

## 笠間長石ブランディング研究会

常世田 茂\* 新島 佐知子\* 吉田 博和\*\* 郡司 恋緒菜\*\*

### 1. はじめに

笠間焼協同組合との共同研究 (R3、4年度) により開発された「笠間長石」の利用技術を普及し、笠間焼および笠間長石のブランド力向上を目指すため、昨年度「笠間長石ブランディング研究会」を立ち上げた。今年度は新しいファン作り・ビジネス展開を目指す販売上の戦略として、東京での展示会を行った。

### 2. 目的

本研究では、笠間長石を活用した商品のブランディングを行うために、以下の事業を実施した。

- ・新しいファン作り
- ・新たな販路開拓を目指した東京での展示会開催
- ・笠間焼および笠間長石の情報発信
- ・笠間長石を使った製品開発支援

実施にあたっては、参加する窯元・陶芸家が立ち上げた任意団体へ支援を行った。

### 3. 研究内容

#### 3.1 東京での展示会の開催

展示会場について検討を行い、日本橋三越本店 6階アートギャラリーで行うことが決まった。

笠間焼窯元・陶芸家が東京で展示会を開くことは珍しくないが、今回の参加者にとっては百貨店での展示は初めての挑戦である。これを踏まえ、笠間長石を使った初の展示会にふさわしい場とするべく、当校と窯元・陶芸家と計5回にわたる協議により、入念な準備をおこなった。(表1)

表1 研究会開催と内容

開催日	内容
第1回 (5/31)	・展示の方針確認と情報共有。 ・参加者による任意団体の設立会。 (図1)
第2回 (7/17)	・笠間長石勉強会 (生産工場の見学会など) ・展示会の役割分担に関わる協議 (図2)
第3回 (9/18)	・展示会テーマ及び展示内容の協議 (「KASAMA MADE ～カタチの多様性と笠間長石の可能性～」に決定)
第4回 (11/20)	・商品撮影勉強会 (消費者に訴える魅力的な写真撮影のコツやその実践)
第5回 (12/18)	・展示デザイン、DM配布計画、デジタルカタログ、ギャラリートークなどのイベントなど詳細の検討

展示会 (2/19～25)	・14名の窯元・陶芸家の作品展示 ・笠間焼・笠間長石の解説展示 ・ギャラリートーク(図3, 図4)
第6回 (3/7)	・展示会の結果報告と意見交換会 ・来年度に向けたディスカッション



図1 任意団体設立会



図2 長石工場見学会



図3 笠間長石の展示



図4 ギャラリートーク

#### 3.2 笠間焼および笠間長石の情報発信

笠間長石は R4 年度より笠間焼協同組合で販売が開始されたが、まだまだ周知が十分ではない。そこで、展示会準備として、笠間長石による取り組みを「新しい笠間焼の動き」と位置付けた情報発信を行った。

(表2) (図5) (図6)

表2 情報発信

媒体・方法	内容
SNS (6月～3月)	・笠間長石関連行事の紹介 ・各作家のインタビュー紹介
茨城新聞 (6/6)	「笠間長石 魅力発信へ 陶芸素材 作家15人が協議会」
東京新聞 (11/1)	「笠間焼の新作登場、11月1日から 陶芸市「笠間焼 秋市」石粉末や栗灰 表面に」
笠間焼秋市 (11/1～4) (図5)	「環境に配慮した笠間焼を未来に届 けよう展 ～これまで時代の変化に 合わせて変化してきた笠間焼は現在 笠間長石や笠間栗灰による循環出来 る資源の開発に取組んだ展示を行います～」
陶芸専門誌 (2025 春号)	炎芸術No161号 インフォメーション コーナーにて展示会紹介
リーフレッ トなど (1月～2月)	・茨城県アンテナショップ 「IBARAKI sense」(銀座) ・都道府県会館(永田町)

茨城新聞 (2/19)	笠間長石じわり浸透 地元作家ら 焼き物産地アピール 陶芸素材開発 促進
テレビ朝日 (2/21)	「じゅん散歩」いば推しコーナーに て紹介「伝統的工芸品！笠間焼」
石の百年館 (3月4日～ 5月25日) (図6)	「笠間長石×栗灰釉展」 笠間市の地場産材である稲田石を用 いた釉薬「笠間長石」と、笠間の栗の 剪定枝灰を原料とした釉薬「栗灰釉」 の融合による笠間焼を展示



図5 笠間焼秋市



図6 石の百年館

### 3.3 製品開発支援を通じた笠間長石の普及

今回の展示会に向け、新たに笠間長石を使った制作に取り組む窯元・陶芸家への製品化支援を行った。

窯元・陶芸家①～⑥共通：研究会のミーティングを通して、釉薬試験片の紹介・笠間長石に関する技術情報提供や、企業訪問による現場技術相談などに対応した。

窯元 ①	従来長石を使った釉薬を、笠間長石に変更する場合の注意点や、原料配合比の改良について支援を行ない、従来と遜色ない釉薬を得ることができた。
窯元 ②	従来長石と笠間長石の成分や粒度の違いをふまえ、釉薬調製方法、および長石変更による釉薬の発色が変化した時の対処方法などについて検討し、従来よりも良好な発色を得ることができた。
窯元 ③	従来長石と笠間長石・わら灰・木灰の配合比率や、焼成条件を提案した試験を行い、制作条件の適正範囲を知ることができた。
窯元 ④	従来長石を使用した釉薬のデータを参考に、笠間長石を使用した場合の適正配合を得ることができた。
窯元 ⑤	笠間長石の粒度と配合比を変えた試験方法について素地原料配合比の絞り込みにより、求める風合いの素地を得ることができた。
窯元 ⑥	笠間長石と組み合わせる釉薬原料の種類についての情報提供・提案や、釉の調製条件についての提案を行い、新たな釉薬を得ることができた。

## 4. 結果と考察

- ・展示会では多くの来場者があり、笠間焼と笠間長石の周知を行うことができた。  
特に販売会場である日本橋三越本店の美術営業部の方々から好反応をいただいたことは、今後のブランディングの突破口の一つとなる可能性がある。
- ・笠間焼および笠間長石の情報発信として大きく、SNSによる発信、TV新聞雑誌メディアへの発信、イベントやDM配布などローカル発信の3つの戦略をとった。一番反響が大きかったのは、SNSによる発信で、展示会に来場しなくても問い合わせが多く、拡散力があつたと感じた。
- ・製品開発支援を通じた普及としては、従来長石と比べてコストや使用感に優れているほか、深い色味が出るので良いなど、好感触を得ることができた。参加して頂いた窯元・陶芸家を中心に、今後、笠間長石の普及が進む感触を得ることができた。

## 5. 今後の展開

- ・ブランディングは一朝一夕には進まないが、笠間長石の持つポテンシャルの高さを確認できた。
- ・東京での展示会開催をきっかけに、笠間長石を使う窯元・陶芸家が増えるだけでなく、長石が縁で陶芸家同士が出会う、新たな情報交換の場を作ることができた。
- ・また参加窯元・陶芸家からは「東京での展示会により、普段とは異なるマーケット・ユーザー・製品開発について考え、自社商品と方向性について再考する機会となった」と意見をもらった。
- ・来年度以降も笠間長石を核とした業界支援を更に深化させていきたい。

## 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徳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