

## 有田焼産地の未来を話し合う場の創出と情報発信

「伝トーク!! 令和二年有田場所」の開催支援

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



「伝トーク!! 令和二年有田場所」公式ビジュアル

### 1. 目的と経緯

有田焼産地は、日本初の磁器を生み出して以来、時代に即しながら、市場のニーズに応えた商品づくりを行ってきたことによって400年にわたり磁器を生産、提供し続け、今日までその技術や伝統を受け継ぐに至っている。

しかしながら、生活様式の多様化による消費動向の変化、IoTの普及、流通の進化、後継者や職人、従業員不足など、有田焼産地を取り巻く状況が大きく変わろうとしている昨今、「有田という場所でものづくりを続ける意義」が問われている。さらに、新型コロナウイルス感染拡大の影響下で注文は激減し、分業による製造・販売体制を基本とする産地存続も危機に瀕している。そのような中、今の危機をどう乗り切り、5年、10年後の未来をどう描き、次の世代に引き継ぐのかについて、事業者自らが考え、そして行動に移していくために、意見交換を通じた知見の共有と、関係者同士を連携させる取組が求められる。

そこで、産地を支援する有田町、有田商工会議所、有田観光協会を中心に有志が集い、どのような取組を行うことが今後の産地のためになるか検討を重ね、有田焼業界で活躍する若手事業者自らが、地域や有田焼、自社のものづくりに対する思いを熱く語り、ディスカッションする「場」を企画することとした。

テーマは「有田×仕事×私」とし、有田ケーブル・ネットワークの協力のもと、まずは有田町民が視聴し、産地について自らも考えてもらうような4回シリーズのトーク番組を制作するとともに、インターネット配信を実施し、広く全国にありのままの有田焼産地の実情と動きを伝える。

この事業から産地のあり方を真剣に考える気運を町の中に醸成し、さらに、有田焼を支えていただいている全国の有田焼・焼きものファン力を借り、他の工芸の産地の方々とも手を取り合いながらこの動きを広げ、活性化のための様々な事業に展開させていくことを目指したい。

2. 出演者(登壇者)および関係団体

ライバル関係にもある同業者同士が、お互いの意見を時にはぶつけ合い、また胸を借りて高め合うことを期待して、有田にも馴染みのある「相撲」をモチーフとしたトークイベントとし、その登壇者を「力士」ならぬ「話士」、ファシリテーターを「行司」、先輩および仲間として話士を支える方々を「応援団」として、以下の各人が登壇した。

- 話士 徳永 弘幸 氏 (徳幸窯)
- 前田 洋介 氏 (皓洋窯)
- 岩永 真祐 氏 (親和伯父山)
- 西山 美春 氏 (西富陶磁器)
- 山口 紘史 氏 (ヤマト陶磁器)
- 行司 浜野 貴晴 (promoduction)
- 応援団 鈴田 由紀夫 氏 (九州陶磁文化館)
- 十四代 今泉今右衛門 氏 (今右衛門窯)
- 金子 真次 氏 (金照堂)
- 藤本 浩輔 氏 (藤巻製陶)

実施に伴う関係団体は以下のとおり。

- 主催 伝トーク!! 実行委員会(委員長: 原田 元 佐賀県陶磁器工業協同組合 理事長)
- 事務局 有田商工会議所
- PR (プレス対応、公式サイト/SNS 制作、運営) 有田観光協会
- 協力 (番組制作、放送、インターネット配信) 有田ケーブル・ネットワーク
- 後援 有田町  
有田町教育委員会  
肥前陶磁器商工協同組合  
佐賀県陶磁器工業協同組合  
有田焼卸団地協同組合  
佐賀県陶磁器商業協同組合  
国立大学法人 佐賀大学

3. 実施内容と放送スケジュール<sup>1-3)</sup>

1回およそ40分番組×4回シリーズのトークバトルとして、令和2年8月に毎週複数回の放送を実施した。

1回の番組(放送)につき1つの質問(お題)を出し、それに対して話士はフリップに書いて答える。フリップの答えをもとに、行事がファシリテーションし、トークバトルを展開していく番組構成とした。

【第1回 場所前】

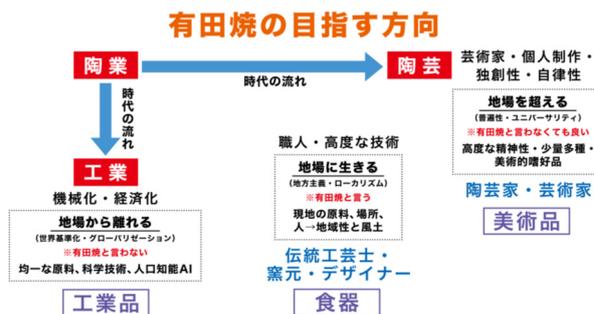
- 放送日 : 令和2年8月3日 ~ 9日
- テーマ : イントロダクション
- 場所 : 九州陶磁文化館 蒲原コレクション前
- 出演者 : 応援団、行司(話士は聴講)

主な内容および考察

- ・有田焼の売上や事業規模等の変遷、現状説明のセッション
- ・鈴田由紀夫氏による基調講話「産地としての有田をどう考えるか」を軸に行司、応援団で話を展開した。
- ・原材料、生産者、技術が有田という地域から広がりを見せている現状での「有田焼」の定義の不確かさや、「工業」と「陶芸」という生産の変化に伴う有田という地場でものづくりを続ける意義について議論した。



【第1回 場所前】の様子



【第1回 場所前】鈴田由紀夫氏による基調講話の資料

【第2回 初日】

放送日 : 令和2年8月10日 ~ 16日  
 テーマ : 有田×仕事×私×WEB 陶器市<sup>※1</sup>  
 場所 : ヤマト陶磁器(商社) ショールーム  
 質問 : 「(コロナの影響で開催された)WEB 陶器市で有田が得られたものは何でしょう？」  
 出演者 : 話士、行司 + 前田真一氏(有田商工会議所 WEB 陶器市データ分析担当) + 金子真次氏(応援団)

主な内容および考察

- WEB 陶器市の結果から流通、お客様の動向などに関して考察した。
- 多くの事業者がオンラインビジネス参入を試み、有田焼産地にとってオンライン元年とも呼べる変革をもたらした事業となった。
- 有田焼をはじめ焼きもの購買層の高齢化が課題とされる中、特に大都市圏の若い女性層(F1、F2 層<sup>※2</sup>)と繋がるきっかけを得た。
- 販売方法、顧客対応など有田焼産地全体として情報を共有することが重要である。
- 今後の WEB とリアルの関係、個社(窯元・商社等)、産地としての販売や PR を考えるヒントを導き出した。



【第2回 初日】の様子

**第2回「有田×仕事×私×Web陶器市」まとめ** **伝トーク!!**

**お題** 「(コロナの影響で開催された)Web 陶器市で有田が得られたものは何でしょう？」

|  |                     |                     |                        |
|--|---------------------|---------------------|------------------------|
| 有田にとっての貴重なデータ!<br>・Webでの売れ筋商品<br>・定価販売の商品も売れた<br>・クレームや顧客対応の難しさ<br>・不慣れた梱包、発送が大変 | 従来の陶器市とは違う、若い客層の獲得! | 窯元も直販を! 窯元はもっと露出を!! | 「陶器市」と「Web陶器市」両方必要なのは? |
|--|---------------------|---------------------|------------------------|

● データを産地で共有!  
● 産地としても個社としても、次の一手を考える!

● 産地全体での露出を増やしたい!  
● Webとリアルのあり方を検討! 有田焼を「伝える」努力!

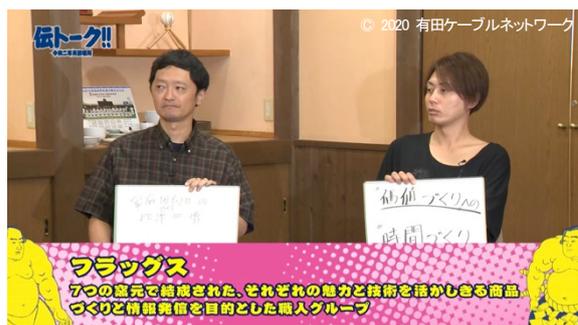
【第2回 初日】のトーク内容のまとめ

【第3回 中日】

放送日 : 令和2年8月17日 ~ 23日  
 テーマ : 有田×仕事×私×コロナ禍  
 場所 : 泉山磁石場組合 事務所  
 質問 : 「コロナ禍によって、自社のものづくりや売り方で大きく変えたこと、変わったことはありますか？」  
 出演者 : 話士、行司 + 藤本浩輔氏(応援団)

主な内容および考察

- 第1回の WEB 陶器市について考察したように、オンラインでの小売販売が加速、オンラインからの問い合わせも急増している。
- 巣籠もり需要、レストランでの個別提供等に伴い、需要のあるアイテムに変化が見られる。
- 商社に限らず、窯元も直販等を通じて、有田焼の露出に努めていくことが望ましいのではないかと。
- 新しい生活様式に対する企画力が問われている。
- 自社のものづくりや売り方が大きく変われば、自社の周りの人たち(型屋、生地屋、消費地卸、小売等の業者)への影響が少なからずあることを意識させられた。
- 「自社が生き残るためにすること」だけでなく、「産地存続のために自分にできること」を考える機会となった。



【第3回 中日】の様子

**第3回「有田×仕事×私×コロナ禍」まとめ** **伝トーク!!**

**お題** 「コロナ禍によって、自社のものづくりや売り方で大きく変えたこと、変わったことはありますか？」

|                           |   |                                   |                          |                            |   |
|---------------------------|---|-----------------------------------|--------------------------|----------------------------|---|
| ネット販売に活用!<br>・業務用の人もWebを! | 売れるアイテムの変化!<br>・家庭用ワンプレート<br>・業務用は小分けの器の需要増 | 企画提案を産地側に求めはじめた!<br>産地の企画力が求められる。 | 他社にはない自社の強みが今後より一層求められる。 | 型屋、生地屋さんとのより良好なパートナーシップ構築! | 他窯元・他産地から学ぼう!<br>例) 東海は陶社がグループを組み、共同でカタログを作り、スケールメリットを生かしている。 |
|---------------------------|---|-----------------------------------|--------------------------|----------------------------|---|

● 提案の仕方を工夫し産地として収益増を!  
● 産地の多様性やスケールメリットを活かす!  
● 小ロット取引を逃さないような対応!

● 分業制だからこそ、みんながきちんと仕事ができる体制を!  
● コロナ禍もチャンスと捉え、変化しよう!

【第3回 中日】のトーク内容のまとめ

【第4回 千秋楽】

放送日 : 令和2年8月24日 ~ 30日  
 テーマ : 有田×仕事×私×未来  
 場所 : 有田町役場 町民ロビー  
 質問 : 「5年後、10年後、自分の会社をどうしたいですか？その時産地はようになってほしいですか？」  
 出演者 : 話士、行司 + 鈴田由紀夫氏、金子真次氏、藤本浩輔氏(応援団)

主な内容および考察

- ・有田焼産地の強みである「多様性」を活かすこと、そのために日頃行なっている活動を紹介した。
- ・産地全体が一事業体的存在として成立しており、共同体という認識で行動していきたい。
- ・人を惹きつけるためには、面白さ、笑いのある取組が大切である。
- ・情報発信、PRを個社および産地全体、有田町として実施していくことによる、有田焼のファンづくり、さらにもものづくりに共感した人材の集積を促したい。
- ・多様性とは、個社のキャラが立っているからこそ成立するものであり、自社の強みをより活かし、対外的に自身のキャラを発信することが重要である。



【第4回 千秋楽】の様子

第4回「有田×仕事×私×未来」まとめ **伝トーク!!**

お題 「5年後、10年後、自分の会社をどうしたいですか？その時産地はようになってほしいですか？」

|                                  |   |   |                             |   |
|----------------------------------|---|---|-----------------------------|---|
| 仕事の本質からふれない<br>会社として即先<br>と共に成長! | ニュートラルに!<br>時代に合わせた<br>商品、売り方など<br>柔軟に対応! | 人材をいかに呼び込むか<br>自分たちのものづくりの<br>良さを伝え、共感を促す | 個社の枠を超え、<br>有田として<br>注文を受ける | 有田焼の<br>ファンづくり<br>SNSなどを活用<br>したPR<br>知ってもらおう努力 |
|----------------------------------|---|---|-----------------------------|---|

- 若い人材が集まる町(面白い町、笑いのある町)
- 多様性を活かす
- キャラを立てる(会社、社長、商品)
- 情報の共有、そして発信=有田全体のPR
- 産地全体が一事業体的存在
- 仲間と集まることで大きな力に
- 個人の努力と全体での協力
- 知恵を使って果敢に取り組む勇気

【第4回 千秋楽】のトーク内容のまとめ

4. 次年度以降の展開

これまで事業者単独もしくは有志、または同業者組合として、製造者のみや販売者のみで行う動きが中心であった産地の活動を、製造・販売事業者および組合、さらに支援団体や有田町、佐賀県を巻き込み、横断的かつ広範囲な関係者にまたがった動きに展開していくことで、有田町内での盛り上がりを促したい。そのために、まずは様々な立場の窯業関係者が集い、産地活性化や販路拡大、産地の課題解決のため、さらに将来の産地のあり方を考え、今何をすべきかを話し合う場の常態化が重要となる。

「伝トーク!!」という意見交換および公開討論の仕組みを継続して実施していくことで、より活発かつ斬新なアイデアを共有していくことができ、そのアイデアを元に新たな取組の事業化に繋げることも可能となる。

また、ライバル関係にある同業他社として、これまで教え合うことを敬遠するくらいがあったが、こうした場を通して、可能な限りの情報共有・分析を共に行うこと、さらに自らの意見を整理発表する経験を積むことで、個社および産地全体としてのスキルアップや利益分配、リーダーシップ向上も期待でき、風通しのよい関係性構築を目指す。

次年度以降、「伝トーク!!」は、有田商工会議所の継続事業となることが決まり、産地の抱える課題や新しい取組に関する意見交換の継続的な実施を行いながら、様々な知見のアーカイブと共有、情報発信していくための仕組み、体制づくりに取り組んでいく。

5. 特筆すべき成果

- 同業者が集まり、産地の課題や今後の取り組みに関して、意見交換する「場」の創出
- 製造から販売に至る様々な事業者および同業者組合、有田町他支援組織などを横断した連携構築
- 「伝トーク!!」という番組やイベントを通じ、楽しく、関心を呼び起こしながら情報発信する仕組みの構築とその継続的な運用

### 参考資料

- 1) 「伝トーク!!」公式WEB サイト  
<https://www.arita.jp/dentalk/>
- 2) 「伝トーク!!」Facebook 公式アカウント  
<https://www.facebook.com/dentalkarita/>
- 3) YouTube 有田ケーブル・ネットワーク公式チャンネル  
「伝トーク!! ～令和二年有田場所～」  
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLYx7G2Mb9vjvUUac0FB5eXxavWfrD4gRp>

### 脚注

※1 有田商工会議所が主催した「Web 有田陶器市」。新型コロナウイルス感染拡大の影響にて延期(後に中止)となった第117回 有田陶器市に代わり、2020年4月29日(水・祝) 9:00 ～ 5月5日(火・祝) 17:00の期間中、オンラインによる販売イベントとして開催された。商社や窯元など129の事業者が参加、各社のECサイトへと誘導するポータルサイトを構築、総数1万点におよぶ商品が出品された。さらに有田町の支援にて、1社につき2,000円以上のお買い上げで送料無料となるサービスも実施し話題を呼んだ。全国から46万人を超えるユニークユーザーがアクセスし、約3万件の取引、総額約2億4,500万円を売り上げ、全国屈指の盛況なオンラインイベントとなった。

※2 F1、F2層とは、マスコミや広告業界などを中心に企業のマーケティング用語として使われる言葉で、F1層は20～34歳の女性、F2層は35～49歳の女性を指す。