

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,中味のない産物に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。

