

萬古焼ブランド化推進緊急雇用創出事業報告（第2報）

林 茂雄*, 岡本康男*, 磯和真帆*, 久野笑加*

Project Report of the Urgent Job Creation for Branding Promotion of Banko-ware (Part 2)

Shigeo HAYASHI*, Yasuo OKAMOTO*, Maho ISOWA* and Emika KUNO*

1. はじめに

国内陶磁器産業は、小規模事業者が多く、全国に特色ある産地を形成しており、三重県には四日市・菰野地域の四日市萬古焼と伊賀地域の伊賀焼産地がある。近年では国内需要の減少、原材料と燃料価格の高騰、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。また、平成7年に輸入額が輸出額を超過し、それ以降、輸入額は増加し、輸出額は減少傾向にある。このように国内需要の低迷や安価な輸入品の流入が進む中、現代のライフスタイルに適合した製品開発と製品のブランド化・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となっている。

そこで、平成23から24年度まで国の雇用創出基金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、四日市萬古焼に関連する多様な主体の連携を深めて各支援機関の支援策等について情報共有を図ることで、産業支援を効果的に実施することを目的に四日市萬古焼関係連絡会議を開催した。さらに、自社製品のブランド力強化に関心がある四日市萬古焼事業者等を対象に、四日市萬古焼ブランド力強化研究会を開催し、専門家

* 窯業研究室

によるブラッシュアップを行うことで、萬古焼のブランド化を推進した。

3. 事業の実施状況

3.1 四日市萬古焼関係連絡会議

陶磁器関連団体、市町、商工会議所、支援機関と県による連絡会議を2回開催（第1回：平成24年6月18日、第2回：平成24年11月13日）し、四日市萬古焼事業者への総合的な支援について情報交換を行った。その結果、各機関との連携が深まり、四日市萬古焼事業者の各種支援を効果的に実施することができた。

すなわち、試作開発等に取り組む事業者には、四日市市の新規産業創出事業補助金（4社採択）、公益財団法人三重県産業支援センターの地域コミュニティ応援ファンド助成金（1社採択）、三重県雇用経済部のメイド・イン三重ものづくり推進事業補助金（1社採択）と新たな魅力創出事業費補助金（1社採択）の申請支援等を行い、当研究所との共同研究（2社）や技術的な支援を実施した。

また、販路拡大の可能性が大きい商品開発の段階にある事業者には、経済産業省地域産業資源活用事業計画の法認定の支援を独立行政法人中小企業基盤整備機構中部本部、四日市商工会議所、中部経済産業局と連携して実施した。その結果、平成24年度第1回認定に萬古焼急須製造事業者が認定を受け、平成24年度第2回認定に萬古焼土鍋製造事業者が認定を受けた。

3.2 先進地等調査

ブランド化の先進地等を調査して、四日市ブランド力強化研究会にて報告を行い、同研究会の成果発

表会（展示会）等の参考にした。調査概要を表 1 に示す。

3.3 四日市萬古焼ブランド力強化研究会

四日市萬古焼（耐熱陶器，急須，食器等）のブランド力を高める商品開発や技術開発を目指す企業を対象に専門家（平成 24 年度グッドデザイン賞を受賞した奈良県のブランド化事業のコーディネータである川野正彦氏と小野恵美子氏，および四日市市在住の国際的な陶芸作家である内田鋼一氏）を招聘して「四日市萬古焼ブランド力強化研究会」を設立し，各事業者のブランド力強化について検討を行った。四日市萬古焼ブランド力強化研究会の活動は，以下のとおりである。第 1 回研究会（平成 24 年 9 月 27 日開催，12 事業者 13 名参加），専門家の事業者訪問（平成 24 年 10 月 18 日，10 月 19 日，

12 月 21 日実施，9 事業者が参加），第 2 回研究会（平成 24 年 12 月 20 日開催，14 事業者 14 名参加），第 3 回研究会（平成 25 年 1 月 11 日，10 事業者 10 名参加），個別ブラッシュアップ（平成 25 年 2 月 14 日，2 月 15 日，10 事業者 10 名参加）。

また，同研究会の成果発表であり，使い手と作り手の接点として展示会「三重のモノづくり展 TEIBAN 三重」を平成 25 年 3 月 16 日から 17 日まで大阪農林会館（大阪市中央区）にて開催した。展示会には四日市萬古焼等の 10 事業者が参加して，自社製品の展示を行い，一般消費者やバイヤー等に各事業者の想いを伝えた。展示会の模様を図 1 に示す。ここで得られた評価から，次の課題を見出して，さらにステップアップを続けることで，自社ブランドの構築を図ることになる。なお，展示会の来場者は 233 名であった。

表 1 ブランド化先進地調査等の概要

実施日	調査先	概要
平成24年8月20日	奈良ホテル	地域ブランド化の先進事例である奈良県の取組である奈良TEIBAN展の調査
平成24年10月26日	ラフォーレ原宿ラフォーレミュージアム、松屋銀座	地域ブランド化の先進事例である長崎県波佐見焼（場と間展示会vol.03）と奈良TEIBAN展の調査
平成24年11月16日	ナゴヤドーム	ドームやきものワールド（展示会）において各産地の最新の陶磁器製品の調査
平成25年1月8日	大阪農林会館	四日市萬古焼ブランド力強化研究会の成果発表（展示会）の候補会場の調査
平成25年2月7日～2月8日	新宿パークタワーリビングデザインセンター OZONE、東京ドーム	地域ブランド化先進事例等の情報収集のため、奈良TEIBAN展と信楽TEIBAN展の調査、およびテーブルウェア・フェスティバル2013にて各陶産地と山形県、鹿児島県の取組を調査



図 1 三重のモノづくり展 TEIBAN 三重の開催状況（左：大阪農林会館の外観，右：展示会会場）

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や輸出の減少による影響は大きく、全国の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、その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。

本事業では平成 23 年度に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。引き続き平成 24 年には、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。さらに、ブランド化を推進

するために四日市ブランド力強化研究会を開催し、事業者毎のブランド力強化に取り組み、成果発表（展示会）を開催した。

謝辞

本事業を実施するにあたり、協力いただきました奈良県産業振興総合センター、奈良ブランド事業の参加事業者、滋賀県工業技術総合センター信楽窯業技術試験場と信楽陶器工業協同組合の皆様へ感謝する。

（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）