

20. 「地域の国際化」に関わる調査研究

(1) みずなみ焼商品開発及びブランド確立調査事業に関する調査報告書

日本各地の伝統的な地場産品は、後継者難などに加え、安価な商品や高級ブランド品の輸入増加や、取引先の事業所の海外移転などで苦境に直面しているところが多い。そうした状況を打破するために、各産地は国際市場での競争力を高めるための製品開発、デザインの向上等に取り組んでいる。

本件調査は、国際市場で新たな顧客層を獲得することを目的に市場調査を行ったものである。

具体的には、欧米5カ国6都市を選び、各都市の代表的な大型店、専門店で「どのような商品が売れているのか」を調べた。安価な商品、有名な高級ブランド品、一過性の高い季節性商品を除外し、参入を目指す顧客層、用途などのセグメントを明確にしたうえで、売れ筋調査を実施した。調査方法は、店の経営者、店長、売り場主任などへのインタビューを行うことで、売れ筋商品を特定化した。

なお、本事業に関連し、世界最大級の家庭用品の見本市であるフランクフルト・メッセ（2002年2月開催）の会場における出品物（陶磁製品）に関する評判調査を実施した。会場における来場者にインタビューした結果は、『フランクフルト・メッセ会場における評判調査』報告書（2002年3月）としてまとめている。

報告書の公表不可（委託先との契約により、非公開。）

(2) 地域産業活性化に関する調査報告書

長引く地方経済の停滞、高い失業率に加え、少子高齢化の進展、情報化の急速な進展、環境問題への関心の高まり、地方財政の悪化、地域の国際化など外部経済環境の変化を踏まえ、これからの地域産業の活性化に取り組む必要がある。

本件調査は、ある県における地域産業の活性化を進めるために、前述の外部経済環境の変化をふまえ、国際経済交流を軸に取り組むべき課題と方策についてとりまとめたものである。

報告書の公表不可（委託先との契約により、非公開。）