

## ◎「名古屋学院大学 公開シンポジウム 聴講記」

『やきものがつなぐ地域の未来 ーものづくりが生み出す物語ー』

鳴海製陶株式会社 田中 康雄

昨年12月15日(土)、名古屋市熱田区にある名古屋学院大学たいほうキャンパスで、我がJAPPI会員(及びOB)3名がパネリストとして参加する公開シンポジウムが開催された。

パネリストは、(公財)横山美術館館長の鈴木俊昭氏、瀬戸の(株)中外陶園代表取締役 鈴木政成氏、美濃の(株)カネコ小兵製陶所代表取締役社長伊藤克紀氏と名古屋学院大学の講師で(一社)地域問題研究所所長 杉戸厚吉氏の4名で、ファシリテーターとして名古屋学院大学教授 古池嘉和氏が進行された。



テーマは、「やきものがつなぐ地域の未来 ーものづくりが生み出す物語ー」と題し、『モノが余っているこの時代に、人とモノとの新たな関係はどうあるべきか?』を基本テーマに、

1. 陶磁器の長い歴史を持つ東海圏で各『やきもの産地ブランド』を再構築するためにはどんな対応が必要か?
2. 各産地を超えた東海圏＝名古屋・瀬戸・美濃等の連携による「陶磁器圏域」をブランド化する方法はないか?

等について、各パネリストの視点、産地の現況や取組の紹介をあわせ意見が交わされた。

### 1. 「やきもの産地ブランド」について自己紹介を交え、産地ブランド構築の可能性を考える

#### 中外陶園 鈴木社長

創業以来「セト・ノベルティ」を専門に事業を営んできた中外陶園は、嘗てはアメリカ等海外輸出特化型のメーカーであったが、現在は国内顧客 100%へと大きく舵を切り替えている。「招き猫ミュージアム」の展示販売や、5つの招き猫形状(白素地)に体験者が望む『自分のためにご利益がある招き猫作り』＝絵付体験事業に取り組んでいることを紹介された。

瀬戸の産地では、街のシンボルとして「瀬戸の窯垣(窯道具を積み上げて作った塀や石垣の呼称で、全国でも瀬戸でしか見られない景色)」を観光の売りにして「窯垣の小道」という散歩道を整備したり、やきものを軸に総合文化産業としての在り方を模索している。やきものつくり手とデザイン性の高い街づくりをすすめており、若者にも魅力のあるやきもの文化・伝統の街として民泊用ゲストハウスが2軒オープンするなど、交流人口の拡大を目指している現況を紹介された。

#### カネコ小兵 伊藤社長

パリやニューヨークのデザイナーブランドや有名シェフを顧客に持つ「ぎやまん陶」の(株)カネコ小兵製陶所は、意外なことに創業の1921年当時は仏具の生産から事業を開始したとの事。下石が産地である「徳利」生産では嘗て日本一の生産量を誇る工場をつくり上げた。生産規模日本一の美濃ゆえにダメージが大きかつ

た 1985 年のプラザ合意以降の生産者出荷の落ち込みと、やきもの業界共通の悩み(売上不振、後継者難、原料供給難等)に言及したうえで、下石産地の取り組みを披露された。下石の取り組みの歴史は長く、23年前からスタートした O-DAT(Original Design And Technology)計画、転じて「下石どえらあええ陶器祭り」を開催し、窯元を巡るオープンファクトリーを実施するなど、来場者に実際のモノづくりの現場に触れて頂き、美濃焼を身近に感じ理解を深めて頂くファンづくりを続けている。7年前から SNS やネットで情報発信したところオープンファクトリーの参加者が徐々に増え、今では伊藤社長の工場に年 10 回の開催ペースで 1,500 人/年程来店頂くまでになったとのこと。ファンを増やすポイント(目玉)として食器を使った「試食体験」というコト消費が当たっていると紹介された。

### 横山美術館 鈴木館長

横山美術館は明治以降欧米に輸出された陶磁器の里帰り品を多く収蔵している美術館。名古屋とやきものについては、明治期に名古屋の地に陶磁器産業が根付いた経緯(瀬戸や美濃への入り口であり産地を結ぶ「やきもの街道」の拠点、絵付け作業のスペースに活用する武家屋敷の存在、京都や金沢からの画工の存在)や、「名古屋絵付け」と言われた『加工完成業』という絵付装飾を専門とした名古屋の工場形態と素地の供給基地である瀬戸や美濃との役割分担の歴史を解説し、産業規模として大正から昭和初期の間にかけて名古屋と瀬戸、美濃の 3 つのエリアの合計で



全国の 6 割超の陶磁器生産規模を占めていた統計上の事実を披露された。因みに当時の名古屋では、加工完成業者=650 社、貿易商社=174 社を合わせて 924 社の事業所が陶磁器事業に係わっていたとのこと。

### 地域問題研究所 杉戸所長

産地ブランド再構築の視点として、「やきもの街道」を観光ルートとして復活できないか?と考えるが、観光の役割として観光客が増えただけでは残念ながら産業としての陶磁器業界には大きな貢献が無いことに注意が必要。土地に蓄積する技術から再度クリエイティビティーを呼び戻せないか?そのためにも消費者と向き合っモノを作ることが重要、と述べる。

## 2. 広域連携(=『陶磁器圏域』の視点)の可能性を考える

### 古池教授

波佐見などの産地では雑貨のイメージでブランド再構築に成功している。若い女性が多く訪れ、工房がコミュニティになっている。

波佐見の産地では朝コミュニケーションの場として食事会を開催したところ、そこが「場」となり産地の朝のミーティングが継続しており、そこに集ったアーティストが具体的に動き出しているという。「こんなに変わるのか?」というほど街が変わった例で、原点にあった「場」が大事。「場」を設け、クリエイティブな街・地域をつくるのがポイントで、新しいことをやるんだという動きに惹かれ若者が集まり、若者が集まることで地域が活性化する事例を紹介。

### 中外陶園 鈴木社長

既に 80 回を超える瀬戸祭りの消費動向から、産地へ来る消費者は『生活のスタイルの中にある

“やきもの”という視点でやきものを探しに来る』イメージ。自分使いのやきものを、それぞれ1日かけて探す。または自分で欲しいものを創造する。

瀬戸では「招き猫祭り」を既に23回実施しているが、常滑との共同開催にトライしようとして実現できていない。シナジーを出すことに苦慮している。

### カネコ小兵 伊藤社長

広域連携は15年前(愛、地球博開催の際)「陶の国プロジェクト」で実施した経験がある。当時は3つの柱があり、①新商品開発、②万博に向けたイベント開催、③産業観光、であった。当地の産業観光のブームを起こしたのもこの時期であり、常滑の「やきもの散歩道」を中心に瀬戸、萬古、美濃を巡るスタンプラリーなどを行った。

今は美濃へ行くという漠然とした目的ではなく、『〇〇〇窯のメーカーに行く』というように具体的な目的が明確になってきた。

ここ最近の例では、「味ご飯」が受けている。3年前に開始して既に2万食を突破している。工場を見学し、そこで働く時間の無い窯職人に与えた「味ご飯」の由来を知ることでコスト消費に繋がる。観光ビジネスの中にモノづくりを如何に生かすか?の参考となる。

### 横山美術館 鈴木館長

各産地の美術館を結ぶ観光ルートが出来ないか?

美術館の来場者は50~70歳代の方が圧倒的に多く、集客の殆どは女性である。

意外なことだが、美術館の展示で瀬戸物と美濃焼を一緒に企画展示したことはこれまでに無いとのこと。今後機会を見つけて、産地連携の展示会を開催したいとのこと。



### 地域問題研究所 杉戸所長

広域連携は付加価値の向上がポイント。ブランド力の発信、産地の組合の力では厳しいこともある。よって、産地のリーディング・カンパニーのブランド力を高め、代表企業が連携してオープンファクトリーや体験を提供することが必要ではないかと提言。

### <所感>

シンポジウムは予定通り約1時間半で終了した。聴講者数は100名弱で内訳は定かでないが、3分の1は学生、残りは陶磁器業界関係者や学校・行政他関係者、及び地域住民であろうと想定される。まさに産官学地域連携の中で大学が「場」を提供して今回のようなコミュニケーションが実現した。

今回のテーマは課題先進国である日本の多くの伝統的軽工業が持つ共通の課題と言える。また、ITやAIが急速に進むことが予想される近未来のテクノロジーにより、既存のシステムが大きく影響されることも想定する必要がある。多くの転機を迎えるこれからの近未来に具体的な変化に迫られる現実がひたひたと押し寄せることを感じながら、まずは日頃からの十分なコミュニケーションと異業種を含め若い世代が集う魅力ある、クリエイティブ提供の場づくりに、解決のための糸口が見えた公開シンポジウムとなった。JAPPI関係諸兄には貴重なご意見等ありがとうございました。次回以降の議論にも期待します。引き続き、宜しくお願いいたします。