

事例  
B-⑤

## 伊万里商工会議所

## 「伊万里鍋島焼」を核とした伊万里ブランド特産品開発

## 1. 面的支援の概要

## (1) 支援のきっかけ

## ① 地域資源「伊万里（鍋島）焼」の振興

佐賀県伊万里市の大川内山は、鍋島藩の御用窯が置かれた地で、朝廷や将軍に献上された「伊万里（鍋島）焼」の里として有名である。現在でも30数軒の窯元が伝統工芸を伝えている。伊万里商工会議所・経営革新支援課の専門官・平松氏と片岡指導員は、この貴重な地域資源である伊万里焼を核とした地域振興を図るため、「伊万里ブランド商品開発支援計画」を立てた。

支援は、「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」を活用した「平成19年度・伊万里大川内山ブラッシュアップ事業」の伊万里鍋島焼の特産品の研究開発と観光資源開発事業から始まった。本事業では、伝統文様を採り入れた洋食器機能を持つ伊万里鍋島焼、狛犬（いぬばこ・蓋物の置物）、磁器行燈、磁器風鈴などが開発された。翌20年度の「器と食の伊万里ブランド連携事業」では、市内飲食店による伊万里牛を活用したメニュー開発とメニューに合わせた器作りに挑戦した。また、新たに和紋洋食器を開発し、14の窯元が東京ドームで開催された「テーブルウェア・フェスティバル2009」に出展して、首都圏エリアのバイヤーや焼物ファンに伊万里鍋島焼の新たな魅力をアピールした。

## ② 特産品の継続開発

21年度は「伊万里焼＋牛・ネギのメニュー開発」に取組み、ビーフジャーキーやネギのスープと、贈答用の伊万里鍋島焼の容器を開発した。翌22年度は日商の「feel NIPPON」に出展し、販路開拓を支援、23年度は「伊万里ブランドスイーツ開発」で伊万里焼の菓子皿の開発を支援した。現在は「伊万里牛の重箱御膳」事業に取組んでいる。

## (2) 支援のプロセス・アプローチ法

## ① 支援プロセス

会議所がプロデューサーとなり、様々な事業者をコーディネートして特産品を開発し、「伊万里ブランド」の認知度向上を図っている。平松氏は、「様々な取組みで伊万里の知名度が上がれば、伊万里焼ブランドの再強化に繋がる。」と言う。

## ② アプローチ法

伊万里焼に関しては、伊万里焼と地域産物を合わせた新たな特産品の開発を促すことで、窯元の新商品開発のモチベーションを刺激し、商品開発が停滞しないように仕掛けている。

## (3) 支援内容

## ① 商品開発支援

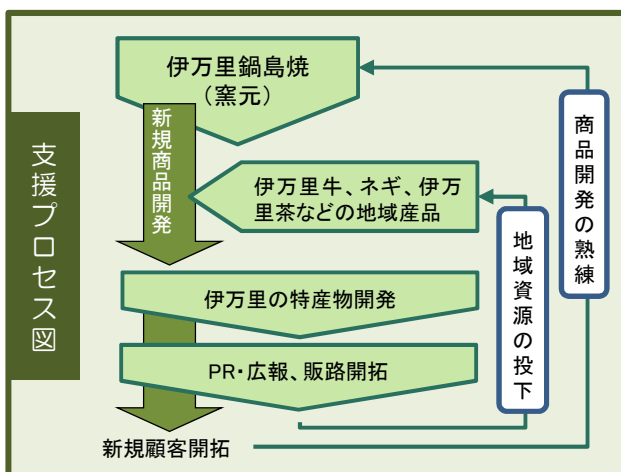
平松氏はプロダクトデザイナー出身である。顧客ニーズを捉えた新商品開発の重要性を熟知しており、窯元に商品開発に取組む機会を提供している。平成19年度の支援では、佐賀県窯業技術センターやデザイナー等の専門家の助言により、11の参加窯元は、新商品開発のノウハウを学ぶことが出来た。

## ② 販路開拓支援からPR支援へ

商品開発に続いて「feel NIPPON」展や県の支援策を活用した商談会展など、販路開拓支援を行ってきたが、現在では、窯元が自主的に「テーブルウェア・フェスティバル」へ共同出展するようになり、会議所の支援は新規事業のプロデュースとPR支援にと軸足が向いている。

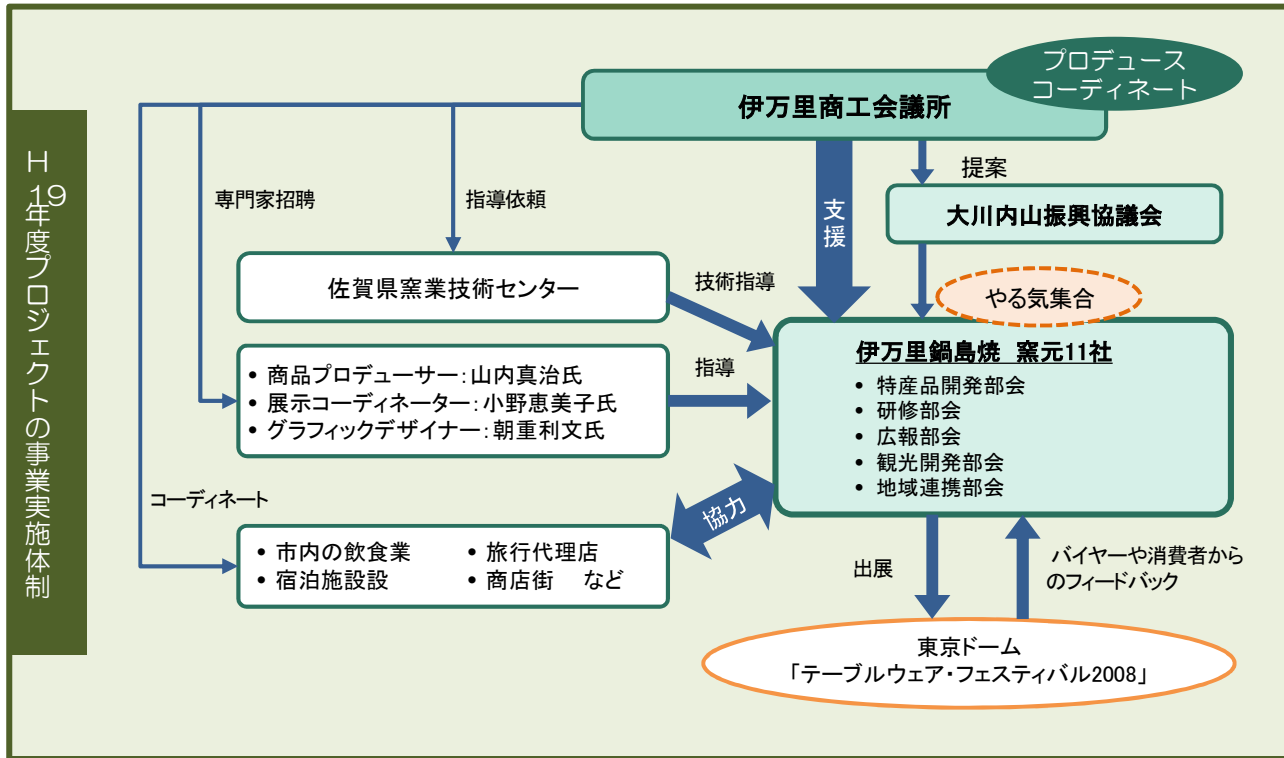


平成19年度「伊万里大川内山ブラッシュアップ事業」にて研究開発された狛犬（いぬばこ・左上）、伊万里焼風鈴（左下）、磁器行燈（右）。同事業では、これら特産品開発から、ディスプレイや接客指導、広報・PR、「テーブルウェア・フェスティバル2008」出展など、幅広い支援が行われた。



伊万里商工会議所  
「伊万里鍋島焼」を核とした伊万里ブランド特産品開発

2. 支援組織・連携スキーム



(1) 関係者のコーディネート

先に、伊万里商工会議所が「伊万里ブランド特産品開発活動」のプロデュース役を担っていると書いたが、その時々事業に即して、地域の関係者をコーディネートするのも会議所の役目である。平成19年度の商品開発においては、佐賀県窯業技術センターやデザイナー等の協力を仰いだ。平成20年度「器と食の伊万里ブランド開発」や今年度の「伊万里牛の重箱御膳」ではメニュー開発に協力してくれる飲食店を取り纏め、21年度「伊万里焼+牛・ネギのメニュー開発」では、生産者や加工業者、22年度のスイーツ開発では菓子店の協力を取付けるなど、会議所のネットワーク力を活用して、多方面の事業者・関係者のコーディネートを行い、地域全体の活性化を図っている。

(2) 連携の仕方

会議所が中心となって関係者に働きかけ、連携体を組成する。連携形態は緩やかであるが、“やる気”のある事業者を中心に事業を進める。その後の活動は、そうしたキーパーソンを中心に展開していくとの事である。

平松氏はまた、後継者や奥様の巻き込みが重要であると言い、若手後継者や奥様が活動継続の推進力となると語る。例えば、平成19年度事業では、窯元の若手後継者や奥様の参加を積極的に促した結果、月1回の「窯元後継者の勉強会」や「窯元おかみ会」が発足し、現在でも活動を続けている。こうした連携を促すことが出来れば、参画事業者による自主的な活動へと繋がっていくとの事である。



写真:(右から)有限会社「畑萬陶苑」の畑石代表、伊万里商工会議所の専門官・平松氏、片岡指導員。  
畑石代表は、伊万里鍋島焼協同組合の理事長として、常に地域全体のことを考え、テーブルウェア・フェスティバルの共同出展等、様々な活動を推進している。



写真:(中二人)「虎仙窯」の川副(かわぞえ)代表(右)、川副敏子さん(左)を囲む伊万里商工会議所・片岡指導員(右端)、平松氏(左端)。  
川副代表は、「展示会出展は、顧客の声を直接聞けて、ニーズや価値感も掴めるので、今後も継続していきたい。」と話してくれた。



## 伊万里商工会議所

## 「伊万里鍋島焼」を核とした伊万里ブランド特産品開発

## 3 成果

## ① 新たな特産品の創出

一連の活動からは、新たな特産品が生まれている。和紋洋食器や伊万里焼の磁器風鈴、行燈などである。風鈴は名物となり、毎年初夏～夏にかけて大川内山で「伊万里焼風鈴まつり」が開催されるまでになった。また、安産を願う縁起物で雛飾りとしても置かれる蓋物の狛篋は、「磁器ひいなまつり」ではおなじみのアイテムとなった。その他、平成21年度に取組んだ伊万里鍋島焼「納めの器」が、「feel NIPPON 春 2010」の新製品コンテストでキッチン&ダイニンググッズ部門準大賞を受賞するなど、新たな特産品開発も着々と進んでいる。

## ② 窯元の商品開発意欲の喚起と地域活性化

平成19年度事業では11窯元、20年度は14窯元、今年度事業でも9窯元が参画するなど、特産品開発事業を契機に、窯元の商品開発意欲を喚起することに成功した。現在では各窯元は自主的に商品開発に取り組んでいる。また、窯元同士の協力体制が構築された結果、東京ドームのテーブルウェア・フェスティバルへの共同出展などの自主活動も盛んに行われるようになり、大川内山全体が活性化した。

## ③ 後継者育成

前述したように、伊万里鍋島焼を担う後継者が育ってきている。展示会出展で市場のニーズを実感し新しい刺激を得ることで、若手なりの商品開発に取り組んでいる。また展示会出展は、首都圏における試作品のテストマーケティングにもなっており、売れる新作商品を作る意欲にも繋がっている。



近年の若手による商品開発の取組みから生まれた和紋洋食器。伊万里鍋島焼の伝統美や技術を受け継ぎながらも、現代にマッチした器を提案している。

上：畑萬陶苑の作品  
左：虎仙窯の作品

## 4 今後の計画

## 「伊万里牛の重箱御膳」事業の推進

今年度から次年度にかけて、伊万里牛と伊万里焼のコラボレーションによる新しいグルメの開発に取り組んでいる。全国的に有名な伊万里牛をご当地グルメに結びつける「伊万里2910（ニクジュウ）プロジェクト」で、内外からの集客に繋げ、伊万里ブランドの価値を高める計画である。

また地域農産物を活用した事業も別途推進しており、平成26年度は農商工連携を活用した「ネギ大豆菓子」の開発を進めた。今後も梅、梨などを活用した特産品開発を進める予定である。

伊万里牛と伊万里焼の新グルメ「伊万里牛の重箱御膳」。和食店、寿司店、仕出し店、洋食店などがメニューを開発し、9窯元が開発した重箱に盛り付けて供する。題して「伊万里2910（ニクジュウ）プロジェクト」は、平成26年11月に記者発表を果たした。



## 5 地域活性化のポイント

- ① 伊万里鍋島焼と他の地域資源を組合わせた「伊万里ブランド」の特産品開発を継続投下することで、伊万里の地域ブランド構築を図っている。
- ② 「伊万里ブランド」の強化が、同時に「伊万里（鍋島）焼」ブランドの再強化にも繋がっている。
- ③ <現代ニーズを捉えた新商品開発のきっかけの提供→首都圏での展示会出展によるテストマーケティング→更なる商品開発>の道筋を作ること、窯元の商品開発の取組みを促した。
- ④ 当初より若手後継者や奥様を事業に巻き込むことで、継続的な商品開発の取組みや地域活動に繋がり、地域全体が活性化している。