

青年部シンガポール視察アンケート集計

Q1. 今回の視察事業に参加した動機、目的は何ですか。

婦人A	現地での日本製品並びに海外製品の販売、輸出の可能性
婦人B	現状、自社販売を休止している状態であるが、経済発展著しいシンガポールの市場の実態を見たかった為。
婦人C	自社の靴を売るため、また、シンガポール市場の調査。
紳士A	シンガポールのマーケット視察
紳士B	将来、海外輸出を考えているため。
婦人D	シンガポール市場視察
紳士・婦人	シンガポール市場調査
婦人E	アジアの市場を自分の目で確かめる。
婦人F	世界の中でも知られる(高価格帯商品を扱う)市場の調査
婦人G	シンガポールの市場視察と伊勢丹さんとのコンタクト。
婦人H	当社、主軸はOEMだが、将来的に他OEM社との差別化特徴を持たせるべき自社ブランドを開発中であるが、かといって大々的に売り出したりは不可能なので、少数でも逆に少ない数で勝負すべき市場を探すため。
婦人I	アジア最大の都市シンガポールの市場を見るため
婦人J	シンガポールをはじめ海外に日本製の靴が売れるかどうか市場を見て確かめてみたかったのだ。
婦人K	シンガポールに限らず、輸出の興味が有り参加しました。

Q2. 各訪問先についてお尋ねします。(該当する箇所におをつけてください。)

①JETRO

・ブリーフィングの内容はいかがでしたか？

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A		○			
婦人B		○			具体的にシンガポール人の状況を教えてもらえた。
婦人C	○				大まかなシンガポール全体の経済、暮らし、文化から具体的な近年の靴のビジネスまでとても良く理解できたから。
紳士A	○				初日に訪問できたことで、様々な予備知識が出来た。
紳士B	○				シンガポールの現状がわかった。
婦人D	○				シンガポールの基礎情報が学べた。
紳士・婦人		○			わかりやすく教えていただきました。
婦人E	○				率直にシンガポール市場の現状を説明してくれたこと。
婦人F		○			スケジュールが原因と思われるメンバーの疲労により、質疑応答の際に発言が少なかった。話の内容に関しては大変勉強になった。
婦人G		○			
婦人H	○				想像より厳しい状況を知ることが出来た。
婦人I	○				非常にわかりやすかった。
婦人J		○			貿易全般のことだったので。
婦人K		○			客観的にファッションビジネスにおける日本の立ち位置を説明してくれたのだ。

・ブリーフィングの内容は御社のビジネスに生かせそうですか？

	そう思う。	そう思わない。	今はわからない。
婦人A	○		
婦人B		○	
婦人C	○		
紳士A			○
紳士B			○
婦人D			○
紳士・婦人			○
婦人E		○	
婦人F	○		
婦人G		○	
婦人H			○
婦人I		○	
婦人J			○
婦人K	○		

②AWCG

・ブリーフィングの内容はいかがでしたか？

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A		○			
婦人B		○			シンガポール人のライフスタイルが垣間見れた。
婦人C	○				ファッション、文化だけにとどまらず、実際に回転する際の問題点や事前を知っておくべき情報を教えていただいたから。
紳士A	○				シンガポールでのファッションやトレンドの知識が出来た。
紳士B	○				シンガポールのファッション事情が学べた。
婦人D	○				シンガポールのファッション事情がわかって良かった。
紳士・婦人		○			わかりやすく教えていただきました。
婦人E	○				言いにくいことなどもお答えいただいたこと。
婦人F	○				JETRO、伊勢丹からの話になかったローカルの話、全体の中のターゲットの話が良かった。
婦人G	○				
婦人H	○				シンガポールに特化している分、詳しい現地状況を知ることが出来た。
婦人I		○			コマーシャルが多かった。
婦人J	○				日本ブランドの成功、失敗事例が良くわかった。
婦人K		○			シンガポールでのブランド戦略について理解できた。

・シンガポールのファッション事情についての理解は深まりましたか？

	深まった。	変わらない。	わからない。
婦人A	○		
婦人B			○
婦人C	○		
紳士A	○		
紳士B	○		
婦人D	○		
紳士・婦人	○		
婦人E	○		
婦人F	○		
婦人G	○		
婦人H	○		
婦人I	○		
婦人J	○		
婦人K	○		

・ブリーフィングの内容は御社のビジネスに生かせそうですか？

	そう思う。	そうは思わない。	今はわからない。
婦人A			○
婦人B			○
婦人C	○		
紳士A	○		
紳士B			○
婦人D			○
紳士・婦人		○	
婦人E	○		
婦人F			
婦人G			○
婦人H			○
婦人I		○	
婦人J	○		
婦人K	○		

・話を聞いて、シンガポールへの進出の意欲はわきましたでしょうか？

	強く思った。	思った。	思わなかった。	わからない。	その理由
婦人A		○			市場性、所得等から展開の余地有り。
婦人B			○		南国のライフスタイルは当社の商品にマッチしないと思われた。
婦人C		○			ユニクロやMUJIが成功していると聞いて、自分たちにも出来そうと思ったから。
紳士A				○	難しいと思うが、参入するチャンスはあると思った。
紳士B				○	ホントに進出をしてメリットがあるか考えないといけないため。
婦人D				○	
紳士・婦人				○	かなり難しい市場だと思う。
婦人E			○		熱帯エリアでは、欧米超有名ブランド以外でエレガンスは商売にならないから。
婦人F				○	自社製品は足入れの良さを重要としているため、骨格等に違いにより既存の木型で対応できるのか、シンガポール使用の木型が必要となるのかなど進出を考える上での認識が不足している。
婦人G				○	
婦人H		○			
婦人I			○		
婦人J				○	常夏なので。夏物のみの展開では厳しいと思った。
婦人K			○		今ある商材ではなく、進出を目的とした商材が必要と感じたので。

・AWCGでは、シンガポール進出支援の事業を行っています。この事業に興味がありますか？

	興味がある。	興味はない。	わからない。
婦人A	○		
婦人B		○	
婦人C		○	
紳士A			○
紳士B			○
婦人D		○	
紳士・婦人			○
婦人E		○	
婦人F	○		
婦人G		○	
婦人H	○		
婦人I		○	
婦人J			○
婦人K		○	

ただし、条件が厳しい。

③伊勢丹

・現地バイヤーによるサンプル品評会はいかがでしたか？

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A	○				現物サンプルによる評価。
婦人B		○			具体的などのような商品を欲しているかどうか分かった。
婦人C	○				「売る。」を目的として、このようなチャンスはめったにないから。また、皆さんが持ち込んだサンプルに対する反応を一緒に見られて参考になったから。
紳士A		○			レディースバイヤーだったので、グッドイヤーを知らなかった。
紳士B	○				どのような靴を求めているかわかったため。
婦人D	○				良い宣伝になったと思う。
紳士・婦人		○			しっかりとした意見をいただいた。
婦人E	○				非常に親切に詳しく説明していただいた。
婦人F	○				時間のかけ方、話の内容等、予想を上回る本気度だった。
婦人G	○				伊勢丹PBのサプライヤーとして理解してもらっていたこと。
婦人H	○				サンプルを一つ一つ見ていただき、沢山評価をいただいた。
婦人I	○				本音を聞くことが出来た。
婦人J	○				日本製を売りたいという気持ちが出た。
婦人K	○				シンガポールにおける百貨店事業が良くわかった。

・現地バイヤーによるサンプル品評会に何点のモデルを持ってきましたか？

婦人A	婦人B	婦人C	紳士A	紳士B	婦人D	紳士・婦人	婦人E
15	3	17	3	4	2	10	3
婦人F	婦人G	婦人H	婦人I	婦人J	婦人K		計
1	4	2	2	2	4		72

・品評会では、どのようなことを言われましたか？出来るだけ具体的に書いてください。

	婦人A	婦人B	婦人C	紳士A	紳士B	婦人D	紳士・婦人	婦人E
デザイン性	まあまあ。	典型的な日本デザイン。	もっと豊富なバリエーションはあるか？と問われたので、カタログをお送りすると返答した。	シンガポールでは、シンプルなものが良いのではと思う。	シンガポールにしてはデザイン性が高すぎる。	デザイン性が高く、可愛い。	かなり評価をいただきました。	
機能性	GORETEXはOK。	ヒールが高すぎる。	とても興味深いし、雨の多いシンガポールでは防水靴が良いといわれた。	革だと雨の多いシンガポールでは心配			革の難しさを感じます。	
カラー		特に無し。		黒茶ばかり。	とても興味深い仕上だと言ってもらえた。		良い評価をいただきました。	
その他		幅の広さ加減は良い。	素材も革、PU、布といろいろあるのは素晴らしいといわれた。	too muchな日本製も悪くないが、ラオス製のlow priceも良い。				
全体評価		あまり合わなかったようです。	高評価ととらえている。帰国次第レスポンスする予定。	レディースなので、メンズシューズのことは、私からコメントできない。		今後は、ナンバー21も展開していきたいとのこと。	やはり価格が大事です。	高評価をいただいたと感じております。

	婦人F	婦人G	婦人H	婦人I	婦人J	婦人K
デザイン性	クラシカル	サンダルとオペラシューズは売れるとの評価をいただいた。		シンガポール市場にあっている。	チュールを使ったデザインが面白い。	シンガポールでは受けるという評価をいただいた。
機能性	マーベラス	ウエッジサンダルでコルク巻きという売れる要素が良かった。			中敷きのクッション性が高く評価された。	
カラー					ゴールドのきらきら感が良い。	明るめの色のサンプルだったので好評でした。
その他	マテリアルはGood、価格は閉口。			価格が合わなかった。	ヒール高4cmがちょうど良い。	MADE IN JAPANの靴ではなかったが、そこはあまり関係ないとのことでした。
全体評価	価値観を感じる。		シンガポールにサンプル以外のサンダル仕様があれば、とても魅力的と評価いただきました。	興味深いけど難しい。	履きやすさを重視した日本製はお客様が求めている。	シンガポールのボリュームゾーンと比べ、やや上代が高いと思われるようです。

・品評会の内容は御社のビジネスに生かせそうですか？

	そう思う。	そうは思わない。	今はわからない。
婦人A	<input type="radio"/>		
婦人B		<input type="radio"/>	
婦人C	<input type="radio"/>		
紳士A	<input type="radio"/>		
紳士B			<input type="radio"/>
婦人D			<input type="radio"/>
紳士・婦人			<input type="radio"/>
婦人E		<input type="radio"/>	
婦人F			<input type="radio"/>
婦人G	<input type="radio"/>		
婦人H	<input type="radio"/>		
婦人I		<input type="radio"/>	
婦人J	<input type="radio"/>		
婦人K	<input type="radio"/>		

・伊勢丹さんから出展オファーが来たら、どのように対応しますか？

	受ける。	条件次第	受けない。	今はわからない。	その理由
婦人A	<input type="radio"/>				1、2度試験的なやってみて。
婦人B				<input type="radio"/>	市場の求めているものと当社商品が合わないから。
婦人C	<input type="radio"/>				日本の靴にもいろいろなタイプ、価格帯のものがあり、シンガポール市場で試してみたいから。
紳士A		<input type="radio"/>			
紳士B		<input type="radio"/>			自社にメリットがあるか考える必要がある。
婦人D				<input type="radio"/>	ナンバー21でオーダーをいただく。
紳士・婦人		<input type="radio"/>			なんとも言えません。
婦人E			<input type="radio"/>		会社の体力が追いついていないため。人物金を出さねば絶対にうまくいかない。
婦人F				<input type="radio"/>	(グループ全社)一社かませるため。
婦人G		<input type="radio"/>			
婦人H		<input type="radio"/>			
婦人I				<input type="radio"/>	
婦人J	<input type="radio"/>				履きやすさを重視した日本製の靴の市場の評価を見てみたいので。
婦人K		<input type="radio"/>			買取以外では、利益を出すのが難しいと思うので。

④高島屋

・高島屋の視察はいかがでしたか？

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A		<input type="radio"/>			担当者からの説明。
婦人B		<input type="radio"/>			あまり歓迎されていないようであった。
婦人C	<input type="radio"/>				伊勢丹さんの視察を終えた後だったので、比較が出来たし、それぞれの売場の特徴を見ることが出来たから。
紳士A	<input type="radio"/>				伊勢丹に比べ、売り場も店員も全然良かった。
紳士B	<input type="radio"/>				日本の靴売場に近く勉強になった。
婦人D	<input type="radio"/>				日本だと高島屋は野暮ったいイメージだが、シンガポールは高島屋の方が洗練されていた。
紳士・婦人		<input type="radio"/>			日本と変わらない売り場でした。
婦人E					
婦人F		<input type="radio"/>			お話しいただける時間が少なかった。
婦人G		<input type="radio"/>			事前に見てしまっていたので。
婦人H					
婦人I		<input type="radio"/>			
婦人J		<input type="radio"/>			日本の百貨店の売り場とよく似ていた。
婦人K		<input type="radio"/>			売り場をゆっくり見ることが出来た。

・高島屋でのブリーフィングはいかがでしたか？

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A		○			担当者からの説明。
婦人B		○			あまり歓迎されていないようであった。
婦人C	○				シンガポールにおける問屋の役割がどのようなものか良くわかったから。
紳士A	○				
紳士B	○				質問に詳しく回答していただいた。
婦人D	○				
紳士・婦人		○			シンガポールの市場がわかりました。
婦人E					
婦人F		○			同上。
婦人G		○			
婦人H					
婦人I		○			
婦人J		○			ブーツとサンダルが同時に並んでいる売り場はシンガポール独特だと思った。
婦人K		○			高島屋で売れるもの、売れないものが良く理解できた。

・高島屋さんから出展オファーが来たら、どのように対応しますか？

	受ける。	条件次第	受けない。	今はわからない。	その理由
婦人A		○			1、2度試験的なやってみて。
婦人B				○	伊勢丹さんと同じ。
婦人C		○			独自でプロモーションを適切にしないと拡がっていかないのが良くわかったので、条件を検討する必要があるから。
紳士A				○	
紳士B		○			自社にメリットがあるか考える必要がある。
婦人D				○	
紳士・婦人		○			なんとも言えません。
婦人E			○		会社の体力が追い付いていないため。人物金を出さねば絶対にうまくいかない。
婦人F		○			伊勢丹と比べ、難しそうな印象。
婦人G			○		
婦人H					
婦人I				○	
婦人J		○			参入のハードルが高そう。
婦人K		○			買取以外では、利益を出すのが難しいと思うので。

Q3. 市場視察についてお尋ねします。

①今回、視察したエリアを教えてください。

	オーチャード	クラークキー	マリーナ	リバーサイド	その他
婦人A	○	○	○		
婦人B	○				
婦人C	○	○	○	○	
紳士A	○	○	○		
紳士B	○				
婦人D	○	○	○		
紳士・婦人	○	○	○		
婦人E	○		○		
婦人F	○				
婦人G	○	○			
婦人H	○				
婦人I	○	○			
婦人J	○	○	○		
婦人K	○	○			

視察で、気になったエリア、百貨店(SM含む。)、セレクトショップ、靴専門店を教えてください。いくつでも

	エリア	百貨店	セレクトショップ	靴専門店	その理由
婦人A		伊勢丹、高島屋			
婦人B					どこも同じようなSMが多い。
婦人C	ラッフルズホテル周辺			charles&keith	購買意欲の高い観光客と地元のコアなお客様と両方に売れていると感じたから。
紳士A					
紳士B	オーチャード通り	高島屋			
婦人D	オーチャード通り	高島屋、ION			
紳士・婦人	オーチャード通り	高島屋	アラブエリアにセンスの良		
婦人E	オーチャード通り	Tang			
婦人F	オーチャード通り	Tang、ION			ION: 集客力。 Tang: ローカルの富裕層が見れた。
婦人G			PERPER		
婦人H	オーチャード通り	伊勢丹、高島屋			
婦人I	オーチャード通り				
婦人J	オーチャード通り	高島屋、伊勢丹、ION	Tyan	ALDO	ブランドショップが入っているSMは高級感があるが、だいたい同じような雰囲気。
婦人K	オーチャード通り	高島屋			オーチャードの高級店の多さに驚きました。

③街中のビジネスマンやOLのファッションを見て、自社の商品のシンガポールでの展開を想定出来ましたか？

	出来た。	出来なかった。	わからない。
婦人A			○
婦人B		○	
婦人C	○		
紳士A	○		
紳士B			○
婦人D			○
紳士・婦人	○		
婦人E		○	
婦人F		○	
婦人G		○	
婦人H	○		
婦人I		○	
婦人J	○		
婦人K		○	

④シンガポールに自社製品を展開するためには、現在の製品でそのままいけると思いましたが？また、改善が必要な場合、どこを直すべきと感じましたか？

	出来た。	出来なかった。	わからない。
婦人A			○
婦人B			
婦人C		○	
紳士A	○		
紳士B	○		
婦人D			○
紳士・婦人			○
婦人E		○	
婦人F		○	
婦人G			
婦人H	○		
婦人I			○
婦人J	○		
婦人K		○	

改善が必要な箇所

	デザイン	カラー	機能性	品揃え	価格	その他	特に無し
婦人A			○	○	○		
婦人B							無理に商品を変えてもダメと思った。
婦人C		コンビネーション等をシンプルにする。	防水を追求したGORETEXで作る。	もう少し若い年代にターゲットを持っていく。			
紳士A							
紳士B			機能性、履きやすさ重視にする必要性大。		一万円クラスにする必要がある。		
婦人D							
紳士・婦人				革は難しい。	100ドル以下でないと難しい。		
婦人E						木型のマッチング	
婦人F							
婦人G							
婦人H	当社のデザインの特徴を生かし、もっとリゾート感覚のあるサンダル等を開発すれば受けると思う。				範囲に適合できる。		
婦人I							
婦人J	バックバンド、オープントゥ	カラフルに	ゴム底	ぐっと絞り込む。			
婦人K			雨の多さに合わせる。		1万円くらいにする。		

⑤貴社がシンガポールに進出するとしたとき、どのエリア、どのショップを想定しますか？

	エリア	百貨店	セレクトショップ	靴専門店	その理由
婦人A					
婦人B					
婦人C	ラッフルズホテル周辺			charles&keitt	購買意欲の高い観光客と地元のコアなお客様と両方に売れていると感じたから。
紳士A					
紳士B	オーチャード	高島屋			自社の靴が一番フィットする場所と思った。
婦人D					高島屋の方が向いていると思った。
紳士・婦人	オーチャード	高島屋			
婦人E					
婦人F	オーチャード	伊勢丹			This is Japanを推していたから。
婦人G	オーチャード	伊勢丹			PUサンダルならば、価格ははめられるし、売れると思った。
婦人H	オーチャード	伊勢丹、高島屋			自力では難しいので、日系百貨店と協力していきかない。
婦人I					想定が出来ない。
婦人J	オーチャード	伊勢丹			日本の靴を売りたいという共通認識がある。
婦人K	オーチャード	伊勢丹、高島屋			

Q4. その他

①今回は、青年部の海外事業としては初の「売る。」を想定した市場視察の事業でした。事業終了後の率直な感想をお聞かせください。

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A		○			
婦人B	○				今までと違う視点で見られた。
婦人C	○				バイヤーに直接品物を見てもらえて、しかも反応も伺う機会が持てたから。
紳士A	○				売れるかは別にして、シンガポールの基準がわかった。
紳士B	○				いろいろな意味でシンガポールのことが良くわかって良かった。
婦人D	○				
紳士・婦人	○				想定して市場を見るのは大事です。
婦人E				善し悪しの評価が出来る事業ではないと思う。	海外で商売をすることは資金、人材ともに簡単に決められるものではない。また、今回参加したメンバーの中で、どこまで本気に海外で商いを行おうと思っているのか？もう少しハードルを探した方が皆さん参加しやすいのでは。社交辞令で高島屋さんは？伊勢丹さんは会ってくれたがMADE IN JAPANを求めているのかは疑問だった。
婦人F	○				シンガポールという有数の市場においての日本製の認識を知ることが出来た。
婦人G	○				
婦人H	○				日本には全く分からない現地の状況が良くわかった。
婦人I	○				いろいろな考え方がわかった。
婦人J	○				国内市場が縮まる中、海外展開も必要と思うので。
婦人K		○			売るための準備がまだできていないと感じた。

②今後、このような視察がありましたら参加しますか？

	する。	場所によって。	しない。	わからない。	その理由
婦人A		○			
婦人B	○				見聞が広がる。
婦人C	○				バイヤーに直接しかも対面で品物を見てもらい感想までいただけることは展示会とかでも難しく、めったにないチャンスだから。
紳士A		○			
紳士B	○				とても勉強になるため。
婦人D		○			
紳士・婦人		○			
婦人E					
婦人F	○				外からの日本製革靴のイメージ、それからの改善点のアドバイスを聞きたい。
婦人G		○			
婦人H	○				日本にはわからないから。
婦人I	○				知ることが大事だと考えているため。
婦人J		○			日本製の良さを分かってもらえるところが良い。
婦人K		○			

③また、今回は2つの青年部と合同の視察となりましたが、このような組織を超えた視察はいかがでしたか？

	良かった。	まあまあだった。	悪かった。	その他	その理由
婦人A		○			
婦人B	○				普段接触することが無いであろう人と話せた。
婦人C	○				情報交換が更に深くできるから。
紳士A	○				
紳士B	○				交流が出来て良かった。
婦人D	○				縮小気味の業界ですので、協力し合うべき。
紳士・婦人	○				新しい仲間が出来ました。
婦人E	○				業界が衰退していく中で、いろいろと協力し合うことは大切だから。
婦人F	○				情報交換。
婦人G	○				大阪との交流はとても有意義でした。
婦人H	○				お互いの考え方や狙いなどをいろいろ聞けてかなり良かった。
婦人I	○				次に向けての準備が必要だと思う。
婦人J	○				交流が持てたことは非常に良かった。
婦人K	○				ライバルではなく仲間なので、いろいろ共有していくべきだと思います。

また、今後も続けていくべきですか？

	そう思う。	そうは思わない。	今はわからない。
婦人A		○	
婦人B	○		
婦人C	○		
紳士A	○		
紳士B	○		
婦人D	○		
紳士・婦人	○		
婦人E	○		
婦人F	○		
婦人G	○		
婦人H	○		
婦人I	○		
婦人J	○		
婦人K	○		

④今後の海外視察の内容についてお尋ねします。次の目的のうち、どれが良いかの順序をつけてください。

	「売る。」を想定した市場調査。	海外産地調査。	その他
婦人A	3	1	2(展示会)
婦人B		1	
婦人C	1		
紳士A			勉強として、世界の靴マーケット
紳士B	1	2	
婦人D	2	1	
紳士・婦人	1	2	工場や作る場所を見たい。
婦人E	3	2	1(見聞を広める。)
婦人F	1		
婦人G			無理な理由付けより行くことが大切。
婦人H	1		
婦人I	2	1	
婦人J	1		
婦人K		1	

⑤行きたい国、都市と目的を教えてください。

	国	都市	目的
婦人A			
婦人B	ロシア(極東)	ウラジオストック、ハバロフスク	西の隣国であり、大国であるところのライフスタイルが見たい。
婦人C	EU		靴の本場で日本の靴を売っていききたいから。
紳士A		ロンドン、パリ	
紳士B	香港		「売る。」を想定して一番可能性を感じるため。
婦人D		山形	繊維工場
紳士・婦人	イギリス	ノーザンプトン	本物を見たいです。上を見なくては。
婦人E	アメリカ	NY、ロス	見聞を広める。
婦人F	想定ありき	想定ありき	製靴産業の歴史の長い国の実情、展望などを知りたい。
婦人G	イギリス	ノーザンプトン	世界最高峰のメーカーを見てみたい。
婦人H			日系百貨店が進出している都市
婦人I			
婦人J	台湾	台北	日本製靴を売る。
婦人K	フィリピン、ベトナム、ラオス		低コストで生産できる海外メーカーを見つけたい。