

伊万里・有田焼のものづくりを伝える展示・体験・対話イベントの実施支援 東京 南青山にて「ジバニイキル」を開催

浜野 貴晴

promoduction(プロモダクション) 代表 / 佐賀県窯業技術センター 外部アドバイザー
国立大学法人 佐賀大学 肥前セラミック研究センター 客員研究員 / 有田町 クリエイティブアドバイザー



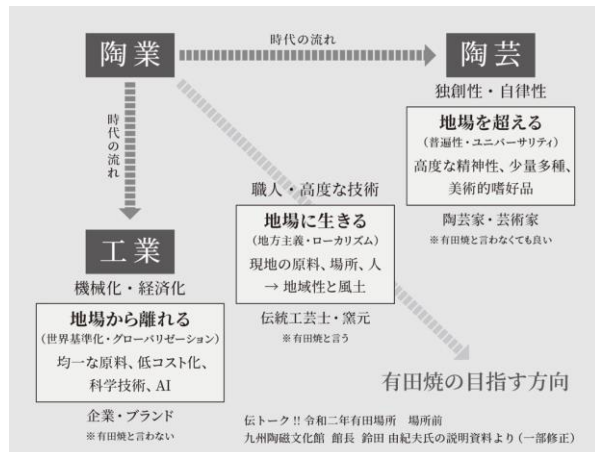
1. はじめに

佐賀県有田町を中心にその近隣地域にて、400年の長きにわたり生産されてきた日本初の磁器である「有田焼」。先人たちが技と美の研鑽を積みながら、この地にて磁器の製造が脈々と継承されてきた。

しかしながら、近年、後継者・人材不足や原材料の確保難、燃料の高騰など、全国の伝統産業の産地を取り巻く状況は、年々厳しくなっている。多くの工程を職人の手仕事による分業で作られる有田焼産業でも、型・生地製造業において顕著に、高齢化やなり手不足による技術継承が深刻であるという調査結果が出ており¹⁾、産地継続の危機が、地元の新聞紙上等でも盛んに報道されている。「産地が存続するために今私たちにできることは何か?」「産地はどこに向かって進んでいけばいいのか?」

それを考える場として、「伝トーク!!」というトークイベント(有田町のケーブルテレビ番組)を令和2年より毎年開催し、これからの有田焼産地を担う若い事業者たちが、自らの想いを自らの言葉で伝え、議論する機会を創出してきた。その中から見出された、有田焼の目指す方向を考える上でのキーワード「地場に生きる」について、今一度深く考える機会を作り、広くエンドユーザーに有田焼や産地の実情について伝えたいという想いから、「伝トーク!!」の特別版として、今回、東京での展示・体験・対話イベント「ジバニイキル」の開催を企画した²⁾。

タイトルの「ジバ」には、「その場所、地元」を意味する「地場」と、有田焼の原料である陶石を産出し、磁器の生産地となった「磁石場 / 磁器を生産する場」、そしてその地に魅きつけられる「磁場」の3つ意味を込めた。



有田焼の目指す方向「地場に生きる」を示唆したチャート

2. イベント概要

ジバニキルは、「伊万里・有田焼のものづくりを体感できる3日間」と題し、令和6年9月19日（木）～21日（土）の3日間、東京・南青谷の LIGHT BOX STUDIO AOYAMA にて開催した。伝トーク!!実行委員会（事務局：有田商工会議所）が主催者となり、開催趣旨に賛同した、伊万里・有田焼の窯元の若手経営者および後継者有志によって構成される NEXTRAD、アリタセラを運営する有田焼卸団地協同組合の青年部有志、肥前・有田 箸置きプロジェクト（佐賀県陶磁器商業協同組合）が連携する事業として、伊万里・有田焼の18の事業者が参加することとなった。

会場では、磁器の生産のための原材料・道具・製品等の現物にて製造工程をご覧いただく展示のほか、商品開発の流れやブランディングの紹介、箸置きの製造体験ワークショップ、磁器の原料である陶石を用いたインスタレーション、産地での日常風景を描いた映像作品の上映、金魚をモチーフにしたアートピースや伊万里・有田焼商品の展示販売を実施した。産業に関わる各業種の人たちが、自らの言葉で有田焼の魅力やものづくりを伝える展示・体験・対話イベントとした。さらに「伝トーク!!」の公開収録として、同じく陶磁器の生産地である岐阜県美濃焼産地の方々と交え、地域ブランドや伝統産業の将来についてトークセッションを行った。

産地ブランドを定義する要素である「原料」「場所」「人」の観点から、有田焼産地の空気感を肌で感じていただきつつ、これからの産業のあり方とその継承について、窯元と商社が一体となり、消費地のエンドユーザーと一緒に考える機会を目指す、初の取り組みとなった。

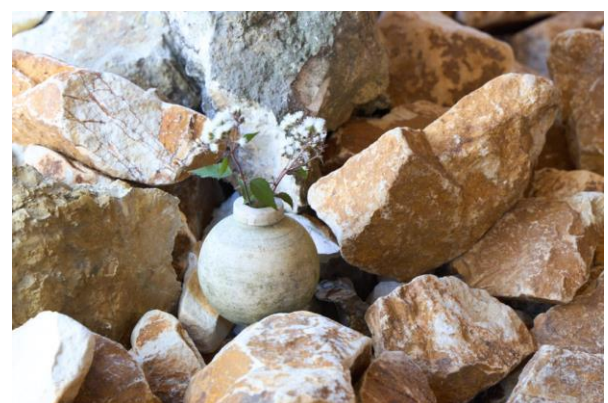
3. 展示・体験コンテンツ

(1) 陶石のインスタレーション

伊万里・有田焼の原料である天草陶石および泉山陶石を有田より持参し、陶土工場などで見られる山積みの陶石の風景を表現したインスタレーション展示を実施した。

エンドユーザーには、有田焼の原料が天然の石であることもあまり知られておらず、現物を見る機会も少ない。

陶石の中に第二次世界大戦中に有田にて試作された磁器製の手榴弾を花器に見立てて展示し、時代や社会情勢の中でのものづくりの変遷や平和利用についての思いを込めた。400年前に有田の地で陶石が発見されたことにより誕生した日本初の磁器である有田焼の歴史と貴重な天然資源の恩恵について紹介した。



山積みの陶石と戦時下に製造された磁器製の手榴弾を花器に見立てて展示

(2) NEXTRAD³⁾

磁器のものづくり展示・対話

伊万里・有田焼窯元の若手有志で活動しているチーム「NEXTRAD/ ネクストラッド」が、原料である陶石から様々な職人の手仕事による作業を経て完成品へと至る有田焼の製造の流れを原材料や道具、ビジュアルなどで案内する製造工程展示、NEXTRADメンバーの各窯元そ

それぞれの得意技術や表現などを紹介するブース展示を行った。

また“P”を頭文字とする有田焼を説明する14のキーワードを導き出し、磁器のものづくりや有田焼産業についての理解を促した。作り手自らが説明する対話を通じて伝えることを大切にしている。

NEXTRADは、2017年に事業規模や形態の異なる、伊万里・有田焼の窯元の若手経営者及び後継者有志にて結成。2024年現在13社(名)が参加している。

月例にて「車座会議」と称して、各社の取り組み、産地の抱える課題や方向性などを議論、窯業関係者を招いての意見交換などを行う。さらに2021年より毎年秋には、有田にてオープンファクトリーイベントを実施するなど、有田焼産業の持続可能な未来を考え、その魅力やものづくりを伝えることを目的に活動している。

参加窯元：

徳幸窯 / 北川美宣窯 / 皓洋窯 / 藤巻製陶 / 福泉窯 / 文翔窯 / 吉右エ門製陶所 / 福珠窯 / 田森陶園 / 畑萬陶苑 / やま平窯元 / 弥源次窯 / 李荘窯業所



工程別に展示した原材料や道具類



NEXTRADのメンバー各社の得意技術や表現を展示する個別ブース

(3) アリタセラ⁴⁾ 青年部有志

有田焼商社としての取り組み紹介

有田焼のショッピングモール「アリタセラ / AritaSerá」は、有田駅から車で5分ほどの小高い丘の上に広がる、有田焼専門店が軒を連ねるエリアの総称。約2万坪もの敷地に、日用食器、業務用食器から高級美術品などの陶磁器を扱う22の店舗の他、ギャラリーやホテル、レストランがあり、年中無休で営業している。

2018年にアリタセラを新たな呼称として、環境整備やイベントの見直しなどを行ってきたが、元々は、有田焼卸団地として1975年に誕生。来年(令和7年)に開設50周年を迎える。

その「アリタセラ」を運営する有田焼卸団地協同組合 青年部の有志5社(名)が、アリタセラや組合での活動の紹介とともに、商品開発の過程や商社の機能について、各社の取り組みを商品の展示や動画で紹介した。

参加商社：

キハラ / 賞美堂本店 / まるぶん / 百田陶園 / 山忠



商社各社の取り組みを紹介した個別ブース

(4) 肥前・有田 箸置きプロジェクト⁵⁾ 100種類以上の箸置きの展示・販売

「肥前・有田 箸置きプロジェクト」は、日本の食文化における「箸置き」の意義を見直し、日々の食卓で箸置きを使うことによる丁寧な暮らしを提案。箸置きをキーアイテムとして、有田焼の作り手が生み出す多種多様な陶磁器の表現の紹介に努めている。

人気の箸置きや、組合員おすすめの箸置きを紹介するSNSでの発信のほか、小学生に向けた食育アドバイザーによる箸置きを使ったマナー講座の実施、My箸置きを作って和食文化を学ぶワークショップといった箸置きに関する様々な活動も行っている。

会場では、同プロジェクトが提供しているポップアップイベント委託販売システムである「肥前・有田 箸置き市」を紹介するとともに、100種類以上の箸置きの展示・販売や箸置きの製造工程などを紹介するプロジェクトムービーもご覧いただいた。

主催：

佐賀県陶磁器商業協同組合



多様な箸置きを一同に紹介する「肥前・箸置き市」のポップアップ

(5) ARITA 磁金 | Ji-kin

磁器製「金魚」の多様な装飾表現

企画から約4年の歳月をかけ、NEXTRADが制作した、金魚をモチーフにした磁器の作品群のアートプロジェクト。優美な琉金と可愛い出目金の姿形をリアルに成形し、下絵付け、上絵付け、釉薬、彫刻といった、NEXTRADのメンバー各社の得意とする美と技を駆使し、約40体におよぶ一品ものの作品を制作、今回のイベントにて初披露となった。

日々、反復生産を行いながら技術を磨き、生産性を高め、皆さまにお買い求めしやすい価格で提供できる量産品の製造に努めている窯元の職人たちが、日常の仕事とは全く異なる、焼成困難な造形のアートピースに挑み、惜しみなく手をかけた作品に仕上げることで、有田焼の多様性と技術力を見せることを目指している。

多くの来場者が足を止め、薄く、動きのある金魚のヒレなどの繊細なディティールの造形や精緻な絵付け、彫りによる各社の表現の豊かさに見入りながら、作り手であるNEXTRADのメンバーから制作に関する説明を聞き、スマホなどで撮影していた。



様々な表現による磁器製の金魚のアートピース「ARITA 磁金」

(6) SDGs × 有田焼

有田焼産業の持続可能性に向けて

瑕疵とされる規格外品や個体差が生まれてしまう理由、脱炭素社会に向けた CO₂ 排出削減、産業廃棄物の問題など、若手の窯元と商社が考える産業の持続可能性に向けた取組をパネルにて紹介した。

例えば、「鉄粉/テップン」と呼ばれる小さな黒い点のある器。窯元や商社から出荷される際、規格外品として扱われる。一口に鉄粉といっても、その在り様は様々である。鉄粉の大きさや濃さ、数や場所など、一般的な有田焼の検品基準に基づいて合格した流通商品と、様々な鉄粉があることで規格外とされる実際の商品をお手にとり、ご覧いただきアンケートにお答えいただく「検品ワークショップ」も実施した。



製造に伴う課題などを説明したSDGsのパネル展示



一般流通品と4段階の規格外品を比較検証してもらったワークショップ

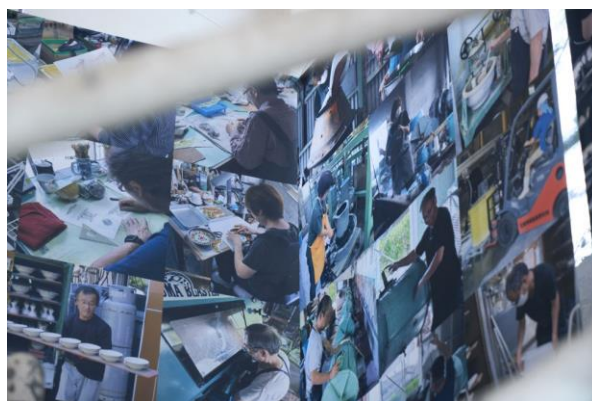
(7) 肥前皿山職人尽し絵図

伊万里・有田焼のもののづくりを支える職人たちの姿

分業制の有田焼の製造において、原料の陶石から陶土へと精製する土屋さん、生地を量産するための石膏型を作る型屋さん、その型を用いて生地を量産する生地屋

さん、そして絵の具や釉薬、筆や窯道具などを製造・販売する材料屋さん、さらに窯を築炉したりメンテナンスする職人さんやガスを頻繁に運搬するガス屋さんなどに支えられて一つの商品が窯元から生まれ、商社を経て皆さまの元へ届けられる。

そんな伊万里・有田焼の生産を支える総勢90名におよぶ職人たちの作業場での様子を撮影し、ポートレートとして会場に掲示した。有田焼産地ならではの日常の風景、現場の空気感を体感いただくことを目的としている。



職人たちの作業風景を紹介したビジュアル展示

(8) 個性を楽しむ器

伊万里・有田焼の展示販売

天然素材を原料とし、職人たちによる様々な手仕事の工程を経て作られる焼きものだからこそ生まれる個体差を、表情として楽しむことをご提案する展示販売企画。

NEXTRADのメンバー各社の個性溢れる商品をご覧いただき、商品に対する作り手としての想いや開発秘話などについても対話しながら購入できる機会となった。



作り手である窯元と対話しながら商品を購入できる販売企画

さらに、サテライト会場として今回参加した商社キハラの東京店である「KIHARA TOKYO」においても、同じく

ンセプトの企画展を9月19日(木)～9月29日(日)に開催し、当イベントと連動した。

(9) 製造体験ワークショップ

型押しによる箸置ききの生地づくり

「型押し」という技法にて、箸置ききの生地づくりを体験いただけるワークショップを会期中毎日開催した。職人たちが丁寧に説明、手伝いながら体験いただいた。

原料である陶土に触れ、量産品でありながらも一つ一つ手仕事で仕上げていること、またその反復作業による高い職人技の積み重ねで商品に仕上げられていることの理解につながった。体験いただいた方には、記念品として焼成品を進呈した。



箸置ききの生地づくりを体験いただいたワークショップ

4. トークイベント

(1) 伝トーク !! 令和六年 東京場所⁶⁾

有田焼業界で活躍する方々に、町や産業に対する自身の思いを語ってもらい、産地の将来をみんなで考えるトーク番組(有田町のケーブルテレビ)の公開収録を東京で実施した。

磁器の原料である陶石の採掘の安全や有田焼の隆盛を願って行われていたとされる有田泉山の「石場相撲」。伝トーク!! では、有田焼の歴史にも関係の深い「石場相撲」に見立て、パネリストを「話士(はなし)」、ファシリテーターを「行司」と呼んでいる。

東京での開催に際し、今回は、同じく陶磁器の生産地である岐阜県美濃焼産地の事業者の方々も交えて、地域ブランドや伝統産業の将来について語り合った。

公開収録日：9月20日(金) 16:00～17:00

テーマ：「“ジバニイキル” 20年後の産地の姿」

話士(パネリスト)：

【美濃焼 | 岐阜県】

井澤 秀哉

(株)井澤コーポレーション 代表取締役社長

伊藤 祐輝

(株)カネコ小兵製陶所 代表取締役社長

【有田焼 | 佐賀県】

藤本 浩輔

(有)藤巻製陶 代表取締役 / 陶交会副会長

木原 太朗

(株)キハラ チーフマネージャー / 有田焼卸団地協同組合 青年部会長

行司(ファシリテーター)：

浜野 貴晴

promoduction 代表 / デザイン・ディレクター



「伝トーク !!」の公開収録の様子

美濃焼や有田焼の現状、パネリスト各人の産地での活動についての紹介を踏まえ、テーマについてトークセッションを行った。

各人からは、「地域ブランディングのためにもものづくりの魅力を伝え、産地への訪問機会の創出」、「シェフやクリエイターといった器と関係の深い外部有識者との協働」、「こ

れまでに捉われず挑戦的に取り組む姿勢」、さらに「美濃や有田といった産地を超えて連携していく必要性」が説かれた。

(2) 窯元・商社によるトークセッション

各日、参加事業者全員が登壇する4つのトークセッションを開催した。

「なぜなに有田焼 ～作り手、売り手が歴史から紐解く有田焼アナザーストーリー～」

開催日：9月19日(木) 15:00～16:00

登壇者：下村 耕司(福泉窯)

畑石 修嗣(畑萬陶苑)

寺内 貴信(李荘窯業所)

蒲地 卓也(賞美堂本店)

ファシリテーター：浜野 貴晴(promoduction)

「ジバノクラシ ～Instagram @NEXTRAD から垣間見る窯元の日常～」

開催日：9月20日(金) 11:00～12:00

登壇者：山本 晃平(やま平窯元)

百田 真平(弥源次窯)

山本 泰士(山忠)

百田 大成(百田陶園)

「Making of “ARITA 磁金 / Ji-kin” ～伊万里・有田焼の金魚が出来るまで～」

開催日：9月21日(土) 11:00～12:00

登壇者：北川 朝行(北川美宣窯)

森田 文一郎(文翔窯)

原田 吉泰(吉右エ門製陶所)

「見んしゃい、来んしゃい、やきもの工場 ～動画で楽しむバーチャルファクトリーツアー～」

開催日：9月21日(土) 15:00～16:00

登壇者：徳永 弘幸(徳幸窯)

前田 洋介(皓洋窯)

田中 克幸(田森陶園)

篠原 将太(まるぶん)

5. 映像コンテンツ

有田町の地域おこし協力隊として活動してきたフォトグラファーの壺岐 成太郎⁷氏による陶石にまつわる映像作品「UNTIL THIS LIGHTS UP このあかりが灯るまで」を上映した。陶石から陶土へ精製していく職人たちの作業、陶土から器の形に成形されていく工場の様子など有田焼産地での日常的な風景を独自の視点による美しい映像と音楽で表現しており、多くの来場者にご覧いただいた。

6. 来場者からの反応

初日の開場後に事前予約制のメディアツアーを実施し、約20名のメディア関係者に参加いただいた。約1時間ほど、今回のイベントの趣旨や各コンテンツの概要説明、参加事業者の紹介を行った。参加者からは、有田焼のものづくりについて深く知ることができるこれまでにない展示内容だったという評価を多くいただいた。またSDGsへの取り組みなど、伝統産業の未来に向けた姿勢についても好感をもって受け入れられた。

3日間の総来場者数は約300名であり、それぞれの展示コンテンツをしっかりとご覧いただく方が多かったこともあり、長時間滞在していただいた印象が残る。

アンケートも実施しており、イベント全体に対し、非常に満足(63.9%)、やや満足(22.2%)と、満足と答えた方は、約86%に及んだ。もっとも良かった企画としては、磁器の工程展示(30.6%)、陶石のインスタレーション(19.4%)、NEXTRAD 各窯元の特徴展示(16.7%)、SDGs×有田焼(16.7%)の順となっており、通常では見ることができない、産地ならではのコンテンツに高い評価があった。

またSDGsに伴い実施した「検品ワークショップ」では、鉄粉について、商品として全く問題ないと判断した方が約92%を占め、貴重な天然原料の有効活用および産業の持続可能性のための収益性の向上に対し、産地における検品のあり方、販売の仕方について改めて考える上での一つの指針ともなった。

感想には、「趣向を凝らしたコンテンツ内容に深い学びを得た」「窯元や商社など産地の事業者と直接対話できた良い機会だった」「有田を訪問し、ものづくりの現場に触れてみたくなった」といったコメントが散見され、参加事業者および関係者一同、実施内容に自信を得た。

7. 今後の展開

今回のイベントは、有田焼の魅力とものづくりへの理解を促し、市場における有田焼の価格への納得感、さらに有田焼のファン獲得への効果が感じられた。来場者のコメントにもあったように、最終的には有田への訪問を誘導するクラフト・ツーリズムに繋げることを目標として掲げているが、そのためにも消費地等でのアウトバウンドの活動の継続も考えていく必要がある。

今回のイベント実施においては、伝トーク!!の予算に加え、有田町からの補助、加えて参加事業者からの参加料により運営したが、東京での独自イベントとしては厳しい予算であったことも否めない。

広くエンドユーザーとの接点を持ち、関係性を構築・継続していくためにも、まずは、こういった対外的な活動を行なっていく内発的動機を持った産地内事業者の自主性、それを支援していく組織や関係者による運営体制の構築、活動費の捻出と補助金などをできる限り軽減するための収益性などについて今一度協議し、持続可能な伝えるためのイベント等のあり方を考える必要がある。

今回のイベントを機に、NEXTRAD とアリタセラ青年部有志では、毎月意見交換の場を持つに至り、作り手と売り手という立場の異なる産地内事業者としての情報共有から、共にどのように有田焼の魅力やものづくりを伝えていくべきか議論を重ねていることは心強い。

将来的な有田焼産地さらには肥前窯業圏のクラフト・ツーリズムの活性化に向け、着実に歩を進めるよう関係者一同で取り組んでいきたい。

8. 特筆すべき成果

- 有田焼の魅力やものづくりを伝えるアウトバウンドの独自イベントの実施
- 複数の窯元、商社、支援関係者による実施体制の構築
- 有田焼への興味を掘り起こし、学びや楽しみを感じさせるコンテンツの実証

参考資料

- 1) 有田商工会議所, “有田焼製造業に係る調査報告書”,
<http://www.marugotoarita.jp/data/houkokukai.pdf>
(参照 2025-03-31).
- 2) ジバニイキル 公式ウェブサイト
<https://jibaniikiru.studio.site/> (参照 2025-03-31).
- 3) NEXTRAD 公式ウェブサイト
<https://nexttrad.jp> (参照 2025-03-31).
- 4) アリタセラ 公式ウェブサイト
<https://www.arita.gr.jp> (参照 2025-03-31).
- 5) 佐賀県陶磁器商業協同組合 公式ウェブサイト
<https://saga-ccc.jp/> (参照 2025-03-31).
- 6) 伝トーク!! 令和六年東京場所 前編
<https://www.youtube.com/watch?v=1ZkaF3pig9o> (参照 2025-03-31).
伝トーク!! 令和六年東京場所 後編
<https://www.youtube.com/watch?v=6n99yx1LmTU&t=10s> (参照 2025-03-31).
- 7) 壺岐成太郎 instagram 公式アカウント
<https://www.instagram.com/seitaroiki/> (参照 2025-03-31).