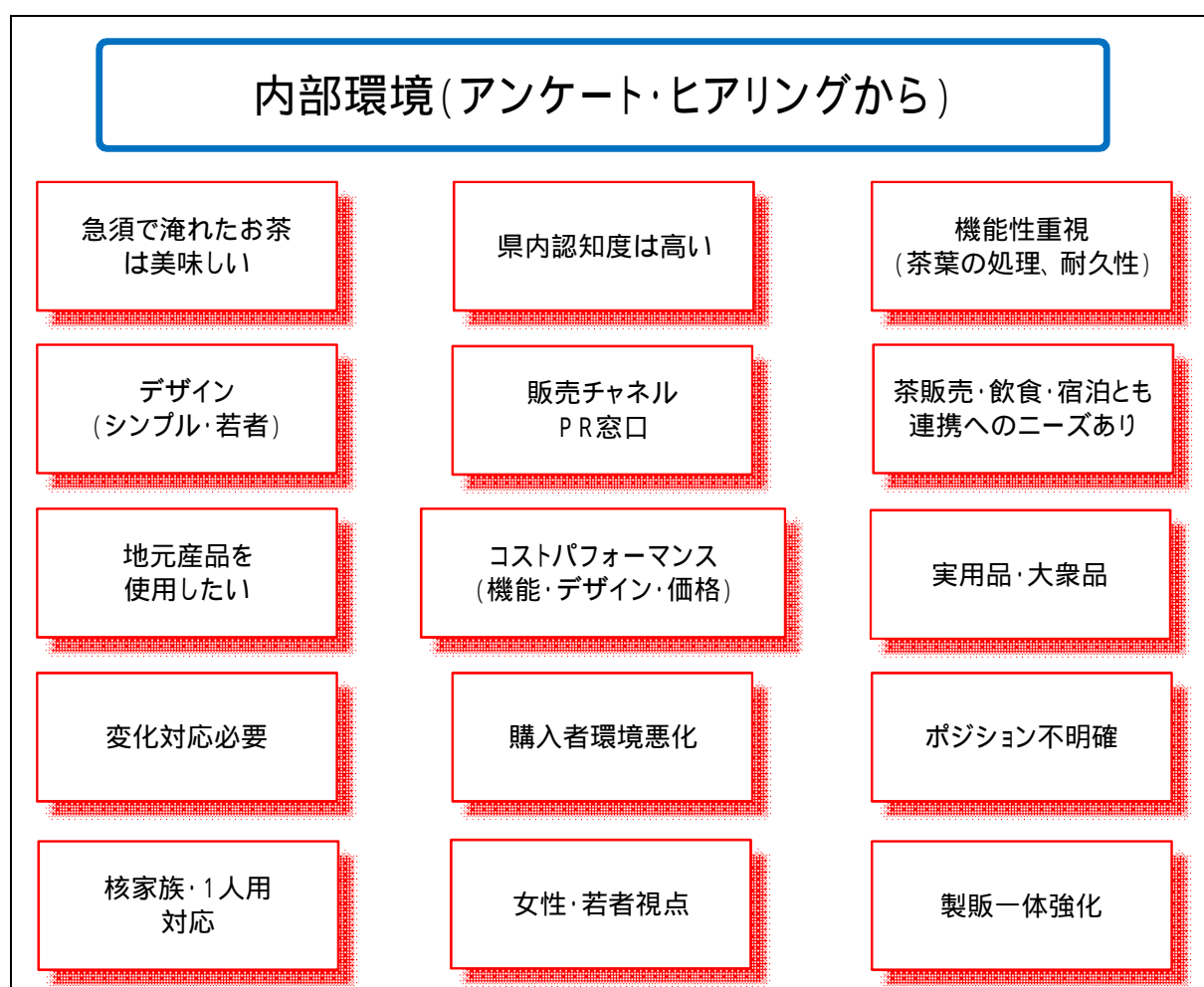
萬古焼について、他の陶磁器製品と比べてどんな特性があり、どんな強み・弱みがあるのか良く分からない。ポジションが不明確であるとの意見があった。

一般消費者、飲食店などからは家族構成の変化を考慮して少人数で使用することを前提とした急須、土鍋等の品揃えを拡充して欲しいとのニーズがある。

事業者からは現在の萬古製品には女性、若者を意識した商品開発がなされておらず、今後はそうした対応を期待する意見が多い。

茶業界では茶業会議所等によって、消費者の声（不満）を生産部門へフィードバックする仕組みがあるが、萬古焼業界ではそうした製造業者と販売業者が一体となって取り組む体制が強化されていないのではないかとの意見があった。

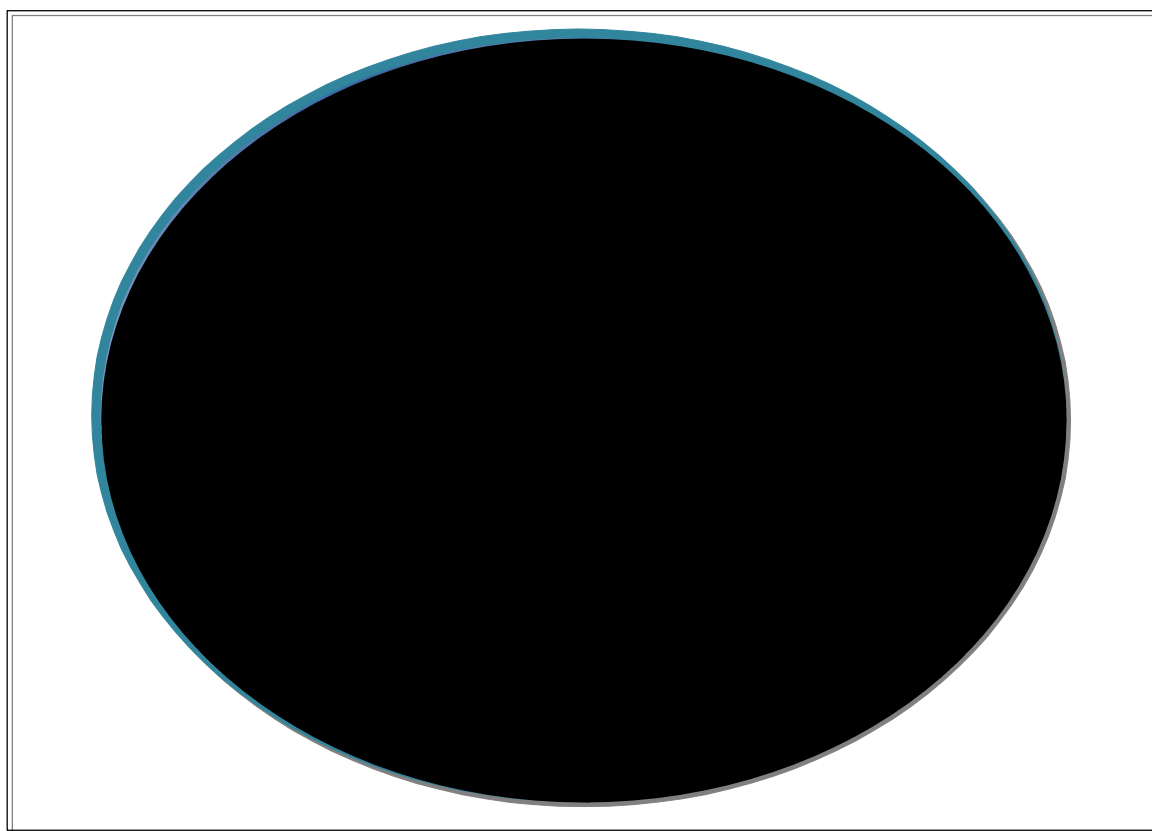
< 内部環境のキーワード >



2. 今後の方向性

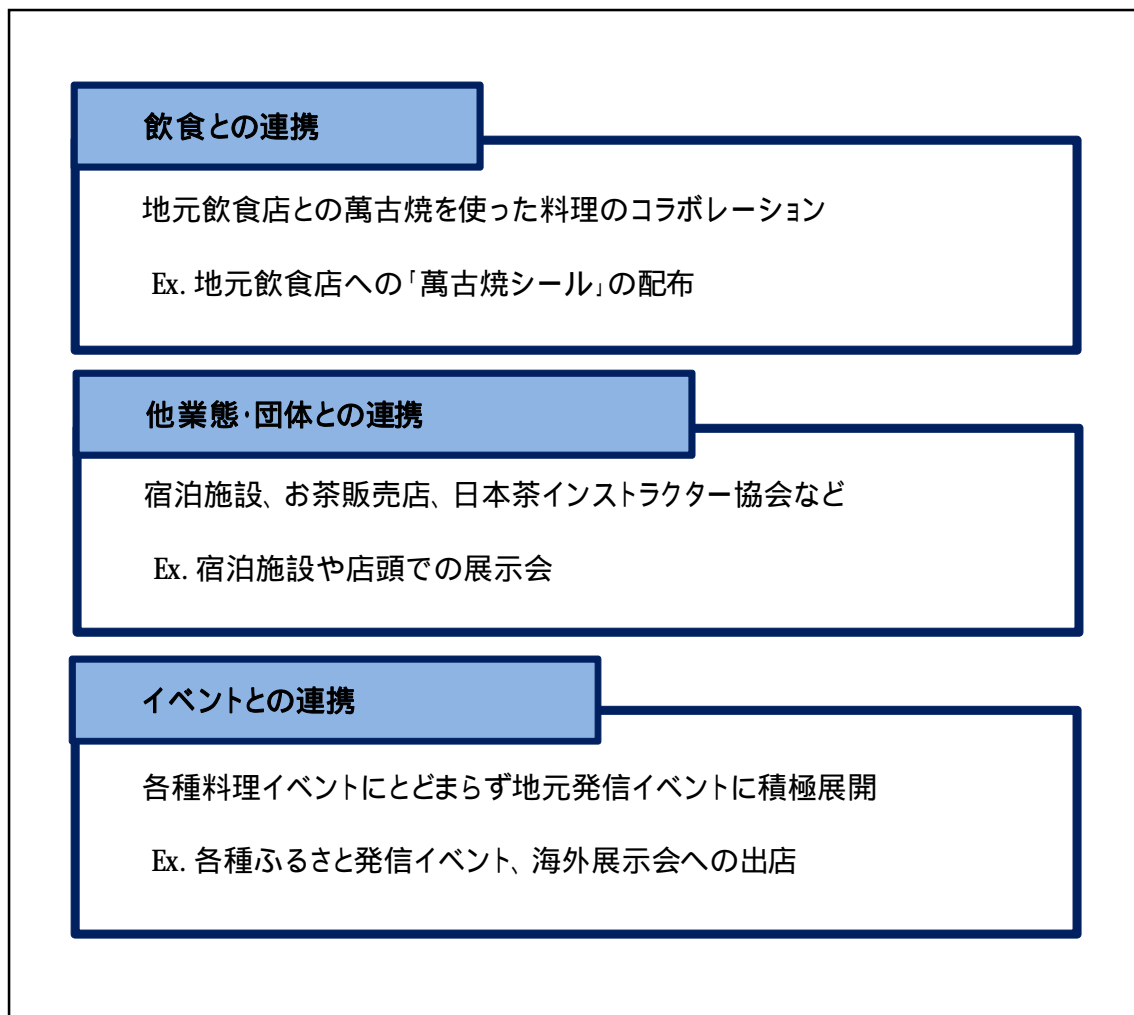
これまでの調査結果に基づき内外環境を整理することで抽出されたキーワードから今後の方向性を検討した結果を以下の通り取り纏める。方向性の中心となるテーマは「連携」「発信」「新機軸」と設定し、それぞれに沿った具体的な活動を検討する。

< 今後の方向性の中心となるテーマ >



(1) 連携

< 連携をキーワードとした方向性 >



飲食との連携

萬古焼製品の中心をなす急須、土鍋がいずれも飲食と密接に関連するものであることを踏まえれば、萬古焼製品の普及に向けては飲食といかにコラボレーションしていくかが重要なポイントとなる。

< 具体的事例 >

地元飲食店と協働した活動として、萬古焼製品を使用している飲食店に対して「萬古焼使っています」というようなシール等を配布し、飲食店の顧客向けへ萬古焼製品を宣伝して貰う。飲食店としては地元産品の使用を顧客にアピールできるメリットもある。

他業態・団体との連携

萬古焼製品と広く関連する業界と連携・協力した展開を進める。関連する業界が地元として密接に協力して活動することでお互いの製品普及に関して相乗効果が期待できる。例えば、地元の旅館・ホテル等の宿泊施設、地元のお茶販売店、日本茶インストラクター協会の三重地区の組織などとの連携が期待できる。

< 具体的事例 >

現状、宿泊施設の売店における萬古焼製品の取り扱いがあまり進んでいないことを踏まえれば、こうした売店での取扱い余地がまだまだ期待できる。

旅館などの売店やロビー等での萬古焼製品の展示発表会やお茶販売店の店頭での萬古急須の展示会開催。

日本茶インストラクター協会とタイアップによる三重地区での各種日本茶イベントでの萬古急須の使用を働きかける。

イベントとの連携

既にB - 1グランプリなどで四日市とんてき、伊勢茶とのコラボレーションを展開しているが、そうした飲食関係でのイベントへの積極的な参加に加え、地元の地場産品としてアピールできるイベントなどへの参加を進める。

< 具体的事例 >

飲食だけに捉われず幅広い地元のイベントへ業界として参加することより萬古産品のアピールを進める。

国内に限定せず、三重県等の地方公共団体が支援する海外展示会等への出品。

(2) 発信

< 発信をキーワードとした方向性 >

名前・特性をアピール

萬古焼の名前と萬古焼の特性(他ブランドに比べて何が違うか)

Ex. イベントと絡めた情報発信、萬古案内人(コンシェルジュ)など

地元での双方向受発信

地元の観光地宿泊施設、飲食店、企業等への発信

Ex. 地元のファンを「萬古サポーターズクラブ」として組織化。優待価格での提供の対価として、萬古焼の魅力発信を依頼

あらゆるチャネルを使った展開

新聞・雑誌・広告・TVなどこれまでのメディアに加え様々なチャネルで展開

Ex. SNS(ソーシャルネットワークサービス)などを活用した共感(いいね! など)

名前・特性をアピール

萬古焼の知名度については、三重県北勢地域では高いものの、三重県の中南勢地域や全国レベルで見れば、まだまだ高いとは言えない。

萬古焼製品のブランド化推進にあたっては、先ず萬古焼という名前の認知度を高めていく必要がある。

また、萬古焼という名前は知っていても、その特性については良く分からず、有田焼や瀬戸焼等の他の産品と比較してもそのブランドポジションが不明確であるという意見も多いことから、萬古焼という名前だけでなく、あわせてその特性をアピールすることで、萬古焼のブランドポジションを確立していくことが重要となる。

< 具体的事例 >

前記のようにイベントへの積極的な展開を進める中で、萬古焼の名称やその特性等についてあわせてアピールしていく。

萬古焼の特性について、分かり易く、かつ、詳しく説明できる人材を「萬古焼コンシェルジェ」として養成し、製品特性のアピールを進めていく。

若者・女性の視点があまり感じられないとの意見もあることから、業界内の若者・女性を活用して、同目線からのアピールにつなげていく。

地元での双方向受発信

地元の宿泊施設、飲食店、企業、公的機関、各種施設へ地場産品として積極的にアピールすることに加え、そうした施設や店舗の情報を萬古業界としても流すことで、相互に情報の受発信を促す。

< 具体的事例 >

地元のファンを「萬古サポーターズクラブ」(仮称)などと組織化して、優待価格での商品提供を行う見返りとして、各人の口コミ、ブログ等を通じて萬古焼の魅力発信を依頼。

地元の官民施設で萬古焼に関する情報発信を依頼する見返りとして、その施設の情報を業界でも発信することで、総合に情報の受発信を進める。

あらゆるチャネルを使った展開

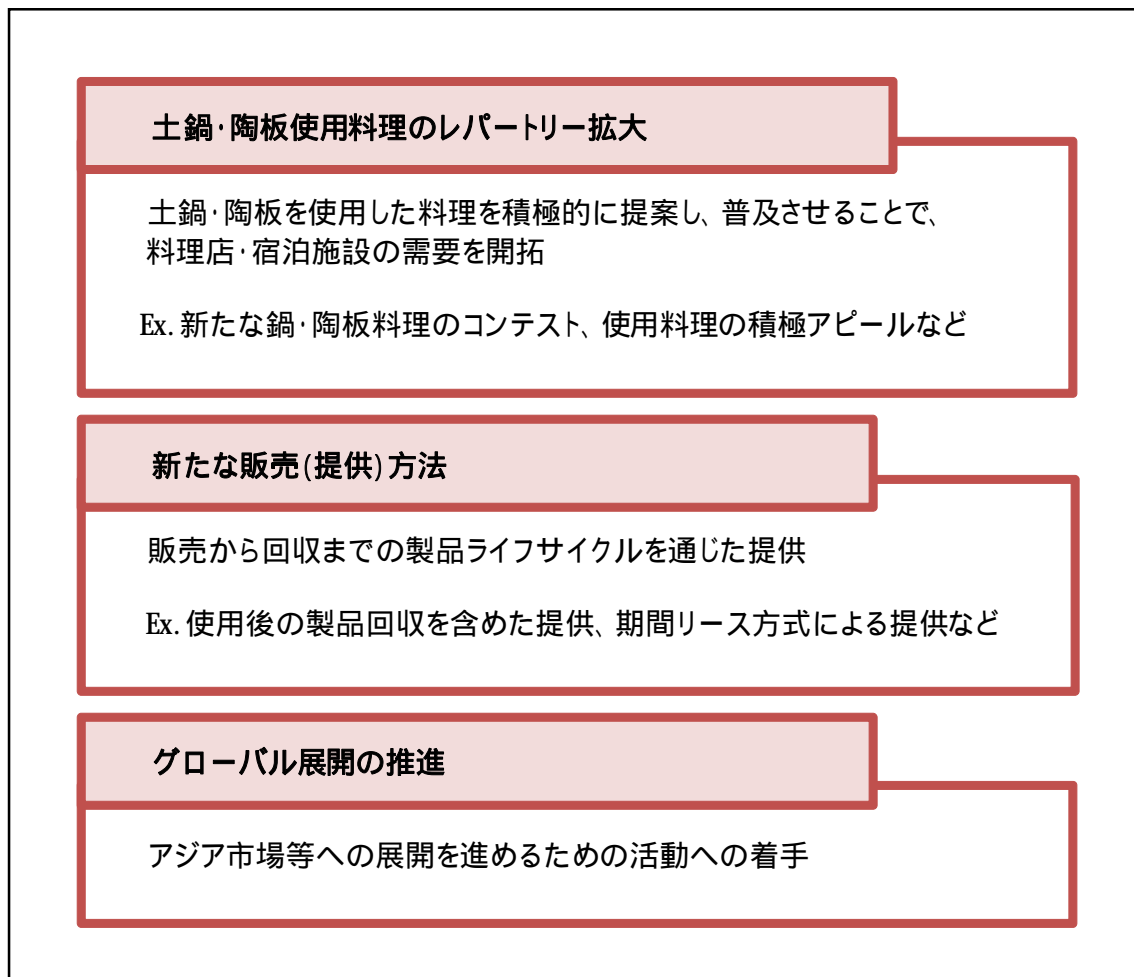
新聞、雑誌、テレビ、ラジオなどの各種メディア媒体を通じた情報発信は引き続き積極的に進めると共に、それ以外のあらゆる広報チャネルの活用、口コミ、SNS等の新しい媒体を通じた情報の浸透を進める。

< 具体的事例 >

従来の不特定多数への一方的な発信メディアだけでなく、フェイスブック、M I X I、ツイッターなどのSNS(ソーシャルネットワークサービス)と呼ばれる草の根的な発信ツールを活用して萬古焼の魅力をアピール。あまり知らない有名人からの宣伝だけでなく、良く知っている人からの共感で深く製品の魅力を訴える。

(3) 新機軸

< 新機軸をキーワードとした方向性 >



土鍋・陶板使用料理のレパートリー拡大

調査結果によれば、宿泊施設、飲食店で耐熱陶器（土鍋・陶板）を使用していない理由として「使用する料理がない」という結果が圧倒的に高い比率となったが、これは裏を返せば使用する料理があれば、耐熱陶器の使用拡大につながるということを示唆している。そこで、業界が主導して土鍋・陶板を使用した料理を積極的に提案し、普及させることで、料理店・宿泊施設の需要を開拓すると共に、一般家庭への使用にも弾みをつける。

< 具体的事例 >

土鍋や陶板を使用した新しい料理のコンテスト等を実施して、新しい料理の開

発と消費者へのアピール。

萬古焼の土鍋・陶板を使った料理のグランプリを決める大会の実施により、参加料理店へ集客と幅広い層への訴求。

新たな販売（提供）方法

萬古焼製品の普及を考える場合に、従来のように顧客に販売（売り切り）するという視点に捉われず、顧客への使用機会を提供するという視点を取り入れる。売ったら終わりという視点から、顧客の使用終了まで回収という形で関与することで、入口から出口までのサービスを目指す。

< 具体的事例 >

使用しなくなった陶器等の処分に困っている飲食店や、季節毎に陶器等を変えたい飲食店のニーズにあわせて、業者と飲食店間で年間リース契約を結び、期間中に一定量までの陶器等を提供し、交換する方式を導入。

パーティー等で紙やプラスチックなどの消耗品の食器等を使用する団体に対して、環境配慮の観点から陶器製の食器レンタルを開始。エコの視点からの陶器製品をアピールすると共に、これを契機とした家庭での使用に結び付ける。

グローバル展開の推進

人口減少や国内飲食店、宿泊施設等の購買力の低下が進むなかで、新たな需要先として拡大するアジアニーズを捉える。急須では最大の競合先ともいえる常滑焼が中国で急須の販路拡大を進めており、萬古焼業界としてもこうしたニーズへの対応が求められる。

< 具体的事例 >

まずは海外展示会等で先方の市場ニーズ等を探ると共に業界としてパイロット的な取組みを検討。

3. 結びとして

～今後の方向性に沿った活動を遂行するために～

本報告書の結びとして、前記の方向性に沿った活動を円滑に遂行するために重要となる点について以下の3点を挙げる。

(1) 体制の充実

今後の方向性で示した取組みを遂行するためには、まずは活動を支えるべき業界全体の一体化が求められる。製造部門と販売部門が相互に情報をフィードバックして情報の有効活用を図ることなどが必要となる。

対外的な窓口機能の強化とリーダー的役割を担う人材の育成、女性や若者の視点を反映させるための組織的な整備を行う。

(2) 地域の視点

地場産品として情報を発信していくために、関連する業界・団体と地域を切り口としたまとまりや協力が必要となる。地域一体となって新たな展開を進めていくための気運を醸成していくことが重要となる。

(3) 継続することの重要性

連携、発信、新機軸といった取組みを一過性のもの、イベント的なものに終わらせないために、当初は効果が薄い場合でもその中身を検証したうえで、必要な場合には継続・反復した取組みを行う。本当に効果のある対象に情報を伝えるためには、製品の完成に匹敵するような労力が求められるとの意識を持って、あきらめずに地道な情報発信やイベントへの取組が必要となる。

< 参考資料 (アンケート調査票) >

1 . 一般消費者対象調査

お茶の試飲アンケート

以下の項目について該当する回答を でお囲みください。

性別	男性	女性		
年齢	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代
	50歳代	60歳代	70歳以上	
お住まい	三重県内	(市・町)
	三重県外	(都道府県)

1 . どの急須で入れたお茶がもっとも強く感じましたか？

- | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-------|
| (1) 美味しさ | 萬古焼 | ガラス | アルミ | どれも同じ |
| (2) 甘味・旨味 | 萬古焼 | ガラス | アルミ | どれも同じ |
| (3) 渋味・苦味 | 萬古焼 | ガラス | アルミ | どれも同じ |

2 . あなたは萬古焼 (ばんこやき) を知っていますか？

知っている 聞いたことはある 知らない

3 . 萬古焼にどのようなイメージをお持ちですか？

~ 裏面に続きます ~

急須と土鍋に関するアンケート

. 急須について

1. あなたは普段よくお茶を飲みますか？

よく飲む

たまに飲む

ほとんど飲まない

2. 家庭でお茶を飲む際に急須をよく使いますか？

よく使う

たまに使う

ほとんど使わない

3. 急須で改良すべき点はありますか？（複数回答可）

茶葉を捨てやすくする
（洗いやすくする）

注ぎ口のお茶垂をなくす
（切れをよくする）

収納をしやすくする

軽くする

割れにくくする
（欠けにくくする）

デザインを良くする

電子レンジOKにする

その他（ ）

4. 萬古焼の主要な産品に急須があることをご存知ですか？

知っている

聞いたことはある

知らない

5. こんな急須があつたらいいというご意見がありましたらご自由にお書きください。

. 土鍋について

1. あなたは家庭で土鍋（直火OKの陶磁器）をよく使いますか？

よく使う

たまに使う

ほとんど使わない

2. どのようなタイプの土鍋をお持ちですか？（複数回答可）

水炊き（ちゃんこ）用鍋

ごはん鍋

蒸し鍋

タジン鍋

I H（電磁調理器）対応鍋

陶板（焼き肉用など）

その他（ ）

3. 萬古焼の主要な産品に土鍋があることを知っていましたか？

知っている

聞いたことはある

知らない

4. こんな土鍋があつたらいいというご意見がありましたらご自由にお書きください。

～アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。～

2. 事業者対象調査

(1) 宿泊施設向け

宿泊施設様向け

ばんこやき
『萬古焼ブランド化推進に係る消費者調査』アンケート

1. 本アンケート調査は、三重県工業研究所窯業研究室が「萬古焼ブランド化推進に係る調査業務」の一環として、(株)三重銀総研に委託して実施するものです。
2. 本アンケート調査は、三重県内の観光地に所在する宿泊施設等を対象として、ご協力を依頼しています。
3. ご回答内容に関して、個々の事業所名や記入者名を公表することは一切ございません。また、本調査事業以外の目的で使用することもございません。なお、必要な場合にはご連絡の上、内容のご確認をさせていただく場合がございます。
4. ご回答は、本アンケート調査票の回答欄に直接ご記入ください。
具体的には、各設問に対して、該当する選択肢の番号に 印をつけていただき、その他の欄と自由記入欄はお手数ですがご記入くださいますよう、お願い申し上げます。
5. ご記入いただきましたアンケート調査票については、同封の返信用封筒に封入の上、2月10日(金) までに郵便ポストへご投函ください。なお、切手は不要です。

お問合せ先

本調査の趣旨等について
三重県工業研究所窯業研究室 (担当: 林、水野)
TEL: 059-331-2381 FAX: 059-331-7223 E-mail: mie_cera@pref.mie.jp

アンケート票の内容、記入方法について
(株)三重銀総研 調査部 (担当: 先浦、別府)
TEL: 059-354-7102 FAX: 059-351-7066 E-mail: mir@miebank.co.jp

事業所名			
所在地	〒 - 三重県		
客室数	室	従業員数	人
形態	1. 旅館 2. ホテル 3. 民宿 4. その他 ()		
アンケート ご回答者様	ご所属:		
	ご役職:		お名前:
電話番号	() -	FAX番号	() -
メールアドレス	@		

急須(土瓶)のご使用について

問 - 1. 貴施設では、急須(土瓶)をご使用ですか？

使用している
(問 - 2 ~ 6 △)

使用していない
(問 - 7 ~ 8 △)

問 - 2. その使用場所はどちらですか？【複数回答可】

客室 食事会場 喫茶・ラウンジ その他 ()

問 - 3. 急須(土瓶)の素材は何ですか？【複数回答可】

陶器 磁器 金属(アルミ等) ガラス その他 ()

問 - 4. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2~3人用 4~5人用 それ以上

問 - 5. 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味(おいしさ) デザイン その他 ()

問 - 6. どのようなブランド(産地)ですか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他 () 不明

問 - 7. (使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

宿泊客が使わない 洗浄が手間 用意が手間 割れやすい
ティーバッグで提供 自販機がある IHサークルがある
その他 ()

問 - 8. (使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

検討している 要望があれば検討する 予定はない

耐熱陶器（土鍋・陶板）のご使用について

A. 土鍋（フタのある耐熱陶器）について

問 - A - 1. 貴施設では、土鍋をご使用ですか？

使用している (問 - A - 2 ~ 5, 8, 9△) 使用していない (問 - A - 6 ~ 9△)

問 - A - 2. 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

水炊き用鍋 ごはん鍋 蒸し鍋 タジン鍋
IH対応鍋 その他 ()

問 - A - 3. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2～3人用 4～5人用

問 - A - 4. 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味（おいしさ） デザイン その他 ()

問 - A - 5. どのようなブランド（産地）ですか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他 () 不明
< 問 - A - 8, 9△ >

問 - A - 6. (使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

使用する料理がない 用意が手間 割れやすい 重い
金属製を使用 IH調理器で使えない その他 ()

問 - A - 7. (使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

検討している 要望があれば検討する 予定はない

問 - A - 8. 料理に映える土鍋の色にはどのようなものがありますか？

外側（ふたを含む） 色 内側 色

問 - A - 9. 今後、IH（電磁）調理器の使用を検討していますか？

既に使用している 検討している IH対応の土鍋があれば検討したい
検討していない わからない

B. 陶板（フタのない耐熱陶器）について

問 - B - 1. 貴施設では、陶板をご使用ですか？

使用している
(問 - B - 2 ~ 5, 8△)

使用していない
(問 - B - 6 ~ 8△)

問 - B - 2. 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

焼肉用

魚貝焼用

野菜焼用

豆腐ステーキ用

その他 ()

問 - B - 3. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用

2～3人用

4～5人用

問 - B - 4. 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

品質

耐久性

機能性

価格

味(おいしさ)

デザイン

その他 ()

問 - B - 5. どのようなブランド(産地)ですか？【複数回答可】

萬古焼

伊賀焼

常滑焼

瀬戸焼

美濃焼

信楽焼

有田焼

その他 ()

不明

< 問 - B - 8△ >

問 - B - 6. (使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

使用する料理がない

用意が手間

割れやすい

重い

金属製を使用

IH調理器で使えない

その他 ()

問 - B - 7. (使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

検討している

要望があれば検討する

予定はない

問 - B - 8. 料理に映える陶板の色にはどのようなものがありますか？

色

．売店での販売について

問 - 1. 売店で急須(土瓶)を販売していますか？

販売している

販売していない

問 - 2. 売店で耐熱陶器(土鍋・陶板)を販売していますか？

販売している

販売していない

．宿泊客の反応について

問 - 1. 急須(土瓶)に対する宿泊客の反応はどのようなものですか？

好評

普通

不評

分からない

使っていない

問 - 2. 耐熱陶器(土鍋・陶板)に対する宿泊客の反応はどのようなものですか？

好評

普通

不評

分からない

使っていない

．今後の改良を希望する点について

問 - 1. 急須(土瓶)について、どんな改良を希望しますか？【複数回答可】

茶葉を捨てやすくする

注ぎ口のお茶垂をなくす

収納しやすくする

軽くする

割れにくくする

デザインをよくする

電子レンジOKにする

その他()

問 - 2. 耐熱陶器(土鍋・陶板)について、どんな改良を希望しますか？【複数回答可】

軽くする

割れにくくする

汚れにくくする

デザインをよくする

IH対応にする

収納しやすくする

その他()

・ 萬古焼の認知度について

問 - 1. 萬古焼をご存知ですか？

知っている

聞いたことはある

知らない

問 - 2. 好きな急須(土瓶)のブランド(産地)は何ですか？【3つまで回答可】

萬古焼

伊賀焼

常滑焼

瀬戸焼

美濃焼

信楽焼

有田焼

その他()

特になし

問 - 3. 好きな耐熱陶器(土鍋・陶板)のブランド(産地)は何ですか？【3つまで回答可】

萬古焼

伊賀焼

常滑焼

瀬戸焼

美濃焼

信楽焼

有田焼

その他()

特になし

・ 萬古焼のイメージについて

問 - 1. 萬古焼のイメージはどのようなものですか？【3つまで回答可】

実用的

装飾的

高級品

大衆品

丈夫

割れやすい

使いやすい

使いにくい

素朴

先進的

特になし

その他()

問 - 2. 萬古焼から産地である四日市を連想しますか？

連想する

連想しない

・ 萬古焼に対するご意見やご要望があればご記載ください

～ アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。～

(2) 茶販売店向け

茶販売店様向け

ばんこやき
『萬古焼ブランド化推進に係る消費者調査』アンケート

1. 本アンケート調査は、三重県工業研究所窯業研究室が「萬古焼ブランド化推進に係る調査業務」の一環として、(株)三重銀総研に委託して実施するものです。
2. 本アンケート調査は、三重県内外の茶販売店等を対象として、ご協力を依頼しています。
3. ご回答内容に関して、個々の事業所名や記入者名を公表することは一切ございません。また、本調査事業以外の目的で使用することもございません。なお、必要な場合にはご連絡の上、内容のご確認をさせていただく場合がございます。
4. ご回答は、本アンケート調査票の回答欄に直接ご記入ください。
具体的には、各設問に対して、該当する選択肢の番号に 印をつけていただき、その他の欄と自由記入欄はお手数ですがご記入くださいますよう、お願い申し上げます。
5. ご記入いただきましたアンケート調査票については、同封の返信用封筒に封入の上、2月10日(金) までに郵便ポストへご投函ください。なお、切手は不要です。

お問合せ先

本調査の趣旨等について
三重県工業研究所窯業研究室 (担当: 林、水野)
TEL: 059-331-2381 FAX: 059-331-7223 E-mail: mie_cera@pref.mie.jp
アンケート票の内容、記入方法について
(株)三重銀総研 調査部 (担当: 先浦、別府)
TEL: 059-354-7102 FAX: 059-351-7066 E-mail: mir@miebank.co.jp

店名			
所在地	〒 -		
従業員数	人		
アンケート ご回答者様	ご役職:	お名前:	
電話番号	() -	FAX番号	() -
メールアドレス	@		

急須のお取り扱いについて

A. 販売について

問 - A - 1. 貴店では、急須を販売されていますか？

販売している
(問 - A - 2 - 7△)

販売していない
(問 - A - 8 - 9△)

問 - A - 2. どのような素材のものを販売していますか？【複数回答可】

陶器 磁器 金属（アルミ等） ガラス その他（ ）

問 - A - 3. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2～3人用 4～5人用 それ以上

問 - A - 4. 販売する急須で重視する点は何ですか？【3つまで回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味（おいしさ） デザイン その他（ ）

問 - A - 5. どのようなブランド(産地)を販売していますか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他（ ） 不明

問 - A - 6. 売上に占める急須の割合はどのくらいですか？

5割以上 3割程度 1割未満

問 - A - 7. 3年前と比べて急須の売上状況はどうですか？

増加傾向 変化なし 減少傾向

問 - A - 8. (販売していない場合)その理由は何ですか？

売れない 要望がない 仕入が難しい
茶葉以外の販売はしていない その他（ ）

問 - A - 9. (販売していない場合)今後販売する予定はありますか？

検討している 要望があれば検討する 予定はない

B. 試飲提供について

問 - B - 1. 貴店では、店内(店頭)で試飲提供を行っていますか？

行っている
(問 - B - 2△)

行っていない
(問 - C - 1△)

問 - B - 2. 急須を使用していますか？

使用している
(問 - B - 3～6△)

使用していない
(問 - C - 1△)

問 - B - 3. どのような素材ですか？【複数回答可】

陶器 磁器 金属(アルミ等) ガラス その他()

問 - B - 4. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2～3人用 4～5人用 それ以上

問 - B - 5. 使用する急須で重視する点は何ですか？【3つまで回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味(おいしさ) デザイン その他()

問 - B - 6. どのようなブランド(産地)を使用していますか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他() 不明

C. 喫茶・カフェについて

問 - C - 1. 貴店には、喫茶・カフェがありますか？

ある
(問 - C - 2△)

ない
(問 - 1△)

問 - C - 2. 急須を使用していますか？

使用している
(問 - C - 3～6△)

使用していない
(問 - 1△)

問 - C - 3. どのような素材ですか？【複数回答可】

陶器 磁器 金属（アルミ等） ガラス その他（ ）

問 - C - 4. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2～3人用 4～5人用 それ以上

問 - C - 5. 使用する急須で重視する点は何ですか？【3つまで回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味（おいしさ） デザイン その他（ ）

問 - C - 6. どのようなブランド（産地）を使用していますか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他（ ） 不明

．萬古焼の認知度について

問 - 1. 萬古焼をご存知ですか？

知っている

聞いたことはある

知らない

問 - 2. 好きな急須のブランド(産地)は何ですか？【3つまで回答可】

萬古焼

伊賀焼

常滑焼

瀬戸焼

美濃焼

信楽焼

有田焼

その他()

特になし

．萬古焼のイメージについて

問 - 1. 萬古焼のイメージはどのようなものですか？【3つまで回答可】

実用的

装飾的

高級品

大衆品

丈夫

割れやすい

使いやすい

使いにくい

素朴

先進的

特になし

その他()

問 - 2. 萬古焼から産地である四日市を連想しますか？

連想する

連想しない

．萬古焼の急須とその他の急須について比較して下さい。

問 - 1. 萬古急須と異素材(磁器・ガラス・金属)急須のうち、どれが優れていると思いますか？

(1) 美味しさ	萬古急須(陶器)	磁器	ガラス	金属	分からない
(2) イメージ	萬古急須(陶器)	磁器	ガラス	金属	分からない
(3) 使い心地	萬古急須(陶器)	磁器	ガラス	金属	分からない

・茶こしについて

問 - 1. 一番人気のある茶こしの種類は何ですか？

共茶こし
(急須と同じ土素材)

カゴ網
(取り外し可能な茶こし)

急須と一体のステンレス網

その他()

・今後の改良を希望する点について

問 - 1. 急須について、どんな改良を希望しますか？【複数回答可】

茶葉を捨てやすくする

注ぎ口のお茶垂をなくす

収納しやすくする

軽くする

割れにくくする

デザインをよくする

電子レンジOKにする

その他()

・萬古焼に対するご意見やご要望があればご記載ください

～ アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。～

(3) 飲食店向け

飲食店様向け

ばんこやき
『 萬古焼ブランド化推進に係る消費者調査 』アンケート

1. 本アンケート調査は、三重県工業研究所窯業研究室が「萬古焼ブランド化推進に係る調査業務」の一環として、(株)三重銀総研に委託して実施するものです。
2. 本アンケート調査は、三重県内に所在する飲食店等を対象として、ご協力を依頼しています。
3. ご回答内容に関して、個々の事業所名や記入者名を公表することは一切ございません。また、本調査事業以外の目的で使用することもございません。なお、必要な場合にはご連絡の上、内容のご確認をさせていただく場合がございます。
4. ご回答は、本アンケート調査票の回答欄に直接ご記入ください。
具体的には、各設問に対して、該当する選択肢の番号に 印をつけていただき、その他の欄と自由記入欄はお手数ですがご記入くださいますよう、お願い申し上げます。
5. ご記入いただきましたアンケート調査票については、同封の返信用封筒に封入の上、2月10日(金) までに郵便 ポストへご投函ください。なお、切手は不要です。

お問合せ先

本調査の趣旨等について
 三重県工業研究所窯業研究室 (担当: 林、水野)
 TEL: 059-331-2381 FAX: 059-331-7223 E-mail: mie_cera@pref.mie.jp
 アンケート票の内容、記入方法について
 (株)三重銀総研 調査部 (担当: 先浦、別府)
 TEL: 059-354-7102 FAX: 059-351-7066 E-mail: mir@miebank.co.jp

店名			
住所	〒 - 三重県		
収容客数	人	従業員数	人
料理種類	1. 和食 2. 洋食 3. 中華 4. 全般 5. その他 ()		
アンケート ご回答者様	ご役職:		お名前:
電話番号	() -	FAX番号	() -
メールアドレス	@		

・耐熱陶器（土鍋・陶板）のご使用について

A. 土鍋（フタのある耐熱陶器）について

問 - A - 1. 貴店では、土鍋をご使用ですか？

使用している
(問 - A - 2 ~ 5, 8, 9△)

使用していない
(問 - A - 6 ~ 9△)

問 - A - 2. 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

水炊き用鍋 ごはん鍋 蒸し鍋 タジン鍋
IH対応鍋 その他 ()

問 - A - 3. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2～3人用 4～5人用

問 - A - 4. 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味(おいしさ) デザイン その他 ()

問 - A - 5. どのようなブランド(産地)ですか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他 () 不明
< 問 - A - 8, 9△ >

問 - A - 6. (使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

使用する料理がない 用意が手間 割れやすい 重い
金属製を使用 IH調理器で使えない その他 ()

問 - A - 7. (使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

検討している 要望があれば検討する 予定はない

問 - A - 8. 料理に映える土鍋の色にはどのようなものがありますか？

外側(ふたを含む)

色

内側

色

問 - A - 9. 今後、IH(電磁)調理器の使用を検討していますか？

既に使用している 検討している IHに対応する土鍋があれば検討したい
検討していない わからない

B. 陶板（フタのない耐熱陶器）について

問 - B - 1. 貴店では、陶板をご使用ですか？

使用している
(問 - B - 2 - 5 - 8△)

使用していない
(問 - B - 6 - 8△)

問 - B - 2. 用途・種類は何ですか？【複数回答可】

焼肉用 魚貝焼用 野菜焼用
豆腐ステーキ用 その他 ()

問 - B - 3. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用 2～3人用 4～5人用

問 - B - 4. 選んだ理由は何ですか？【複数回答可】

品質 耐久性 機能性 価格
味（おいしさ） デザイン その他 ()

問 - B - 5. どのようなブランド(産地)ですか？【複数回答可】

萬古焼 伊賀焼 常滑焼 瀬戸焼 美濃焼
信楽焼 有田焼 その他 () 不明
< 問 - B - 8△ >

問 - B - 6. (使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

使用する料理がない 用意が手間 割れやすい 重い
金属製を使用 IH調理器で使えない その他 ()

問 - B - 7. (使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

検討している 要望があれば検討する 予定はない

問 - B - 8. 料理に映える陶板の色にはどのようなものがありますか？

色

．オープン料理での耐熱陶器のご使用について

問 - 1. 貴店では、オープン料理に耐熱陶器(土鍋や陶板等)をご使用ですか？

使用している
(問 - 2 ~ 4 △)

使用していない
(問 - 5 ~ 6 △)

問 - 2. その料理は何ですか？【複数回答可】

グラタン ドリア ハンバーグ その他 ()

問 - 3. どのようなサイズですか？【複数回答可】

1人用

2 ~ 3人用

4 ~ 5人用

問 - 4. お客様への提供方法はどのような形ですか？【複数回答可】

耐熱陶器そのままを提供する

キッチンで小分けしてから提供する

食事場所で小分けしてから出す

その他 ()

問 - 5. (使用していない場合)その理由は何ですか？【複数回答可】

使用する料理がない

用意が手間

割れやすい

重い

金属製を使用

その他 ()

問 - 6. (使用していない場合)今後使用する予定はありますか？

検討している

要望があれば検討する

予定はない

．萬古焼の認知度について

問 - 1. 萬古焼をご存知ですか？

知っている

聞いたことはある

知らない

問 - 2. 好きな耐熱陶器(土鍋・陶板)のブランド(産地)は何ですか？【3つまで回答可】

萬古焼

伊賀焼

常滑焼

瀬戸焼

美濃焼

信楽焼

有田焼

その他 ()

特になし

． 萬古焼のイメージについて

問 - 1. 萬古焼のイメージはどのようなものですか？【3つまで回答可】

実用的	装飾的	高級品	大衆品	丈夫
割れやすい	使いやすい	使いにくい	素朴	
先進的	特になし	その他（		）

問 - 2. 萬古焼から産地である四日市を連想しますか？

連想する

連想しない

． 今後の改良を希望する点について

問 - 1. 耐熱陶器（土鍋・陶板）について、どんな改良を希望しますか？【複数回答可】

（1）土鍋

軽くする	割れにくくする	汚れにくくする	デザインをよくする
IH対応にする	収納しやすくする	その他（	）

（2）陶板

軽くする	割れにくくする	汚れにくくする	デザインをよくする
IH対応にする	収納しやすくする	その他（	）

． 萬古焼に対するご意見やご要望があればご記載ください

～ アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。～

萬古焼ブランド化推進に係る 消費者調査業務報告書

平成24年3月発行

発行者	三重県工業研究所 窯業研究室
〒510-0805	三重県四日市市東阿倉川 788
TEL	059-331-2381
FAX	059-331-7223
E-Mail	mie_cera@pref.mie.jp

調査実施機関	株式会社三重銀総研
〒510-0087	三重県四日市市西新地 7 番 8 号