

工芸ニュース

平成20年度

NO.2-3

VOL.38-2-3

2009.3.30

編集発行 神奈川県産業技術センター 工芸技術所

〒250-0055 小田原市久野621 TEL0465-35-3557 FAX0465-35-3936

ホームページ <http://www.kanagawa-iri.go.jp/kougei/>

第36回鎌倉彫創作展の結果



▲創作大賞 「花卉盛皿」 深谷 文敏氏

第36回鎌倉彫創作展が、10月10日（金）から15日までの6日間、鎌倉彫工芸館で開催されました。

この創作展は、伝統鎌倉彫事業協同組合が鎌倉彫技術の向上と創作意欲の高揚を目的に毎年開かれているものです。

一般部門42点、課題部門22点を合わせて64点が出品され、その中から写真の創作大賞をはじめ11点の作品が受賞しました。

審査委員長三浦氏の全体についての審査講評は、『例年に比べ総出品数は少ない方だが、大賞の「花卉盛皿」や企画部門優秀賞の「ピアマグ」等に見られるように、作者の感性やセンスの良さが認められる作品に出会えた。総じて、鎌倉彫の伝統を踏まえながら、新たな時代を感じさせる作品の創造に、一層の精進を期待したい。』とのことでした。

（主な受賞者は、お知らせ覧に掲載してます）

（工芸技術チーム 林 保美）

小田原・箱根 木製品フェア2008開催結果

2008年10月24日（金）から26日（日）までの3日間、小田原アリーナにおいて「小田原・箱根木製品フェア2008」が開催されました。

全国公募となって5回目となる「全国木のクラフトコンペ」の入選作品の展示や、職人さん達が実演販売する「名物木工屋さん通り」、子どもに大人気の「積木の広場」、そして、1万個の檜玉のプールなど、工夫をこらしたイベント内容で、来場者延べ1万8千人という大盛況の中、無事終了しました。

特に今回は、16人の産地の若手従事者達が中心となり、指物師の近藤氏が製作した神輿を繰り出してのオープニングセレモニーや、「伝統の技×若い力展」と題した作品展を企画するなど、若さ溢れる情報発信を行いました。



▲第5回全国木のクラフトコンペ
大賞作品「寄木抹茶碗」 露木 清高氏



（工芸技術チーム 小堀 誠）

後藤 恵一氏 (有) マリモ工芸代表
昭和10年3月11日生 74歳 南足柄市沼田在住



氏は、7人兄弟の二男として小田原市板橋で生まれ育ちました。後藤家は、曾祖父の代から木工に携わっていて、大山独楽で有名な伊勢原の大山で「ヘイヒチ独楽」といわれる挽物玩具を作っていたそうですが、詳しいことは今になっては分からないとのことでした。

祖父の浜吉氏の代に、箱根湯本で指物を始め、父の斗四郎氏の時に、小田原市板橋に後藤木工所を建てられたそうです。氏は小学生の時から家業の木工が好きで、学校から帰ると自然に工場に入って手伝いをしていて、兄弟の中でただ一人家業を継ぎました。

戦後間もない頃には、職人も多く抱えてアメリカの玩具メーカーからの注文で組木を大量に生産し工場も大きくしましたが、経営に失敗し工場を閉鎖することになったそうですが、氏は好きな木工を再開させるため、東京の間屋に商売の勉強に出て昭和42年に現在の場所に工場を建てられました。

＜マリモ工芸という名の由来＞

子供の頃に、主力だったカツラ材は「北海道産が一番良い」と言われていたのが脳裏にあり、北海道といえばきれいな水で育つマリモがあり、浮き沈みがある。商売も同じで浮き沈みがあるだろうということで、きれいで良い商売をしたいとの思いで付けたと語られた。

＜秘密箱について＞

始めた当時は、家型で彫刻が施されたオルゴールを生産していたが、問屋の紹介で、喫煙具メーカーのプリンスのタバコ3点セットを主に生産し、何万個という数を作られたそうです。

そのうち、新聞などでタバコは肺ガンになるとか騒がれ始め、これは先がないと思い、オルゴールや寄木を貼った宝石箱を作るようになりました。バブルが弾けて、箱物がだんだんと売れなくなり、なにか先を見越して手がけなければならないと思い、秘密箱を作ってくれないかという話があり、技術的にはやって損はない、そういうものが他にも役立つということで挑戦しましたが、当時は採算が合わなかったと話されました。父の元で組木を作っていて、機械を使うときに独特のゲージがあり、刃物を切らせて角をきちんと出す技術があったからできたそうです。箱物を作りながら片手間に作っていたら、今では逆転して秘密箱が8割を占めるようになったそうです。



現在は、息子さんと従業員3人、パート2人の体制で作業していて、男性は氏と息子さんだけです。従業員の3名は、木工関連校卒の根から木工が好きな個性豊かな若い女性たちで、仕事は良くするとのこと。女性を募集したのではなく偶然そうなったそうです。

息子さんについてお聞きしたところ、手取り足取り教えたわけではないが、もう一人前の仕事ができ、加工はすべてまかせていて、性格も似ているとのことでした。

氏は、70歳で引退宣言をしたそうですが、忙しい状態なので今でも塗装担当として工場に入っているそうです。採算が合わないから手を抜くという事はしない、こうしたことが、ようやく認められ注文に追われている状態が続いていると、氏のもの作りに対する姿勢を伺うことができました。 (工芸技術チーム 渡辺)

「都市生活者のための伝統的工芸品」

Rinブランニングディレクター 藤村 京子氏

■Rinの役割

モノ不足から、モノ余りの時代になり、市場は売り手主導から買い手主導になっています。「作れば売れる」時代から「消費者が買いたいものを作る」時代へと変わりました。それに伴い流通業界も変化の時期を迎えており、既存の「メーカー⇒卸⇒小売」というシステムが崩れ、SPA(商品企画、製造販売)など新たな形態が次々に出現しています。

地域に拠点をおく中小企業もその変化の波を受け、卸頼り、下請け業務頼りだった時代からの脱却をせまられています。オリジナル商品の開発、製造直販など様々な取組みがなされていますが、多くのメーカーは初めて対峙する消費者のニーズをつかみきれず、うまく市場に入ることができずにいます。

市場での競争力をもち、消費者に選んでもらえる商品づくりのために不足しているのは「マーケットのリアリティ」。市場が見えないがために、ニーズのない商品をつくってしまうのです。そのミスマッチを防ぐためには市場との風通しをよくすることが大切です。そのためにRinでは市場の声をダイレクトにメーカーに届けることを使命としています。

■コンセプト

「新しい都会の暮らし」がコンセプトのひとつになっています。その「新しい」という言葉を紐解いてみました。新しさのなかにはRinが提供できるものと、商品のもつ新しさがあります。何かひとつでも発見できることが新しいということだと考えます。

「新しい都会の暮らし」とは、その発見した新しさを日々の生活の中に取り入れることと考えました。

○視点の新しさ→昔からあるものでも、今という視点から見たときに感じる新しさ。

○組合せの新しさ→コーディネートで、その商品の新しい魅力を引き出す。

○提案の新しさ→モノの新しい使い方を提案。

○技術の新しさ→使い方、機能などに技術を活かした新しさ。

○素材の新しさ→既存とは違う素材の使用や、機能性を重視した新素材など。

○デザインの新しさ→デザイン性、用途の新しさ。

■ターゲット像

ターゲットのメインは30代の女性です。仕事、家庭など取り巻く環境も多様な世代。

人は自分のためだけに買い物に行くのではありません。親や友人などと付き合いで行くこともあれば、誰かの為に買い物をすることもあります。特に家庭をもつ人は家のものを買う場合、家族のことを考えて買い物をするでしょう。そういう意味で言えば、30代の女性をメインとしたその周り全体がターゲットといえるでしょう。

○夫、彼氏→夫(彼氏)のものを買い、また一緒に買い物に行くことも多い相手。

○親、親戚→母親と一緒に買い物に出かけたり、義父母、親戚などは贈り物をする機会も多くなる相手。

○子ども→自分の子どもはもちろん、親戚の子ども、友人の子どもなど30代になると、身近に子どもも多くなる。

○友人→年下、年上含め様々なタイプの友人が多くなる。一緒に買い物にいたり情報交換しあう相手。

■生活提案

「新しい都会の暮らし」を提案するためには、暮らしに関わるすべての部分「衣食住」をトータルに組合せ見せていく必要があります。

それぞれに暮らしのなかでの役割は違います。役割に応じたなかで新しい発見が出来るように、提案力をもって見せていく必要があります。

○衣→生活を彩る部分、流行、好みなどが大きく影響する部分なだけに、変化をつけやすい。

○食→日常的な部分なので、手軽に取り入れやすい。

○住→生活に占める割合が多い部分なので、全体感、雰囲気をつくる。

■まとめ

伝統的工芸品をベースにした商品のなかで好評なものの共通項は次の通りです。

○デザイン性の高さ

○用途の開発、拡大

○価値の再発見

産地情報セミナー 2

「中小企業が元気になるためには」

～勝ち残るためのデザイン戦略～

地場産業におけるデザイン振興の役割と可能性について、地域・組織としての取り組みの提案

田中デザイン事務所 代表 田中義信 氏

■ものづくりへの思い

日本の地域には、優秀デザインや固有の伝統的な技術、文化が数多く存在しています。

そして、伝統的な技術や、デザインの感覚は、工業製品の中にも浸透し、生命力を発揮しています。

世界に誇れる日本の個性ある商品は、全国各地の地場産業、中小企業の創造力から生まれ、それらを擁する地域の活力源でもあります。

大企業にない、伝統文化、素材や技術、人的資源などを得意とし、伝統と近代をマッチングさせる「技」が、そこにあります。

今こそ、創造性をもって発揮しなければならない時代といえます。

この「技」こそ「デザイン」がもっとも得意とするところで、「世界に誇れる日本の個性ある商品」のデザイン力となっています。

なぜ、どうして？をこの機会に、ぜひ考えてみませんか。

■地域資源とデザイン

○歴史と伝統→地域

その地域には必ず、歴史と伝統があり、生き続けている。

そして、その土地を訪ね体感的に理解することが重要。

○素材と技術→産業

生活していくためには、土地の素材と培われた技術が必要。

加工方法や生産体制、そこから生まれる開発力。

○環境と人材→人間

ものづくりのための環境＝支援体制に置き換えられる。

地元のデザイナーや大学がこの役割を担うことが一般的。

そして人、人材。リーダーは勿論、手足になって動ける人。

更に専門分野を超えた人的ネットワーク。

■魅力づくりを考える

○あなたの魅力は何ですか？

ところで、考えてみてください。

常日頃、あなたが思っている神奈川県の魅力は？

住んでいる、小田原、箱根地域の魅力は？

今している仕事(会社)の魅力は？

あなたが造っている、製品の魅力は？

そして、あなた自身の魅力は何ですか？

○相手に理解してもらうために

企業は、取引先やユーザーに商品を

デザイナーは、企業にデザインセンスを

スーパーは、お客に鮮度、品揃い、低価格を

役所は、市民に政策の必要性を

それぞれ、良い点をPRしながら、相手に理解してもらえよう魅力づくりに努力します。

○魅力があれば信頼性も高まる

魅力がないものに、人は寄ってきません。

魅力があれば信頼性も高まります。

新しい魅力づくりを始めますか、それとも潜在的な魅力を引き出してみますか。

「意志」が固まれば、あとはデザイナーや専門家の手を少し借りるだけです。魅力づくりとは、地域であれ中小企業であれ「こうしたい」「こうありたい」という明確な意志を示し、自信を持って積極的に働きかけることから始めましょう。

ところで、あなたが最初に手にしたお気に入りのモノをまだ、使っていますか？

それは、どのようなものですか？

■余韻を残すデザイン

先祖のお墓参りにいきました。手を合わせて色々近況報告をしました。お願いもしました。お参りを終わって歩き出してから、ちょっと振り返る。その墓石に向かって「また来るね」と。

椅子はどうでしょう。立ち上がった後、少し離れてから、振り返る。また、あの椅子で美味しいコーヒーが飲みたいと。

お気に入りのフライパンです。料理が終わって洗ったフライパンを壁にかけたとき、「ありがとう」と指先でポンとたたいた。「もう一度、(また)会いたい」「もう一度、使ってみたい」そんな、余韻を残すデザイン。魅力あるものづくりを心がけたいものです。

技 術 情 報

「最近の漆事情」

○グリーンケミストリーから見た「ウルシ」

近年、環境問題が大きく取り上げられています。私達が普段接している多くの塗料は、石油などの化石資源から作られています。現在、化学の世界では、「グリーンケミストリー」、「サステナブルケミストリー」ということが提唱されています。前者は、「環境にやさしい化学」つまり石油などの化石資源に依存せず、天然材料や自然のサイクルを見習ったものづくりです。後者は持続可能な社会を目指すための化学で、たとえば有害な化学物質を削減、使わないことやリサイクルが容易なことです。このような観点から樹液で作られる天然塗料としての漆が、見直されています。地球温暖化を考えた場合、世界中に眠る石炭や石油などの化石資源は、地球上の生物が、何億年という長い年月をかけて、大気中の二酸化炭素を少しずつ固定化しながら蓄積してきたものです。漆（塗料）は、木を植え、大気中の二酸化炭素を固定した産物で、通常の塗料のように有機溶媒を含まない環境に優しい塗料です。

○植物学から見た「ウルシ」

塗料として利用しているのは、ウルシ科ウルシ属のウルシの木です。日本にはウルシ属はヌルデ、ヤマウルシ、ツタウルシ、ハゼノキ、ヤマハゼ、そしてウルシの6種類あります。塗料としてのウルシは、ウルシ（日本・中国・韓国）、アンナンウルシ（ベトナム・台湾）、ブラックツリー（ミャンマー・タイ）の3種類になります。数年前から漆液・漆膜の化学的分析とDNA鑑定による植物の特定、さらに詳細な分類を可能にするため両分野から研究が行われています。

○考古学から見た「ウルシ」

日本最古の漆製品は、北海道函館市（旧南茅部町）の柿の島B遺跡から出土した櫛、腕輪などが放射性炭素による年代測定で9千年前になります。

また植物遺体（花粉、種子、果実など植物由来の遺体）からウルシを見出すと縄文草創期（1.1万年前～7.5千年前）から日本にウルシの木が生えていたことになります。しかし、植物学の文献では、自生の木ではないとなっています。真実はまだ明かされていません。

（加工技術チーム 林）

参考：明治大学・漆に関わる講演会資料、その他

「戦略的デザインによる売れる商品の開発」

○はじめに

国際競争の厳しい分野や成熟した技術分野では、デザイン力で商品をアピールすることが重要になってきています。戦略的デザインとは経済産業省が提唱した概念で、競争力強化のための経営資源としてデザインを捉え、企業ブランド構築やブランドイメージ拡充強化に向けて総合的に捉えたデザイン手法をさします。

○なぜ戦略的デザインが必要か

売れない原因のいくつかは、「ちょっとした発案」「思い込みによるもの」「顧客抜きの技術先行型」「造ってから売り先を考える」というような開発初期段階でのマーケティングやコンセプトの欠如があります。また、商品化最終段階で必要になるパッケージデザインや、顧客の立場に立ったリーフレット等での説明内容のズレなど、ビジネスデザインの欠如があります。それには、これまで重きを置かなかった企画立案や販売計画部分も含めたトータルな取り組みを行う戦略的デザインが必要になります。

○県の取り組み

県は、新たに経営と技術の一体的支援体制をとりました。また、産業技術センター企画部に戦略的デザイン室を設けました。そのものづくり支援の第一歩として、今年度は液晶テレビAQUOS（シャープ）などで知られる、世界的プロダクトデザイナーの喜多俊之氏を起用し、箱根寄木細工職人の若手グループ「雑木囃子」を対象に、世界ブランド化に向けた戦略的商品開発事業の実施を進めています。

氏は産地工芸品の残る道は超一流品のみしか席が無いこと、海外からの情報発信の必要性、買う人の身になった商品化などを提言されました。また、他素材との組み合わせや作り手の感性を培うため銀座や高級ホテルなどの市場ウォッチングを通し本物が何であるかを身に付ける必要性を訴えました。

○まとめ

売れる商品を作るということは「魅力ある商品づくり」です。そのツールが戦略的デザインなのです。次年度からは売れる商品開発の支援対象業界の範囲を広げて推進していく予定です。

（産業技術センター企画部戦略的デザイン室：浅井）

お知らせ

神奈川県工芸産業振興協会

平成21年度「理事会・総会」及び「講演会」の日程が決まりましたのでお知らせします。

開催日 平成21年5月21日(木)

1 理事会 午後3時～3時30分

会場：工芸技術所2階会議室

2 総会 午後3時40分～4時20分

会場：工芸技術所3階カンファレンスルーム

3 講演会 午後4時30分～5時30分

会場：工芸技術所3階カンファレンスルーム

問合せ先 工芸産業振興協会担当 柏木

TEL 0465-35-3024 (直通)

FAX 0465-35-3936

産業技術センターの一般公開

県民や企業の皆様に、産業技術センターの設備や機器、技術分野、支援内容などを知っていただくため、一般公開を開催します。

日時：平成21年4月17日(金)

9時～17時(入場自由)

会場：産業技術センター

海老名市下今泉705-1

(海老名駅から徒歩15分)

内容：設備の公開、実演、展示、技術相談、経営相談、見学等

※講演会もあります

問合せ：技術支援推進部交流相談支援室

046--236-1500(内線2211)

詳細は、産業技術センターホームページへ

<http://www.kanagawa-iri.go.jp>

神奈川工業技術開発大賞募集

県では毎年、優れた工業技術や製品を表彰しています。受賞企業は、県内最大級の工業見本市である「テクニカルショウヨコハマ」に出展できます。

応募期間：平成21年4月1日～4月30日

応募要項等詳細は下記へ

<http://www.pref.kanagawa.jp/osirase/kogyo/taisyo/index.html>

問合せ：工業振興課 045-210-5646(直通)

第36回鎌倉彫創作展受賞者一覧

創作大賞 「花卉盛皿」 深谷 文敏

神奈川県知事賞

「ノイバラとミツバチグリ」 今門 国照

鎌倉市長賞

小判型手ぐり鉢「たんぽぽ」 奴田 伸宏

企画部門優秀賞 「ピアマグ」 坂本 豊

鎌倉商工会議所会頭賞

「楓文兵庫皿」 三月一彦

(社)鎌倉市観光協会会長賞

手呂り盛器「立石の夕暮」 原 貞子

大樹賞 「ビールにしようか」 田中 渡

大樹賞 角皿「けし」 奴田不二夫

大樹賞 「八方刀痕の盛器」 小園 敏樹

大樹賞 「ポピー文オードブル皿」 森本 勲弥

漆 賞 「花鳥盆」 坂本 三郎

漆 賞 「ムーンホール」 長田 昇

表彰

○第8回関東伝統工芸士会作品コンクール

経済産業局長賞

螺鈿柿文色紙箱 松永 新一

○伝統的工芸品産業功労者褒賞

鎌倉彫(指定産地) 大和 義文

箱根秘密箱(指定外産地) 神原 和夫

○伝統的工芸品産業功労者等表彰

関東伝統工芸士会長賞

鎌倉彫 遠藤 英明

関東経済産業局長賞(公的機関の職員等)

当所工芸技術チーム 小堀 誠

○神奈川県優良産業人表彰

(有)タクミ木工 所沢 務

○小田原箱根商工会議所優良産業人表彰

土屋木工所 土屋 太一

○鎌倉市技能功労者表彰 松永 新一

// 新津 潤一

優秀技能者 小園 敏樹

// 畠山 純一

青年優秀技能者 小澤 宗明

○小田原市技能功労者表彰

優秀技能者 戸谷 光成

青年優秀技能者 露木 和孝