九谷焼の芸術祭

KUTANism

#08

秋元雄史がゆく、九谷焼の物語

LIBRARY

印刷技術と職人技を掛け合わせ、新境地を切り開く

第八話

第8話と第9話は「産業と九谷」をテーマに、産業の面から九谷焼を支える企業を訪れます。転写技術で業界をけん引する「青郊」。地道な経営努力により他にはないクオリティや付加価値をもった製品を生み出す、制作の現場を見学しました。

「LIBRARY　秋元雄史がゆく、九谷焼の物語」とは

長い歴史に育まれてきた九谷焼の「技」は、いかに生まれ、今後どのように変化していくのでしょうか？KUTANism総合監修・秋元雄史が自らその現場に足を運び、ナビゲーターと対話をするなかで、九谷焼を再発見していく連載シリーズ。

Starting out as raw pottery stone, they are painted, and eventually served at traditional ryotei restaurants. Just how exactly did such Kutani ceramics come to be, and come to be used? Through this mini-series, rediscover the origins and evolution of Kutani ceramics, with KUTANism supervisor Akimoto Yuji as your on-site guide.

＼ WEB版はこちら ／

#08

印刷技術と職人技を掛け合わせ、新境地を切り開く

KUTANism全体監修・秋元雄史が自ら現場に足を運び、ナビゲーターと対談をするなかで九谷焼を再発見していく連載シリーズ「秋元雄史がゆく、九谷焼の物語」。ここまで作家や職人たちの技や技の受け継がれ方に注目してきましたが、第8話と9話では「産業と九谷」をテーマに、産業の面から九谷焼を支えている企業を訪れます。今回伺ったのは、転写技術で業界をけん引する能美市の「青郊」です。

大正初期に開業し、創業者の代から一貫して和絵の具の研究に取り組んできた青郊。古九谷を写した「名品豆皿」シリーズを手掛け、手頃な価格で九谷焼の名品に親しむきっかけを創出しただけでなく、企業やメーカーとの様々なコラボレーションにも積極的に取り組み、九谷焼の新たなファンを獲得。比較的、量産品や廉価品といったイメージを持たれることの多い転写技法ですが、地道な経営努力により他にはないクオリティや付加価値をもった製品を生み出しています。三代目社長を務め、日々商品開発と技術革新に励む北野啓太さんに話をお聞きしました。

目次

- 地道な研究とトライアンドエラーを繰り返し、転写のイメージを超えた商品を生み出す。
- ひと手間を加えることで、付加価値を高める
- 九谷焼にこだわり、ニッチであることを売りとして産業を支える
- この回のまとめ

案内してくれた人

三代目 代表取締役社長　北野啓太さん

1974年、石川県生まれ。大学卒業後、1年間のアメリカ留学を経て家業の九谷焼メーカーに入社。2009年、九谷焼USBメモリ開発を機に、ニューセラミックを応用した九谷焼ステーショナリーなど、九谷焼を工業製品分野にも応用。国内外の様々なキャラクター、アニメ、著名人、スポーツチームなどあらゆる分野とのコラボ実績多数。

地道な研究とトライアンドエラーを繰り返し、転写のイメージを超えた商品を生み出す。

ショールームにはこれまで手掛けた作品がずらり。

北野：　こちらが弊社の製品で、9割以上が転写で生産したものになります。

秋元：　へぇ〜！ほとんど転写なんですか。

北野：　99%は転写ですが、一部ハイブリッド的に手書きと転写を併用しているのもあります。例えばこちらが転写と手書きによるものです。転写だけで作るのが難しい場合、アウトラインや罫線などを印刷で行い、あとは職人さんが実際に筆で丁寧に絵付けをします。

秋元： 手にとっても転写かどうか全く分からないですね。あくまで感覚ですが、釉薬の盛り上がり方も見方によってはスッキリしているように感じます。

北野： このあたりの問屋さんとお話していても「言われてみないと分からない」と言われます笑。やっぱり印刷なので多少デザイン的な制約が出てくることもありますし、「手塗り感」を出そうとしたら、その分歩留まりにも影響してくるので、そのあたりは考えながら生産しています。

秋元： このスッキリした感じは、意図して作り出しているのでしょうか。

北野： はい、あえてスッキリ見えるようにしています。昔うちの会社が転写を始めたばかりの頃は、業界のなかで「絵描き職人の仕事がなくなってしまうんじゃないか」と言われることもあったんです。しかし、私たちは転写で作ったものを「これは手描きで作っています」と売るわけではありませんので、あえて手描きと差別化しようと思ってこのようなテイストにしている部分も当然あります。

秋元： 転写でしかできないことをする、ということですね。

北野： そうですね。一言で転写と言っても、洋食器のメーカーが行う転写とは少し違って、九谷焼ならではの難しさがあります。多くの消費者は品物と価格を見て「このクオリティでこの価格だったら転写かな」というように判断して購入される方が多いのですが、九谷焼の転写は技術的に相当難しい部分も多いんです。こちらの醤油差しは一見普通なんですけど、実は絵付け部分が全てシールで構成されていて、貼り合わせの部分が分からないように工夫しているんですね。

手前が転写シール。各パーツを組み合わせて、一つの絵柄として仕上げる。

北野： 例えば漆器に印刷する場合は、完成した形に直接絵を付けていくのですが、焼き物に関しては一度デザインを二次元に展開してからパーツごとに貼り付けて焼成しますので、どうしてもデザイン的に制約が出てきてしまいます。こちらの醤油差しが葉っぱの模様で全体を埋め尽くしているのではなく花鳥も描かれている理由は、あえて窓枠を設けることによってパーツ分解しやすくしているんです。もう一つ、窓枠がなぜこんな形になっているかと言うと、本当は丸のほうが良いのですが、丸だと貼り付ける際に歪みが目立つ。だからその部分をごまかすために、あえて古九谷の木瓜（もっこう）形状を用いて、このようなデザインにしているんです。

秋元： なるほど。すごく考えられているなあ。

北野： さらに頭の中にイメージがないと展開図を作れないので、デザインを考える人と展開図を作る人が同じである必要があるんです。貼り合わせの部分を分からないようにするためにも、あらかじめ貼り合わせる位置を想定しながらデザインを考えています。絵柄の選び方にもこだわりがあって、模様をシームレスに見せるために葉っぱの位置を細かく調整しています。デザインにも全て理由があるのが転写の特徴なんです。

秋元： いくらデザインで工夫しても、ここまでシームレスに作るのは相当難しいですよね。

北野： 洋食器に使われる洋絵の具は貼り合わせると筋になって目立ってしまうのですが、九谷焼ではガラス釉を陶磁器に付着させますよね。だから調整段階で貼り付け部分が溶け合わさり、上手く見えなくなるんです。この特性を応用して、シームレスに仕上げています。

北野： 飯椀も難しいですね。ここまでカーブがあるとデザインを二次元に展開しづらいので、このように貼り合わせの部分をコスモスの配置で調整しています。なので、どうしてもデザインに制約は出てくる。ちなみに今の売れ筋は古九谷や吉田屋を写した豆皿なのですが、こちらは形状から計算して作っているんです。

「31日の九谷豆皿　名品コレクション」。幅広く自由な絵柄が揃う九谷焼の歴史上の名品を小皿で再現した。

北野： 僕が継いだばかりの頃は専用の形状を多く作るお金もなかったので、既存の素地に合わせて転写をしていたのですが、やはり歩留まりの問題がありました。豆皿を作り始めたあたりからどんどん勢い出てきたので、ちょっと横着なんですけど、できるだけ加工がしやすいように素地を転写に合わせていく形の生産に切り替えたんです。この商品の場合は、宮吉製陶に同じサイズで様々な深さの丸皿を作っていただいて、どれくらいの深さまでならデザインを展開せず丸のまま貼り付けられるかを試しました。

秋元： なるほど、皿の深さから逆算するんですね！

北野： 本当は小皿としてはもう少し深さがあった方が良いんですけど、これ以上深くなると丸のまま貼り付けられなくなってしまうんですね。

秋元： だから醤油皿のようなものも、割と浅く作られているということなんですね。

北野： 昔は職人さんもいて一つひとつ絵付けを行っていたのですが、うちの場合は商人ですので、コスト的な歩留まりなどを考えたときに転写の方がいいじゃないかと。その代わりと言ってはなんですが、デザインには相当力を入れています。

秋元： 創業時からのこのようなスタイルだったのでしょうか。

北野： 実は創業以来ずっと印刷をしているわけじゃなくて。代々、僕も含めてこの家業を継ぎたがる人はほとんどいなくて、たまたま気がついたらやっていたみたいなパターンばっかりなんです笑。僕の祖父にあたる先々代は、もともと文芸作家になりたかったと聞きました。

秋元： 全く違うなあ笑。

北野： そうなんです笑。でも実際に大手映画制作会社に採用されて家業を捨てて脚本家として生きていくため逃げ出そうとしたときに、見つかって引き止められちゃったんです。それならば工芸作家を目指そうと考えたらしいのですがそれも曾祖父に止められ「お前は職人として生きろ」と言われてしまって笑。そこで祖父は和絵の具の研究を始め、それを産業品に応用したものを手がけました。

秋元： 面白いなあ。変に思い入れがあるよりも、かえって「嫌だ」くらいの方が上手く行くのかもしれませんね。

北野： 僕の親父も、本当はエンジニアになりたかったそうで。先々代（祖父）が亡くなっておばあちゃんと何人かの職人さんで細々とやっていたところを、こっちへ戻ってきて無理やり継いだんです。実家へ帰ってくる前、父は「今から自分がすることになる九谷焼の仕事って、どんなものなんだろう」と、当時住んでいた京都の百貨店で開催していた九谷焼の展示会を見に行ったらしいんですよ。そうしたら、お世辞にも良い品物に見えなかったらしいんですね。加えて価格が高いと。それから「俺は少なくともクオリティが高く、手に取りやすい価格のものを作りたい」と言って、初めのうちはずっと職人をしていました。

秋元： 印刷を始めたのはいつ頃からなのですか？

北野： いまからちょうど40年ほど前です。九谷焼の産地では盛り絵の印刷を行っている会社が一切ないのですが、37、8年前に親父が試行錯誤して始めました。当時名古屋に盛り絵具の転写をするところがあり、そこの方にたまに指導していただいていたそうです。転写の技術については工房でご説明させていただきます。

北野： うちには絵付け窯が全部で13基あるのですが、実は九谷焼で最大規模なんですよ。

秋元： へぇー！すごいなあ。

北野： 青郊という名前はほぼ知られていないのですが、九谷焼の生産量に関してはうちの生産量が最大規模になります。転写を貼り付ける専属の職人さんだけでも40人が働いています。

秋元： すごい数ですね。みなさんご自宅で作業をしていらっしゃるのでしょうか。

北野： そうですね、ほぼ自宅で内職のような形で作業をお願いしています。日々貼ったものを回収して、毎日全基をフル稼働して焼いています。九谷焼、特にうちの転写紙はものすごくでこぼこしていて気泡や水が入りやすく、なおかつ貼り合わせづらいので、一見綺麗に貼れているように見えても焼き上げると実はものすごく失敗していることもあり、そこが難しいですね。

秋元： なるほど。この段階で不具合があったものをハネなくてはならないのですね。

北野： それがですね、ガラス釉を使う九谷焼ならではの特徴なのですが、ここでハネずに修正をしていくんです。

ひと手間を加えることで、付加価値を高める

北野： 貼り付けた物のうち最低でも約1割から2割くらい、商品によっては100個貼って100個全てに修正があります。これはもう開発・生産前から修正をする前提なんです。全面に加飾をしてあるのですが、これは「修正できる」ということで初めて成り立つ商品になっています。

秋元： 二度焼きなどをすることにより、色は変わってしまわないのでしょうか？

北野： やはり剥離しやすくはなります。ただ、うちの場合は転写の技術よりも絵の具が最大の強みなんです。自社で絵の具を開発しているので修正にも対応することができます。

秋元： 絵の具を使いこなせなければ修正はできないですもんね。

北野： そうですね。普通の釉薬と絵の具を使っていては、修正して二回目に焼くと剥離してしまうので、やはり絵の具を自前で作っていることが大事なんです。

北野： こちらは上からもう一度色を塗っていく作業になります。

秋元： 簡単に作業していらっしゃいますけど、実際はかなり難しいのではないでしょうか？

北野： 要領を得ないと難しいです笑。研修所の生徒さんや、昔は若手の作家さんにも手伝ってもらったのですが、やっぱり普通の絵付けとは違うんですよね。普通に塗っちゃうと色が濃すぎる。なので、ちょうどいい塩梅を習得するのに割と時間がかかります。

秋元： 美術に修復の仕事があるのですが、それに近いのではと思いました。しかし、これは偉い手間だなあ笑。

北野： そうですね。そのまま塗ってしまうと作風が変わってきてしまいますので。世界的に見ても、この作業を行っている産地は僕の知る限り他にはほとんどありません。ですので、ある意味この作業がうちの一番の付加価値だと考えています。

転写のより完成度を高めるために、一つひとつ丁寧に色付けしていく。

秋元： 初めて青郊さんの品物を手にとったときに転写ということを忘れて見入ってしまいました。やはり、ここまでのクオリティを出すためには他にはないひと手間が必要ということですね。

北野： 昔は転写機だけを供給して欲しいと依頼もあったのですが、当然九谷焼のソフトなので他の産地には提供できないということもありましたし、仮に提供したとしても、おそらく加工できなかったんじゃないのかなと思います。転写機だけあっても、貼り付ける職人さんや修復できる職人さんがいないと成り立たないんです。

秋元： 作業が複雑ですもんね。やっぱり上手く行っている窯元や企業は何かひと工夫があるなあ。社員は総勢何人おられるのでしょうか？

北野： 外注でお願いしている貼り付け専属のスタッフの他に、従業員は27、28人います。建物の2階が開発の現場になるのでご案内しますね。こちらは絵の具の研究をするための窯です。少しずつ実験して色味を確認しているんですよ。

工房には生産用の他、試作のための設備も様々ある。

北野： 絵の具の原料であるコバルトや珪石（けいせき）、長石などの鉱物を使って、秘伝のレシピをもとに毎日攪拌機（かくはんき）で粉状にして絵の具を生成しています。うちは使用する絵の具の99%、一部洋絵の具など市販のものを使うこともありますが、盛り絵の具に関してはほとんど全て自社生産しています。

秋元： 全部ここで作っているのですね！見えないところに努力があるなあ。

北野： 今ではショールームで見ていただいたような九谷焼のお皿は市場にたくさん並んでいますが、実は九谷焼の食器の歴史ってものすごく浅いんですよ。どれくらい浅いのかと言うと、うちが転写を始めた数年前まで、茶懐石などに使用する向付などを除くと、食品衛生法をクリアする和絵の具を内絵に用いた皿、鉢はほぼゼロだったんです。当然、工芸作家が観賞用に皿の形状をした作品を作ることはありますが、当時、一般の職人がつくる皿・鉢というのは全くなかったんです。なぜかと言うと、食品衛生法の基準をクリアできる絵の具が当時はなかったんですね。

北野： あまり知られていないのですが、一番最初に食品衛生法に準拠する和絵の具を開発して内絵に用いた産業用の食器を作り始めたのってうちなんです。昔は、他の窯は食器を作っていたとしても湯呑みや徳利、盃といった酒器ばかりで、内絵ではなく外絵が施されたものしかなくて。僕の親父は、絵の具を開発したのはいいけれど肝心のボディ（素地）がなかったものですから、当時有田まで買い付けをしにいって、それを加工していたらしいです笑。で、父が絵の具を開発したのと同じ頃に、小松市の製陶所が食器の素地を作り始めて、それを境に九谷焼の産地でも食品衛生法基準の食器を作るようになっていきました。ちょうど40年ほど前のことなので、実は食器の歴史ってものすごく浅いんです。

秋元： 面白いなあ。食品衛生法の基準を満たす絵の具をオリジナルで開発されたとは、すごいですね。今も絵の具の研究は続けているのでしょうか。

北野： はい。絵の具っていくら良いものができたと思っても終わりがなくて、九谷焼の求める条件を全て網羅するものを開発するのは非常に困難です。例えば高温で焼成してもめげない絵の具を開発するのはすごく難しくて、耐酸基準をクリア、要するに無鉛化に進めば色は見やすくなるけれど、本来九谷焼の欲する透明度がある綺麗な色は犠牲になる。だから何がトレードオフになって、どの部分で妥協するかというのを探っていく作業に近いですね。うちの場合は当然観賞用ではないので、食品法基準はもちろん満たさなくちゃいけないし、かつ2、3回焼いてもめげないという、そのちょうどいい妥協点を探るのが絵の具の研究になります。

「青」一色とっても、細かな調整を繰り返すことで絶妙なバランスを探る。

秋元： お話を伺っていると、開発費をはじめ、作業にひと手間かかったりデザインにも気を使ったりと色々な労力がかかっているように感じますが、それでも今のコストで回していけるものなのでしょうか？

北野： 大丈夫です。これでも僕の代になってからコストを上げてきた方なんですよ。それこそ昔は安物と言われていたんですけど、うちとしては、安物を作っている意識は全くないんです。当然印刷で作っているので作家物と比べれば安くなりますが、コストに見合った価格で販売していこうと。

秋元： 転写をはじめ様々な技術は使っているけれど、コスト競争をしているわけではないということですね。「転写＝安い」という昔のイメージとは全く違う次元なわけだ。

北野： うちの場合は、むしろ高いくらい。転写は私たちにとって生産手段なんです。

秋元： なるほど、現代におけるデザインの一つの手法ということですね。

北野： これは最終的に出来上がった手書きのデザインの版下を起こしているところです。作家と同じように型に合わせて筆で手描きをしたものを、パソコンの画面上で二次元に展開していきます。この黄色に塗った飯椀の上に絵を描いていくのですが、これと同じベタを塗った大きな用紙があって、それにより型取りという作業をしていきます。よくCADソフトなどを使って展開図を作れないのかと聞かれるのですが、やはり貼り付けるという技術作業が厄介で、印刷が伸び縮みするので、まるっきりデジタルに頼ると逆に展開図と合わなくなってしまうんです。ですので型を取る際には実際に貼り付ける職人が作業をイメージしながら「横は若干短めに」とか「縦の部分はちょっと収縮するように」といった形で作るようにしています。

秋元： 手作業で起こるブレを想定しながら作るということですね。それって相当難しいなあ！

北野： 仕方ないけど、アナログでやるしかないんです笑。

秋元： 実際に貼る感覚が分かる人にしかできない技ということですね。

北野： わざわざ型を取るために外注でお願いしている職人さんのところへ行くことはできないので、ほとんど僕ともう一人のスタッフでやっているんですけど、綺麗に原稿を作って印刷したものを外注に出しても、現場から合わないと言われて作り直すこともあります。やっぱり、実際に生産してみないと型のズレなどが分からないので、そこは苦労していますね。

秋元： 例えば一つ飯椀のデザインができたら、一回目に何個ほど作ってみるのでしょうか？

北野： 昔は豆皿であれば1ロット6000枚くらい作っていたのですが、さすがに僕の代になってからは時代も違いますし、ロットも小さくして一度使った版は全部壊しています。その代わりに商品をこまめに入れ替えて、多品種少量に対応するようにしました。

秋元： 基本的には多品種少量の方が良いのですか？

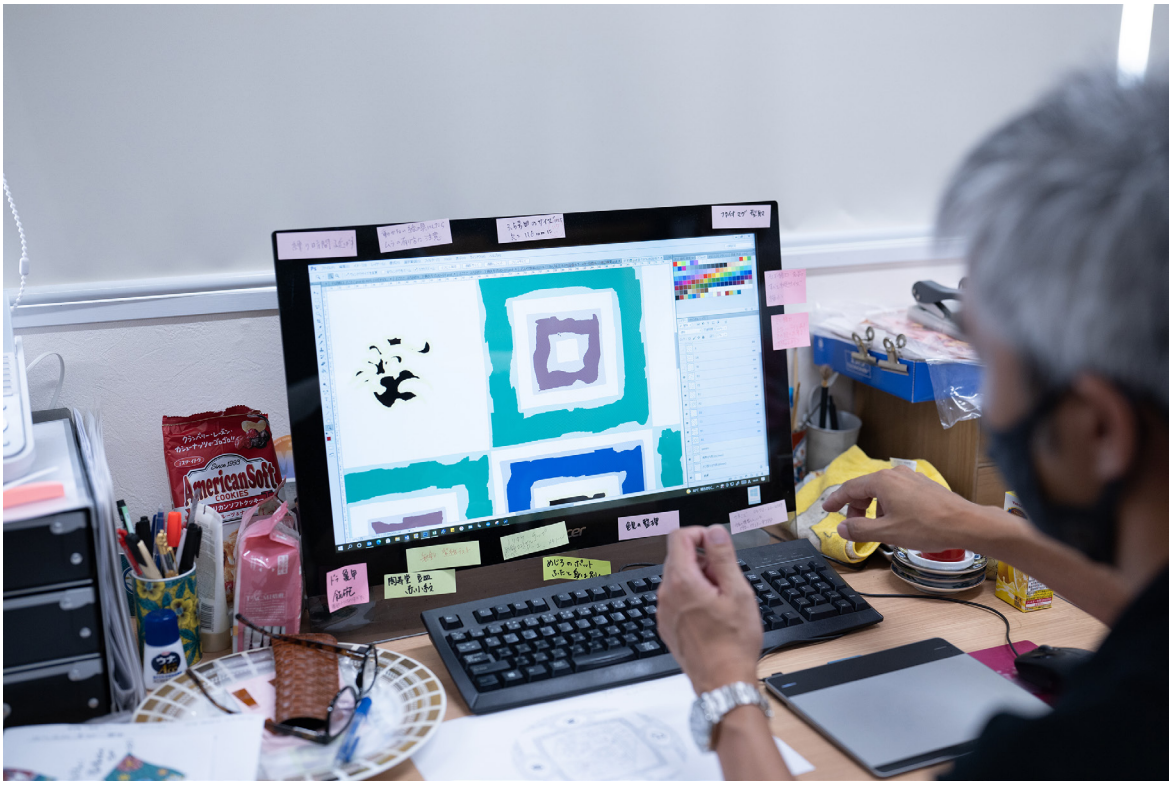
北野： そうですね。昔のように一商品で年間何千〜何万枚というのは僕の代ではありえないので、当然原価は跳ね上がりました。ですが自前で転写をしている強みもあり、外部委託をせずに組版から全て自社で行っているので、その分版代は浮きます。

秋元： 常に新しい商品を手掛けておられる印象ですが、年間にどれくらいの数の商品を開発しているのでしょうか？

北野： 最近はOEM（※）の仕事がものすごく多くて自社製品の開発は少し減ってきているのですが、OEMと自社製品合わせて、最低でも年間100商品くらいは作っています。

秋元： そんなにたくさん作っているのですね！

（※）OEM／委託者のブランドで製品を生産すること。



北野： こちらは手描きした線描きの原稿をパソコン上でトレースして、転写を作っていくところです。ペンタブレットを使って職人さんがするのと同じように、細書きした上から紺青、紫、黄色と色を塗り重ねていきます。ここからがポイントなのですが、そのまま印刷するとのっぺりとした、いかにも印刷っぽい仕上がりになってしまうので、実際に手作業で色を塗った場合にどのようなムラ感が出るかというのを想像しながら版を作るんですよ。

秋元： なるほど、かなり細かいなあ。

北野： 僕も絵付けの経験があるので分かるのですが、例えば筆先で絵の具を伸ばした際に生まれる線の動きや色のグラデーションなど、職人による筆の動きを想定したムラの版を作るんです。やはりこれも和絵の具だからこそできる技で、和絵の具は焼成の際にうまい具合に溶け合ってくれるので色と色の境目がぼやけたり色の濃淡が出たりして、手塗りのような風合いが出せるんです。

秋元： 通常で何版くらい作られるのでしょうか？

北野： だいたい平均で10版くらいでしょうか。多いものでは、作家監修のものでは数十版というのもありました。一回の転写で使用する版数は15、16色ですね。ただ、印刷回数で言えば20回超える。

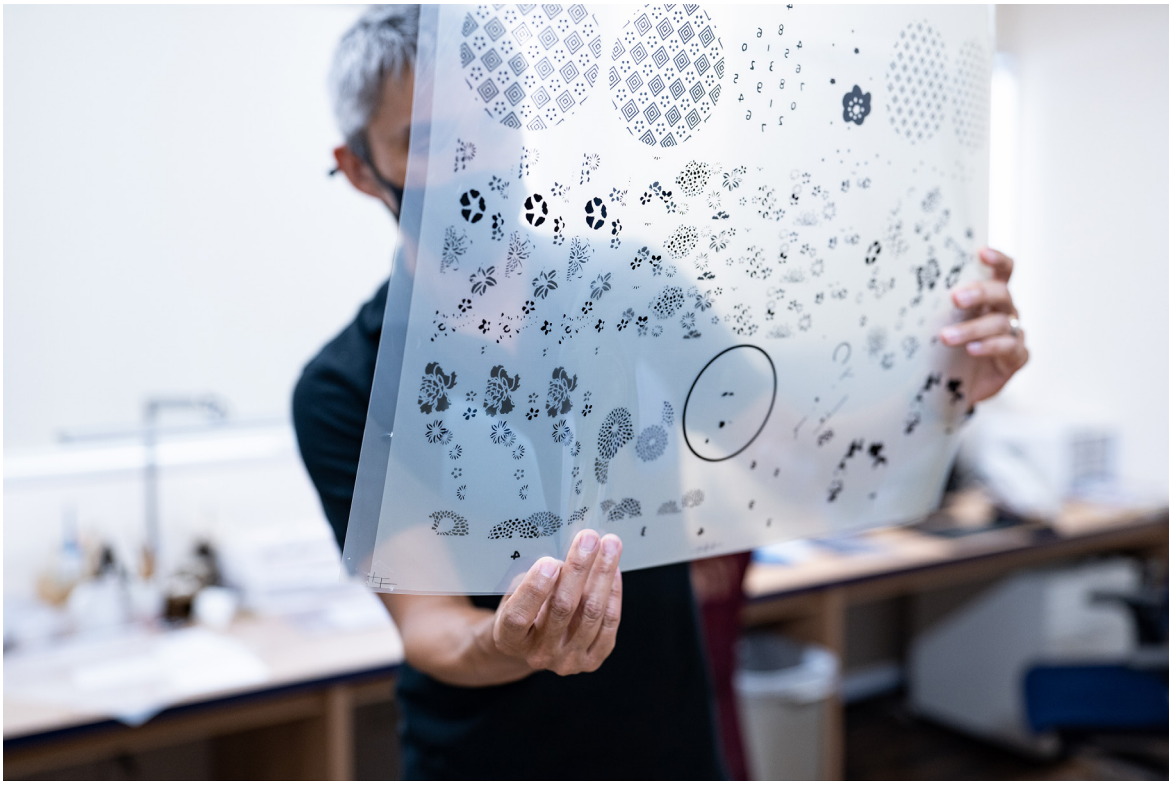
秋元： そんなに版を使って、それだけ印刷を重ねるんですね！相当手間がかかってるなあ。

いくつもの工程を経て完成した転写シール。

北野： こちらが花詰の三段重の転写です。転写ならではの技術で、三段重ねたときにどの段がきても絵柄が合うように計算されているので、ものすごく手間がかかっています。

秋元： 聞けば聞くほど大変だなあ。

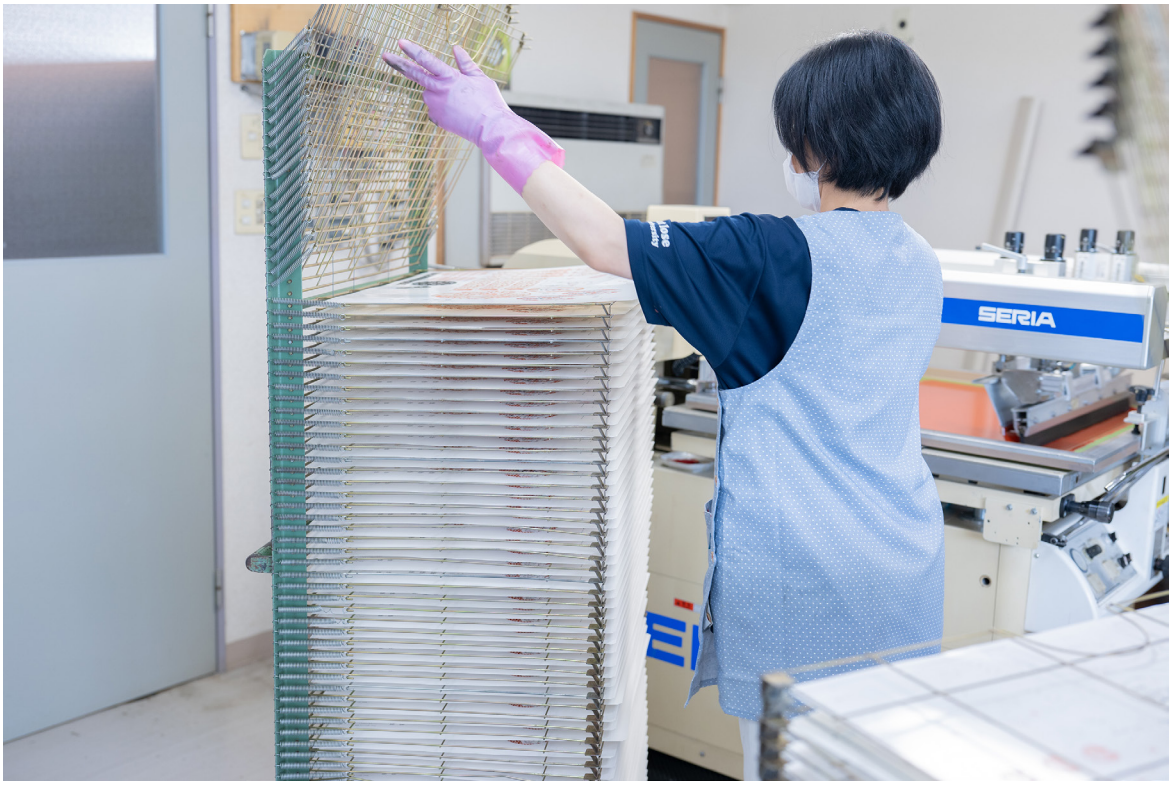
北野： 大変なんです笑。今度はフィルムを製版するのですが、Tシャツのプリントなどと違って、うちの場合は十数版刷らなくてはいけないので精度の高い出力機を使っています。



北野： そして、こちらが実際にスクリーン印刷で使う版になります。九谷焼特有の風合いを出すために、解像度は低いけれど厚みのある色が出る版と、解像度が高い版を使い分けています。ここに感光乳剤を両面に塗布して先ほど出力したフィルムを貼り付け、機械を使って光を照射し、フィルムに印刷されていた黒い部分を写していきます。

秋元： シルクスクリーンの技術ですね。

北野： そうですね。この後印刷機で生産していきます。でも、ひと通り終了とはいかなくて、これが九谷焼きの厄介なところなんですけど、洋絵の具と違って焼き上がるまで発色が分からないので途中で色を確認して色を足しながら、実際に職人さんが手塗りしたのと同じ厚みや発色になるまで漆のようにどんどん色を重ねていきます。最終的に、商品ができるまでにのべ4日間くらいかかることになります。



秋元： 最近はどのような商品を手掛けていらっしゃるのでしょうか？

北野： OEMの商品が多いですね。一番初めにコラボしたのが「スヌーピー×日本の匠」展だったのですが、これが結構好評をいただいて、そこから色々とお声がけをいただくようになりました。数珠繋ぎ的にお話をいただくので、うちから営業をすることはほとんどありません。僕たちとしてはキャラクターものを作るにしても、キャラと九谷焼が3対7くらいのクオリティを保ちたいと考えています。OEMの商品は全体の売り上げのうち1割くらいになりますね。

秋元： 色々な取り組みをしていらっしゃるのですね。北野さんの話を伺っていると、私がもともとイメージしていた転写とは全くレベルが違って驚きました。

北野： ありがとうございます。それでも色々と苦労はありますよ笑。

九谷焼にこだわり、ニッチであることを売りとして産業を支える

秋元： 最初にショールームに入ったときに、ずらりと並んだ商品を見て、九谷焼の普段見慣れている形とは違い、ずいぶん新しくて今っぽいデザインのように感じました。思った以上に九谷焼が新しいものに見えるなあと思って。

北野： やっぱりデザインは悩みますね。何が難しいって、私たちが作っているのは作家物ではなく商業製品なので、売り場でお客様に商品が持つストーリーを説明することはできないというところなんです。例えば工芸作家の作品であれば、販売する側も丁寧に説明してくれると思いますが、1枚1000円の豆皿はそれができないんです。じゃあ、どうやったら九谷焼であることを訴求できるかと考えたときに、本当は必要じゃないけれど、古九谷の柄を20種類作れば、陳列コーナーを見て九谷焼と認識してもらえるんじゃないかとか、市場で消費者に理解してもらえるような展開を作家とはまた別の形で工夫しています。

秋元： それはすごく面白い取り組みですね。私はショールームで思わず写真を撮ってしまったのですが、青郊さんの商品は、並んだときの集合体としての説得力があるように感じました。特に古九谷が持つクオリティの高さやブランド力といったものを、ストーリーも含めて上手く訴えかけるようなラインナップにしていらっしゃるというか、プロデュースに力を入れている印象を受けましたね。

北野： うちはメーカーなので、トライアンドエラーの繰り返しですけどね笑。

秋元： 生産には大変な苦労や手間がかかっていらっしゃいますが、商品をパッと見たときに「苦労してます」みたいなものが見えないのがすごいと思います。すごくスッキリしているというか。

北野： 原稿は全て手描きしているのですが、構成上、あえて転写っぽくしているところは結構あります。例えば石畳の柄や古九谷の鶴の柄などは、実際はもっと線が歪んだり泳いだりしているんですね。でもうちの場合は、古九谷の写しといえば写しなんだけど、単純に古九谷が持つ意匠の美しさを訴求したいと考えているので、あえて印刷に寄せて作っています。同じような理由で、OEMの仕事もデザインを先方に丸投げすることはほとんどなくて、9割方はうちで構成させていただいています。そうでないと九谷焼らしさを保てなくなってしまうんです。

秋元： なるほど、あくまでも九谷焼の良さを伝えていきたいということですね。本日工房を見学しながら色々と説明をお聞きして、転写が一種の現代の技法として機能しているように感じました。

北野： 日の目を見られたのは本当にここ数年です。これまではどちらかというと産地の中で亜流的な捉え方をされてきたといいますか、僕はそれに対して負い目を感じることも、これで食べていけるのかという不安を感じることもありました。一方で産地として考えたときに、やっぱり産業の部分がないといけないと思ったんです。

秋元： 産地を維持・発展するためには、やはりアート工芸だけでは難しいですよね。まず産業という基盤があり付加価値としてアート工芸があるというような形で、両輪でやっていくことが大切だと思います。

北野： 九谷はまだ恵まれていると思います。ニッチな産業ではあるけど、ここまでアイデンティティがはっきりしているところは他の産地にありませんので。弊社も転写で量産する方法ではありますが、あくまでニッチであることが売りなんだということを意識しながら規模を大きくすることを目的とせず、事業を続けていくことが大切だと考えています。

秋元： そうですね。産業規模を大きくしてマスに向けた無色透明なブランディングしていくよりも、九谷焼にこだわって「ここでしか買えないもの」を作っていった方が生き残っていけるのだろうと思います。

北野： 転写という手法を取っている以上、どうしてもデザイン的に妥協しなくてはならない部分はありますし、自分でプロダクトをする面白さがある一方で、絵柄やデザインが自分の好みに合っているかと言えばそうではない部分もあります。産業の場合は、市場や潮流など色々なものを見て総合的に判断しながらやっていくことが必要です。だけど、製品化へのアクセスは作家と違いますが、妥協したものを作りたくないという部分では僕たちも一緒なんです。

この回のまとめ

九谷焼というと芸術面だけで語られがちだが、それも含めて、産地としての生産規模をある程度維持していくためには産業面での強さがなければならない。ある程度の産業規模がなければ、産地は力を失い生産そのものが維持できなくなってしまう。そのためには自立した企業の存在が必要だ。北野さんの話をお聞きし、伝統産業といえるものでもイノベーションが必要であり、その大小に関わらず日々の工夫が必要なのだと実感した。工芸はテクノロジーであり、だからこそ時代に合ったイノベーションが必要なのである。他の産業と同様、日々の革新が製品への信頼やオリジナリティを生み、またOEMの仕事やデザイナーとのコレボレーションが生まれる。時代を生き抜く価値をどこに置き、それを実現するためのものづくりに励むという基本中の基本を「青郊」は体現していた。

個性を生み出す技法

Techniques for creating individuality

九谷焼の芸術祭

KUTANiSm

主催：クタニズム実行委員会　共催：小松市、能美市　協力：石川県九谷窯元工業協同組合、石川県陶磁器商工業協同組合、九谷上絵協同組合、九谷団地協同組合、公立小松大学、こまつKUTANI未来のカタチ、小松九谷工業協同組合　後援：北國新聞社、認定NPO法人趣都金澤

クタニズム実行委員会事務局
〒923-8650 石川県小松市小馬出町91番地（小松市役所観光文化課内） Tel: 0761-24-8130 Mail: info@kutanism.com

クタニズム

https://kutanism.com