

九谷焼

伝統産業とマーケティング

1121126B 柴原 翔
1121259K 宮崎凌弥

九谷焼とは

- 石川県南部で作られている陶磁器
- 山水、花鳥など絵画的な「上絵付け」の装飾が特徴
- 大皿や茶道具などで用いられていることが多い



九谷焼産業の課題

- 大皿や壺といった商品がライフスタイルの変容に伴い需要減
- カタログ販売が主だったが、百貨店や旅館の減少によって販売数が減少
- 後継者不足
- 問屋の影響力の低下による産業のリーダーの欠如
- ターゲットが金沢に観光に来た年配の方など固定的
- オンライン販売への抵抗感（目に見える形で、信頼できる人に売りたい）



課題解決に向けて

取組事例

- ①北野陶寿堂
- ②九谷焼技術研修所
- ③作家と職人

①



②



①北野陶寿堂

- オンラインショップ「陶ライフ」を開設
- 問屋として、百名以上に及ぶ産地の作家や職人・窯元と連絡をとり、商品の企画・開発を行っている。作家からの要望、商品も仕入れている
- 「ドラえもん」などサブカルIPとのコラボ商品を制作
- 基本的なマーケティングによる成功、九谷焼産業の新たなリーダー

②九谷焼技術研修所

- 教育体制の変化から生まれた施設：徒弟制から集団指導による量の継承へ
- 毎年15名程度、9割女性。2年で九谷焼職人として働けるまで成長できる
- 近くに窯がありOB OGがいるため、作家コミュニティがつけられる
- 近くに問屋があり問屋が求めているものは何か学生の内からわかる
- 未来の九谷焼を担う人材を育成することに成功している

③作家と職人

職人：九谷焼産業の中に入り、主に上絵付けや下絵付け、素地の成型などを行う人
作家：九谷焼産業の中に入らず、全行程を扱い九谷焼の普及に努める人

- 職人と作家の母体はほぼすべては研修所
- ある時は職人として問屋からの仕事を請け負い、ある時は作家としてインスタグラムを使って販売するなど、作家によって新しい九谷焼の可能性が広がっている

まとめ 残る課題

- 伝統産業でもマーケティングをする必要がある
既存の顧客・製品形態への執着を捨て、オンラインによる販路拡大、サブカルとのコラボによる新商品開発のように新しい風に乗るべし
- 徒弟制から集団体制への変化が必要
- 作家と職人の区別をさらに減らすべし
- 九谷焼製作のための陶石採取、坯土制作に課題あり

