

産地外クリエイターとのコミュニケーションツール開発 (有田焼創業 400 年事業)

浜野 貴晴
佐賀県窯業技術センター

近年、国内外の多くのデザイナー、アーティストといった産地外クリエイターや、伊万里・有田焼等での新商品開発を希望するプロデューサー、マーケッターなどが、有田焼創業 400 年事業をはじめとする様々な開発プロジェクトで来訪している。しかし陶磁器の商品開発に必要な専門知識はもちろん、伊万里・有田焼等についての情報すら有していないことも多く見受けられる。これまでにない発想の商品開発や新規市場開拓により産業の活性化が期待できるこうした外部のクリエイター等とのコラボレーションによるものづくりを進めるためには、伊万里・有田焼等の特徴や産地の技術、表現手法といった磁器の特性の理解を促すサンプルを産地が持っていることが有効である。本事業では、見て触ることができ、身近に置いてもらい、モノづくりの発想を支援するアイテムの開発を行い、外部に提供するための施策を構築し、産地と外部クリエイター等とのコミュニケーションツールを提案した。

Development project of the tools to promote communication with external creators of Arita

(Projects celebrating the 400th anniversary of Arita porcelain)

Takaharu HAMANO

Saga Ceramics Research Laboratory

In recent years, a number of external creators such as designers and artists, and producers, marketers who wish to develop new products in Imari and Arita have visited a variety of development projects, including projects celebrating the 400th anniversary of Arita porcelain. It is regretted, however, many of them do not have not only the expert knowledge necessary for product development of porcelain but even the information about Arita and Imari porcelain. Revitalization of porcelain industries can be expected through product development and exploitation of new markets with unprecedented idea which is brought about by the collaboration with external creator, etc.. And it is valid to promote the collaboration that we have porcelain samples to explain the special features of Imari-Arita porcelain, the molding and expression techniques in this porcelain production area. In this project, we would like to present to promote communication between external creators and Arita, through the development of the seeable and touchable porcelain samples within a creator's reach to support idea generation, the composing of the method to provide them to the external creators.

1. 背景

1.1 外部からの視点の活用

有田焼産地では、長年、窯元・商社を起点とするプロダクトアウトな商品開発が行われ、産地から消費地に向け新商品を提案するという図式が一般的である。慣習化されたこれまでのものづくりや商取引を見直すことで、新たなビジネスモデルが生まれることもあるが、産地内の固定概念が変革の妨げとなる。より客観的に俯瞰した立場で、産地

を見る新たな視点を外部に求めることの有用性は言うに及ばない。

1.2 デザインを基軸にした商品開発の可能性

デザインとは、狭義にはプロダクトの形や色といった外見の特徴を生み出すことであるが、広義には、商品開発を通じて、新たな価値を創出し、普及させることでより豊かな生活を導くものでもある。この両面のデザイン的な取り

組みを有田焼の開発に積極的に取り入れていくことで、魅力的な商品が生まれる可能性も高まる。

2. 現状課題と目的

消費地の第一線で活躍するクリエイターや企業は、モノの使い手にもっとも近く、市場のニーズやシーズに関する情報収集能力に長けている。そうした産地外事業者には、開発当初からプロジェクトに参画してもらうことで、消費者が求めるもの、市場動向に関する情報を得やすくなる。

有田焼創業 400 年事業では産業基盤整備として、有田の地に世界で活躍するクリエイターが集う“ものづくりの聖地”となるためのプラットフォーム形成を目指し、外部からの視点を積極的に取り入れていくことを推進してきた。

有田焼産地の持てる技術や磁器の特性、製造上の長所や課題を認識してもらうためのアイテムを持ち、提供できることが、商品開発時における外部クリエイターとのコミュニケーションの円滑化を導くと考えられる。

さらにこうしたデザインに対する積極的な姿勢を示す、一連の活動自体を広く内外に告知することで、有田焼産地には外部とコラボレートする意思と環境(プラットフォーム)があることを認知してもらい、新しいものづくりやデザインの要望に応える精神的・技術的なバックグラウンドを有していることのアピールを目的とする。

3. 事業内容

本事業は、平成27 年度より2か年で計画してきた。産地外のクリエイターが、伊万里・有田焼をどのように認識し、コラボレーションを行う上で、どのような情報を得たいと考えているか、ヒアリング等の調査を行い、以下の内容について検討、開発を行った。

1. 産地外のクリエイターや企業が求める伊万里・有田焼についての情報とコラボレートする上で必要とされる機能についての調査
2. 伊万里・有田焼の磁器の特徴調査およびサンプル開発要件の検討・抽出
3. サンプル開発(企画立案、デザイン、設計、技術的検討、試作、機能の検証等)
4. 提供方法の検討、産地外クリエイターとのコミュニケーション手法の検討

4. 本年度の活動内容と現状報告

4.1 クリエーターが求める情報と機能

外部クリエイター等との意見交換や実務を通じて、有田焼での商品開発を発想するに役立つ情報とは何か、どのような機能が産地側にあることで「繋がり」が生まれるかといったことを調査し、以下のように情報の提供と機能の必要性を整理した。

4.1.1 窓口の確立

東京などの大消費地で活動しているデザイナー等のクリエイター、企業等からは、有田焼産地と協働しての商品開発を求める声も聞かれるが、コネクションがないため、具体的にどこを訪ねたらいいのかわからないという声も多い。特に有田は窯元、商社が多く、さらに商品バリエーションも多岐に渡るため、希望する技術を持った事業者にたどり着けなかったという話もある。消費地に開発需要があり、有田を開発委託候補にしたいと考えてくれているにも関わらず、案件を取り損なっている。まずは、有田に商品開発を受け付ける相談窓口を確立することが急務である。他産地・業界の実情を参考とすれば、その窓口業務を担っているのは、以下のような例がある。

- ・消費地にショールームを持つなどして、繋がり創出に努めている産地商社やメーカー
- ・工業組合などの業界団体
- ・地方公共団体のプロモーション支援事務所や産業支援機関
- ・自社企画を進め、産地内に OEM 先を持つ販社
- ・イベント、出版、広告などの企画会社、制作会社
- ・自らコラボレーターを探すデザイナー

こうした窓口は多岐に渡ることが有効であり、有田においては、事業化支援として窯業技術センターが窓口となることも検討できる。

4.1.2 有田焼の特徴

伊万里・有田焼等での新商品開発を希望し、来訪する産地外クリエイターであっても、陶磁器の商品開発に必要な専門知識についてはもちろん、伊万里・有田焼の特徴すらわからないという声も多く聞かれる。過去の名品を見ても、多岐にわたる商品群の中で、短期間に有田焼を

理解することは難しい。クリエイターから多く寄せられる知りたい情報には、素材、色、製造/加工技術、精度、生産性、歴史的経緯や産地の風土といったものがある。

クリエイターにとって、有田や有田焼をイメージできることが、新しいものづくりの構想に繋がる。こうした情報を整理し、わかりやすく伝える手段を持つことが重要である。

4.1.3 磁器の素材特性

磁器の製造においては、形状において乾燥や焼成時における「収縮」や重力の影響による「変形」という要素が大きく、そのプロセスを経験したことがないクリエイターにとっては、製造可能な形状を導き出すことが難しい。

4.1.4 製造工程

- ・天然物である陶石からの陶土の精製
- ・形状や量産性などを検討した上での生地の製造方法
- ・下絵付け、上絵付けの伝統的技法やプリント、パッド印刷などの最新の加飾技法による表現の多様性
- ・焼成に伴う釉薬等の表面処理の方法

それぞれの製造工程では、形状や表現に制限を伴う。どこまで自由な造形が可能なのかを、クリエイターは知りたい。定型化した方法から脱却し、作業を加減することからも新しいものづくりが生まれる。そのために、クリエイターはより深く工程を理解しようと努め、その作業の効果を図りたいと望む。固定概念のない外部からの視点であるからこそ、革新的な発想につながる可能性も秘めている。

4.1.5 デザインの通訳

製造担当者と未経験のクリエイターとが協働にて一つの商品開発を進めるにあたって、そのコミュニケーションをとることは、簡単ではない。

- ・技術的に可能なこと、不可能なこと
- ・事業的に可能なこと、不可能なこと
- ・コンセプト、デザインの重要点
- ・後戻りしないように前もって検討しておくべきこと

これらを両者の間で意見調整しながら、開発を進行すべき役割を担う人材が必要であり、専門用語の異なる両者の言葉の橋渡しも担わなければならない。

4.2 サンプル集開発

クリエイターが知りたい情報を整理した上で、伊万里・有田焼の特徴や焼成変形などの製造工程から発生する事象を抽出し、有田焼の焼成品の「サンプル集」の制作を考え、デザイン案を考案した。サンプルを見ながら話のきっかけを生むような「コミュニケーションツール」として機能することを目的とした。

サンプル集のデザインコンセプトは以下の通りとした。

- ・産地外のクリエイターが伊万里・有田焼の特徴を理解し、表現の多様性から創作のイメージを膨らませられるアイテム集。
- ・手元に置いて、見て、触れるサイズ感。
- ・クリエイターのワークスペースに置かれても自然なデザイン・コンシャス性。
- ・詳細を説明するのではなく、直感的に概要がわかるもの。

サンプル集の構成内容は以下を検討した。

- ・有田焼・伊万里焼の色
- ・下絵付け(呉須)の色とトーン
- ・陽刻/陰刻による表現
- ・乾燥・焼成による収縮
- ・空焼き・マット釉・透明釉・ブラスト
- ・透光性陶土(機能性陶土)
- ・下絵付け(ダミ、ハンコ、炭はじき、転写) + 上絵付け(洋絵具、和絵具、スプレー吹き、箔)
- ・パッド印刷

さらにそれぞれのサンプルを説明するリーフレットを用意し、セットで提供することを検討している。



図1 「サンプル集」の開発検討案

5. 今後の取り組み

サンプル集およびリーフレットの試作品開発を行う。その上で、サンプル集の試作を用いて、クリエイターと意見交換を行い、その使い勝手や機能性について検証を行うこととしている。

また、サンプル集の量産化および産地での活用方法、外部のクリエイターや企業など有田焼産地とのコラボレーターへの提供方法を検討し、県や産地組合、事業者と意見交換を行っていく。

さらに、こうしたクリエイターとのコミュニケーションツールを有田焼産地が持ち、積極的なコラボレーションを促進しようとする試みや窯業技術センターの新しい事業化支援の施策、さらに有田焼創業400年事業での成果をまとめ、公知に努めることで、有田焼産地が推進するデザインに対する前向きな姿勢をPRしていきたい。