

## テーブルウェアの試作研究

窯業指導所

工芸部 鷺野谷 昇 大津 好満  
安藤 康生

### 1. 緒言

様々な志向と個性尊重等、多様化したライフスタイルの中で、自分らしいモノ、自分の感性に合ったモノを選び、生活をインジョイしている。この様な背景を基に「機能性」のみにとらわれず、プラスアルファ(感性を刺激する要因)を加味し、地場産地の特性をふまえた製品開発を試みた。

### 2. 内容

同一釉薬の濃淡によって変化を与える施釉技法と、窯変を意識した冷却還元焼成、上絵付け等により高付加価値化を計る。器物の一部分にこだわりを持たず事により、さらにインパクトを強調し、個性化を計る。

試作品 異形皿、カップ、鉢、コンポート

素地 笠間焼杯土

成形 ロクロ成形、タタラ成形

釉薬 白マット、茶マット、青マット、黄釉

焼成 酸化焼成、還元焼成、冷却還元焼成、1,250 ~ 1,260

窯炉 30km 電気炉

上絵具 赤、青、緑、黄、水金

### 3. 考察

産地の特質をふまえ、少量多品種化、多品目化を計り、高付加価値製品化をめざす事により、他産地との差異を打ち出せる。また企業の技術向上とともに新技術の発生も期待出来る他、デザイン感覚面においても企業間の研鑽が期待される。

### 4. 結言

物があふれ、物があまり、物欲が衰退して、精神的欲求が高まって来ている消費者は、情報の新しさに敏感であり、企業に対しては、社会的プレゼンテーションや"CI"に共通点を発見し、ファン(支持者)となる。いたずらに形状のみを変えても、中味のない産物となってしまうだろう。

時流を的確にとらえ、トップマネジメントの再確認・再校正を計り、デザインマネジメントを認識し、新しい経営方針作りと、地場のイメージアップ作戦が今急務であろう。

