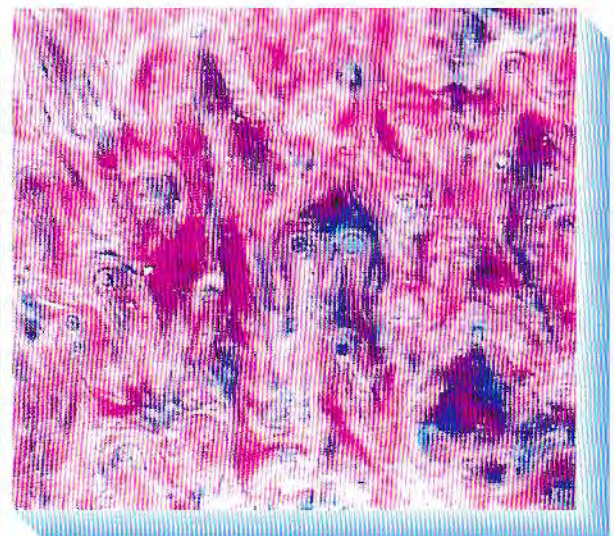
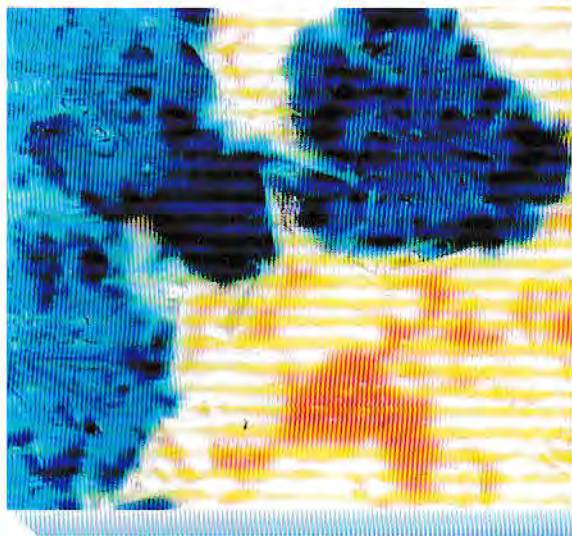
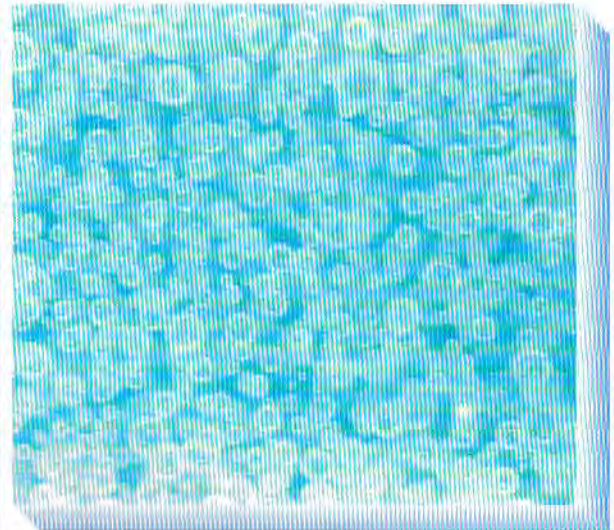
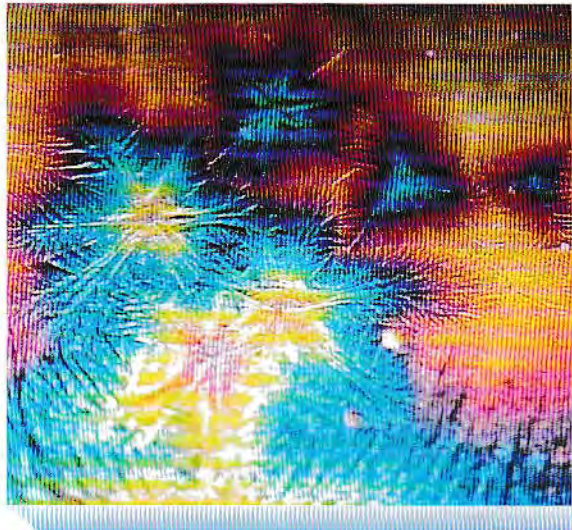


陶

1996.3

第4号

滋賀県立信楽窯業試験場情報誌



目次

稲岡真理子氏技術講演会要約	2
大西政太郎氏技術講演会要約	4
施策等の紹介	5
研究参与事業について	6
料金改定と新しい設備機器の紹介	7
平成8年度技術アドバイザーについて	8
収蔵品紹介	8

1	2
3	4

微小拡大観察装置による釉葉の撮影

1. マンガンラスター釉 200倍
2. 青磁釉 200倍
3. ニッケル亜鉛結晶釉 100倍
4. 均窯 200倍

(倍率は14インチモニターにおいて)

'96 ライフスタイルの予測とインテリア関連商品の動向

去る2月19日午後6時より試験場において、ライフマネジメント研究所所長稲岡真理子氏をお迎えし「'96ライフスタイルの予測とインテリア関連商品の動向」というテーマで講演してもらいました。稲岡氏の今までされてきた調査研究を元に、1996年の特徴的な点をピックアップして解説していただきました。ここでその内容を簡単に紹介します。

ライフスタイルの変化について

(3000人対象のアンケート調査より)

ヤング (18~24歳)

割り切りがはっきりしていてこだわりがなく、余暇の過ごし方が長期的で、何もしないでボーッとできる世代。

成人男性 (25~59歳)

仕事：30代は80%が仕事に縛られたいと思っていない。40代は60%が仕事に生きがいを感じている。

住宅：30代はほとんどが賃貸住まいで、60%の人が一戸建て志向。とくにマンション住まいの90%の人が一戸建て志向である。駅に近く敷地の広い家に住みたがっている。

健康：50代は健康やストレスの問題が多い。酒やタバコでストレスを解消している。

レジャー：キャンプや釣りなどのアウトドア志向で、車もRVに人気がある。

成人女性 (25~59歳)

住宅：通信販売カタログと店先でインテリア商品の価格などを見比べている。

健康：20代の90%がストレスを感じている。ストレス解消法として、買物、食事、おしゃべりなどがあげられる。

食：自然志向が強く、和食を増やそうと思っている人が多い。

装い：高くても質の良いものを上手に買っている。

シルバー世代 (60~69歳)

健康：野菜を食べる、定期検診を受ける、運動をするなど、健康管理に対する関心が高い。ストレスが高まっており、医師への相談、運動、自分のための買い物によってそれを解消している。

消費態度の変化について

ブランドにとらわれず価格を重視する傾向が高まっており、無印良品に人気がある。ランニングコストなどの実質面が重視されており、メンテナンスの手間がかからぬ、低燃費の商品が売れている。

自由に品物が選べる店に人気があり、たとえ遠くの店であっても、品揃えが豊富な専門店に客が集まっている。

ディスカウントショップ利用者が増加しており、安く買うことが自慢となっている。またサービス業に対する支出が増加している。

インテリア関連商品の動向について

消費者を所得・世代別に、戦中・戦後・現代の三層に分けることができる。

戦中：ゆとりがある

生活様式の変化〈和→和洋→和〉
椅子の便利さを残して和を懐かしむ暮らし。
食器棚に和食器が多い。

戦後：ゆとりがない

生活様式の変化〈和→洋→和洋〉
便利な洋式をくっつけた和式の暮し。ダイニングのテーブルと椅子が低くなっている。ソファの生活が多い。

現在：安いものを平気で買う

生活様式の変化〈和洋→洋→ネオ和〉
〈畳→絨毯→フローリング〉
絨毯は衛生の問題がある。フローリングは直には座れないが、電気カーペットの普及により座れるようになった。

キーワード：時間・空間・静・動・有・無

時間：ゆったりと過ごすための演出用の小物に人気がある。

空間：部屋を広く使おうとする。重い色は使わない。人に見せることを考慮した収納家具が売れている。

静：植物や熱帯魚などゆったりとした生きものを家の中に入れていく。

動：水や空気の動きを見せるものを家の中に入れていく。

有：自分の趣味をぎっしりと詰め込んだ部屋。

無：何もない生活に対する憧れがある。

〈家族→ふたり→個人〉

ネオ和の二人家具として、カウチ、ラプチェアなどのソファがよく売れている。ダイニング用の2人～4人掛けテーブルが売れている。二人物、個人物に人気があり、個人個人ばらばらの椅子に座り、茶碗もまちまちとなっている。

インテリアコーディネーターが増加している。資格を取り、セミプロとして住宅メーカーにパートに行く主婦が多い。

色・形・伝統（ブランド・時代）

ナチュラルに近い色が好まれる。焦げ茶色ではなく、季節感の出る色や明度の高い色に人気がある。シンプルな物、モ

ダンな物にはっきりと好みが見れてきた。軽く見える薄手の物も売れている。

アンティークな物が好かれている。ウェッジウッドが若者の人気を集めており、売り場の面積も3倍になっている。

市場調査と生活者インタビューから

店頭

迷っている消費者が多く商品を見比べる時間が以前よりも1.5倍長くなっている。好きな物を一つだけ選ばせて、シリーズ的に買ってもらおう。

インテリア担当者

ランチョンマット一つにしても、ベネトンのようにたくさんの色を用意して客に選んでもらおう。

生活者

昨年は震災やいろいろなことがあったので、早く春になって欲しいという願いが強く、雛人形、春の色・柄などの季節商品に人気がある。

インテリア関連雑誌

『素敵なおカントリー』ハンドメイド商品主体、主に30代ファミリーが読んでいる。

『美しい生活』こだわりが強く価格が高い商品主体。

『モダンリビング』自分らしさを強調し、ライフスタイルを提案する。トータルコーディネートを重視する。

『フラウ』インテリアは心理学という考えに立ち、生き方を提案する。

ま と め

キーワードとして、安全・自然・輸入住宅・コスト・個人・機能・シンプル・自由・優しさ・組み合わせ・絆・個性（自分らしさ）・ステイタスなどがあげられる。このようなライフスタイルを持つ消費者をターゲットにして商品開発をしていかなければならない。

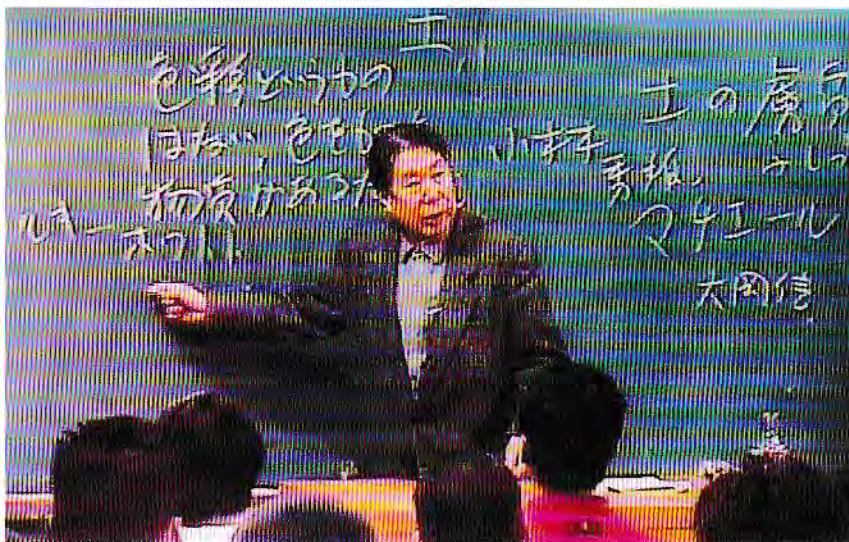
やきもの と 釉薬

去る2月9日、午後6時30分より試験場において、大西政太郎氏をお迎えし「やきもの と 釉薬」というテーマで講習会を開催いたしました。大西氏は長年、京都市工業試験場で陶磁器の研究・指導に携わり、退官後も各地の業界や美術系大学の学生などに指導をされてきました。「やきもの と 釉薬」という幅広いテーマでしたが、大西氏の今までの研究や指導を元にして、現在感じておられることを話していただきました。

やきものの全般的なこと、土、釉薬、焼成について話します。

まず全般的な話ですが、山崎正和氏は「脱産業化の時代が来た」と指摘しています。従来の大量生産型産地も少しは必要ですが、これからは小さな工場も望まれており、こちらのほうが景気に左右されにくいのではないのでしょうか。また山崎氏は「視座を変えてものを見よ」とも述べています。それによって今まで真似をしたり先入観をもってやきものを作ってきた人にも新しい世界が展開するのではないのでしょうか。3～4年前まではファインセラミックスがもてはやされていましたが、近代科学が捨て去ろうとした粘土という「不可知なもの」をもう一度考え直すことも必要です。「不可知なもの」とは八木一夫さんの言う「自然で、科学で解決できないもの」のことです。また、お亡くなりになった吉田光邦さんは「やきものには二つの価値がある」と考えました。つまりアルミナ磁器のような壊れないやきものの価値とともに、従来の粘土を使った壊れるやきものの価値もこれからは重視されるということです。

次に土についてですが、その膚質（ふしつ）や土味、マチエールについて考え直してはどうでしょうか。人間が色分解して作りだした色彩ではなく、物質そのものの色



とその膚質が大切です。ミルクキーホワイトの磁器も結構ですが、信楽の石はぜの土も良いではありませんか。

釉薬については、いわゆる顔料は好きな色が出せません。彫刻や洋画や一般デザインには手っとりばよい材料です。また伝統的な青磁や天目、辰砂にも味わいがあります。しかし、釉の膚質ということをお忘れいませんか。萩や唐津の枇杷釉は素地の上に薄く灰の透明釉が掛かったものですが、特有の膚質があります。ただ単に釉が薄ければ良いというのではなく、志野は釉が厚く掛かってその膚質が出ます。一般にやきものがおもしろいと思う人は直感的にその膚質に魅力を抱きます。我々の焦点もそちらの方へ向けたらどうでしょう。ただ、釉薬の調査において怖いのは長石です。これは自然のものなので変動します、つまり「不可知なもの」です。

最後に焼成の話です。焼成も一種の調査で

す。具体的な例は青磁と影青の違いです。長石立てで焼成温度が低いものと陶石立てで温度が高いものの違いです。陶石立ての釉は珪酸質で透明度が高くなります。そのためには高温で焼かないと駄目です。

私は自分がやってきた論理的な科学的技術をやきものを作るという情感の世界へいかに反映させるかということを含めて考えてやってきました。

以上のように今回は具体的な調合例や焼成方法ではなく、これからのやきものに対するとらえ方について話していただきました。なお、調合例などは下記の著書に詳しく書いてありますので参考にして下さい。

著書：理工学社「陶芸の土と窯焼き」「陶芸の釉薬」「陶芸の伝統技法」「陶工の技術」「やきものと釉薬」

施策等の紹介

●「中小企業創造活動促進法」について

日本経済の閉塞状況を打ち破っていくために創設された法律です。

- ①対象者：特定中小企業者（創業5年未満、または売上高に対する試験研究費の割合が3%を超える業者）

支援措置：設備投資に対して減税が受けられます。資本の充実を促進します。

- ②対象者：これから創業する人。

支援措置：設備近代化資金の償還期限が延長されます。

設備投資に対して減税が受けられます。事業計画に沿った技術改善に対して補助金が受けられます。

●「中小企業新分野進出等円滑化法」について

経営基盤の安定及び強化と新規事業開拓を支援するため創設された法律です。

対象者：平成7年3月以降3ヶ月の生産額がそれ以前3年間のいずれかの対応する期間に比べ、5%以上減少またはその見通しのある業者。あるいは最近3ヶ月の生産額が過去3年以内のいずれかの対応する期間に比べ10%以上減少、またはその見通しのある業者。

支援措置：設備更新時の新たな投資が減税の対象となります。

前年度、納付した法人税が還付される場合があります。

既に貸し付けを受けている設備近代化資金の償還期間が延長されます。

●その他の補助事業について

新しい産業づくり促進費補助金、滋賀県技術開発促進費補助金があります。

●滋賀県中小企業融資制度について

経営合理化資金、企業環境整備資金、先端設備導入資金の他各種資金があります。

詳細については当场指導係担当者までお問い合わせください。

研究参与事業について

試験場では窯業関係分野の専門家を招き、新しい技術や製品開発にかかわる情報を取り入れ、業界の活性化のために研究参与事業を実施しています。今回はその中から商品開発にかかわるテーマについて実施した事業概要を紹介いたします。

食器

川口祐司氏 (株)ノリタケカンパニーリミテッド スタジオ1課 課長

洋陶メーカーの商品開発担当。主にホテル、レストラン向けの食器の企画、デザインを行う。

商品の開発にあたっては実際に自社の商品で食事をして体験することが大事。どこの家庭も収納の限界に達している。古い皿5枚と新しい皿1枚との交換キャンペーンも必要なほど市場は飽和状態になっている。今、尺から尺2寸程度の大皿やオープン用の土物感覚のものが求められている。また、世界各国の料理に合った器を作ることによって新たな需要が開拓できる。

インテリア

村口峯子氏 村口峯子デザイン事務所 所長

インテリアデザイナーとして活躍。インテリアデザイナー協会正会員。東海大学芸術学部講師。

今のインテリアの傾向は暖かみのある、自然志向のテイストで、機能性を有するものが求められる。タイル関係は大手の隙間を狙うしかないが、照明具、鉢カバー、水関連の製品は十分な商品性が期待できる。需要開拓では、カーテン、カーペット等の異業種との提携によるカタログ参画等も有効である。

剣持和之氏 剣持デザイン&ネットワークス代表。

(株)天童木工、西武百貨店を経て、青山に事務所を設立。インテリアデザイナー協会正会員。

商品開発は、商品開発計画、生産管理計画、販売促進計画、販売計画の四輪がかみ合って始めて可能となる。マーケティング調査から十分なターゲット設定を行い、ユーザーのライフスタイルに合わせた商品の開発をすることが必要である。食器では信楽のような土物感覚のものに人気があるが、もっとシンプルで微妙な表情の変化が楽しめるものが欲しい。今のインテリア商品のキーワードは水と花であると言われている。

建築

岡田正弘氏 総合企画建築設計事務所 所長

名古屋を拠点に住宅から都市景観開発に至るまで幅広く活躍。一級建築士。愛知県立芸術大学講師。

試験場のエクステリア関連の試作品を見て、信楽に対して抱いていたイメージが一変し、多彩な可能性を感じた。もっと都市部で提案すれば、多くの専門家、ユーザーのリアクションが期待できる。あまり割れるということに捕らわれずに、陶器の持つ優位性を強くアピールする演出が大切である。

■ 料金改定のお知らせ ■

平成8年1月1日から試験等の手数料および設備使用料が改定されました。また、業者の方自らが試験場に配備されているほとんどの機器を使用することができるようになりました。利用料金・利用方法等詳しいことはお問い合わせください。

■ 新しい設備機器の紹介 ■

平成7年度に購入した主な機器です。

機 器 名	形 式	用 途
微小拡大観察装置	ケニス科学共栄社(株) マルチPICOズーム	焼物の表面のピンホールなどを拡大し、テレビモニターなどで観察します。拡大写真の印刷も可能です。
真空オムニミキサー	千代田技研工業(株) OM-10EV型	比重の異なる原料を脱泡しながら均一に分散・混合します。
ブレンダー	米国ワーリング社 CB-6型	ジューサー型の混合器です。3リットル程度の釉薬や泥漿を攪拌するのに使っています。
イオンメーター	(株)堀場製作所 F-23型	溶液中の各種イオンの濃度を測定します。
原子吸光分光光度計	(株)島津製作所 AA-6500F型	溶解した粉末試料に含まれる原子の濃度を測定します。
泥漿混合機	(株)マゼラー PM-200VP型	100~200kg程度の窯業原料を乾式または湿式で混合します。速度可変装置付きです。
近赤外水分計	(株)ケット科学研究所 KJT-100型	近赤外線カメラによって坯土等に含まれる水分を非破壊・非接触で測定します。素地や型材の乾燥状態を調べるのに使います。
湿式高磁束試験機	日本磁力選鉱(株) WFG型	最高2万ガウスの磁束密度によって、泥漿中の磁性物を分離します。
逆流式高速混合機	日本アイリッヒ(株) R02型	粉粒体や原土の混練・造粒・粉碎をします。
中小企業技術支援情報ネットワークシステム	ネットワーク接続サーバー 技術相談端末	県内公設試験場間のコンピューターネットワークと、中小企業向けの情報提供に活用します。インターネットも利用可能です。

■ 平成8年度技術アドバイザー事業について ■

各事業所が独自に解決するのが困難な技術的諸問題や、新製品・新技術の開発を促進するため技術アドバイザー制度が設けられています。

現在技術的問題がありアドバイスを受けたいと思っている企業がありましたら、お気軽に会場までお申し込みください。企業数に限りがありますので、応募が多い場合は当场で検討させていただきます。詳細については指導係担当者にお問い合わせください。

■ 収蔵品紹介 ■

吊り鉢



模範工場 二代目空仙(神崎健一郎)作 大正末期～昭和初年 φ320 h350 mm

模範工場は信楽陶器同業組合が明治36年に創設し昭和2年に窯業試験場として発展解消。写真下部の環に紐を通し、逆さに吊り下げて花を活けた。釉の発色が美しく、唐草の浮き彫りは現代でも通用するデザインである。

編集後記

本号は技術講習会の要約を特集しました。知りたい情報がありましたら、気軽に試験場までお越しください。また、情報紙「陶」に対するご要望もお寄せください。皆さんで回覧していただければ幸いです。



水色いちばん—滋賀です

編集・発行 滋賀県立信楽窯業試験場
〒529-18 滋賀県甲賀郡信楽町長野498
電話 : 0748-82-1155
ファクシミリ : 0748-82-1156