

笠間長石ブランディング研究会

尾形 尚子* 新島 佐知子* 寺門 秀人** 吉田博和** 小林 真弓**

1. はじめに

笠間焼協同組合と当センターで行った共同研究(令和3~4年度実施)により開発された「笠間長石」¹⁾を、地元の新しい素材として幅広く認知・活用してもらうために、笠間長石のブランディングを考えるとともに、PRに必要な写真撮影・情報発信のスキル等が学べる研究会を立ち上げた。

2. 目的

「新しい素材として開発された笠間長石を地元陶芸家に紹介し、様々な作品を展開していく」ことや、「笠間長石を使用して制作された作品を通して、ユーザー・ファンを増やしていく」必要があると考えている。そこで本研究会では、地元のデザイナーを講師(ファシリテーター)として招き、陶芸家と共に「笠間長石のブランディング」について話し合いを行い、周知・認知度を上げる試みをする事とした。

3. 研究内容

当研究会(参加者13名)は、2部構成になっている。

- ・笠間長石のブランディングについて会員同志で話し合う場(講師:株式会社TRUNK 笹目亮太郎氏)
- ・自らの作品を撮影し情報発信について学ぶ場(講師:宇津井写真事務所・宇津井志穂氏)

表1に、計5回の研究会と見学会の概要を記す。

表1 研究会開催概要

開催日	内容
第1回 *B (6/30)	事前に会員訪問し、笠間長石・笠間焼などに対し意見聴取を行い、それを基にディスカッションを行った。(図1)
第2回 *P (7/21)	写真を撮るために大切なこと・魅力的な写真にするコツなどを、実践をまじえながら行った。(図2)
第3回 *B (9/28)	第1回目からのキーワードをとおし、着地点のひとつである「展示販売」についてディスカッションを行った。
第4回 *P (11/15)	料理を盛った時の写真撮影のコツを、実践をまじえながら行った。(図3)
見学会 *B (11/22)	笠間長石生産現場の見学会を行った。(図4)
第5回 *B (11/30)	来年度の目標として「県外展示販売」についてディスカッションを進めた。

*B: ブランディングの回 *P: 写真・情報発信の回

3.1 第1回研究会(6/30)について

研究会の開催前に、講師の笹目氏と共に、会員6か所を訪問し、笠間長石・笠間焼などに対する意見聴取を行った。そこから見えてきた産地の課題などを基に、

ディスカッションを行った。(図1)

- ・「笠間の新素材が開発された。その新素材笠間長石を使用している」だけでは、笠間のブランディングにはならない。
- ・素材として使う側も、商品として陶器を使う側も、何らかの感動となる「奇跡(ストーリー性)」のある、理屈ではないクリエイションが必要なのではないか。等の意見が出た。笠間焼・笠間長石について深掘りし、活発な議論をやり取りすることができた。

また、通常、陶磁器原料は乾燥・粉碎・ふるい分けといった前処理が大変であるのに対し、笠間長石は原料として使いやすい乾燥粉末で入手できる。「滅多にない事なので、そのことに「奇跡」があり、PR材料として活かすべきではないか」との共通認識を持つことができた。



図1 ディスカッション風景

3.2 第2回研究会(7/21)について

写真を撮るために大切なこと・魅力的な写真にするコツ等を、実践をまじえながら実施した。会員は、何のために写真を撮るのか、どんな人に見てもらいたいかなど、撮る目的・見てもらいたい相手を明確にし、作品本体だけを撮るのではなく、周りの空間を意識し世界の広がりを見せ、想像を掻き立てるように撮る方法の講義を受けた。また、作品を引き立たせるための什器制作、塗料を使用する際の注意点等も学んだ。(図2)



図2 塗料サンプル説明

3.3 第3回研究会(9/28)について

第1回目からのキーワード「笠間長石が原料として使えることが奇跡」を通し、更にディスカッションを進めた。

会員から「『笠間土(笠間焼)×笠間長石(稲田石)＝[奇跡の地産地消クラフト]』について、原料2つの奇跡に加えて、笠間では「人(ヒト)」も加えての奇跡だと思う。」との意見が出た。また、「作家が興味を持つ展示と、顧客が興味を持つ展示が同じなら、奇跡につながる。なぜ笠間なのか?とか、全体の奇跡、個々の奇跡など、顧客はバックグラウンド・ストーリーが好きだと思う。」など、展示会を意識した意見も出た。

3.4 第4回研究会(11/15)について

料理を盛った時の写真撮影のコツを、実践をまじえながら行った。(図3)各自、自分の器にスープ等の料理を盛りつけて撮影し、器の陰影などの細かい指導を受けた。研究会直後、学んだことを基に、Instagramに投稿した会員の画像は、実践の効果が感じられた。また、当センターが制作した箱型の撮影用什器のサンプルの作り方に関して、熱心に情報交換する場面が見られるなど、有意義な会となった。展示会やイベントに持ち運びが便利な組み立て式の展示用什器のサンプルについては、好印象と言う意見が多く得られた。



図3 料理を盛った器の撮影風景

3.5 見学会(11/22)について

笠間長石生産現場の見学を行った。「見学会に参加し、笠間長石に更に親近感や愛着を持つことが出来た」と好評だった。(図4)



図4 笠間長石生産現場見学会

3.6 第5回研究会(11/30)について

今までのディスカッションを基に、次年度開催予定の「展示販売」について、更に話し合った。「展示会を行う事で、作家および作品の多様性を示すのが良いのでは」という意見にまとまった。出身や経歴も異なる様々なバックグラウンドを持つ才能豊かな作家がいて、また作家ごとに笠間長石を使用した表現・技法があるので、特別な産地をアピールする方向になった。

4. まとめ

1)ブランディング

新原料「笠間長石」を軸に、「笠間焼とは?」、「笠間焼の特徴とは?」など、長年、産地が抱える問題点について、作家の意見を深く掘り下げることができ、作家の産地に対する思いや産地の進むべき方向などを意識し、来年度は、東京での展示販売を目標に進めることになった。

2)写真・情報発信

写真撮影では、日頃の困りごとや疑問点を積極的に講師に質問し意欲的に取り組んだ。撮影した画像を即座にSNSにアップするなど、スキルを身に付けることができた。(図5)



図5 撮影した写真を投稿

5. 今後の課題

今後も継続して、作家と協力しながら「笠間長石のブランディング」を行なっていく。東京での展示会を介して、笠間産地の更なる発展に取り組む予定である。県外で展示会を行う事で、多くの人に産地や作家を知っていただき、興味を持ってもらうことで、更なる認知度アップやファン獲得、更には販売につなげていくのを期待する。

6. 謝辞

外部講師を務めていただいた、(株)TRUNKの笹目亮太郎氏および宇津井写真事務所の宇津井志穂氏に感謝の辞を述べたい。

7. 参考文献

1)吉田博和 他、稲田石の釉薬利用に関する基礎研究、茨城県産業技術イノベーションセンター令和3年度研究報告、50, 35-36 2022