

# 美術館を拠点とする文化サービス供給による伝統的陶磁器産地の振興

## Encouragement of the Production Area of Traditional Pottery with the Cultural Service Supply centered on the Museum

中部大学 林 上

### はじめに

愛知、岐阜、三重の3県からなる東海地方には長い歴史をもつ陶磁器産地がいくつもあり、日用雑器を中心に多種類の陶磁器が生産されてきた。しかし、中国製の陶磁器をはじめとする安価な外国製品の流入、あるいは海外市場での競争力低下による輸出不振などにより、陶磁器生産額は大幅に落ち込んでいる。こうした状況から抜け出すために、各産地ではさまざまな取り組みが行われている。陶磁器を生産するだけの産業からサービスの要素を付け加えた産業への移行は、サービス経済化が進む現代社会にあっては市場ニーズに適していると思われる。本研究では、まちづくりのプロジェクトとして建設した美術館・ギャラリーを拠点に産地振興に取り組んでいる事例を取り上げ、伝統的な産業地域が生き残っていくための振興策について検討する。

### 1. 伝統産業を取り巻く状況と産業を維持する意義

#### 1. 伝統産業を取り巻く状況の変化

衣服、木工品、金属製品、陶磁器などの日用雑貨品を昔から生産してきた伝統産業は、地域的な生産条件を生かして興され、歴史的に長らえて今日に至っている。前提となるのは市場が存在することであり、なんらかの理由で市場が縮小したり消滅したりすれば、生産を続けていくのは困難である。また、たとえ市場は存在していても、競合する産地との間で繰り広げられる競争に勝てなければ、これまた存続するのは難しい。日本全国に数多くある伝統産業は、社会や経済の構造が変化していく中で、それぞれ栄枯盛衰の道を歩んできた。

上述した生産条件、市場の存在、同業他産地との競争は、いずれも時代とともに刻一刻と変化していく。過去には石油ショック、円高不況、バブル経済

とその崩壊など、伝統産業を取り巻く数多くの試練の時があった。そのつど、伝統産業の内部では時代の変化に対応すべく工夫がなされ、生き残る手だてが講じられてきた。しかし全般的に見れば、伝統産業が目覚ましく発展するという局面はあまりなく、概して衰退の道を歩んできたといえる。変化への対応や生き残りに向けての取り組みは、生産と市場の2つの側面で、その方向を正しく認識するところから始まる。生産面でいえば、生産性の向上をめざす他の産業に引き離されないような工夫をしなければならない。伝統産業といえども機械化や省力化は避けられず、国際的に見て高い労働費の圧力にも耐える必要がある。

伝統産業が長期的な停滞や衰退の傾向を示してきたのは、市場面で適切に対応できなかったことが大きい。日用雑貨品の割合が大きい伝統産業は、バブル経済崩壊後の長期デフレ経済のもとで落ち込んだ需要に、いかに対応するかという難問につきあたった。ほぼ同じ時期に、経済成長の著しい中国をはじめとする新興の工業諸国から安価な日用雑貨品が大量に輸入されるようになったことが、苦境をいっそう深刻化させた。デフレ経済でモノが売れないところへ低価格な輸入品が市場へ流入したため、国内の伝統産業は非常に苦しい立場に追い込まれた。

#### 2. 伝統産業を維持していくことの意義

日本の伝統産業は地場産業ともいわれ、国内市場はもとより、一部は海外市場を開拓しながら販路を確保してきた。しかし、冷戦体制終結以降の世界経済の構造変化のもとで、内外市場ともに厳しい競争に立ち向かわなければならなくなった（竹内編，2005）。日本を急速に追い上げてきた新興の工業諸国との競争に勝つためには、生産コストの低い海外へ出て生産するか、あるいは、まともには競合しな

い新たな製品市場を開拓していくしかない。前者の生産拠点の海外移転については、一部の企業を除いて、零細性が強い多くの伝統産地企業では対応が困難である。しかしさりとて、国内に残りながら低価格な輸入品に対抗していくのも容易な道ではない。

苦境に陥っている国内の伝統産地では、さまざまな対応策が考えられてきた。海外から流入する量産品と価格面で競争するために、大幅な合理化を試みている企業もある。合理化には機械化・省力化のほかに、低賃金の外国人労働力を雇用するといった方策も含まれる。可能な限り生産コストを引き下げなければ、対抗可能な低価格品を市場に供給することはできない。しかし、こうした対応ができるのは設備投資にまだ余力のある企業である。対抗策が見出せない企業は、操業停止や廃業の道を選ばざるをえず、伝統産業としての長い歴史に自ら終止符を打つことになった。

伝統産業が国内で生き残っていくことの意義あるいは目的は、この産業で生計を立てている人びとの暮らしを確保することである。しかし、ただ単に生活基盤を守るためだけなら、他の産業の中で新たな就業機会を見出せばよいという議論になる。経済発展にともなう産業構造変化の必然性という論理に与すれば、こうした議論は妥当なものといえるかもしれない。しかし、伝統産業が歴史的に培ってきた技術、文化、風土といったものに着目すれば、それらの価値が産業の衰退や消滅とともに無に帰してしまうのは残念なことである。経済活動ではあるが、社会、文化、歴史などの要素を包含した商品を歴史的に消費者に供給し続けてきた活動を、絶やさずに維持していくことの意義は決して小さくない。伝統産業の伝統産業たるゆえんがここにある。

## II. 陶磁器の生産環境変化と産地活性化

### 1. 陶磁器産地を取り巻く環境の変化

日本における陶磁器生産の歴史は長く、陶磁器産業は伝統産業の代表的事例のひとつといってよい。日本の陶磁器市場は、東海地方と九州地方にある主要な陶磁器産地から供給される製品によって、その多くが占められてきた。ところが、バブル経済の崩壊による長期的不況とデフレ経済の進行によって上記の主要産地では生産条件が厳しくなった。市場の縮小と製品の低価格化に苦しむところへ海外から安価な製品が流れ込んできたためである。生産環

境は一気に悪化し、生産の継続が困難になった事業所は操業停止に追い込まれ、市場からの撤退を余儀なくされた。伝統的な陶磁器産地は中小零細規模の事業所によって構成されてきたため、生産額の減少や雇用機会の喪失が産地の社会や経済に与えた影響は大きい。

陶磁器生産は原料、製法、製品などの特性に応じて産地ごとに行われ、地域的に特徴のある陶磁器が生産されてきた。各産地の特性や特徴が消費者の嗜好性と符合し、市場の動向を左右してきた（十名，2008）。食器の種類が多いうえに形状、デザイン、質感などが製品ごとに違うため、市場構成も複雑である。北西ヨーロッパから輸入されるブランド食器や陶芸作家の手による一品物から大量生産の大衆品に至るまで、実に多様な商品構成をかたちづけている。近年になり中国などから輸入されて百元ショップなどで販売されるようになった低価格品は、大衆市場への浸透をめざしている。デフレ経済のもとで勢いを増してきた低価格市場に向けて、安価な輸入品が流れ込んできた。

これまで量産品を生産してきた陶磁器産地では、こうした市場の変化に対して有効な対策が見いだせない状態が続いてきた。海外からの低価格品に価格面で対抗するには、生産性を極度に高めた生産方式によるしかない。しかしそれは機械化・自動化による大量生産か、自己犠牲的な低賃金労働による生産であり、どの事業所でもできるというものではない。価格競争は出口の見えない消耗戦をとまなう競争であり、とても持続可能な生産とはいえない。むしろ、海外からの低価格品にはない付加価値のある製品を志向し、値段は多少高くてもそれを補ってあまりある商品を開発して市場に送り出すほうが意義深い。

### 2. 美術館建設を起爆剤とする陶磁器産地の活性化

東海地方の中でも岐阜県では、陶磁器業が県全体の産業に占める割合が他の2県に比べて大きい。生産額では9.0%（2001年）であるが、事業所数では14.3%、従業者数では12.6%である。このため県の産業政策においても、木工や和紙など他の地場産業とともに振興策が重視されてきた。しかし、構造的な低迷状態に陥っている国内の陶磁器市場の中で活路が切り開いていける有効な手立ては見当たらない。岐阜県の陶磁器業は、量産品を比較的値打ちに生産・供給することで競争力を維持してきた。こ

のため、国産品を大きく下回る低価格な輸入品がシェアを伸ばしている現状に対抗していくのは容易ではない。岐阜県の陶磁器産地の中心に位置する多治見市では、陶磁器の出荷総額が1990年頃の最盛期に比べると現在はその3分の1くらいにまで減少した(図1)。多治見市をはじめ、県内の各産地やそこで操業している事業所がそれぞれ知恵を絞り、出来ることを試行していくしかない。自助努力がまずあり、県や市は側面からサポートしていくくらいしか方策が見出せないのが現状である。

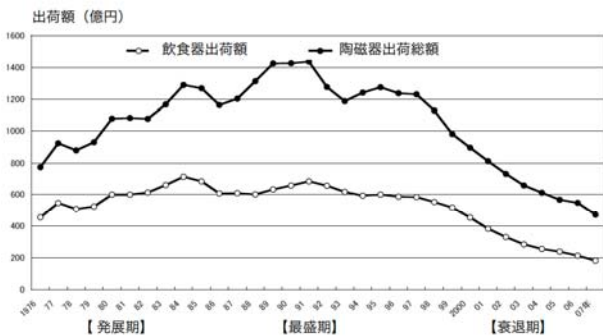


図1 多治見市における陶磁器、飲食器出荷額の推移  
出典：多治見市統計書をもとに作成。

陶磁器産地が産業振興のための構想案を提示し、それを行政がバックアップするという図式は、多治見市市之倉町で「さかづき美術館」を建設しようという事業構想においてもみとめられる。市之倉町は多治見市の南端に位置しており、同じ陶磁器産地である愛知県瀬戸市と接している。ここは、主要な市街地が形成された流域とは別の流域にある細長い小規模な産地である。このため、陶磁器製の器の中でもさかづきの生産に特化することで伝統産地としての特徴を維持することができた。しかし、江戸時代末期から昭和前期にかけて盛んに行われてきたさかづきの生産も、日本酒を飲む習慣の衰退とともに少なくなり、産地内の主な生産品は茶碗や湯飲み、皿など他の食器へと転換していった。

1970年代の最盛期には100以上もあった事業所すなわち窯元は、現在では半分以下にまで減少した。事業所の減少は同じ多治見市内や隣接する土岐市、瑞浪市にある同業の産地でも進んでおり、構造的動向といえる。焼成用の燃料が石炭からガスへ変化したということもあるが、煙突から黒煙がたなびいていた往時の面影が失われてすでに久しい。しかし一方で、名古屋をはじめ近隣の市町への通勤者のための分譲型住宅地域が開発されたため、以前に比べて人口が増えたという状況がある。

低迷続く産地の窮状に危機感を抱いてきた地元の有力窯元と商社(産地問屋)の間でさかづきをシンボルとした美術館を建設する構想が浮かび上がってきたのは、1990年代末期のことである。もともとなったのは「市之倉まちづくり委員会」という組織である。この組織は、市之倉町で有力な窯元として知られてきた企業を中心に、陶磁器工業組合、陶磁器卸売組合などによって構成された。注目すべきは、組織の中に市之倉の各地区の区長や郵便局長が入っている点であり、その名の通り、町内挙げての委員会であった。

この委員会が受け皿となり、「陶の里 市之倉さかづき美術館」が2002年に開館した。総工費は3億円で、内訳は自己資金(出資金)1億円、金融機関からの借入金1億円、残り1億円は岐阜県と多治見市からの補助金である。市之倉町のまちづくりは、多治見市が進めてきた地域振興プロジェクトの中に位置づけられたため、行政からの支援を受けることができた。「陶の里 市之倉さかづき美術館」の主な事業出資者は、リーダー的な役割を果たしている窯元1社と2つの地元商社、それに陶磁器工業組合である。有力窯元の現当主と商社の経営者は同郷の友人という間柄であり、地元に対する愛着心という点でビジネスの域を超えた絆で結ばれていた。

### 3. 歴史的な技術遺産に価値を見いだした美術館

さかづきをモチーフにした美術館の設立というアイデアに至るまえに、「道の駅」建設案や第3セクターによる施設建設案などが検討された。しかしこれらは、地元の人材と資源を重視して事業を興すという理念のまえに消されていった。近世末期から近代にかけて高度な技術で名品を生み続けた市之倉のさかづき生産にこだわった結果、単なる地場産業会館や観光センターではなく、美術館として品位のある施設を設けることに結論が落ち着いた。建設された美術館にはミュージアムショップとギャラリーが併設されており、美術館は有料(400円)であるが、他の施設は無料である(図2)。

美術館には2,000点を超える酒器・さかづきとは別に、美濃・瀬戸地方出身の名だたる陶芸作家の作品が別のコーナー(図2の②)に陳列されている。多くは故人の作であるため、歴史的名品を鑑賞しながら地元の陶業史を学ぶしかけになっている。うち2名は、美術館の現館長でもある有力窯元当主の父と祖父である。この窯元は近世からこの地で続く名

家・名門であり、とくに祖父と父は多くの輝かしい業績で地元陶業界に名を残した人物である。この名門窯元は美術館が開館する以前から独自に展示施設を事業所内に設け、見学者を招き入れてきた。美術館と窯元の工房は徒歩5分の距離にあるため、両者は半ば一体化しているといえる。

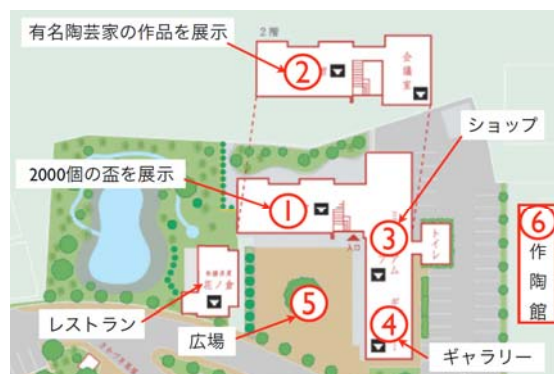


図2 さかづき美術館のレイアウト

美術館に作品を展示して運営するノウハウはすでに自前の窯元で経験済みであり、このことがさかづき美術館でも活かされている。2,000 から 3,000 ともいわれるさかづきは、館長でもある窯元当主が個人的に全国の骨董品屋を回って買い集めたものである。地元で生産し残しておいたさかづきには限りがある。いったん市場に出回って使用された商品である点に価値があるため、国内の他産地や海外で生産されたさかづきも収集の対象とされた。最盛期には全国生産の75%以上を生産したといわれる市之倉のさかづきにこだわった意味が、ここに見出される。

### III. 陶磁器生産から伝統品が核のサービス供給へ

#### 1. 陶磁器にこだわらない多様な伝統品の紹介

陶磁器産地の活性化との関連で、さかづき美術館が果たしている機能として注目されるのは、ミュージアムショップ（図2の③）とギャラリー（図2の④）の役割である。広さ約80㎡のミュージアムショップにはボックスコーナーと呼ばれる60個の展示棚があり、ここにさまざまな手作り品が並べられている（写真1）。作品は地元産に限定されず、全国に及んでいる。作品のかたわらには制作者の顔写真と説明文を記したカードがあり、見学者はそれも参考にしながら商品を選択する。多数の展示棚を設けて制作者に作品発表の機会を与えるアイデアは、さかづき美術館の館長の発案による。館長によれば、同様な方式は京都にもあり、そこでの事例にならっ

たものだという。

展示品が陶磁器に限定されていないのには理由がある。異素材つまりセラミック以外の素材でつくられた作品を並べることで、地元の窯業関係者を刺激することが期待されている。また、陶磁器の購入を目当てに訪れた観光客や消費者に、別の素材でつくった商品を表示することにより選択の幅を広げられるというメリットもある。伝統産地でよく見かける土産物店では、産地で生産されたものだけを並べていることが多い。しかし、このミュージアムショップでは、そうした既成観念にはとらわれず、あくまで全国的な視野に立って広く伝統産品を提供することに重点を置いている。

なお、このミュージアムショップで働く就業者の中には多治見市の陶磁器意匠研究所でやきものづくりを学んでいる研修生がいる。この研究所は半世紀以上の歴史があり、全国的規模で研修生を集め窯業技術の伝承に取り組んでいる。研修生は卒業後、地元の陶磁器関連企業に就職したり、さらに経験を積んで自ら窯を開いたりしている。やきものづくりは、企業活動であると同時に文化・芸術活動でもあるという二面的性格をもっている。さかづき美術館が、やきものに関係する他の施設との間で連携をとりながら運営されているという点は注目されてよい。



写真1 ミュージアムショップの展示ケース

ミュージアムショップは販売目的の商品ばかりであるが、その奥にあるギャラリーは展示に特化しており、美術館としての「教育的」機能がより明確である。地元・市之倉ではこれまで商社からくる注文に応じて陶磁器を生産するのが一般的であった。窯元自身の企画・デザイン開発能力は概して低く、市場の動向を敏感に受け止める姿勢に欠けてきた。こうした姿勢は現代では通用せず、自ら製品開発能力を高めていかなければ生き残れない。地元の製品開発能力を高めていく場として、このギャラリーが果たしている役割は小さくない。

ギャラリーには全国的スケールで呼びかけ反応



のあった制作者からの作品が並べられている。作品は定期的に入れ替えられるため、ギャラリー目当てに来訪するリピーターも多い。さかづきの生産地として多少の知名度はあったかもしれないが、市之倉自体は全国的に見れば、地方の一産地にすぎなかった。市之倉を含む岐阜県的美濃焼産地全体の中でも、市之倉の地位は高くはなかった。しかし、さかづき美術館に併設されたギャラリーでの展示活動を通して市之倉の知名度が高まってきたことは明らかである。わずかなスペースといえども、それが果たす機能の大きさを痛感せざるを得ない。

## 2. 陶磁器生産の伝統を生かしたサービスの創出

市之倉のさかづき美術館を拠点にして行われている事業は、上述した鑑賞、物販、展示に限らない。これらのほかに、恒常的に行われている作陶体験、文化教室、それに月例や季節ごとのイベントなど多数にのぼる。作陶体験は他の陶磁器産地でも普通に行われており、とりたてて特徴はないように思われる。しかしここでは「素人の楽焼き体験」とは別に、陶磁器生産の伝統的技術を後世に伝える目的で技能講習が行われている。背景には近代に傑出した技能者を地元から輩出した歴史があり、埋もれた技術の再評価とともに、その継承への意欲が強く意識されている。

文化教室は付随的ともいえるが、「花まゆ教室」や「フラワーデザイン教室」など天然の素材を生かしたクラフト制作は、伝統的な陶磁器生産と一脈通ずるところがある。「金継ぎ教室」は、破損した陶磁器を修理して使うのが常識であった近世の伝統的な修理技法を現代に継承しようという試みである。これもまた、伝統的な技術を再評価する意識の表れである。さかづきを核とした陶磁器の生産に範囲を限定せず、ここから派生するものを幅広く取り込んで現代人の生活に結びつけようとする点に特徴がある。

さかづき美術館で定期的に行われている各種のイベントもまた、陶磁器から派生したものといえよう。他の産地においても一般的に行われている地元産陶磁器の即売会は別におくとして、真夏の土曜日夕方にはビアガーデンが美術館の敷地内で開催される。普段でもレストランや屋台が敷地内で営業されているが、それとは別に開かれるビアガーデンでは、地元の酒店やタクシー会社などが活躍する場面がある。さらに秋に開催される「市之倉音楽譜」

という催しでは、陶磁器製の容器にロウソクの灯りをともし、夕闇の中で音と光の世界を参加者が満喫する。音楽演奏はビアガーデンでも行われており、地元の人びとを中心に文化的なサービスを提供する場になっている。

## 3. 伝統産業から派生する総合文化サービスの供給

市之倉町が属している多治見市は、2006年1月に隣接する土岐郡笠原町と合併した。笠原町は全国一のタイル生産地として知られるが、それとは別に名の知れた酒造メーカーがあり、このメーカーと市之倉のさかづき美術館が手を組んで新商品を開発している。実際にはこれに多治見市高田地区の酒器メーカーも絡み、三者が一体となって「酒器セット」を売り出している(写真2)。明らかにこれは市町村合併をチャンスとしてとらえ、地元の特産品、すなわち、さかづき、清酒、酒器を組み合わせた新商品の開発である。



写真2 地域連携の商品開発・販売

市之倉の市、高田の高、笠原の笠を組み合わせで名づけた「市高笠プロジェクト」は、地元にある複数の伝統産地が知恵を絞って立ち上げたものである。通常なら1万円を超える商品が8,000円程度で購入できるということから、市場の反応は良いという。季節ごとにさかづきや酒器の種類を変え、多様性がでるような工夫もこらされている。地元で昔からつくられてきた産品を組み合わせで新商品として売り出すというアイデアは誰でも考えそうなことではあるが、意外に少ないように思われる。こうしたアイデアがさかづき美術館を拠点に生まれ実現したことを考えると、この美術館が単なる美術館ではないことがわかる。

市之倉町のまちづくり委員会の中核事業といえるさかづき美術館での活動実践から導き出される

伝統産地振興のためのヒントは多い。この事業が成功しているのは、リーダー役を果たしている有力窯元の当主が高い見識の持ち主であり、知名度が高い点が多い。世襲制とはいえ、父、祖父ともに地元産業の功労者であり、とくに父親は人間国宝にまでなった人物である。強力なリーダーのもとで町全体がまとまり、事業を盛り上げているように思われる。ただし、岐阜県と多治見市が推進してきた陶磁器産地の散歩道、別名オリベストリートを町内で整備する構想は、現時点では十分達成されているとはいえない。

もともと陶磁器は日常的に使用される食器であり、食文化とのつながりが深い商品である。さかづきは伝統的な行事や冠婚葬祭の機会に使われることも多く、この商品を核にして種々のイメージをふくらませる可能性を秘めている。粘土を成型して生み出される陶磁器それ自体がもっている本来の土着性、生産・消費の場から醸し出される文化性、芸術性といった要素も見逃せない。歴史的に育まれ蓄積されてきた技術的要素を加えれば、そうした可能性はさらに大きくなる。

陶磁器以外の分野でも、伝統的な産業から派生する種々のサービスの要素、これらを新たな産業を創出する素材として活用する可能性がもっと追求されてもよいのではないか。実際、すでに各地の地場産業地域では、観光化に向けたサービス供給の試みが進められている。これにはいろいろな形態が考えられるが、訪れた人びとに感動を与える内容でなければ長続きはしないであろう。外からの来訪者だけでなく、地元の人びとの心をもとらえ、社会や産業に役立つ内容であれば、存在価値は高く評価されるであろう。このことは、さかづき美術館が主催している各種イベントや、そこでの情報発信を見ればわかる。

本稿で取り上げた事例は、伝統産地の地域振興事業ではあるが、単なる産業振興の域にとどまらない。伝統産地では産業と生活は不可分の関係にあり、両者は一体的に活性化されるのがのぞましい。伝統品の販売、生産現場の見学、イベントの開催、複数の産地間が連携した新商品の開発などを通して新たな市場が生まれれば、単なる製造業産地としての状

態から脱皮することができる。各種サービスを付加して価値を高めることができれば、低価格品ばかりを生産して厳しい国際競争でエネルギーを消耗するという道から抜け出せる可能性が広がる。

## おわりに

冒頭で述べた国内における陶磁器市場をめぐる厳しい競争は今後も続くと考えられる。国によってかなり異なる食習慣を支える陶磁器といえども、現代では海外製品がやすやすと市場に侵入してくる。「中国製の和食器」を使って日本の伝統的な食事をとることも、不思議なことではなくなりつつある。こうした動きに対抗していく努力は、限りなく続けられねばならない。しかし、単なる価格競争では有効な対抗策にはなりえないことは明らかである。

製造業とは異なり、サービス業はもともと局地的市場を対象とした産業である。消費者の多様な要求をすばやく察知して柔軟に対応するところに、サービス業成功の極意がある(林, 2005)。であるなら、伝統的なものづくりを核として、その製品づくりはもちろんのこと、ものづくりの歴史的背景、文化的特性、生活様式との関連性を訴求力とした総合文化サービスのようなのが考えられてよい。消費者は低価格品を指向する一方で、この種のサービスも求めている。国内に残って生産を続けることのメリットを最大限生かした生き残り戦略が、いまもっとも求められている。

## 引用文献

竹内淳彦編著(2005):『経済のグローバル化と産業地域』原書房。

十名直喜(2008):『現代産業に生きる技-「型」と創造のダイナミズム』頸草書房。

林 上(2005):『都市サービス地域論』原書房。

付記:本研究の実施に際しては、文部科学省科学研究費補助金 基盤研究(C) (2008年度) 課題番号19520671-00「快適で魅力あるサービス空間の形成に関する都市地理学的研究」(代表者:林 上)を使用した。