

伝統工芸とお客様との接点づくり

染付窯屋 眞窯

- 代表者名 加藤 眞也
- 所在地 〒480-1218 愛知県瀬戸市中品野町330
- 会社HP <http://singama.jp/>
- 認定区分 地域資源
- 認定事業名 瀬戸染付焼の伝統技術を活かした、染付面が「無釉薬」の陶磁器製品の開発・製造・販売開拓事業
- 認定日 平成29年2月3日

「伝統工芸士」というとどのようなイメージを浮かべるでしょうか？ その名称からは齢も重ねたベテランの職人を想像される方が多いのではないだろうか。今回ご紹介をするのは一般的な伝統工芸士のイメージを変える「染付窯屋眞窯」の加藤眞雪氏である。

加藤氏は瀬戸染付焼の伝統工芸士としてこの2月に認定されたばかり。その技を後世に伝える役割を、お客様との接点を増やすことで果たそうとする新しいタイプの伝統工芸士である。

「染付窯屋 眞窯」は今年で創業102年を迎える歴史ある瀬戸焼の窯元であり、加藤氏はその4代目である。先代からの継承とデザイン学校からの学びで築き上げた独特な技法は世界からも注目を集めている。YouTube上で瀬戸市で活躍するツクリテを紹介する「ツクリテチャンネル瀬戸」^{注1)}内での加藤氏の動画は83万回（2021年3月現在）も視聴されており、残されたコメントはその多くが海外からのものである。

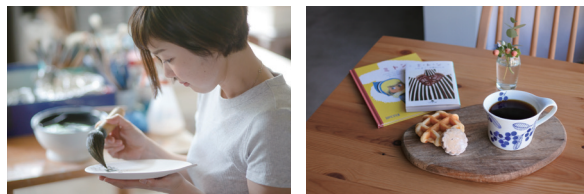


家族3名で製造を行う。左から加藤美穂子氏、加藤眞也氏（3代目）、加藤眞雪氏

伝統的工芸品を日常に

商品は陶器の白地と藍の染付柄との美しいコントラストが特徴で、白の余白を大事にしているという加藤氏の言葉どおり、絶妙なバランスで白地が残されている。これは料理が盛り付けられた時に、料理の邪魔をせず柄が美しく見えるよう配置されたものである。

新しいデザインを数多く提案する一方で永く続いているデザインも多い。例えば麻の葉をモチーフとしたデザインなどは現在も人気商品であるが、これは伝統的に眞窯で受け継がれてきたデザインである。加藤氏は今の時代に合った売り方や見せ方を工夫しながら、販売をしている。



染付作業を行う加藤眞雪氏

拡大するファンとの接点

昨年はコロナ禍の影響もあり、卸先などの販路より、直接工房にお越しになるお客様やオンラインショップでの販売比率が劇的に増えた。もとより直接お客様と触れ合っただけでファンを増やしていく方向で考えていたが、外的な要因もあり一気に進むこととなった。

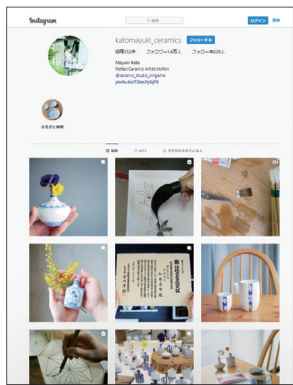
自分で売る力を付けることが大事との認識に

注1) 「ツクリテチャンネル瀬戸」…愛知県瀬戸市で活動する作家の日常に迫りながら手仕事の魅力を紹介するチャンネル：<https://www.youtube.com/c/ツクリテチャンネル瀬戸CreatorschannelSeto/featured>

至ったとのことである。

その流れもあり顔が見えるお客様が増えているという実感がある。Instagramでいつも見てくださるお客様がリアルイベントにも来場され、そこでまた真窯のメンバーと話をすることでまたオンラインショップに来てくださるという流れができた。お客様と一度顔を合わせるとSNSでの連絡やコメントもしやすくなったという。

加藤氏はInstagram (https://www.instagram.com/katomayuki_ceramics/?hl=ja) にも力を入れており、商品画像だけでなく盛り付けの例や食事のシーンなどを載せることでフォロワーが増え、また作品の製造過程を動画であげることでさらにフォロワーが増えるという好循環に入っている。この2年でフォロワーは7倍になった。



加藤真雪氏のInstagram

先述のYouTubeやInstagramに届くお客様からのコメントには丁寧に返信をされており、それを見たフォロワーが積極的にコメントを残すなど、お客様との接点は日を追うごとに増えている。

お客様との接点を増やすにはSNSなどのツールを利用することは重要なポイントであるが、そこで何を発信するのかがさらに重要なポイントである。加藤氏のものづくりへの想い、お客様への想いを届けることで、今後さらなる発展が見えてくる。

今後の展望・ものづくりへの想い

加藤氏にもものづくりへの想いを尋ねてみた。

「自分が生きている時代に合ったアイテムやデザインを取り入れること。伝統的工芸品も時代に合わせながら続いている。自分が使いたいデザインでつくること、今をとらえることが大事」

お客様との接点が増えてきた今、その声をもものづくりにはどのように反映しているのか。

「お客様の声を直接ものづくりに活かすという段階はこれから。お客様と直接接する機会が増え、お客様のことが徐々にわかってきた。お客様に喜んでもらえるように作っている」

一方で「実は2年前はお客様が考えていることは全然わからなかった。アクセスがよく、商品を多数取り揃えている店舗ではなく、なぜ工房に来てくれるんだろう？ どうして今日のお

客様は買ってくれたのだろうか。またたくさん説明したのになぜ買ってもらえないんだろう」という状況であったということである。

しかし今ではリアルイベントやSNS、オンラインショップなどでコミュニケーションの機会を増やし、お客様の気持ちを理解し、ものづくりや営業活動を進めておられるのは先述のとおりである。

またさらに興味深いお話を聞くことができた。

「お客様に伝えるには『ものづくりのストーリーが大事』ということも多くの人から言われてきた。それはなんとなくわかってもらいたし、そういう努力もしてきた。ある時お客様とのコミュニケーションが増えてきたことでひとつ気付いたことがある。もののストーリーは作る側だけでなく、お客様がどんな状況で買ったのか、例えば誰と一緒に買ったのか、大事な人にももらったのか、作っている人から直接買うことができた、など買った人のストーリーも相まってものストーリーになる。ということ」

ものづくりのストーリーを伝える、何度となく聞いた話で何度となくこちらからも話をしてきたことである。加藤氏から聞いたこの言葉で、よりお客様の気持ちに寄り添うことがこれからも大事になることをこちら側も改めて気づかされた次第である。

最後に今後の展望を聞いた。「もっとお客様との接点を増やしたい、地域全体としてもお客様との触れ合いを増やしたい。人の生活を楽しくできるようなものづくりを続けたい」

伝統工芸士 加藤真雪氏のこれからの活躍に期待が高まるばかりである。



11月に実施したイベント「中庭マーケット」

中小機構
支援事例
検索はコチラ ▶▶▶



https://www.smrj.go.jp/research_case/case/index.html

独立行政法人 中小機構 基盤整備機構
経営支援部 企業支援課 阪本 洋