

「女性目線でのモノづくり」を考える

寄稿

STUDIO K.

代表 中島 秋津子 氏

食の決定権は誰に?

食に関わる産業が盛んな鹿児島だが、特産品の中にも魅力的な食が揃っている。その食について、購入時の決定権が誰にあるかご存じだろうか。ある調査によると、9割以上の場面で

しかし、食分野の商品開発に携わっていると、商品企画に女性が関わらず、意向も反映しないままあがる商品が、かなり多いと知るようになった。

女性の意向を探る方法

男性だけでは女性消費者向けの商品開発ができないと言いたいわけではない。実際、男性だけで女性向け商品の開発をし、圧倒的な評価を得ている会社もある。そういう会社は女性層の意識を探り、独自に解釈して、企画に取り入れる方法が確立されている。例えば対象となる女性層との日常的な接点を確保したり、インタビュー やアンケートを定例



山口県生まれ。広島大学経済学部経済学科卒業。株式会社ベネッセコーポレーションに入社し、雑誌部門でマーケティング、広告、通信販売事業等に従事した後、鹿児島に転居。食分野の事業・商品開発プランナー、マーケターとして企業・各種団体等の事業サポートを行う。

実施したりするなど、女性層の気持ちを代弁できるほど熟知しているのだ。

個別の体験を解釈する

社内に女性がいるならば、消費の当事者として商品企画へ参加することをお勧めしたい。早い段階から当事者の意向を企画に反映することで、消費者の気持ちを捉えやすくなる。

ただ、この方法は失敗を招くことがあるのも事実である。当事者が商品企画に関わると、自身の体験を過度に一般化してしまうことがあるからだ。体験はすべからく個別的なもの。客観的な考察あればこそ当事者の声が活きてくる。

そして、「かわいい?」「すてき♪」「おいしい!」などの感覚的な言葉を正しく解釈すること。これらの言葉は想像以上に意味が多彩で奥が深い、手ごわい言葉なのだ。「おいしい!」と言われてその気になつていると痛い目に遭う。

年間数十万件を超える女性の声を背景に、商品を開発・販売していた経験を通して身に付けた、女性に向けたモノづくりで鍵となる「目の付け所」を三つご紹介したい。

まず、日常のなかで女性が感じている小さな不快を見逃さない

こと。小さな不快も重なれば大きなストレスとなる。その小さな不快を解決してこそ、女性の気持ちを「わかってる」モノづくりにつながる。

二つ目は、商品の価値と価格の関係について慎重に見極めること。女性は日常の買い物において、日々小さな支払い体験をたくさん積み重ねている。だから、どんなものにどの程度支払ってよいのか、その線引きはかなりシビアだ。高い物はダメという意味ではなく、あくまでも価値とのバランス。そこを探りとることが鍵になる。

そして、「かわいい?」「すてき♪」「おいしい!」などの感覚的な言葉を正しく解釈すること。これらの言葉は想像以上に意味が多彩で奥が深い、手ごわい言葉なのだ。「おいしい!」と言われてその気になつていると痛い目に遭う。

この三点に不安を覚えるなら、モノづくりの取り組み方を変える好機かもしれない。女性消費者の気持ちを捉えることが商機につながるのは自明のこと。あとはその方法を準備するだけである。

「アイデアはキッチンから」が私のモットー。一步踏み出す勇気も大切

有限会社 ライクマム

で講演することも増えた。「手間かけることで商品は生まれます。知らないことは誰かに聞けば大丈夫。自分でできることから始めて、徐々に大きくしていけばいいんですよ。」

「物産展の初回から毎年お越しになるお客様がいて、その方に次は何をおすすめしようかというのが楽しみでもあり、悩みどころでもあります。ほとんどが女性のお客様で、会話の中で個々のお客様の求めている商品像が見えてくるので、それを具現化しています。売場に立つ私と妹が、女性の視点で柄作りからデザインまで入っているのも当社の特徴でしょうね。」と興はずみさんは話す。

家族や知人に手料理をふるまうことが大好きだったので、ジュース、料理、漬物、ジャムなどさまざまなレシピに挑戦するが納得できず。それでも諦めずに試行錯誤を重ねた結果誕生した完熟ビーマンのケチャップが、いきなり県のコンクールで入賞した。「商品があつたら買いたい」と評判になつたので、平成16年、加工業に専念しようと方針を定めた。

商品開発で大切にしているのは

- ①原材料は、食材の宝庫である地元・鹿児島のものとなるべく使う
- ②農業の経験を活かす
- ③母親目線・主婦目線を大切に――など。最近は「女性目線を活かした起業」のテーマ

「新鮮野菜・果物を使用したジエラートを開発して、6次産業化を成功させるのが今の夢です!」と話す栗原社長



「贅沢スイートポテトケーキ」850円は有機栽培のサツマイモを一度焼き芋にしてから使用。数々の賞に輝いた



■有限会社 ライクマム

本社／志布志市志布志町安楽2024-1
電話／099-473-3597
創業／平成16年
代表者／栗原直子
事業内容／農産物加工・企画、製造、販売、カフェ
URL／<http://www.likemom.jp>

時代を越えて、
妥協しないもの作り

有限会社 興紬商店

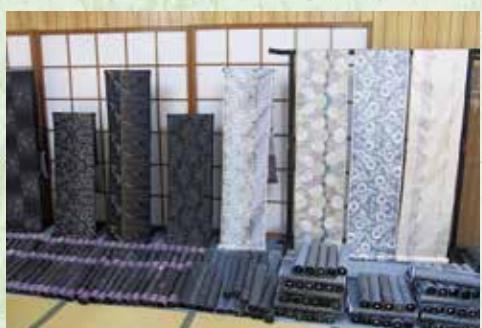
同社は、現社長の父の代から60年近く大島紬に携わり、平成元年に法人化した。和装業界が少しづつ変化していく中、「このままでは将来の危機を感じ、以前より考えていた洋装化に思い切って乗り出し、販路を求める特産品)協会に入会しました。約10年前から、『大島紬ホズミコレクション』として洋装や紬小物類を物産展や問屋の販売会などに出展して、関東を中心に販売しています。」

柄を際立たせるために無地の糸を使用せず、すべて糸だけで柄出しがする「総糸」や「多色使い」が同社の特徴。2005年以降、本場奄美大島紬協同組合主催の「本場奄美

「2008からこしまの新商品コンクール」で鹿児島県知事賞を受賞した「大島紬泥龍郷トランクバッグ」



「本場奄美大島紬グランプリ」の表彰状が所狭しと並んでいる店舗内



■有限会社 興紬商店

本社／大島郡龍郷町中勝812
電話／0997-62-2178
設立／平成元年
代表者／興辰雄
事業内容／大島紬の製造・販売
URL／<http://okitsumugi.com>

右側の3点は新柄。「和装、洋装問わず、3割くらいは新しい商品を持っていかないと売れ行きは厳しいです。」とほずみさん。