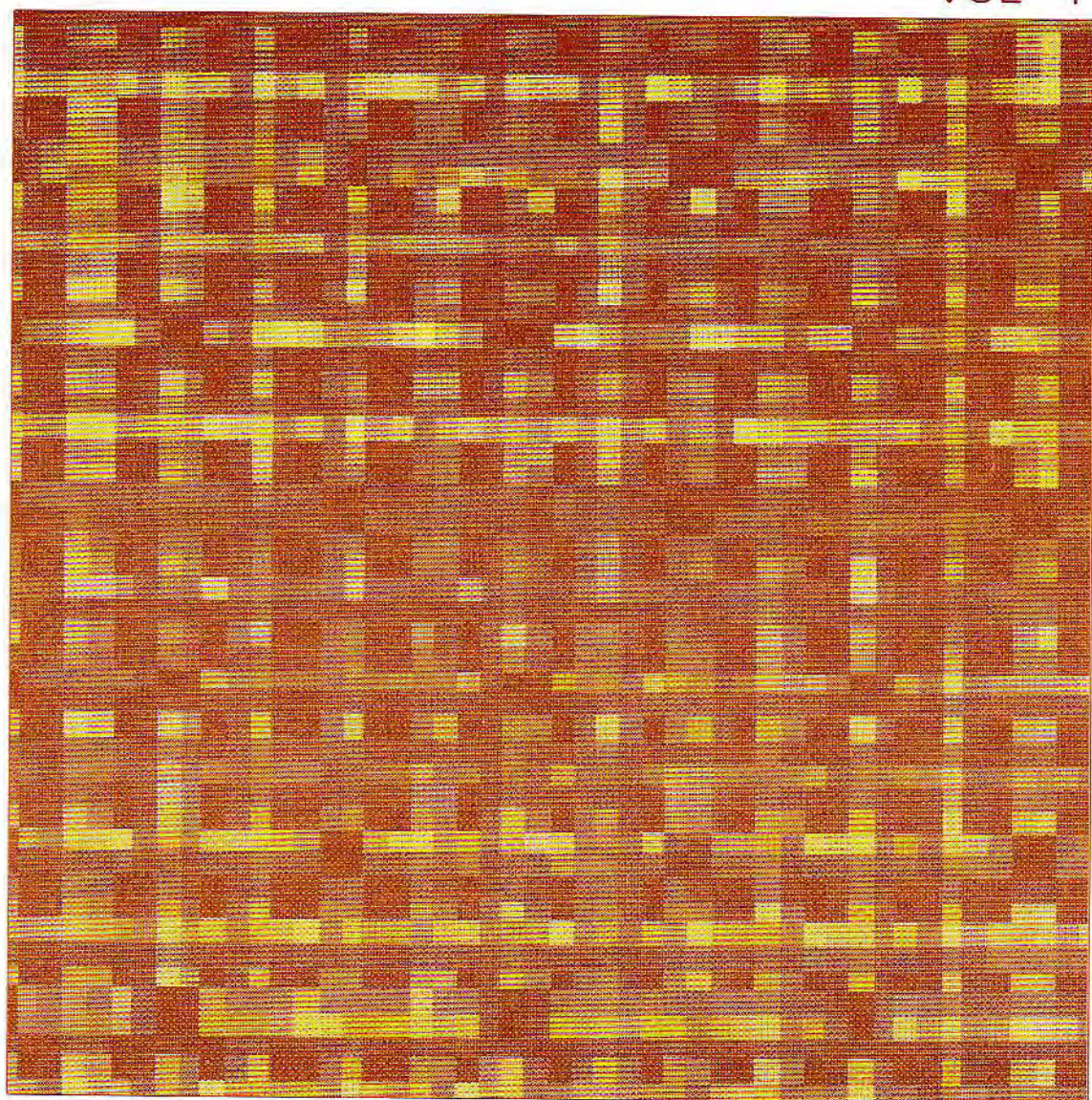


# 陶情報

商品企画・デザイン情報

1990・2  
VOL・1





# 発行にあたって

滋賀県立信楽窯業試験場

場長 田村 重明



最近は輸出の拡大により、外貨準備高が増加し、円高傾向が続いて来たにもかかわらず、輸出の抑制がむずかしくなって輸入の拡大と国内消費を活性化させる方策がとられています。従来から陶磁器産業は、名古屋東濃地区を中心に輸出拡大を軸に伸展して来ましたが、陶磁器は製造過程で、人手の必要な合理化しにくい面があり、今、輸出型の企業は大変苦戦しています。

信楽の陶器業界は、以前から輸出が殆んどなく、内需中心の生産であったため、現在まで比較的安定した成長を続けて来ました。しかし、国をあげての内需拡大策により、輸出型の企業も、一品種大量生産型から、多品種少量型に切替え国内市場に参入してしてきました。加えて、海外からの追上げも厳しく、タイル部門で韓国が、ノベリティ部門で台湾が、食器部門で香港、中国が進出して来たので、国内市場での販売競争が大変酷くなっています。

そうした中で、商品動向を眺めると、一部でかなりの金余り現象が伝えられるように、一般の消費市場は、個性化、高級化が一段と進んで、多品種化、高品質化へつながるとともに、一方、日常の消費材は、機能的で安価なものを求める実質的な購買につながり、完全に二極分化しているように見えます。

又、社会的にとらえてみますと、独身貴族、ダブルインカム、フリーター、カウチポテト族、渋谷族、ゆとりスト、おたく族等と色々な傾向の人種が登場しています。そして、その傾向が多様化し、細分化して、従来のようにある一定の尺度で大掴み出来なくなっています。それ故、目的にあわせて、特定のユーザーを小衆とか、分衆としてとらえねばならなくなっています。

このような状況の中で、自分に必要なユーザーニーズを、どうとらえ、どう対応して行けばいいのか、大変とまどいます。しかし、現在は情報化社会です。多種多様な情報が氾濫していますから、それらの情報をどう読みとるか、そのとらえ方次第で、方向性や問題解釈の糸口が掴めるのではないのでしょうか。

そこで、当场でも、多くの情報の中から、私たちに考えて役立つと思う、商品企画やデザイン情報をとり上げ、皆様方のご参考にして頂こうと、ここに《陶情報》を発刊することになりました。少しでも皆様方のお役に立てば幸いです。

---

## CONTENTS

- 平成元年ヒット番付 ..... 3
- 平成元年ヒット商品の特色 ..... 4
- '90年代新商品開発戦略 ..... 5
- '90年代のライフスタイル ..... 6
- ニュービジネス(NB)産業 ..... 7・8



東			西		
横綱	イタリアンファッション	イタリア輸入衣料 ジョルジョアルマ ーニ	横綱	1 円 玉 (大蔵省)	消費税実施に伴い 主役の座につく
横綱	トマト銀行	新C1が成功、 OLに人気、 支店に殺到!			
大関	「吉本ばなな」 の本	5冊の小説が合計 450万部を突破	大関	ハンディカム55 (ソニー)	超小型軽量のカメラ 一体型ビデオ
関脇	リゲイン…三共	栄養ドリンク	関脇	デューダ (学生援護会)	就職情報誌、東京 でリクルート社誌 を抜く
小结	米西海岸パック 旅行(JTB)	3泊5日98,000円 格安海外ツアー	小结	脱フロン商品	環境問題に対応し 各社ノンフロン商 品投入
前頭	超高級国産車	シーマ、セルシオ、 インフィニティ等	前頭	ティファニー (三越)	宝飾品のブームに 乗る100億(+60%)
同	カラオケボックス	全国推定 12,000室を越す	同	ダイナブック (東芝)	3.5インチ FRP内蔵世界最 小パソコン
同	ユーノスロード スター	国産初の 本格的オープン スポーツカー	同	はちみつレモン	健康志向に乗る、 120種の類似品も
同	マイカル本牧 (ニチイ)	アメニティー型 ショッピング センター	同	東急文化村	大ホールを中心に 人気、渋谷を若者 から大人へ
同	客船クルーズ	商船三井、 日本郵船等 大手海運参入	同	長距離深夜バス	鉄道より低価格で 人気上昇 約70社で競争激化
同	テトリス	ソ連の学者が開発 したファミコンソ フト	同	J-WAVE (FMジャパン)	ヤング向け音楽専 用局首都圏聴取率 41%
同	清潔美人 (東京ブラウス)	抗菌、防臭加工素 材のブラウス	同	コードレス 留守番電話	昨年のコードレス に留守番機能がつ く
同	ゲームボーイ (任天堂)	携帯用液晶ゲーム 機ポケットファミ コン	同	フラワーロック (タカラ)	花が音楽に合わせて クネクネ踊る。 大人に人気
同	千 利 休	松竹系「利休」 東宝系「千利休」 大ヒット!	同	レザー衣料	前年比2倍の輸入 量スエードが主体
同	ベビーシッター	女性の社会進出に より需要が急増	同	プリペイドカード	消費税がらみで本 格的導入の時代へ
同	U・W・F	63年設立プロレス 団体、 真剣勝負で人気	同	バリーグ	上位3強の接戦が 最後まで続き、人 気急上昇
同	ダナ・キャラン	NYの人気デザイ ナー、キャリア女 性にうける	同	フロ表参道 (仏料理店)	スカイラークの新 規戦略、リーズナ ブル価格

# 平成元年ヒット商品番付

資料 || 日本経済新聞社

●●●●●  
殊異能闘  
念題能闘  
賞賞賞賞賞  
∴∴∴∴∴  
一川小い美  
林嶋林か空  
の紀天ひ  
か子茂バ  
けさん・ド  
そん・カ  
そば・カ  
・ベラ・吉  
・中国リ野  
旅行ヒケ  
のズ里  
壁のズ遺  
跡士  
井  
た  
か  
子  
氏

## ◎平成元年ヒット商品の特色

1. 本格志向 …… ハンディカム55、ビッグミニ、ブック型パソコン
2. 本特志向 …… はちみつレモン、レザーファッション、カシミア製品、朝シャンタオル、マウンテンバイク
3. 元年物 …… コンベンション元年：幕張メッセ  
クルージング元年：豪華客船



- レジャー関連商品 ～ ハンディカム55、ビッグミニ、ゲームボーイ
- 情報関連商品 ～ ブック型パソコン、留守番コードレス電話機
- 女性向け商品 ～ 香りつきパンスト、朝シャンタオル、はちみつレモン、機能性飲料、靴工房
- 快適清潔志向商品 ～ 朝シャンタオル、入浴剤
- パーソナル志向 ～ レジャー（旅）、情報機器（AV）
- ストレス解消商品 ～ フラワーロック、入浴剤、スポンジ耳栓

## ◎分類

食	<ul style="list-style-type: none"> <li>○はちみつレモン</li> <li>○機能性飲料（ファイブミニ 他）</li> <li>シリアル食品（フレークフード）</li> </ul>	余	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ハンディカム55</li> <li>ビッグミニ（コニカ）</li> <li>CLD-100（マルチディスク）</li> <li>○フラワーロック</li> </ul>
衣	<ul style="list-style-type: none"> <li>レザーファッション</li> <li>カシミア製品</li> <li>香りつきパンスト</li> <li>靴工房（ダスキン）</li> </ul>	暇	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ゲームボーイ</li> <li>スポンジ耳栓</li> <li>ブック型パソコン</li> <li>留守番コードレス電話機</li> </ul>
住・車	<ul style="list-style-type: none"> <li>○朝シャンタオル</li> <li>○入浴剤（日本の名湯）</li> <li>ダニ取りふとん乾燥機（50℃熱風）</li> <li>○マウンテンバイク</li> <li>ユーノスロードスター</li> </ul>	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>○幕張メッセ</li> <li>マイカル本牧（ニチイ）</li> <li>クルージング</li> <li>○プリペイドカード</li> <li>伝言サービス</li> </ul>

## ◎傾向

衣・食・住の分野では、これまでの高級志向からより本物志向に入った商品が求められ、週休二日制の充実による時間的ゆとりから、レジャー、余暇関連商品も益々人気が出てきている。そして、健康管理面からストレス解消商品もクローズアップされて来た。



## ◎' 90年代新商品開発戦略

日本の内外で '90年代にどのような商品が生まれ、研究開発がどのような形で進むか……。今後、5年以内に開発されると見込まれるものは？



1. 核融合と宇宙環境利用技術
2. 衛星利用ビジネス関連製品
3. 水素エネルギーの実用化
4. 海上都市・空港
5. 光発電システム
6. 石炭ガス化複合発電技術
7. 燃料電池の開発
8. 特殊ロボット
9. 燐酸型燃料電池
10. 都市ガス利用自動車
11. 常温超電導材
12. 超電導応用製品
13. 超高速船
14. リニア鉄道
15. 気相合成ダイヤモンド
16. 超小型携帯電話
17. 光磁気ディスク製品
18. 高品位テレビの普及
19. 電子カメラ
20. 広帯域 I SDN 機器
21. 壁掛けテレビ
22. 大型フラットディスプレイ
23. 超高性能パソコン
24. 音声ワード・プロセッサー
25. 大容量 I D カード (デジタル)
26. 全カラー・ファクシミリ
27. 200V 化関連機器
28. 自動操縦自動車

29. 自動車用安全操縦システム
30. 自動車電話
31. 低公害ディーゼルエンジン
32. 高密度光通信用半導体レーザー
33. 高効率太陽電池
34. 超音速機
35. スーパー I C カード
36. 機能性食品
37. 高性能エンジニアリングプラスチック
38. ハイブリッド米
39. フロン代替溶剤
40. 新制ガン剤
41. ガン治療薬
42. 脳疾患、糖尿病治療薬
43. 抗エイズ剤、抗シワ剤
44. 発毛剤、痴呆治療薬
45. 非 A 非 B 型肝炎ワクチン
46. 牛成長ホルモン
47. 耐病性植物
48. 新建設素材・TPA
49. 新規炭素繊維複合材
50. 人工農場
51. ハイテク衣料
52. 高性能自動翻訳機



業種を問わず、エレクトロニクスからライフサイエンスまで、大型商品（技術）の開発がなされ、その多くが日本企業の手で行なわれる可能性が高い。制ガン剤、エイズ治療薬、痴呆症薬などの新薬登場。

地球環境面では、CO<sub>2</sub> 固定化、プラスチック分解、新エネルギーの開発が行なわれる。

## ◎'90年代のライフスタイル

### ■'90年代のキーワード

- 仕事も遊びも生活のすべてを“楽しむ能力”を磨く時代
- 生活が一段と広がりを見せ、自分の人生自体を大きくしようと願う時代
- 一芸に秀いでた個人が楽しみ合うプロの時代 ～ 一億総プロ時代
- ぜいたくは敵どころか素敵の時代

### ■'90年代の消費者像 ～ モノより自分に投資 ～

#### 1. 自己表現消費志向

- 絵画、美術、骨とう品
- リゾートクラブ会員券
- ホームバンキング
- ホームリザベーション
- テレビ電話

#### 2. 自分財高度化志向

- スポーツクラブ会員券
- ホームセキュリティ
- ナビゲーションシステム  
(安全探縦)

#### 3. ゆとり志向

- 草月流家元教室
- 豪華客船クルージング
- JR北斗星

### ■再び時代の主役 ～団塊の世代の復権

経済成長など、大きな目標を掲げて社会を引っ張って来た戦前、戦中派に代わり、この世代は地域社会で、企業の中で中枢になりつつある。

経済的にも力を蓄えた40才前後の消費者は、日本の突出した経済発展に対する国際的批判などを冷静に受け止めつつ、おしゃれに目を向け、自分の健康や、楽しみを充実させる生活様式をつくり始めている。



#### ホームリゾート時代の訪れ …… 個人の快適生活志向

- |            |                 |
|------------|-----------------|
| ○ どぶネズミルック | ▶ イタリアンデザインスーツ  |
| ○ 赤ちょうちん   | ▶ 大型冷蔵庫のブランドビール |
| ○ マージャン    | ▶ 大型AVによる映像と音楽  |

※ 団塊世代人口      40才 ～ 42才 … 710万人  
                            39才 ～ 43才 … 1100～1200万人



## ●ニュービジネス（NB）産業

経済の国際化、情報化、ソフト化企業を巡る環境の変化、生活面でのゆとり、労働時間短縮による余暇の増大、高令化といった個人、社会生活の変化がニュービジネス産業を発展加速させることとなる。

「ゆとり」、「人手不足」、「高令化」、これらのキーワードのもとに90年代に脚光を浴びそうなニュービジネスは次の様なものが考えられる。

	ビジネス名	サービス内容
個人向けサービス	出会いサービス	旅行や囲碁、将棋などの相手を紹介し、あっせんする
	ハウスクリーニング	家や部屋、自動車などの清掃を出張サービスする
	ホームヘルプサービス	総菜、日用品など、生活必需品の買物を代行サービスする
	新宅配サービス	出前専門のピザパイ屋、高級料理、生鮮食品の出前サービス
	ヘルスクラブ&エステサロン	スポーツやプールなどの施設をもち、健康管理を図る
	ストレス解消ビジネス	環境映像、音楽や特別療法などでストレスを和らげる
	シルバー向けサービス	介護派遣ビジネス、介護用品レンタル、高令者向けクラブ、シルバー向け旅行等
	ペット関連ビジネス	ペットの葬祭、墓の維持管理、保険、ホテル、マンションのサービス
	個人輸入代行サービス	海外ブランド品などを個人に代わり、新しいスタイルで輸入し、家庭に届ける
	各種教育ビジネス	カルチャーセンター、スポーツ教室等
事業所向けサービス	ベビー関連ビジネス	ベビーシッターの派遣や、赤ちゃんと母親を対象にした教育サービス
	海外リゾート会員ビジネス	タヒチ、ハワイなどのゴルフ場や、コンドミニアム、ホテル利用サービス
	人材派遣サービス	海外を含めた各種人材派遣
	開発代行サービス	企業に代わり、商品開発、デザイン、総務業務などの一切を代行する
	ニューオフィス関連ビジネス	グリーンビジネス、オフィス設計。事務機器や什器などを一切装備し、企業に提供する。
	イベントプロデュース	イベントの企画、運営を企業や自治体に代って行う
	文化創造ビジネス	美術館や企業博物館などの企画から運営までを提供する
	脱臭・クリーンビジネス	ビル・ホテルなどを独自技術で脱臭や殺菌サービスを提供する

	ビジネス名	サービス内容
事業所向けサービス	健康管理関連ビジネス	中小企業向けの健保組合の代行サービスや、ガン検診などを行う
	教育ビジネス	二代目経営者や起業家育成、人材などの教材提供から教育までを行う
	映像ビジネス	会社案内や、社内報、カタログなどを映像化制作する
	進出斡旋、仲介ビジネス	国内、海外企業進出に関する情報提供から用地買収、建設、人材紹介までを一貫して提供

資料：日本工業新聞

### ■三大ニュービジネス拡大要素

#### キーワード

- ゆとり …… 週休二日制普及 ～ 自由時間増大 ～ (スポーツ、レジャー)  
(労働時間短縮) (余暇利用拡大)
- 人手不足 …… 人材派遣業 ～ 家事労働の外注化 ～ (ハウスクリーニング、ホームヘルプ)  
(代行サービス業) (家事代行、外食産業)
- 高令化 …… 健康、安全意識の向上 ～ 衣食住関連ビジネス ～ (在宅ケアサービス、介護サービス、シルバーマンション、シルバー向け旅行)  
(学習志向) (レジャー関連ビジネス)

※ 余暇関連市場 (63年度)	58兆9000億円 (対前年比 8.9%増)
シルバー市場	37兆円 (現在) ▶ 90兆円 (2000年)
シルバー人口	1300万人 (現在) ▶ 2133万人 (2000年)
(65才以上)	(10.3%) (16.3%)

## 編集後記

“世紀末”を迎え、人、モノ、コトが日本の内外に溢れかえり、爛熟の様相を呈してきている中、私たちの窯業界の周辺で変動する市場状況を抜粋し、整理をしてみました。この小誌が産地の新たな活力になるように少しでもヒントになれば幸いです。

陶情報

VOL. 1

平成2年2月発行

滋賀県立信楽窯業試験場

滋賀県甲賀郡信楽町長野498

TEL 0748-82-1155