

焼付漆による陶磁胎漆器の商品化と市場開拓

材料技術グループ 有機系材料チーム 比嘉 明子, 安藤 信幸
 製品化支援技術グループ 窯業チーム 橋田 章三
 製品化支援技術グループ デザインチーム 岡本 匡史

要 旨

本稿は、平成21年度より取り組んできた焼付漆による陶磁胎漆器の開発研究を基に、京都漆器工芸協同組合及び京都漆器青年会と協力して実施した平成23年度知恵産業融合センター研究開発等事業「陶磁胎漆器の商品化と市場開拓」についての報告である。

作業メンバーとして漆器と陶磁器の業界から若手技術者が集まり、事業の企画・立案、陶磁胎漆器の商品見本製作、市場調査（見本展示・アンケート等）を行った。焼付漆による陶磁胎漆器の製作においては京都市産業技術研究所で実験・試作した手法¹⁾を基礎とし、販売可能な商品の見本製作を行った。「京都の伝統技術を活用した現代的な工芸でかつ高額商品」をコンセプトとし、煎茶道具を対象に商品開発を行うこととした。新規の販路開拓の可能性について検討するために、東京1カ所と京都2カ所で展示し、うち2カ所で参考価格を提示しアンケート調査を行った。また、商品見本を使った煎茶の茶会を開催し、製作者も同席し茶会の亭主と参加者から商品見本の感触や印象について、直接聞く貴重な機会となった。

1. 目的

京都の伝統的工芸品である京漆器及び京焼・清水焼の商品バリエーションの拡充と定着を目指し、平成21年度より焼付漆による陶磁胎漆器の開発研究に取り組んできた。これらの成果を基に、京都漆器工芸協同組合及び京都漆器青年会に業務委託し、平成23年度知恵産業融合センター研究開発等事業「陶磁胎漆器の商品化と市場開拓」を実施した。陶磁胎漆器の商品化に向けた製作と市場調査等を行い、今後の取組の出発点とするものである²⁾。

2. 事業の枠組み

本事業は、平成21年度より取り組んできた焼付漆の基礎的実験と平成22～23年度における試作という一連の陶磁胎漆器の商品開発を基に進めた。焼付漆等の製作技術に関連する部分と、企画立案や市場調査などデザインに関連する部分とで構成されている。事業を進めるにあたり、研究所と業界関係者との役割分担と協力が不可欠であった。

3. 事業の企画・立案

本事業の作業メンバーとして漆器と陶磁器の業界から若手技術者を組織した。平成23年8月から9月まで

に、外部のコーディネータからのアドバイスを受けながら事業の企画・立案、調査・製作商品の決定、製作工程やデザイン、展示場所の検討を行った。

商品のコンセプトとして、「京都の伝統技術を活用した現代的な工芸でかつ高額商品」とし、煎茶道具を対象に商品開発を行うこととした。煎茶道は、流派が多く、茶の湯の道具よりも若手製作者や新規デザインの参入が比較的容易であり、高額商品の展開が可能な市

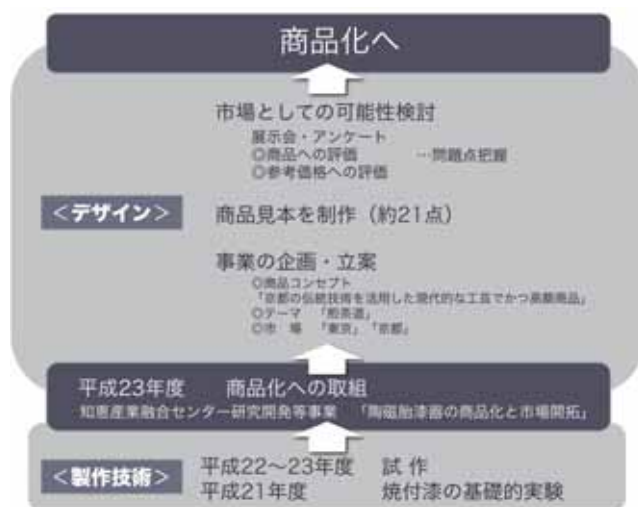


図1 陶磁胎漆器 商品化の取組の経過

場であると判断した。煎茶道具の勉強会を重ねる中で、三浦竹泉氏から製作の協力を得ることができ、「京漆器」と「京焼・清水焼」の実践的なコラボレーションという形が実現できた。

3. ブランドネーム「釉艶」

今回の企画では、陶磁胎漆器の商品開発の中で、オリジナルのブランドを確立することも一つの目標にした。陶磁胎という技術的なイメージの強い呼び名ではなく、親しみやすく覚えやすいネーミングを考えることにした。

デザインのコンセプトとして「陶磁器の釉薬の透明

感」と「漆の塗り肌の艶」を併せ持つ新たな工芸品をあげていたことから、それらのイメージを表す2文字「釉」と「艶」を組み合わせ、「釉艶」「YU-EN」とした。

4. 製作

平成23年9月～翌平成24年1月にかけて、蒔絵師3名、塗師1名、陶磁器製作1名で製作した。デザインは主に蒔絵師が担当した(図2)。陶磁器表面の釉薬をサンドブラストで除去する方法により、釉薬と漆塗り部分の境目の仕上がりが良くなり、全体としての完成度を上げることに成功した。「仙蓋瓶・花椿」(図3)をはじめ、商品見本21点(図4)を製作した。



図2 製作風景(煎茶碗)



図3 仙蓋瓶「花椿」



図4 商品見本

5. 市場調査

平成24年2～3月に、次の3カ所で商品見本の展示とアンケート調査を行った。

(1) 2/1～2/29

フォーシーズンズホテル椿山荘（東京都文京区）

(2) 3/1～3/4

みやこめっせいイベントルーム（京都市左京区）

(3) 3/14～3/27

ギャラリー SHINA（京都市中京区）

(1)、(3) では、商品見本を使った煎茶の茶会を

開催し、製作者も同席し、茶会の亭主と参加者から商品見本の感触や印象について、直接聞く貴重な機会となった（図5）。アンケートは、「釉艶」シリーズのうち、気に入った製品に対する印象や参考価格についての質問の他、今後の希望についても意見を収集する内容で構成した。東京と京都2カ所での展示期間中に来場された一般の方々に任意で記入してもらった。回答者数は、合計100名（男性22名、女性68名、性別不明10名）であった。



図5 商品見本による茶会の様子
（左：東京・椿山荘，右：京都・ギャラリー SHINA）

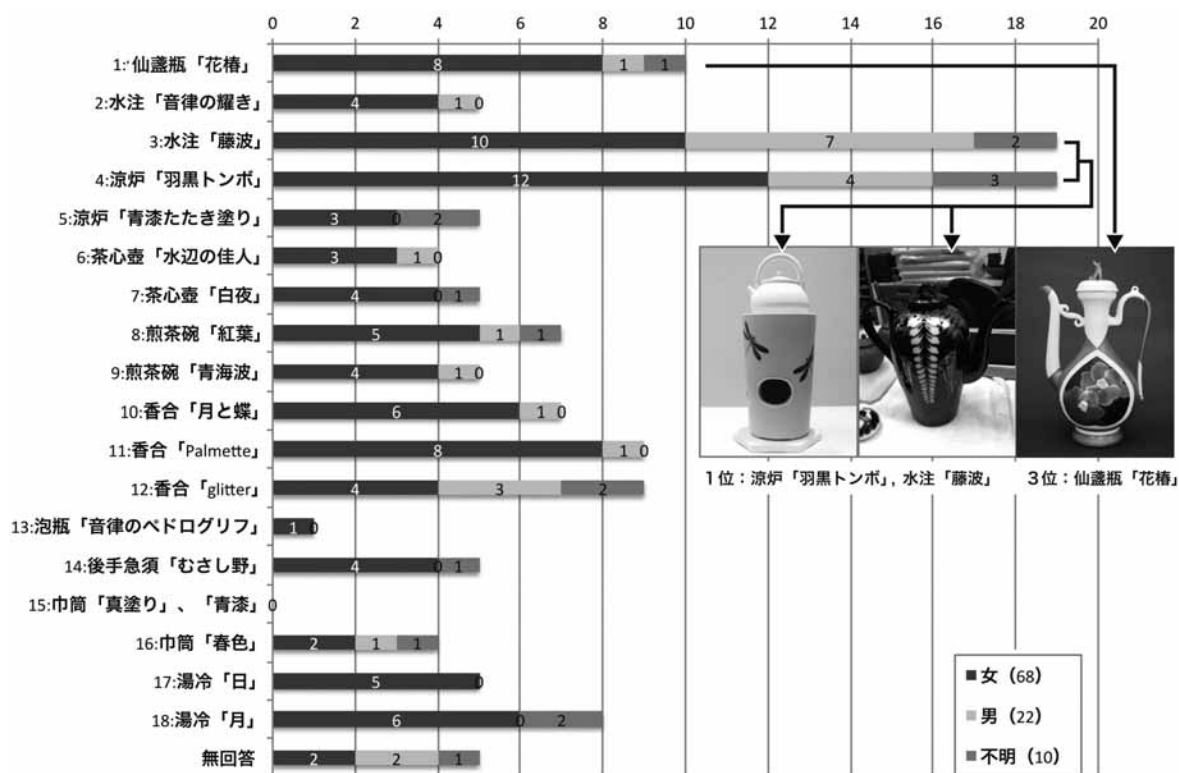
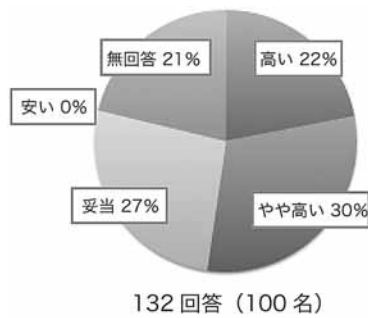


図6 「最も気に入ったもの」についての回答（132回答/100名）



・どれもきれいだった。全部高くておどろいた。(10代男)
 ・めずらしくて、きれいなので、とてもほしいですが、高価で手がでない。もしも1万円代でなにか作れるような作品があれば、ほしいと思いました。(20代性別不明)
 ・香合のような、小さな、大切にできるような眺めてたのしめるもの。ぱっとみると高く感じるが、一品物なのでしかたないか？(60代女)

(参考価格に対する自由記述の一部)

図7 「参考価格」への評価 (132回答/100名)

(1) 「最も気に入ったもの」について

21点の商品見本で「最も気に入ったもの」については、同票1位：涼炉「羽黒トンボ」、水注「藤波」、3位：仙臺瓶「花椿」となった。(図6)

(2) 参考価格への評価

高額商品の提案であったため、参考価格を「高い」とする意見があったが、その一方で「妥当」とする評価も少なくなかった。(図7)

(3) 商品への評価 (自由記述・ヒアリングから)

商品への評価としては、おおむね好評であった。漆塗り部分に施した蒔絵や螺鈿等の装飾の美しさが高く評価された。茶会で実際に使用した感想として、漆部分の感触がよく、陶磁器の冷たさがいいことが好感を与えた。

(4) 自由記述の例

- ・陶磁器と漆の組み合わせは新しく良いと思う。もっと形にこだわったり、若い人にも受け入れられるような物作りをして欲しいです。(20代女)
- ・茶のもてなしが良かった。こういった世界にふわりと入っていける。(30代男)
- ・陶器よりも絵柄がくっきりしていて立体感があるように感じました。(40代女)
- ・斬新的でもなく、普通でもない…見る者の感覚いかんでとらえ方が異なり、また新しい作品を見たくなる感じがする、品々でした。(50代女)
- ・焼きしめ(後手急須)と意外に合う感じがする。(60代男)

6. まとめ

今回の事業では「京都の伝統技術を活用した現代的な工芸でかつ高額商品」をコンセプトに、煎茶道業界を対象にした商品開発を行った。アンケートやヒアリング等の結果から商品としてはおおむね高評価であっ

た。今後、市場の一つとして展開可能な業界であると考えられる。

今回の取組において、商品開発を行う上では次の点が重要であることが明らかとなった。

(1) 異業種間の交流促進

陶磁胎漆器の製作は異業種間の協力が不可欠である。「京塗」と「京焼・清水焼」各業界で活躍している製作者らが協力して行う商品開発の実績となった。

(2) 「作り手」と「使い手」の交流

展示において、製作者が商品の説明を直接行うことや、茶会を開催して実際に使用してもらい機会を盛り込んだ。購入者が商品の理解を深めるだけでなく、製作者が購入者のニーズを知るという点で、非常に有効であった。これらは、製作後の作業であるが、商品開発の過程に含まれるべき重要なプロセスである。特に、売りにくい高額商品ではこうした取組が必要である。

(3) 高付加価値商品の開発

「細部に手間ひまをかける」、「素材にこだわる」といった京都の手仕事の伝統と歴史をベースにした工芸品の製作が、「京もの」というブランド感の原点である。どこにでもある物でなく、どこにもない京都のものを、業界と協力してデザイン・製作することに知恵を絞ることが求められる。

参考文献

- 1) 比嘉 明子, 安藤 信幸, 橋田 章三:京都市産業技術研究所工業技術センター研究報告, No.38, pp.53-59 (2010) .
- 2) 詳細な報告については以下を参照。
 京都漆器工芸協同組合, 京都漆器青年会:平成23年度知恵産業融合センター研究開発事業 陶磁胎漆器の商品化と販路開拓 業務委託「釉艶」報告書 (2012) .