

陶磁器産業

令和2年度

担当者 主任研究員 三輪 展久

目次

- ① 陶磁器について
- ② 日本の陶磁器業界について
- ③ 岐阜県の陶磁器業界について
- ④ 美濃焼について
- ⑤ 岐阜県の陶磁器業界の現状と課題
- ⑥ 岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後
- ⑦ コロナについて

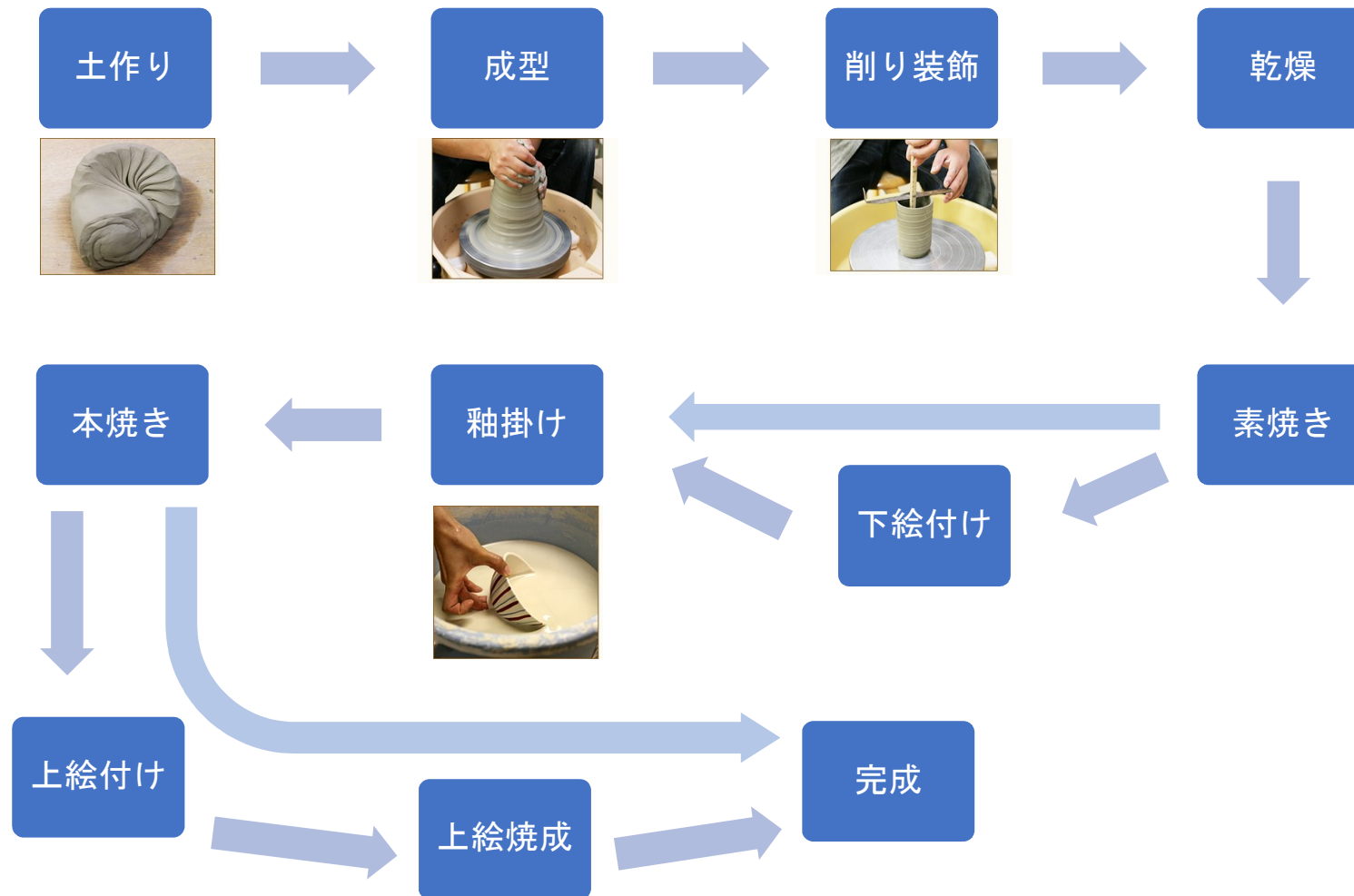
①陶磁器について

- 陶磁器とは、粘土(陶土)もしくは陶石を砕いた原料で形を作り、釉薬をかけて焼いた焼物全般
- 縄文土器から現代まで1万年以上にわたる「やきもの」の歴史があり、現在も陶磁器が作られている
- 陶磁器には「陶器」「磁器」「土器」「炆器」の4種類がある。主に「陶器」「磁器」の2種類のことを言う

①陶磁器について (陶器と磁器の違い)

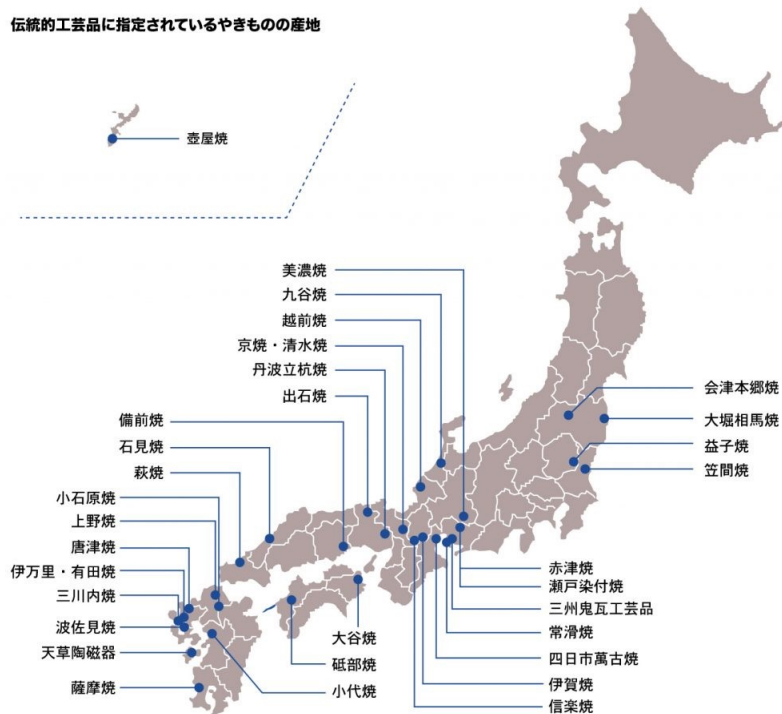
	陶器	磁器
原料	粘土が主	陶石を粉碎した石粉が主
素地	焼きが柔らかく、質が荒い多孔質。淡い色から黒色まで多様な色	焼きが硬く、質が機密で気孔は少ない。純白色
焼成温度	1100～1250℃	1200～1300℃
叩いて出る音	低く濁った音	金属的な澄んだ高い音
透光性	なし(光が透き通らない)	あり(光が透き通る)
吸水性	あり。釉薬がかけてあるので、水を通さないのが普通	なし。ほとんど水を通さない
破砕面	破片は不透明で土状	破片は白色で、ガラス状
ルーツ	朝鮮(日本では各地)	中国(日本では有田)
柄色合い	素地の土の風合いを生かした色のほか、焼成や釉掛けで多様な表現	無地のものから鮮やかな絵付けをしたものまで多種多様

①陶磁器について (陶磁器ができるまで)



②日本の陶磁器業界について

伝統的工芸品に指定されているやきものの産地



陶磁器の有名産地

「日本六古窯」…古来の陶磁器窯のうち中世から現在まで生産が続く代表的な窯の総称

越前、瀬戸、常滑、信楽、丹波、備前

「一楽、二萩、三唐津」…茶道の世界で古くから茶人の好みの順位・格付けとして言われてきた

楽焼(京都)、萩焼(山口)、唐津焼(佐賀)

「日本三大陶磁器」

伊万里・有田焼、美濃焼、瀬戸焼

②日本の陶磁器業界について

全国計		製造品等出荷額(百万円)	構成比
	製造業計	331,354,775	100.0
1	輸送用機械器具製造業	70,015,679	21.1%
2	化学工業	29,780,194	9.0%
3	食料品製造業	29,680,665	9.0%
4	生産用機械器具製造業	22,017,140	6.6%
5	電気機械器具製造業	18,750,947	5.7%
6	鉄鋼業	18,615,426	5.6%
7	電子部品・デバイス・電子回路製造業	16,175,260	4.9%
8	金属製品製造業	15,786,222	4.8%
9	石油製品・石炭製品製造業	15,016,612	4.5%
10	プラスチック製品製造業(別掲を除く)	12,952,417	3.9%
11	はん用機械器具製造業	12,324,880	3.7%
12	非鉄金属製造業	10,228,359	3.1%
13	飲料・たばこ・飼料製造業	9,787,426	3.0%
14	窯業・土石製品製造業	7,772,297	2.3%
15	パルプ・紙・紙加工品製造業	7,543,598	2.3%
16	情報通信機械器具製造業	6,904,920	2.1%
17	業務用機械器具製造業	6,866,767	2.1%
18	印刷・同関連業	4,806,129	1.5%
19	その他の製造業	4,202,772	1.3%
20	繊維工業	3,781,493	1.1%
21	ゴム製品製造業	3,325,473	1.0%
22	木材・木製品製造業(家具を除く)	2,746,695	0.8%
23	家具・装備品製造業	1,941,570	0.6%
24	なめし革・同製品・毛皮製造業	331,833	0.1%

- ・ 窯業土石製品製造業全体で7兆7,722億円の出荷
- ・ 製造業全体の出荷額に占める割合は2.3%

参照 2019年工業統計調査

③岐阜県の陶磁器業界

岐阜県		製造品等出荷額(百万円)	構成比
	製造業計	5,889,711	100.0%
1	31.輸送用機械器具製造業	1,114,846	18.9%
2	26.生産用機械器具製造業	565,394	9.6%
3	18.プラスチック製品製造業(別掲を除く)	494,735	8.4%
4	24.金属製品製造業	494,722	8.4%
5	21.窯業・土石製品製造業	380,018	6.5%
6	09.食料品製造業	379,022	6.4%
7	25.はん用機械器具製造業	353,002	6.0%
8	29.電気機械器具製造業	336,823	5.7%
9	16.化学工業	279,208	4.7%
10	22.鉄鋼業	264,941	4.5%
11	14.パルプ・紙・紙加工品製造業	218,221	3.7%
12	28.電子部品・デバイス・電子回路製造業	148,932	2.5%
13	11.繊維工業	139,804	2.4%
14	13.家具・装備品製造業	110,597	1.9%
15	23.非鉄金属製造業	106,742	1.8%
16	15.印刷・同関連業	92,063	1.6%
17	30.情報通信機械器具製造業	76,829	1.3%
18	10.飲料・たばこ・飼料製造業	76,132	1.3%
19	19.ゴム製品製造業	74,709	1.3%
20	12.木材・木製品製造業(家具を除く)	72,161	1.2%
21	32.その他の製造業	56,495	1.0%
22	27.業務用機械器具製造業	43,637	0.7%
23	17.石油製品・石炭製品製造業	10,360	0.2%
24	20.なめし革・同製品・毛皮製造業	318	0.0%

- ・ 窯業土石製品製造業全体で**3,800億円**の出荷
- ・ 製造業全体の出荷額に占める割合は**6.5%**で**第5位**

参照 2019年工業統計調査

③岐阜県の陶磁器業界

○ 陶磁器製和飲食器

		出荷額(百万円)		事業所数
合計		29,865	〔シェア〕	499
1 岐阜	美濃	12,606	42.2%	143
2 佐賀	唐津・有田	5,564	18.6%	81
3 長崎	波佐見・三川内	5,341	17.9%	53
4 愛知	瀬戸・常滑	1,317	4.4%	48
5 石川	九谷	1,064	3.6%	19
6 京都	京	776	2.6%	25
7 栃木	益子	615	2.1%	13
8 三重	伊賀・萬古	553	1.9%	20
9 山口	萩	371	1.2%	11
10 滋賀	信楽	354	1.2%	15

○ 陶磁器製洋飲食器

		出荷額(百万円)		事業所数
合計		13,766	〔シェア〕	119
1 岐阜	美濃	9,421	68.4%	57
2 石川	九谷	1,835	13.3%	6
3 三重	伊賀・萬古	739	5.4%	6
4 佐賀	波佐見・三川内	543	3.9%	12
5 愛知	瀬戸・常滑	458	3.3%	11

○ 内装タイル

		出荷額(百万円)		事業所数
合計		7,180	〔シェア〕	17
1 岐阜	美濃	5,468	76.2%	10

○ 陶磁器用はい土

		出荷額(百万円)		事業所数
合計		11,033	〔シェア〕	70
1 岐阜	美濃	6,635	60.1%	23
2 愛知	瀬戸・常滑	2,875	26.1%	22
3 佐賀	唐津・有田	714	6.5%	10
4 滋賀	信楽	598	5.4%	7

○ その他のタイル

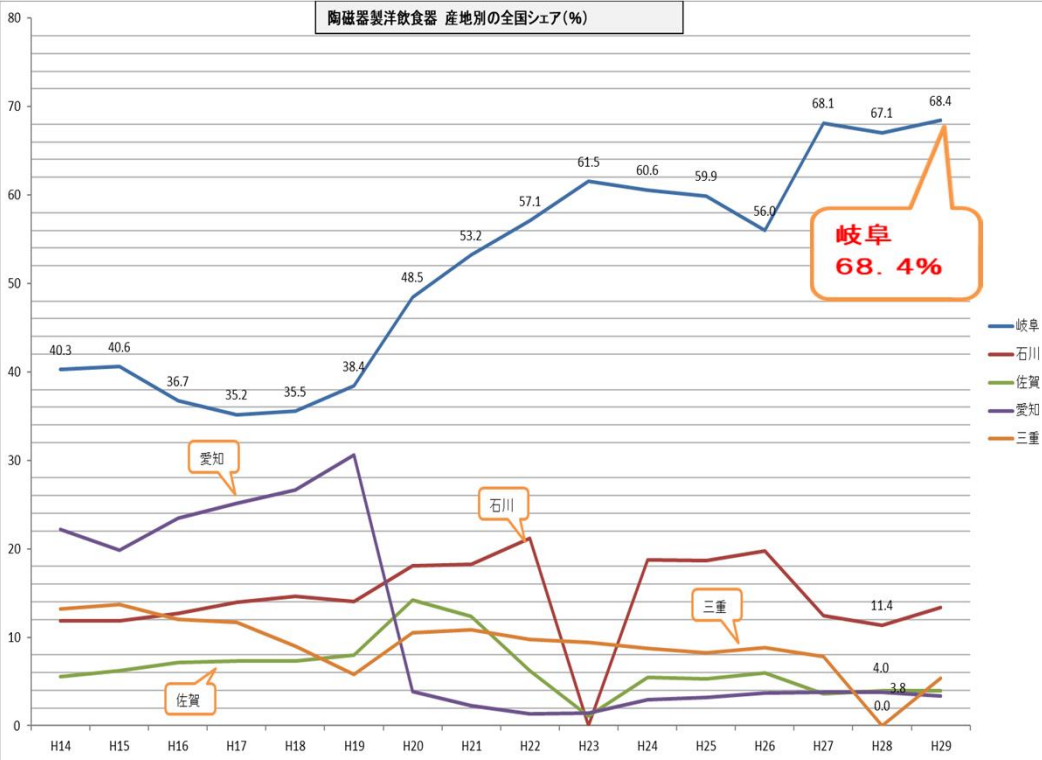
		出荷額(百万円)		事業所数
合計		24,853	〔シェア〕	66
1 岐阜	美濃	11,383	45.8%	33
2 愛知	瀬戸・常滑	9,434	38.0%	19

出所: 2019年 工業統計表(4人以上事業所)

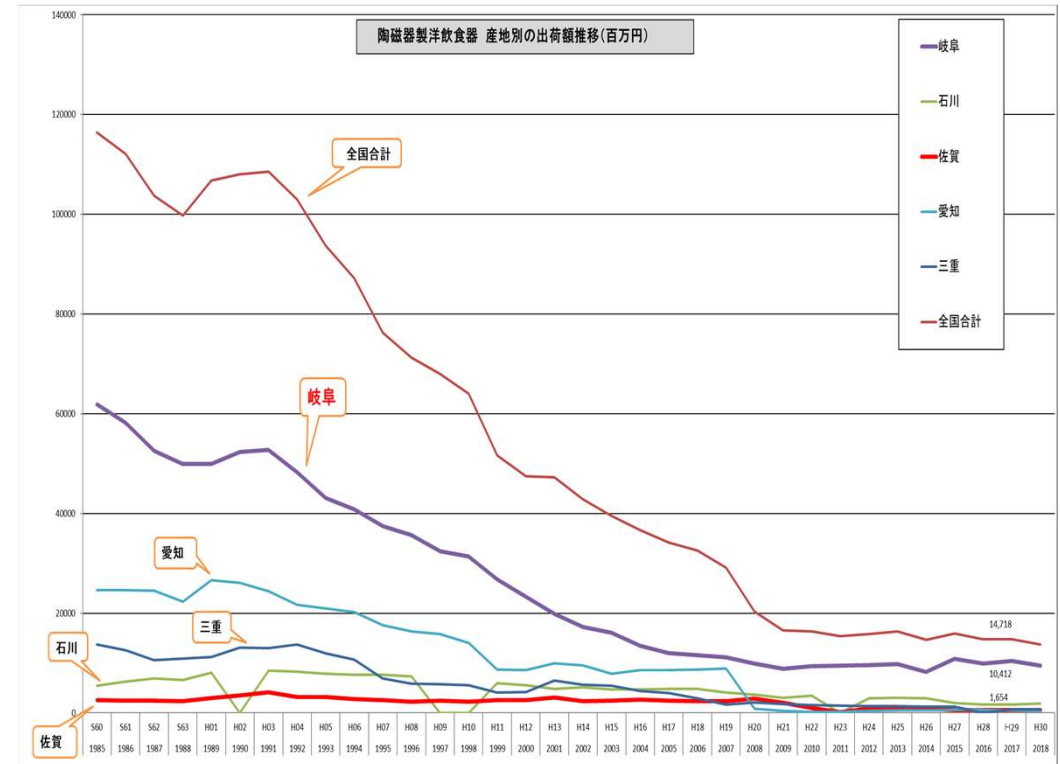
- 和飲食器は**4割強**、洋飲食器は**7割弱**の全国シェアを誇る
- モザイクタイル、内装タイル等のタイル類も高い全国シェアを誇る

③岐阜県の陶磁器業界

陶磁器製洋飲食器 産地別の全国シェア(%)



陶磁器製洋飲食器 産地別の出荷額推移(百万円)

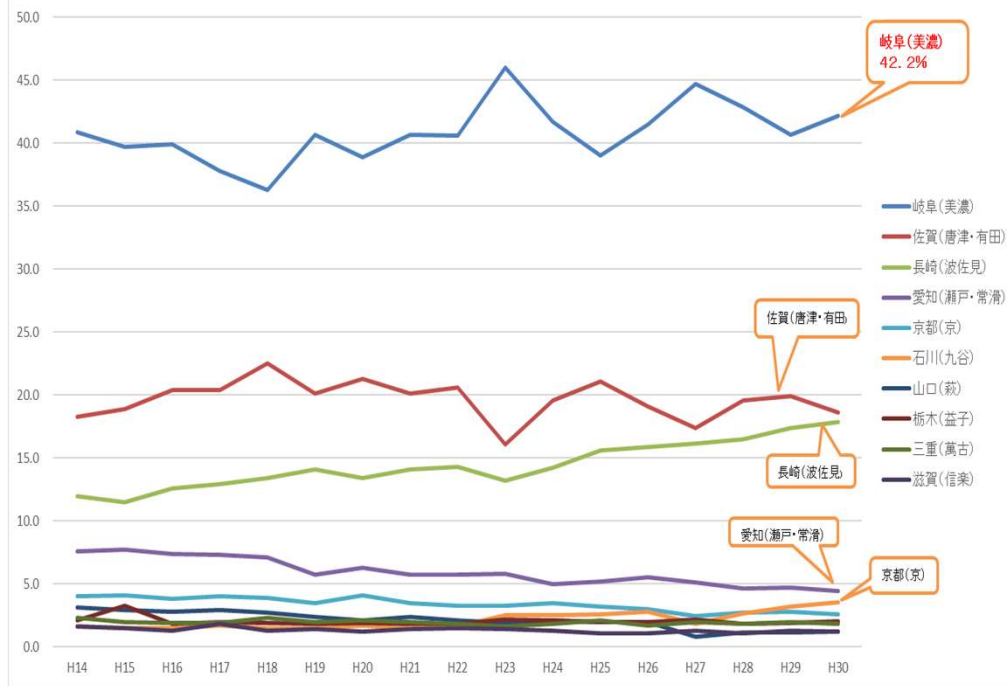


参照 2019年工業統計調査

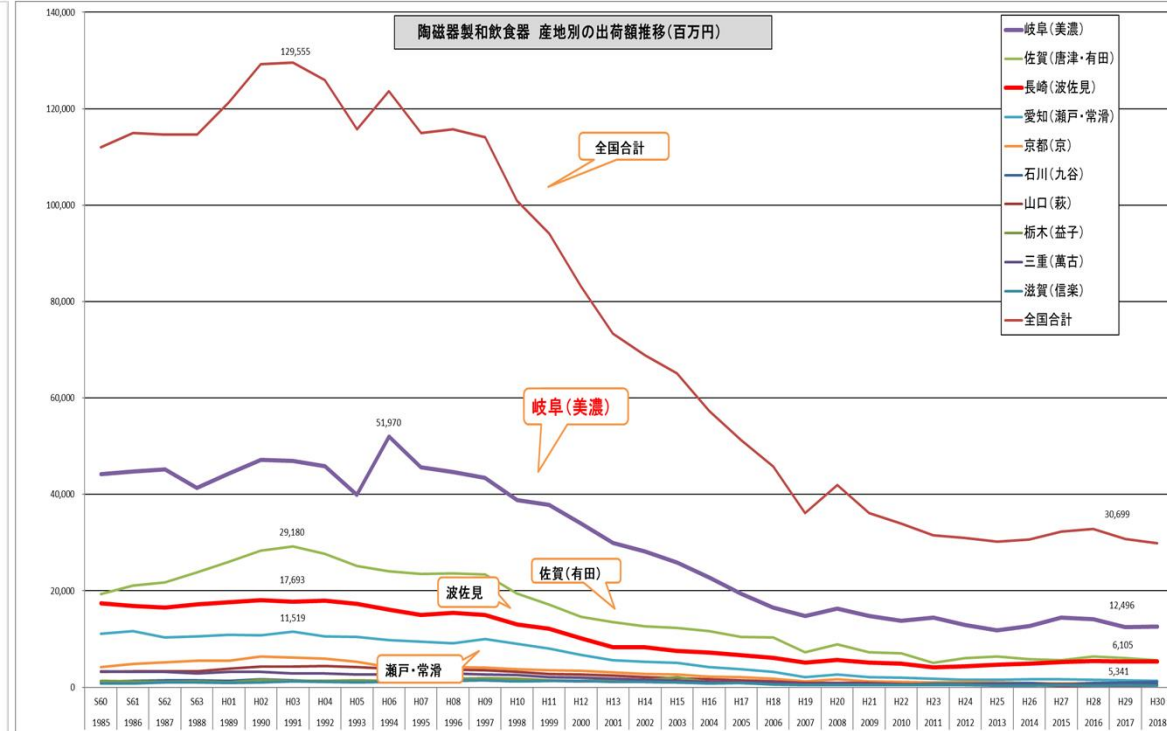
- 洋食器出荷額 全国 S59年 119,228百万円 → H30年 13,766百万円(ピーク比▲88.5%)
岐阜 S60年 61,901百万円 → H30年 9,421百万円(ピーク比▲89.6%)
- 岐阜県の洋食器全国シェアは拡大傾向にあるも、出荷額はピーク時から大幅に減少しピーク時の1割程度。近年は横ばいにて推移

③岐阜県の陶磁器業界

陶磁器製和飲食器 産地別の全国シェア(%)



陶磁器製和飲食器 産地別の出荷額推移(百万円)



参照 2019年工業統計調査

- 和食器出荷額 全国 H3年 129,555百万円 → H30年 29,865百万円(ピーク比▲76.9%)
岐阜 H6年 51,970百万円 → H30年 12,606百万円(ピーク比▲75.7%)
- 岐阜県の和食器の全国シェアは40%強を維持しているも、出荷額はピーク時から大幅に減少しピーク時の1/4程度。近年は横ばいにて推移

④美濃焼について (概要)

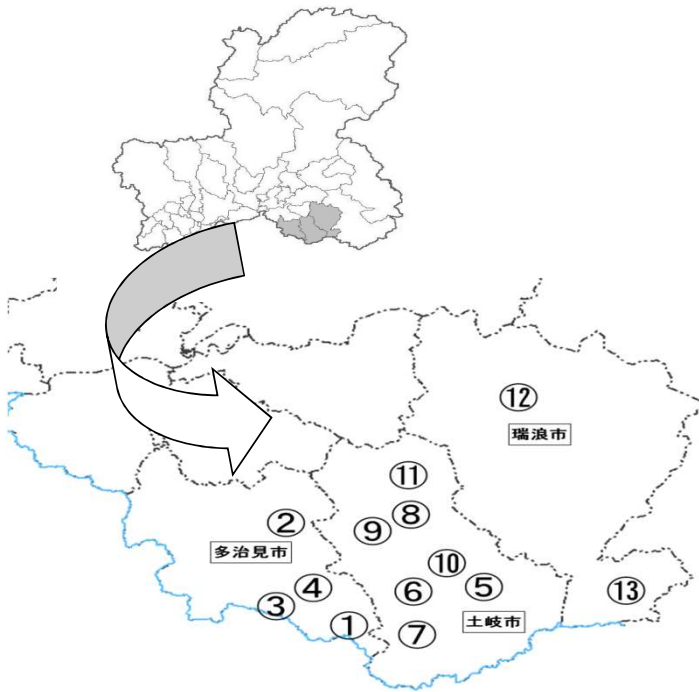
- 飛鳥時代より約1300年の歴史がある
- 東濃地方(多治見市、土岐市、瑞浪市、可児市)で生産された焼き物の総称
- 1978年経産省の伝統工芸品に認定
- 東濃地方は日本最大の陶磁器生産拠点。中でも土岐市は陶磁器生産日本一の町。全国シェア50%以上
- 1つの様式を持たず、15種類が伝統工芸品として指定される多様性

④美濃焼について (歴史)

- 5世紀頃朝鮮半島から須恵器とろくろ、穴窯が伝えられたことが起源
- 平安時代には灰釉を施した白瓷という、須恵器を改良し釉薬を使った陶器が焼成された
- 安土桃山時代から江戸時代には茶の湯文化を反映した芸術性の高い焼き物が多く生産された
- 明治時代には日常生活雑器の生産が開始し低コストを実現するため製品別分業が発展
- 大正時代には電気供給に伴い機械化が進み生産規模拡大
- 昭和時代には高級品生産やタイル製造も始まる

④美濃焼について (産地)

- 明治時代以降、内需の高まりと輸出の拡大を受け、陶磁器産業は近代化・大量生産化が進んだ。また、産業の効率化のため、**製品毎の産地分業化**が進んだ



○ 13の特徴ある焼物産地(岐陶工連傘下地区組合別事業所数)

地 区	特 徴	事業所数(H24.12.31現在)			
		食器等	タイル	その他	計
多治見市	① 笠原	6	25		31
	② 高田	37			37
	③ 市之倉	30		1	31
	④ 滝呂	11	2		13
土岐市	⑤ 駄知	60	1	1	62
	⑥ 下石	84	2	3	89
	⑦ 妻木	22	2	1	25
	⑧ 土岐津	24			24
	⑨ 土岐津西部	14			14
	⑩ 肥田	19	1		20
	⑪ 泉	28		2	30
瑞浪市	⑫ 瑞浪	8	1	1	10
	⑬ 恵那	8			8
合 計		351	34	9	394

④美濃焼について (作品)



志野



織部



黄瀬戸



青磁



瀬戸黒



赤絵



染付



粉引



天目



御深井



飴釉



美濃伊賀



美濃唐津



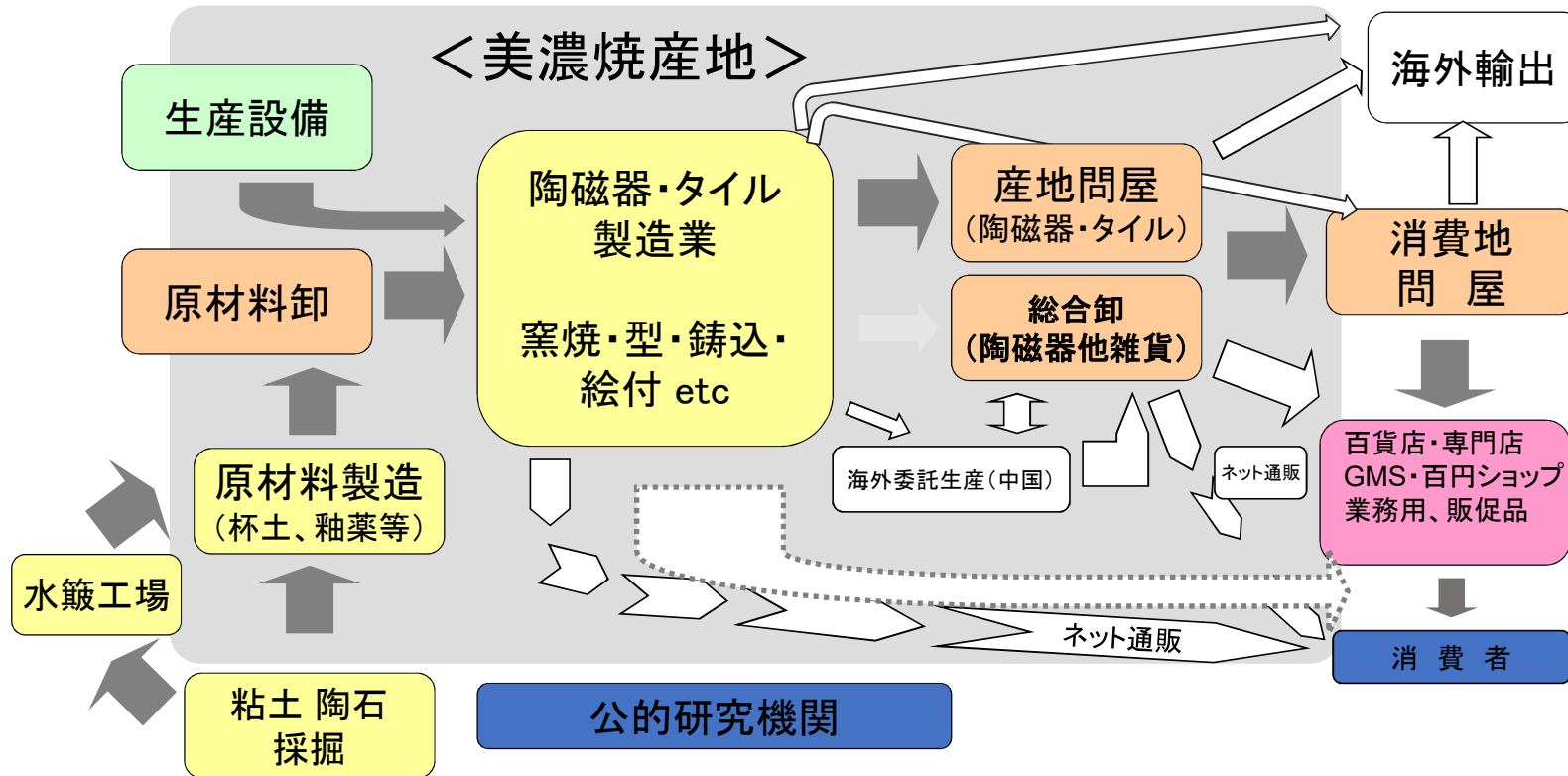
灰釉



鉄釉 15

④美濃焼について (産地の構造)

- 原料から商社まで**分業・フルセット型の産地**を形成
 - 品目**： 和食器、洋食器、台所用品、美術工芸品 } **多種多様なニーズ**
 - 用途**： 家庭用、ギフト用、業務用、プレミアム用 } **に対応可能**



④美濃焼について (産地構造の変化)

- 1つのメーカーに多くの関連業者があり、それぞれが後継者や経営上での問題を持っているため、メーカー1社が廃業するとそれをきっかけに数社の関連業者も廃業・・・M&Aによる事業譲渡・買収も見られる
- 原料や釉薬までは無理であるが、半製品の工程を取り入れるなど1社で内製化するという動きがあり、フルセット型の産地構造は崩れつつある
ただし、内製化は一部の大手企業のみである
- トンネル窯の大量生産型地域では、大量の注文を数社で分担し対応するという体制が確立(輸出向け)→中小では、単釜への切り替えが進む
- 陶土を採掘する鉱山の閉山(または休業)が相次ぎ、最も川上の陶土が自給できない状況→「美濃焼みらい会議」にて検討中
- 産業の分業・専門化の深化は、業界全体を取り巻く環境変化への関心度を低下させ、対応が遅れた→多様な再編の動きがある

④美濃焼について (商社の役割)

- 商社機能が低下（企画力など）し、インターネットの普及によって従来の販売ルートが弱体化。しかし多品種少量生産では商社を抜きにすることは困難。消費地の商社が産地商社・メーカーを買収する事例もあり
- 大手業務用や輸出の一部には、メーカー直販が増加しているが、直販より既存の販売ルートの方が動く商品のウエイトが高く、流通形態の変更は困難
一部の過程を抜いて直接販売しても、末端ではバッティングするという状況
- メーカーが商社機能を持ち、商社が持っている商圈を乗り越えるということは、利潤の確保が狙える一方、梱包・物流・納期管理・アフターケア体制等の構築が必要であり、一般的には大規模メーカー以外にとってハードルは高い
- （消費地問屋を介さない）総合卸や直販型の商社が牽引
消費者ニーズのキャッチと商品企画の上、産地メーカーにて製造
- 一方で、メーカーが外へ出る、メーカーが売って出るということも引き続き検討が重要 →輸出向けはアフターケアが少なく済む
- 当地域の商社はA級品以外の商品も販売する販売力やノウハウを持っている（大量生産の下支えとなっている）

④美濃焼について (公的機関)

- 県セラミックス研究所
研究開発、依頼試験、技術支援が3本柱 (研究開発に注力)
- 多治見市陶磁器意匠研究所
「焼き物の後継者」を育成する3コース2年制の人材養成
- 土岐市立陶磁器試験場・セラテクノ土岐
分析試験、基礎研究が得意分野 (人員削減で基礎研究は縮小)
- 瑞浪市窯業技術研究所
成形に関する研究開発と現場向け人材育成

④美濃焼について (公的機関)



- 明治44年岐阜県産業化陶磁器試験分室として開設
その後、名称変更や組織改編を経て現在に至る
- 当研究所の主な事業は研究開発と技術支援
- 主な研究成果として、「環境負荷低減型食器」、
「ノーボンド砥石」、「高吸水性陶磁器」など
- 近年は愛知県など他県からの相談依頼も増えている

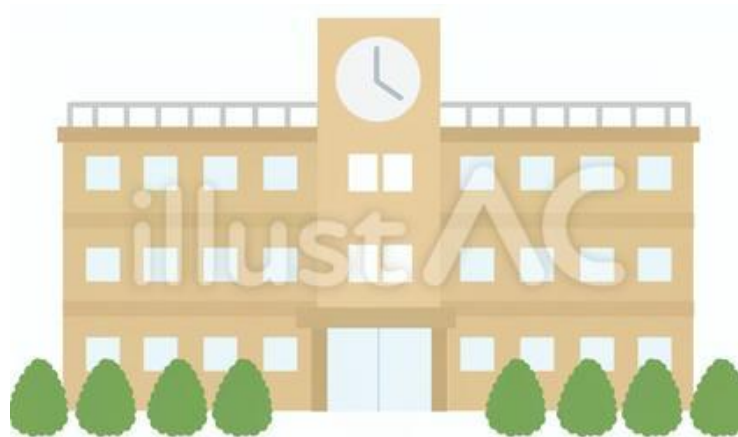
ishoken

 多治見市陶磁器意匠研究所

- 昭和26年美濃焼上絵付研究所が設立。昭和34年
多治見市陶磁器意匠研究所として発足
 - 令和2年度で63期生を迎えており、卒業生は900人
近くとなる
 - 「セラミックスラボ」「デザインコース」「技術
コース」の3コースで2年間の履修
 - 平成29年度から外国人の受け入れも開始。現在まで
15名が在籍
 - 日本各地から生徒が集まり、卒業後は大半が東濃
地域に残る
- 若い人材流入の一助となっている

④美濃焼について (教育機関)

岐阜県立多治見工業高等学校
セラミックス科



- 全国で10校しかないセラミックスや陶磁器に関する学科を有する高等学校
- 明治31年岐阜県陶磁器講習所として開設され、昭和23年に現校名に改称
- 伝統工芸の伝承のため、ろくろの授業を3年間通して実施
- セラミックス等専門関係企業への就職率は全国的に見ても高い数字を誇る
- 地元陶磁器企業との連携や情報交換を実施

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題

- I. 内需の減少
- II. 窯業原料の不足
- III. 経営者・職人の高齢化と後継者不足
- IV. 「美濃焼」の認知度

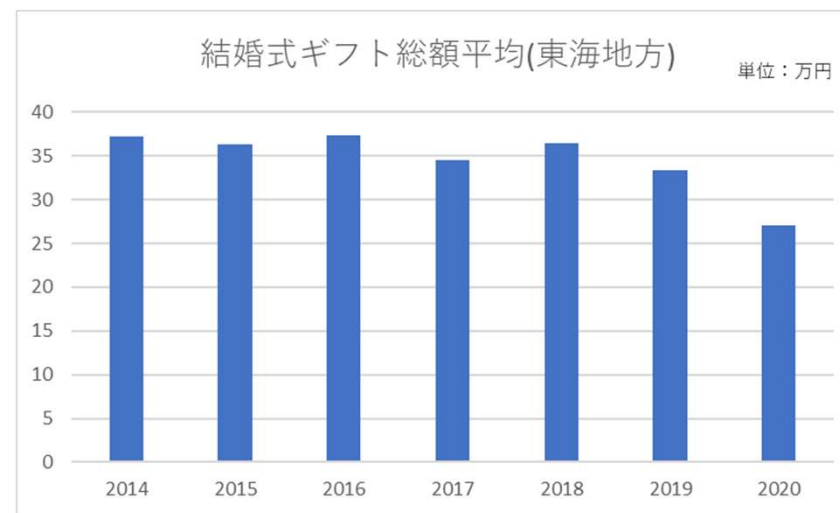
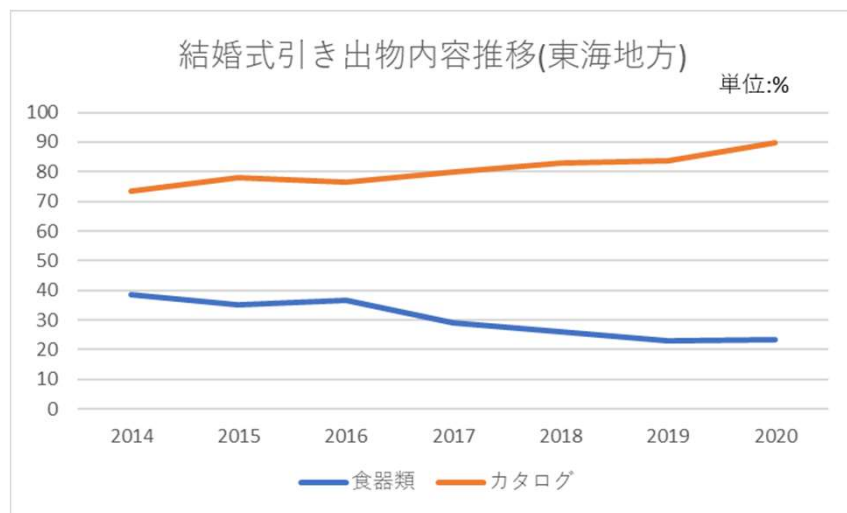
⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅰ. 内需の減少)

内需の減少要因

【飲食器】

- 食文化や生活様式の変化
(冠婚葬祭の簡素化、食生活の簡略化、外食の増加、生活全般のカジュアル化など)
- 核家族化により一家で使用する食器数が減少、家庭での飲食器が飽和状態
- 結婚式等でのギフト選択肢の多様化、カタログギフトの増加、ギフトの簡素化
- プレミアム(景品・粗品)の多様化
- 従来チャネルの販売減(百貨店・GMSにおける売場縮小)と問屋の弱体化
- メーカーと問屋の関係乖離
- 海外製品の輸入

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅰ. 内需の減少)



参照: リクルート ブライダル総研 結婚トレンド調査2020報告書

- 結婚式における**ギフト総額平均**は**減少傾向**
- 結婚式の引き出物として採用されていた**食器類**が近年は**減少傾向**
- 一方、**カタログギフト**の割合が**増加傾向**にある

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅰ. 内需の減少)

内需の減少要因

【タイル】

工法の簡単なものへの変化(タイル職人の減少)

- 内装タイル: ユニットバスの採用やクロス貼りの増加
- 外壁タイル: 他建材へのシフト
 - ガラスやアルミによるカーテンウォールの採用
 - 個人住宅におけるサイディングの採用
 - 公共事業の減少

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅱ. 窯業原料の不足)



参照 2018年9月24日 日経新聞

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅱ. 窯業原料の不足)

美濃焼の原料

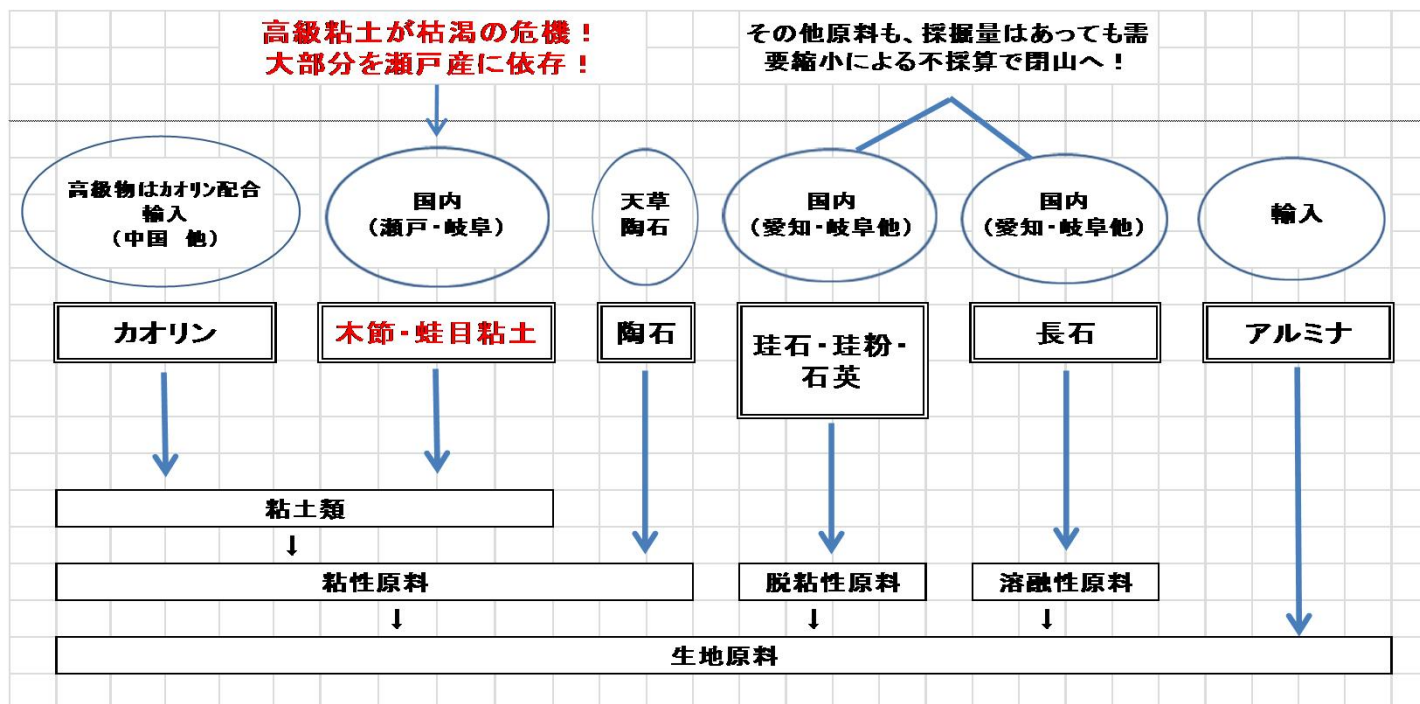
美濃焼の3大原料

- 蛙目粘土…日本が誇る世界最高の可塑性を持つ白粘土
濡れると珪石粒が蛙の目に見えることから命名
- 木節粘土…日本が誇る世界最高の可塑性を持つ白粘土
蛙目より細かく、珪化木や木っ端を含む
- 藻珪、砂婆…長石:珪石=5:5の風化花崗岩、超安価な長石

他産地→**単独**の原料を使用

美濃焼→**複数**の原料を配合⇒ちょうどいい配合で陶磁器、衛生陶器、碍子などになる

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅱ. 窯業原料の不足)



- 陶器が蛙目粘土・木節粘土を主な原料とするのに対し、磁器は陶石、長石、珪石、カオリンを主な原料とする
- 原料の比率は陶器・磁器で異なり、陶器は粘土50%、珪石40%、長石10%に対し、磁器は珪石40%、長石30%、粘土30%

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅱ. 窯業原料の不足)

2020年10月現在の東濃地域稼働鉱山

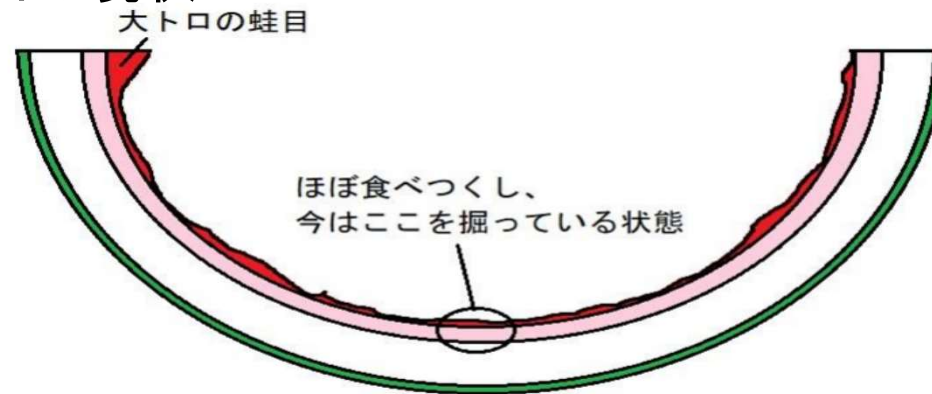
	鉱山名	場所	品名
①	高田白粉鉱山	多治見市高田町	高田青粘土
②	大川鉱山	瑞浪市陶町	大川珪砂
③	丸原鉱山	恵那市山岡町	原蛙目粘土
④	丸善窯業原料	恵那市明智町	阿妻藻珪
⑤	土井鉱業	恵那市明智町	阿妻藻珪
⑥	林鉱業商会	南木曽郡南木曽	田立長石
⑦	栄信鉱山	多治見市虎渓山町	木節
⑧	大畑鉱山	多治見市大畑町	大畑粘土

参照 セラミックバレーHP レポート

- 平成5年(1992年)には、県内59鉱山が稼働していたが、現在は8鉱山

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅱ. 窯業原料の不足)

鉾業権のある鉾山の現状

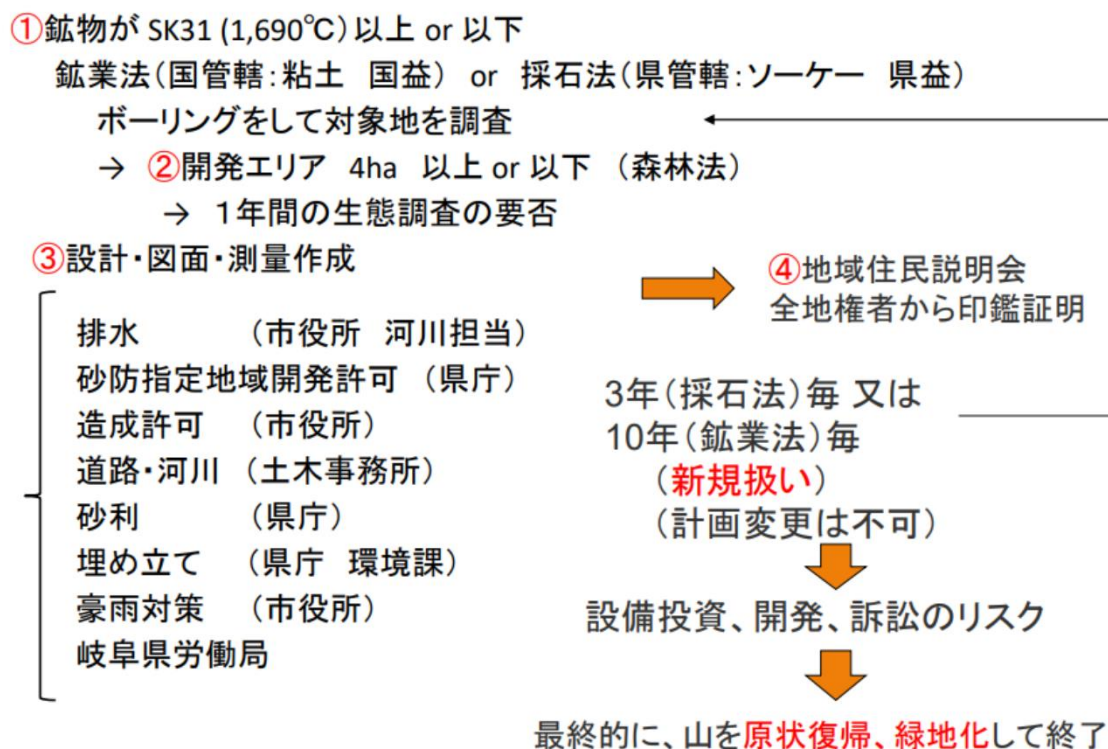


参照 セラミックバレーHP レポート

- 資源が**絶対的**に枯渇しているわけではなく、
鉾業権のある鉾山を掘りつくしてしまい、**相対的**に枯渇している状況
- 現状の蛙目粘土に残された時間は**10年強**
- 後継者不在、高齢化、採算上の問題等により閉山するケースもある
- 粘土原土から採れる蛙目粘土の割合が低下したことから水簸(すいひ)効率が悪化し、原土価格が同じでも**粘土価格が高騰**

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅱ. 窯業原料の不足)

鉱山開発の障壁



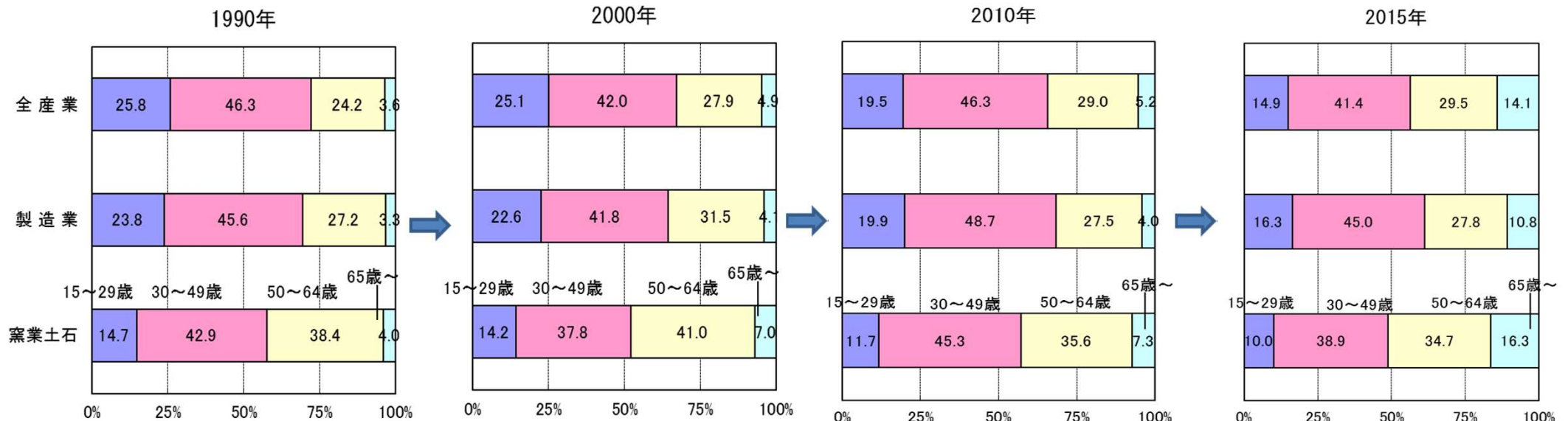
参照 セラミックバレーHP レポート

- ・ 鉱山開発には長い時間と莫大な投資が必要となる
- ・ 残存鉱脈を開発できる可能性は限りなく低い

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅲ. 経営者・職人の高齢化と後継者不足)

- ・窯業・土石製品製造業の50歳以上の雇用者の割合は、
製造業平均より10ポイント以上高い→特に鑄込み・絵付け職人の減少
- ・若い人材が集まらない→暑い・埃っぽい労働環境のイメージ
- ・事業所減少は倒産より廃業が多く、その主な原因は、売上不振と後継者不足
→家業を継ぎたがらない現状

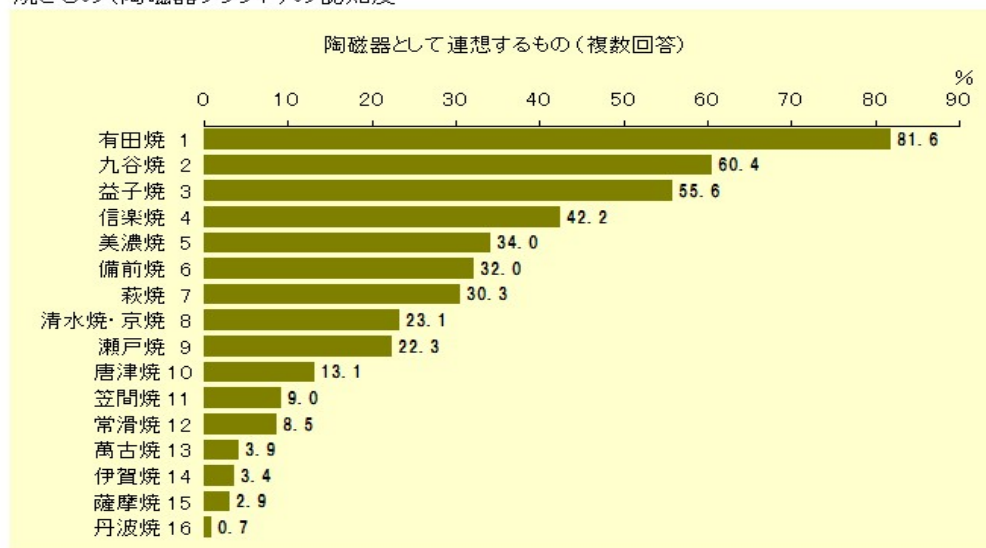
雇用者の年齢別構成比の推移



出所:総務省「国勢調査」より作成

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅳ. 美濃焼の認知度)

焼きもの(陶磁器ブランド)の認知度



(注) 愛知県瀬戸市が2011年12月に実施した陶磁器に関するアンケートによる。東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県に在住する30～50歳代女性のうち、過去1年間に陶磁器を5点以上、もしくは2,000円以上購入した412人を対象としている。

(資料) 瀬戸市「瀬戸市地場産業振興ビジョン～陶都瀬戸復活に向けて～」平成24年3月

- 2011年のデータではあるが、国内で生産されている陶磁器食器の半数が美濃焼産地で生産されているにも関わらず、知名度はそこまで高くない
- 一般消費者には知られていないか、知られていても「安かろう・悪かろう」のイメージが根強い

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅳ. 美濃焼の認知度)

陶磁器産地における人間国宝【陶芸における人間国宝は全国で35名】

美濃焼…荒川豊蔵、加藤土師萌、塚本快示、鈴木藏、加藤卓男、加藤孝造
(6名)

備前焼…金重陶陽、藤原啓、藤原雄、山本陶秀、伊勢崎淳
(5名)

有田焼…十三代今右衛門、十四代酒井田柿右衛門、井上萬二、中島宏
(4名)

美濃焼が陶磁器産地では**最多6名**認定されている

美濃焼の魅力の一つには「**特徴がないことが特徴**」といわれるが、**歴史的・芸術的価値が非常に高い名品**も揃う

⑤岐阜県の陶磁器業界の現状と課題 (Ⅳ. 美濃焼の認知度)

多治見市モザイクタイルミュージアム



多治見市モザイクタイルミュージアムの来館者数

年度	有料来館者数(人)	総来館者数(人)	1日平均(人)
2016	95,292	123,370	約482
2017	140,662	176,493	約573
2018	118,566	150,546	約489
累計	354,520	450,409	約517

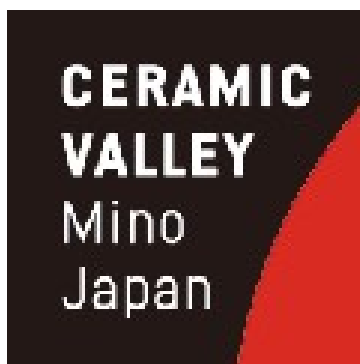
参照 多治見市モザイクタイルミュージアム年報 第1号

- 2016年6月に多治見市笠原町に開館したタイルの博物館
- 建築家・藤森照信氏によるユニークな外観がタイルファンのみならず多くの来場者を集めている。SNSやメディアなどに多数取り上げられたことで女性を中心に来場者が増加
- モザイクタイルの魅力発信の施設として大いに貢献している

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後

- I. セラミックバレー構想
- II. 脱炭素社会に向けた動き
- III. 原料枯渇問題に対する取組

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (I. セラミックバレー構想)



- 美濃の焼き物とその文化をリブランディングし産業・地域を活性化する取り組み
- 理念・仕組み・デザインをバランスよく表現することで地域をブランディングする
- 民間主導の同志的結合を目指す(行政にはサポートをお願いする)
- セラミックバレー美濃の強みは「500万年前から始まった東海湖の歴史」「1300年の美濃焼の歴史」「窯業原料・釉薬・加飾技法の豊富さ」「作家・窯元の多彩さ」「美味しい飲食店の多さ」「場所がほぼ日本の中心」
⇒環境こそが最大に強み

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (Ⅰ. セラミックバレー構想)

□How to promote “Ceramic Valley MINO”.

➤ 物販・観光の両面から美濃をリブランディング

[1] From MINO



➤ 美濃より発信
➤ 地場産品を販売

[2] To MINO



➤ 美濃へ誘致
➤ 産業観光を活性化

参照 セラミックバレーHP レポート

- 「From MINO」「To MINO」の両面からアプローチを展開予定

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (I. セラミックバレー構想)

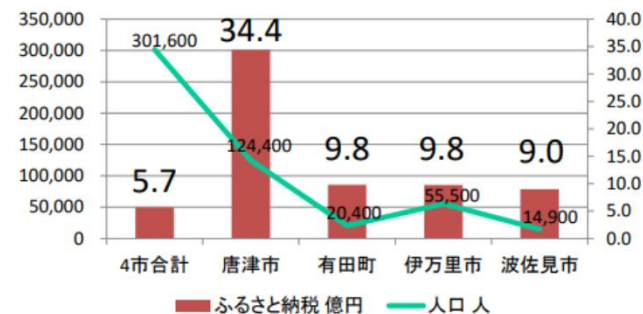


- やきものを通して日本のライフスタイル・文化を世界に広めよう！
- 今一度、広い世界に挑戦しよう！



【展示会】

新商品→新プロモーション
デザイン・ライフスタイルの提案へ



【ふるさと納税】

美濃焼と組合わせて差別化
日本酒+酒器、飛騨牛+陶板、うなぎ+丼...

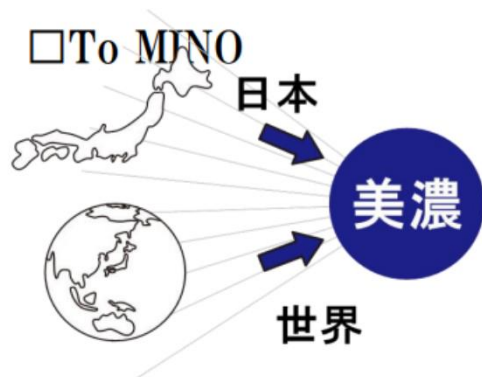


【イベント】

JAPAN TRADITIONAL CRAFT WEEK、東京蚤の市...
衝動買いを誘うイベント

参照 セラミックバレーHP レポート

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (I. セラミックバレー構想)



【統一美濃焼祭り】

陶器まつり、茶碗まつり、市之倉、商店街…一体化して一大イベントに！



【民泊・窯泊】

中心市街地等の古民家を横型・分散型ホテルとして整備

- 産業観光を活性化
- 日本中、世界中より美濃へ訪問してもらう
- 世界からデザイナーや作家を誘致する



食 器 ART 体験

【器と食のイベント】

セラミックバレークラフトキャラバン(仮称)
瑞浪市「土」→土岐市「火」→多治見市「水」をテーマとした総合イベント



- 土岐市、瑞浪市の陶器まつりとも協力し合って、日本最大の「やきものまつり」を目指す！

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (Ⅱ. 脱炭素社会に向けた動き)



- 2050年までにCO2排出をゼロにする動きが開始
- これまでの企業における「KAIZEN」といえば品質や価格での改善であったが、今後は「環境KAIZEN」が求められる
- 焼物製造工程別CO2排出量は焼成が59%、乾燥が21%となっており、約6割を占める焼成のCO2を削減するべく研究開発が進められ、無焼成セラミックスの研究が進んでいる

参照 2020年11月13日 日経新聞

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (Ⅲ. 原料枯渇問題に対する取組)

今までの原料対策は

- ①他国の原料に期待する
- ②他県の原料に期待する
- ③人口粘土を開発する
- ④県内全域の道路工事業者から連絡待ち
- ⑤未利用資源を利用開発する
- ⑥県内の新規鉱山開発を模索する

自力で可能性があるのは、③、⑤、⑥のみ

ただし、⑥に関しては非常にハードルが高く、可能性は限りなく低い

⑥岐阜県の陶磁器業界の最近の動向と今後 (Ⅲ. 原料枯渇問題に対する取組)

未利用資源の活用についての研究

- 岐阜県セラミックス研究所において平成29年より青サバの利用についての研究が進められており、令和2年度当所研究発表会にて研究成果が公表された
- 結果として、青サバ粘土は蛙目粘土と同程度の品質は難しい
- 引き続き、研究が必要

⑦コロナについて

- コロナにより陶器市が開催できなかったことからオンラインでの陶器市を開催。見本市も対面と合わせてオンラインでも実施した
- DIYブームと巣ごもりにより、DIY用タイルが展開されたり、テイクアウト用や一人鍋用などの商品が展開された
- コロナ期間に自社ECサイトを充実させたり、小売業に力を入れる企業も出てきた
- 対面での陶器市が開催できないことや、飲食店・冠婚葬祭関係・観光関係への販売が不調。一方、一般家庭向け食器の小売や通販が夏以降堅調
- 中国・韓国・台湾は夏以降が好調でネット通販の分野で伸びている。国内のネットの市場は小さいが、世界を相手にすれば十分伸ばせる可能性あり