

萬古焼ブランド化推進緊急雇用創出事業報告

林 茂雄* , 水野加奈子* , 岡本康男* , 小林知子* , 加藤裕子*

Project Report of the Urgent Job Creation for Branding Promotion of Banko-ware

Shigeo HAYASHI, Kanako MIZUNO, Yasuo OKAMOTO, Tomoko KOBAYASHI and
Yuko KATO

1. はじめに

陶磁器産業は、国内需要の減少、原材料価格の高騰、中国等からの輸入増大等により、厳しい状況が続いている。全国の陶磁器産業（生活用品）の出荷額は、年々減少しており、2001年に約5,400億円であったのが、2008年のリーマン・ショックにより2010年には約2,500億円までと半分以上まで減少している。さらに、2011年の東日本大震災の影響もあり、国内需要が低迷している。このような中、製品のブランド化や高付加価値化を通じ、国内市場のみならず、アジア等における新たな市場開拓が必要である。そこで、国の雇用創出基金（重点分野雇用創出事業）を活用して経済産業大臣指定の伝統工芸品である萬古焼急須の販路拡大と国産シェア80%を占める耐熱陶器（土鍋）の競争力維持・強化を目的に、萬古焼のブランド力を向上する事業を実施したので報告する。

2. 事業の概要

研究補助員2名を雇用して、「耐熱陶器の革新的性能向上技術」研究開発の加速とブランド化先進地の調査等を実施した。また、萬古焼ブランド化推進セミナーを開催し、萬古焼ブランド力の強化に関する啓発を進めた。

また、萬古焼ブランド化推進に係る消費者調査を外部に委託して実施した。この調査業務の内容等、事業内容については、萬古焼産業界の代表者と専門家で構成する萬古焼ブランド化推進ワーキングにて検討を行った。

* 窯業研究室

3. 事業の実施状況

3.1 萬古焼ブランド化推進ワーキング

萬古焼産業界（萬古陶磁器工業協同組合と萬古卸商業協同組合）から推薦された事業者とブランド化の専門家で構成するワーキングを設立し、消費者調査の委託業務を精査することで、産業界のニーズに合った消費者調査と先進地調査を実施した。

3.2 萬古焼ブランド化推進セミナー

萬古焼ブランド化推進ワーキングにて、萬古焼事業者の要望が多かったIH（誘導加熱）に関する技術セミナーとブランド化先行事例に関するセミナーを企画して、合計2回開催した。セミナーの概要を表1に示す。

3.3 先進地等調査

ブランド化の先進地等を調査して、ワーキングにて報告を行い、セミナーの企画等の参考にした。調査概要を表2に示す。

3.4 萬古焼ブランド化推進に係る消費者調査

萬古焼産業界から要望が多かった消費者調査を業務委託（委託先：株式会社三重銀総研）にて実施した。調査は、県、四日市市と（財）三重北勢地域地場産業振興センター（じばさん三重）が連携して実施した。調査結果については、ワーキングと工業研究所窯業研究室研究成果発表会（平成24年3月15日ばんこの里会館にて開催）にて報告することで、産業界に情報提供を行った。

消費者調査の概要を表3に示す。

3.5 その他の取組

販路拡大の可能性が大きい商品を持つ段階の急

表1 萬古焼ブランド化推進セミナーの概要

日時、場所	内容	参加者数
平成23年12月13日(火) 14:30～16:30 ばんこの里会館	講演「IH調理器と陶磁器製品の課題について」 講師: パナソニック株式会社ホームアライアンス社 技術統括 弘田泉生	27名
平成24年3月22日(木) 14:00～17:00 ばんこの里会館	講演「萬古焼のブランド化を考える」 講師: スタイルジャパン研究所 プロデューサー 川野正彦 EMKデザインスタジオ コーディネーター 小野恵美子 陶芸家 内田鋼一	36名

表2 ブランド化先進地調査等の概要

実施日	調査先	概要
平成23年10月27日～10月28日	京都市産業技術研究所	産業技術連携推進会議ナノテクノロジー・材料部会セラミックス分科会第42回デザイン担当者会議: 萬古焼ブランド化に参考となる他県公設試の事業、技術発表内容の情報収集
平成23年11月4日	東京ビックサイト	インテリアライフスタイルリビング展: 陶磁器製品の情報収集
平成23年12月14日～12月16日	李荘窯 長崎県窯業技術センター、佐賀県窯業技術センター	ブランド化先進地調査(有田焼、波佐見焼と唐津焼のブランド化)
平成24年1月12日～1月12日	スパイラルマーケット、東京ドーム	陶磁器製品情報収集
平成24年2月20日	信楽窯業技術試験場	信楽陶器工業協同組合の伝統産業ブランド魅力発信事業のブラッシュアップミーティング: ブランド化先進地調査(信楽焼)
平成24年2月29日	奈良県庁	奈良ブランド製品開発検討会: ブランド化先進地調査
平成24年3月12日	奈良ホテル	地域ブランド化の先進事例(奈良県の展示会)の情報収集

表3 萬古焼ブランド化に係る消費者調査の概要

1. 一般消費者調査(急須で淹れたお茶の試飲調査とアンケート)

調査場所・年月日	回答者数
三重県農業研究所(松阪市) (西山農業まつり) 平成23年12月14日(水)	223
じばさん三重(四日市市) (新春福袋フェア) 平成24年1月5日(木)	155
東京ドーム(東京都) (ふるさと祭り東京2012) 平成24年1月13日(金)	142
合計	520

2. 事業者調査

調査対象	回答者数	
	郵送アンケート	ヒアリング
お茶販売店(急須)	73	6
飲食店(耐熱陶器)	57	5
観光地宿泊施設(急須・耐熱陶器)	48	5
合計	178	16

須と耐熱陶器の製造業者2社について、経済産業省の地域産業資源活用事業計画の認定を目指す取組を中小企業基盤整備機構中部と四日市商工会議所で連

携して支援を実施した。また、申請書の作成において、上述の萬古焼ブランド化推進に係る消費者調査の結果を活用した。なお、平成24年度に認定申請を

行う予定である。

また、試作開発から販路開拓の段階の耐熱陶器の製造業者2社について、県、四日市市等の補助金申請の支援を実施し、萬古焼製品の高付加価値化等の競争力強化を推進した。

4. まとめ

陶磁器産業は小規模事業者が多いことから国内需要の低迷による影響は大きく、各陶産地はブランド力の向上に取り組んでいる。四日市萬古焼は、特徴である多様性ゆえに特性の絞り込みは困難であることから、特色ある商品毎に応じたブランド力の強化が必要となる。本事業では一般消費者や製品を使用する事業者の調査を実施し、萬古急須の特徴を明らかにし、急須と耐熱陶器に関する消費者ニーズの把握を行った。セミナーを2回開催する等して情

報提供を行い、事業者の技術的支援はもちろんのこと、国等の支援メニューの活用等についての申請支援も行い、萬古焼製品の競争力強化につなげた。

謝辞

本事業を実施するにあたり、協力いただきました経済産業省中部経済産業局、独立行政法人中小企業基盤整備機構中部支部、四日市商工会議所、四日市市役所と（財）三重北勢地域地場産業振興センターの関係職員に深謝する。

（本事業は国の緊急雇用創出事業臨時特例交付金を財源としています）