

16) 短期海外派遣研修報告

ヨーロッパにおける先進的陶磁器デザイン技術の習得

松本 奈緒子

今回、佐賀県庁経営支援本部人材育成・風土組織グループで募集された短期海外派遣研修の機会を頂き、平成24年2月10日から25日までの16日間で、ドイツ、デンマーク、スウェーデン、フィンランドの4ヶ国で研修を行ったので、報告する。

1. 研修の目的

現在伊万里・有田焼の市場は縮小しており、平成22年度においてはピーク時(平成3年)の約22%まで落ち込んでいる。ライフスタイルの変化や多様化した消費者ニーズに応え、今後の世代にも有田焼を伝えていくための技術支援やデザイン支援が必要となっている。

北欧等、ヨーロッパのプロダクト製品・陶磁器製品は、機能性・デザイン性の水準の高さ等の点において世界的にデザイン先進地として評価が高い。本研修でヨーロッパのプロダクト製品・陶磁器製品のデザインやデザイン技術の習得、開発技術のあり方を習得し、伝統ある有田焼の新しいデザインの可能性やブランド構築の手がかりを得ることが今後の産地にとって重要である。また、デザインや技術に関して参考にすべきところと、日本の陶磁器として差別化を図るべきところや強調すべき点を見出し、広い視野で日本以外の陶磁器産業を調査することにより、自身の今後のデザインスキルを高め、現在継続して研究を行っている食器製品・エクステリア製品開発や今後の研究、また、業界に対するデザイン指導に役立てることを目的とした。

2. 主な訪問先の概要

[2月11日(土)] ヘキスト陶磁器工房・ミュージアム

ヨーロッパではマイセンの次に古い陶磁器工房と、そのミュージアム。有田焼にも通じる手描きの技術やデザイン技術を調査。

[2月11日(土)・12日(日)] 国際見本市アンビエンテ

ドイツ・フランクフルトで年に一度行われる世界最大規模の国際見本市。陶磁器製品・食器関係を中心に製品調査を行った。

[2月14日(火)] ヨーロッパ産業磁器博物館

ヨーロッパの陶磁器製造機器や工程、製品の展示施設。併設のローゼンタール美術館では、ローゼンタールの歴代の製品展示を見学。

[2月15日(水)] 国立マイセン陶磁器製作所

2010年にヨーロッパ磁器誕生300周年を迎えたマイセン陶磁器製作所を訪問。有田が2016年に磁器発祥400周年を迎えることをふまえ、行われた取り組み等の聞き取りを行った。また、作業工程の見学等を行った。

[2月20日(月)] JETRO スtockホルム事務所

スウェーデンやヨーロッパにおける文化・生活習慣、国民性等について聞き取りを行った。

[2月21日(火)] グスタフスベリ陶磁器工房・博物館

現在日本の若い世代を中心に人気があるスウェーデンの陶磁器メーカー。工房と博物館の見学を行った。

[2月23日(木)] アラビア工場・ミュージアム

フィンランドの陶磁器メーカーで、デザイン性が高く日本でも人気がある。工場の見学、デザイナーの方と面会、ミュージアムの見学を行った。

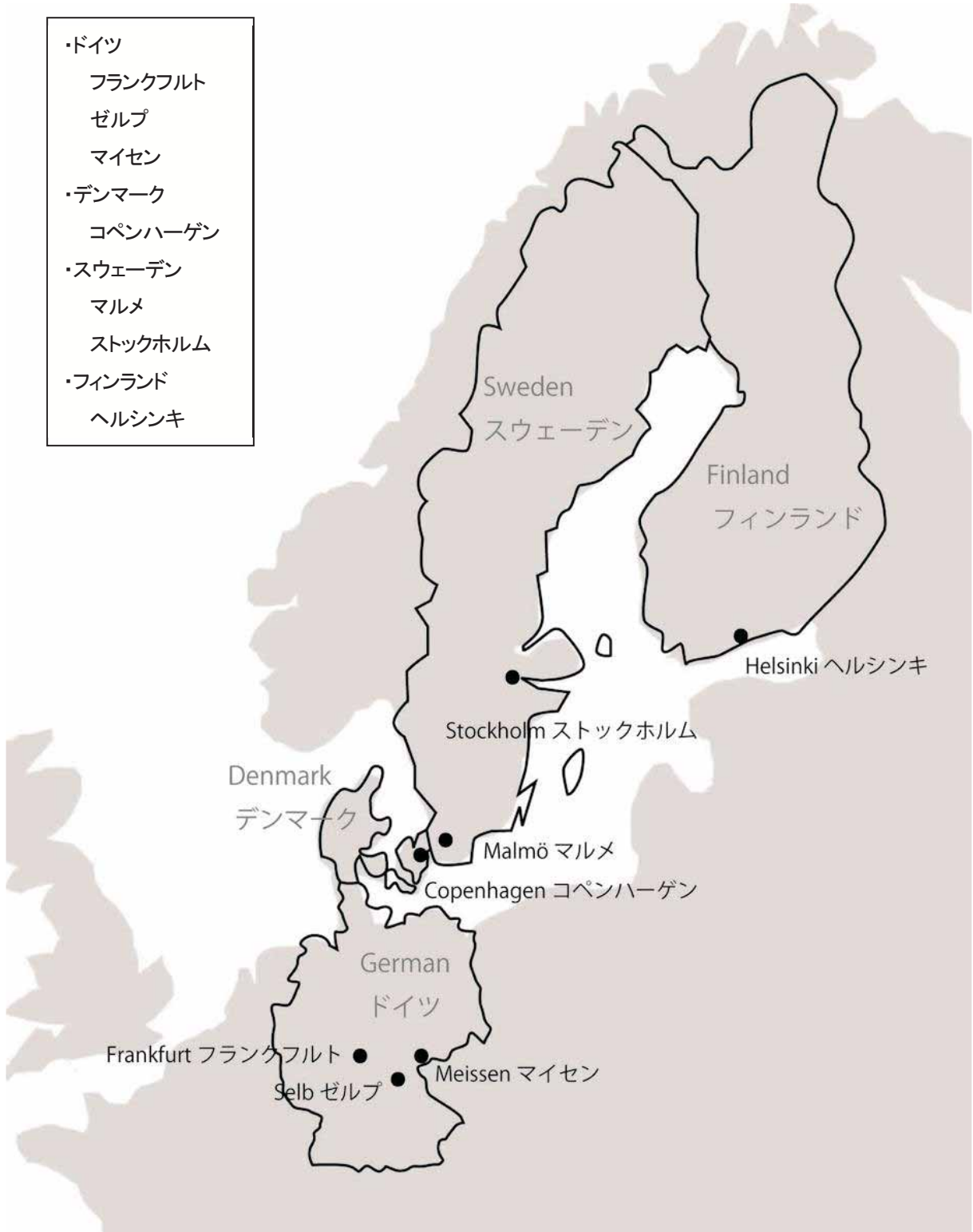
[各国のデザインショップ、インテリアショップ等]

それぞれの国の中心部にあるデザイン性の高い製品を取り扱っている店舗において、現在流通している製品の傾向や特徴を調査。

[各国のデザインミュージアム、工芸博物館等]

ヨーロッパのデザイン・産業製品・工芸の歴史を知るために各国のデザインミュージアムや博物館を訪問した。

3. 今回の研修での訪問国とその都市



4. 研修行程

日付		場所	内容
2012年2月9日	木	日本(福岡)	前泊
2012年2月10日	金	日本(福岡)→ドイツ(フランクフルト)	福岡空港(7:15 発)→成田空港(9:00 着) 成田空港(12:25 発)→フランクフルト(16:40 着)
2012年2月11日	土	ドイツ(フランクフルト、ヘキスト)	午前:ヘキスト陶磁器工房内ショップ視察、ヘキスト陶磁器美術館 午後:国際見本市アンビエンテ視察
2012年2月12日	日	ドイツ(フランクフルト)	終日:国際見本市アンビエンテ視察
2012年2月13日	月	ドイツ(フランクフルト→ゼルプ)	午前:(移動)フランクフルト(8:19) →ゼルプ(13:08) 午後:ゼルプ市内ショップ視察
2012年2月14日	火	ドイツ(ゼルプ→ドレスデン)	午前:ヨーロッパ産業博物館、ローゼンタール博物館見学 午後:(移動)ゼルプ(14:42) →ドレスデン(18:03)
2012年2月15日	水	ドイツ(ドレスデン⇄マイセン)→デンマーク(コペンハーゲン)	午前:マイセン国立陶磁器工房 午後:マイセン・ドレスデン市内視察 夜:(移動)ドレスデンノイシュタット(21:00)→コペンハーゲン(10:07)
2012年2月16日	木	デンマーク(コペンハーゲン)	午前:ルイジアナ近代美術館等
2012年2月17日	金	デンマーク(コペンハーゲン)	午前:デザイン博物館デンマーク、デンマーク工芸博物館等 午後:市内デザインショップ等視察
2012年2月18日	土	デンマーク(コペンハーゲン)→スウェーデン(マルメ)	午前:市内デザインショップ等視察 (移動)コペンハーゲン(13:12) →マルメ(13:46) 午後:フォルム/デザインセンター、市内ショップ視察
2012年2月19日	日	スウェーデン(マルメ)→(ストックホルム)	(移動)マルメ(12:13)→ストックホルム(16:50)
2012年2月20日	月	スウェーデン(ストックホルム)	午前:9:30-10:30 JETRO スtockホルム事務所訪問 午後:市内ショップ等視察
2012年2月21日	火	スウェーデン(ストックホルム)→フィンランド(ヘルシンキ)	午前:グスタフスベリ陶磁器博物館見学 (移動)ストックホルム 17:00 発 → ヘルシンキ 10:30(シリंक・タリアフェリー)
2012年2月22日	水	フィンランド(ヘルシンキ)	デザイン博物館、 デザインショップ等視察
2012年2月23日	木	フィンランド(ヘルシンキ)	Arabia/iittala 工場見学
2012年2月24日	金	フィンランド(ヘルシンキ)→ドイツ(フランクフルト)→日本(成田→福岡→	(帰国準備) ヘルシンキヴァンター空港(16:55 発)→フランクフルト国際空港(18:35 着) フランクフルト国際空港(20:25 発)→成田空港(15:55)2/25
2012年2月25日	土	佐賀)	成田空港(19:50 発)→福岡空港(21:55 着) 福岡空港→有田

5. 研修の詳細

5.1 ヘキスト陶磁器工房

ヨーロッパではマイセン陶磁器工房の次に古いヘキスト陶磁器工房。マイセンから脱走した絵付師レーベン・フイングが 1746 年に創業した、フランクフルト市内にある唯一の陶磁器メーカーである。



図1 ヘキスト陶磁器工房入り口。

ショップ内は商品やテーマごとにディスプレイが施されている(撮影禁止)。中でも、ショップの入り口近くには日本の”寿司”をテーマにしたディスプレイがあり、四角の皿や小皿などに製品が展開されており、日本食ブームが製品デザインにも影響している。繊細な手描きの絵付け技術の他にも、精度の高い転写技術が印象的で、球体や曲面に沿ってずれなく転写紙が貼り付けられている。絵柄のパターン展開も繊細で非常に美しく、印象的であった。

5.2 ヘキスト陶磁器ミュージアム

ヘキスト陶磁器工房から徒歩 10 分ほどの場所にあるヘキスト陶磁器ミュージアム。マイセンから技術や歴史を引き継いだ製品、またヘキスト独自のデザイン性がうかがえる製品が時代ごとに展示されていた。



図2 展示製品。

5.3 国際見本市アンビエンテ視察

ドイツ・フランクフルトで毎年行われる世界最大見本市「アンビエンテ(ambiente)」の視察を行った。アンビエンテは、ダイニング関連製品からギフト・インテリア・雑貨までの消費財全般の世界最大規模の消費財専門見本市で、毎年 4000 社以上が出展しており、来場者も 13 万人を上回る。



図3 アンビエンテ会場の様子。

今回、日本貿易振興機構 JETRO が、アンビエンテの中でも最も来場者の関心が高い「ロフトホール」に 6 年ぶりにジャパン・パビリオンを設置し、日本企業の出展を支援している。それに加えて、「東北 3 県復興支援ゾーン」として、東北ブースをそれらの企業と同じジャパン・パビリオン内に設けている。



図4 ジャパンパビリオンブース。

日本のいくつかのブースで話を聞かせてもらった。どの企業も何度目かの出展だそうで、何度か出展することでバイヤーに覚えてもらうことができるそうである。また、アンビエンテの前に、1 月にフランス・パリで見本市「メゾン・エ・オブジェ」が開催され、東北ブースはそちらにも出展を行ったそうだが、メゾン・エ・オブジェのほうが反応は良

かったとのこと。展示会によって、反応にはかなりばらつきがあるようである。

東北支援ブースの中で、岩手県の和ダンスの企業の製品開発に関わったデザイナーの方に話を聞くことができた。生活スタイルの変化で大きなダンスを購入することの少なくなっている現代用に、伝統的な技術をそのまま活かして、小さなチェストや小物等の開発を行ったとのこと。日本各地の伝統産業が現代に合わせた新しい製品の提案を行っている。

5.4 ヨーロッパ磁器産業博物館

ゼルプ(selb)は1850年代に陶磁器の町として栄え、現在もゼルプにはローゼンタール、フツェンロイター、ビレロイ&ボッホなどのメーカーがある。町にはいたるところにタイルで作られた地図や歩道など、陶磁器の町らしさがあるが、各産地と同様、産業自体は落ち込んでいる。ゼルプでは主にヨーロッパ磁器産業博物館・ローゼンタール博物館を訪問した。



図5 ゼルプの町の様子。



図6 ヨーロッパ磁器産業博物館

ヨーロッパ産業博物館は、1969年に閉鎖した元ローゼンタールの工場の建物を利用したもので、ヨーロッパの中で最大の陶器博物館群となっている。広い敷地内で、ヨーロッパの製陶業の歴史とすべての行程の設備を見学することができた。同じ敷地内にあるローゼンタール博物館では、ローゼンタールの歴代の製品を見ることができた。

5.5 国立マイセン陶磁器製作所



図7 マイセン磁器製作所 入り口。

ドレスデンのマイセンにあるマイセン陶磁器製作所を訪問した。マイセンはヨーロッパ磁器発祥の地で、当初は日本や中国の磁器の影響を多く受けている。その後ヨーロッパのデザイン性を確立し、代表的なデザイン”ブルーオニオン”は世界中の陶磁器に影響を与えた。マイセンは2010年で磁器誕生300周年を迎えており、有田が2016年に400周年を迎えることをふまえ、ヨーロッパでの取り組みの様子等の聞き取りや、工場見学、美術館の見学をさせていただいた。今回は、マイセン有田友好協会のカイ・レオンハルト氏に協力していただき、セッティングと案内をしていただいた。最初に各製作工程の見学を行った。実際に職人の方が作業するところを目の前で見せていただいた。

・ろくろ(機械ろくろ)の実演

手でカップ状の生地をろくろでひき、それを石膏型に入れろくろを回しながらこてを生地に押し付けていく。注文にもよるが、手でこてを使用して行うことのほうが多いとのこと。



図8 ろくろの実演

・下絵の実演

文様を写す中立紙としてアルミホイルが使用されていた。アルミホイルの上に文様を描いた紙を乗せ、上から針で細かく穴をあけて製作している。そうすると裏面の細かい穴のでっぱりができ、そこに木炭の粉をまぶして素地に押し当てて文様を写す。以前は有田と同じように紙でやっていたそうだが、こちらの方法に変えたそうで、この方法だと器に合わせて形状を保つことができ、長く使用でき使いやすいそうである。



図9 文様を写しているところ。

・上絵の実演

職人の方は、数十から百ほどある上絵の柄パターンが頭に入っていて、目をつぶっていても描けるくらいだそうです。鉛筆で下書きをしてから、順に上絵の具をのせていく。絵の具の調合も、職人の方の感覚に任されている。

・生地のはりつけの実演

マイセンのフィギュアは緻密で細かく、支えとなる部分とメインの本体の部分をいかに組み合わせて設計するかなど、長年に渡って作り続けてきた歴史や技術があることを感じさせられた。一体につき、20～30 のパーツがあり、そ



図10 上絵の実演

れを貼り付けていく作業は熟練した技術が必要である。

・意見交換

マイセン陶磁器製作所所長 Lutz Richter(ルッツ・リヒター)氏と、デザイナーの Jorg Danielczyk(ヨーク・ダニエルツィク)氏にお話を伺った。デザイナーの方は、日本でいうと人間国宝にあたる方である。マイセンでは、2010年にヨーロッパ磁器誕生 300周年を迎えており、その年のイベントについて話を伺った。マイセンでは宮殿や製陶所内でイベントを行ったそうである。その年の1年間でイベントを何度か行い、その年にいつマイセンを訪れても何らかのイベントを行っているようにし、また、世界の何か所かでも展示を行い、300周年について広く知ってもらおうようにしたそうである。マイセン陶磁器製作所では「インターナショナル」をテーマに、世界の陶磁器の展示を行った。また、マイセンで当初作られていた製品をモデルにした300周年の記念品(高台裏に特別ロゴ入り等)を作り販売を行った。有田でも、柿右衛門窯・今右衛門窯等の協力を得て同様のことができるのではないかと、とご意見もいただいた。



図11 左からリヒター氏、私、ダニエル氏、レオ氏

・美術館見学

美術館内の見学とレオ氏による解説を受けた。美術館では、マイセンの陶磁器デザインの流れが時代ごとに細かく展示されている。マイセンではその時々ディレクターが時代の流れを読みとり、デザインを変化させてきたとすることで、図 12 の写真は 1900 年頃、それまでのものからデザインが大きく変わった時のものである。マイセン陶磁器製作所では、別の場所にある大きな倉庫に型を保管しており、昔からの製品すべての型の管理がされているようで、どの時代の製品も、現在でも生産可能だそうだ。



図 12 1900 年頃の製品



図 13 マイセンのマークの変遷



図 14 マイセン技術学校の生徒の作品

5.6 コペンハーゲン市内デザインショップ・美術館等

コペンハーゲン中心部のショッピングストリート「ストロイエ」と、その周辺エリアには多くのデザインショップが存在しており、いくつかのショップをまわり、製品の調査を行った。

・Designer ZOO(デザイナーズー)

デンマークのデザイナーによる様々なインテリアや雑貨を置いている。陶磁器製品に関しては、色がカラフルなのが特徴であるのと、転写によるデザインのものが多くみられる。また、生地自体に色を付けた製品も多い。



図 15 Designer ZOO の店内。



図 16,17 陶磁器製品

また、陶磁器素材のカジュアルなアクセサリーが多くみられ、日本よりも磁器素材が広い世代に親しまれているという印象を受けた。

・ロイヤルコペンハーゲン

街の中心部にあるショップ。3階建てでとても広い。ディスプレイが美しく、商品の見せ方等は参考になる。観光客向けに、絵付け体験も行っていた。ロイヤルコペンハーゲンの定番のブルーフレーテッドの柄を見本に、大人から子供まで参加していた。

・デザインセンターデンマーク

デンマークデザインの歴史を展示。様々なデンマークのプロダクト製品を時代ごとに紹介。現在まで長く愛されている製品も多くある。

・GRANIT

デンマークの無印良品という感じのショップ。無彩色で統一され、衣類からインテリア、雑貨まで低価格でそろっている。日本の無印良品と同様、若い人を中心に人気があるようである。

5.7 マルメ・ストックホルム市内デザインショップ等

・フォルム/デザインセンター(マルメ)

マルメにあるフォルム/デザインセンター。一階では展示スペースとなっており、訪れた時は建築の学生の展示をしていた。二階・三階にはギャラリーショップ、展示、カフェスペースや図録の販売等をしている。スウェーデンやその他北欧の新しいデザインや作品をまとめて見ることができた。

・DESIGN HOUSE Stockholm

家具から食器、テキスタイルに至るまでの製品を扱っている。シンプルでモダンなデザインのものが多い。食器製品のなかでは、お茶に関する製品があり目に留まった。



図 18 店内の様子



図 19 外観

日本やアジアの影響か、簡易的な急須のようなデザインの製品が見受けられた。

5.8 JETRO スtockホルム事務所

JETRO スtockホルム事務所にて、海外ブリーフィングサービスを利用し、現地の生活習慣・文化・国民性等について聞き取りを行った。担当は三瓶恵子氏で、同じ日本人の目線で詳しく教えていただくことができた。

・私は今回スウェーデンでは、ストックホルムの少し北のグスタフスベリにある陶磁器工房と博物館を訪れる予定にしていたが、スウェーデンには他にも Lodköping(リードシェーピング)という陶器の町があるようだ。有田の陶器市のように、年に一回お祭りのような陶器市を行っているそうである。次回機会があればぜひ訪れてみたい。

・家庭で使われている食器製品に関しては、若い世代の人は IKEA、もしくはデンマークにもあった GRANIT という、日本でいう無印のようなお店で購入するようだ。また、普段使いの少し上級な位置づけにあるのがグスタフスベリで、上のほうの世代になると、高級なロイヤルコペンハーゲンを好む人が多い。

・一般的に、スウェーデンでは陶磁器製の人形はどの世代においても人気がある。日本でも有名なりサ・ラーソンのものや、白い磁器製の人形など、お祝いの贈り物などに購入する。また、ヨーロッパという土地柄もあり、クリスマスのオーナメントやキャンドルホルダーなどは常に売れる製品である。

・日本ブーム(日本食:すし、キティちゃん、コスプレ、アニメ、「kawaii」等)がある。また、ヨーロッパでは最近四角い食器が出てきているが、それは日本のすしブームの影響によるもので、それ以前にはヨーロッパには四角いお皿はなかったそうである。

5.9 グスタフスベリ陶磁器博物館



図 20 グスタフスベリ 入口。

グスタフスベリは、1825 年創業のスウェーデンの陶磁器メーカーで、1987 年に Arabia グループに買収され、1988 年に Rorstrand と統合される。現在は、HPF i Gustavsberg と社名を変更し、生産を続けている。現在は主にセラミックやタイルなど衛生陶器を生産する製造部門と、昔ながらの製造方法で復刻版や新しいテーブルウェアを製造するテーブルウェア工房「HPF i Gustavsberg」の



図 21.22 展示製品。

2 社に分割されて存続している。

工房と博物館は、グスタフスベリという港に面した町にある。アウトレットの店舗も同じ敷地内にあり、買い物目当てでくるお客さんも多いようである。現在、復刻版やリサ・ラーソンの置物等を中心に、日本でも人気がある。

博物館では、歴代のグスタフスベリの製品を見ることができた。色遣いが豊かで、遊び心に溢れたデザインのものが多い。一方で安定感があり、機能性とのバランスが取れている。日本でも人気のある、1960～70 年代のデザインの製品は、時代を経ても新鮮に感じるデザインである。

同じ敷地内にはリサ・ラーソンの工房があり、現在はグスタフスベリから独立し、復刻版の製作をこちらの工房で行っている。中は一般の人も見学できるようになっており、焼成後や焼成前の製品がたくさん並べられている。



図 23 展示製品。



図 24 工房内の様子。

5.10 ヘルシンキ市内デザインショップ等



図25 ヘルシンキの海辺

ヘルシンキは、今年 2012 年は国際インダストリアルデザイン団体協議会(ICSID)が 2 年に 1 度開催するデザインのイベント”WORLD DESIGN CAPITAL”の開催都市に選ばれており、フィンランドのデザインを中心に、世界各国のデザインを紹介するイベント等が開催される一年になっていることもあり、デザインにおいては特に世界から注目されている都市である。エスプラナーディ通りを中心に、デザイン性の高いインテリア、テキスタイル等のショップをいくつかまわった。

・デザイン・フォーラム・フィンランド

フィンランド中のデザインを集めたショップで、インテリアから服飾小物まで幅広く置いてあり、センスの良い展示になっている(店内撮影禁止)。インテリアに交じって、陶磁器製品も置かれている。インテリアと調和するデザインであることも陶磁器製品には重要なことである。

・Artek

フィンランド建築の第一人者アルヴァ・アアルトがデザインした家具を扱う。雑貨なども多くある。

・PENTIK

ナチュラルな雰囲気の雑貨、テキスタイルを取り揃えた



図26 デザインミュージアム外観

ショップ。女性向けの優しいデザインのアイテム。

・フィンランドデザインミュージアム

フィンランドの工業製品の変遷や歴史がわかる展示となっていた。陶磁器製品やガラス製品も多く展示されている。

5.11 Arabia/iittala 訪問



図27 アラビア工場外観

アラビアはヘルシンキ郊外の別荘地であったアラビア地区に 1873 年に創業した。デザイン性と実用性に優れた製品が特長で、近年日本でも人気がある。イッタラはスウェーデンでガラスメーカーとして 1881 年に創業。1987 年にはガラスメーカー、ヌータヤルヴィ社と合併。21 世紀に入りアラビア、ロールストランドなどの陶磁器メーカーやスチールウェアメーカーとブランド統合され、トータルテーブルウェアブランドとして発展した。昨年、アラビア・イッタラとともにフィンランドの FISKARS(ガーデニング用品)の傘下に入っている。今回は工場見学と、ショールーム見学、博物館の見学をさせていただいた。

工場見学では、担当のクリスティーナ・コバヤシさんに、日本語でのガイドをしていただいた(工場内撮影禁止)。現在は従業員 160 人で、以前は食器外製品も製造していたが、現在は食器製品のみを製造している。昨年、コンピュータで制御して自動で原料の配合を行う機械を導入したそうで、原料の調合、陶土・釉薬も自社で製造を行っている。窯は、1260 度で 19 時間焼成を行っている。タイにも工場があり、そちらでも焼成している。また、カップやプレートなど、形状のシンプルなものは素焼きをせずに 1 回の本焼成で仕上げている。これはヨーロッパのメーカーの中でも珍しいそうである。釉掛けも簡単な形状のものは自

動のスプレーの機械でかける。工場内で出た廃棄品についてのリサイクル率は 75%で、粉碎の工場は別にあるとのことである。



図 28 ショールームの様子。

工場見学に続き、ショールームの案内もしていただいた。2005 年以降、手描きの絵付け製品はなく、すべて転写プリント。手描きの良さを売りにしているメーカーは他にないので、自社がそこで勝負する必要はない、という考え方がそうである。電子レンジ・食洗機に対応するため、使用している絵具はイングレースのみ。Arabia 社が大切にしているのは、飽きない・シンプルなデザインで、60~80 年続いているシリーズもある。昔は丈夫さや品質を重要視していたが、現在はデザインに一番重きを置いている。現代の家庭での使用しやすさを考慮して絵具をイングレースに限定しているところや、デザインにこだわり転写のみになっている点など、重要視しているところが明確で、そのほかの部分は割り切って考えられており、そこにブランドとしての強みを感じた。



図 29 案内をしていただいたクリスティーナさん。



図 30 デザイナー8名(美術館内ポスターより)。

Arabia 社のデザイナーは 8 名で、そのうちの一番若手の Heini Riitahauhta(ヘイニ・リータフタ)さん(図 30 写真右上)に会わせていただいた。

また、ヘイニさんが普段デザイン作業をされている部屋を見せていただくことができ、お話ができた。Arabia 社のデザイナーの中では珍しく、手描きでデザインや絵付けをする方で、現在出ている 2009 年からのシリーズ「Runo」も、ヘイニさんの手描きのデザインから転写紙に起こしたものだそうである。試作中の製品にもさまざまなパターンの絵付けが施されているところだった。



図 31 ヘイニさんデザインの「Runo」シリーズとそのデザイン画。

ヘイニさんは他にも、日本では京都の風呂敷のデザインもされており、装飾的で独創的なデザインが若い人を中心に評価されている。Arabia の中でもこれから引き続き新しいデザインを生み出していく重要なデザイナーと思われる。実際の創作の現場を見せていただいて、とても貴重な経験となった。

6. 研修の成果

今回の研修ではヨーロッパ4か国を訪問し、陶磁器メーカー・工場等の見学やデザイン技術の調査、また、各都市の陶磁器製品・インテリア製品等の市場調査を行った。

(1) 今回訪問したそれぞれの国で感じたその国の特徴としては以下の通りである。

・ドイツは、陶磁器に関することも含め歴史や伝統が引き継がれている印象があり、正統派のデザインのものが多いと感じた。色遣いは派手なものあまりなく、ドイツの国民性と通じるものがあった。

・デンマーク(コペンハーゲン)は、デザインやアートに対する積極的な取り組みがされており、中心部では個人作家の活動が比較的活発で、自由度のある製品が多くショップで見られた。陶磁器製のアクセサリ等、広い年代で陶磁器が日本よりも身近な素材として扱われているようであった。

・スウェーデン(ストックホルム)は、都会的でデザイン性が高い。国民性は、儉約家であるが住居やインテリアに対してこだわりを持っている傾向がある(北欧各国に共通して)。

・フィンランド(ヘルシンキ)は、近年デザイン性の高さで注目されている通り、陶磁器等の製品に限らずデザイン性の高いものが多く、国民自身も自国ブランドへの愛着を持っている。今後も注目していくべき都市のひとつといえる。

(2) 現地での伝統ある陶磁器メーカーへの訪問を行い、どのように伝統を守り、どのように新しいデザインを生み出しているか、という伝統産地共通のテーマについても情報を得ることができた。伝統を引き継ぎながら、一方で新しいものを創り出していくそのバランス感覚は参考になるところが多々あった。

(3) ヨーロッパでの現地での風習を踏まえ、売れているデザインや評価されているものを見ていく中で、日本でも評価されているものや日本でも可能性のあるデザイン等、新たな発見があった。

(4) ヨーロッパと日本で共通している点や、一方で価値観や風土からくる嗜好性の違いなどを感じる事ができた。日本でもヨーロッパや北欧のデザインが評価さ

れているが、デザインの・技術的に参考にする部分と、日本のデザインとして強みになる部分等、今後どのような方向性での展開を行う必要があるか、いくつかの提案のきっかけとなる情報を得ることができた。

(5) 各国のいくつかの陶磁器産地を訪問したが、産業の状況としては、海外からの低価格の大量生産品に押され、佐賀県と同様、厳しい状況であった。しかし、それぞれのメーカーはブランドとしてのこだわりや強みを活かし製品開発に取り組んでおり、その取り組み方は参考となる部分が多くあった。

(6) 北欧のデザインが今日本人にも人気が出ていることに関して、その土地に根付いた豊かな色使いや高いデザイン性がその要因になっているように思うので、日本や佐賀の陶磁器においても伝統的な技法・絵付け・構図等があるが、そういったものを現代の視点で改めて見直す必要があると感じた。伝統的な要素を活かしながら、現代のニーズに合わせて柔軟に変化させたり、構成し直したりすることで新しいものを生み出すことが必要だと感じた。

今回の研修で得たことを活かし、デザイン研究の立場で形にできることを考え、日本の伝統産業としての陶磁器の可能性を試行錯誤しながら今後の研究や企業等への技術支援を行ってゆきたい。

7. 謝辞

今回の約2週間の海外研修で業務を遂行するにあたり、経営支援本部人材育成・組織風土グループの皆様、有田町役場の皆様には大変お世話になりました。また、窯業技術センターの皆様には、出発前の情報収集や、不在期間の職務代行などサポートして頂きました。深く感謝いたします。