

## 研究ノート

## 奥三河の地域資源「花祭」関連市場向け製品開発

長谷川恵子\*1

## Development of Souvenir for “Hanamatsuri” in Okumikawa

Keiko HASEGAWA\*1

Seto Ceramic Research Center\*1

瀬戸焼の奥三河観光市場への参入を目指し、伝統芸能「花祭」の土産品の開発を行った。土産品の現状や「花祭」の現地事情から導き出した「『花祭』を小さな焼き物に表現」「『共通性』と『地域性』」という二つのコンセプトに沿って見本品を試作し、花祭の観光イベントで展示・提案するとともに市場における評価調査を行った。提案品は概ね高い評価を得、市場導入の可能性が裏付けられた。同時に提案への意見、試作の改良点、デザイン、アイテムへの要望など、今後の製品展開に有用な知見を得た。

## 1. はじめに

瀬戸地域の飲食器、ノベルティ製造業においては市場・販路の開拓が課題であるが、小規模企業が多くコスト競争を強いられる既存大規模市場への参入が難しい。

一方、本県では「あいち山村振興ビジョン」に基づき奥三河等山間地域の観光振興を推進していることから、当センターでも、当地域の有力な地域資源「花祭」の関連市場が、競合する他産地や大手企業の参入がない小ロット生産に適した市場であることに着目し、平成23年度から関連製品の開発を行っている。これまでの調査の結果、花祭関連の土産品は種類、量ともに少なく、瀬戸焼製品参入の可能性が高いことが判明している。そこで本研究では奥三河観光市場に向けて、花祭のための土産品開発を行うこととした。

## 2. 研究方法

## 2.1 製品開発コンセプト

一般に土産品には、場に固有の産物、文化、風物を分かりやすく表わしたシンプルなイメージが求められる。花祭はこれまで「鬼」のイメージに集約されてきたが、舞型神楽であるこの祭には、美しい祭具が彩る祭の空間に数十種の舞が展開する中、舞手と参加者が一体化する魅力がある。新規製品の開発においては、このような祭の魅力を表現する新しいイメージの提案が課題となる。一方で、花祭は集落ごとに伝承されてきたため、祭の系統だけでなく、祭りの次第、衣装、祭具の仕様など、伝承地間で様々な差異が生じている。それら地域の個性は各伝承地の誇りであり、アイデンティティでもある。

そこで土産品開発においては、花祭の全体的なイメー

ジを分かりやすく表現すると同時に、そのイメージを損なうことなく各地域の個性を把握し、随所に活かすため、製品開発コンセプトを次のとおり設定した。

- (1) 花祭の素朴で豊かなイメージを小さな焼きものに表現（旧来の「鉞を持つ鬼の祭」というイメージとは異なる新しいイメージの提供）
- (2) 地域性（各地域の特徴の表現）、共通性（花祭共通のイメージの提供）両面からのアプローチ

## 2.2 素地、加飾方法

花祭の素朴なイメージに合わせ、土味のある赤土系陶土と有色せつ器土を選定し、加飾は自然な質感と彩を表現するため白化粧土と下絵を主とした。

## 2.3 アイテム選定

土産品という製品の性質、「花祭」のイメージ、本産地メーカーの持つ素地の活用を条件に試作アイテムを検討し、湯のみ、箸置、ぐい飲み、土鈴、根付・ストラップの5アイテムとした。

## 2.4 イメージパネル

市場への製品提案のために開発コンセプトと提案の意図を簡潔に分かりやすくビジュアル化した。（図1）



図1 イメージパネル

\*1 瀬戸窯業技術センター 製品開発室

## 2.5 市場への提案と評価調査

東栄町主催の花祭の観光イベント「東栄フェスティバル」で試作品を展示し、提案を行うとともに、瀬戸焼の土産物開発の取り組みをアピールした。また、本製品提案への評価を確認するためにアンケートと聞き取り調査を行い、消費地における試作品に対する評価、土産品への意見、要望を確認した。内容は次のとおり。

調査方法：質問紙法、聞き取り法

調査項目：花祭土産品によいと思う焼きものアイテム（選択、記述）、価格帯、提案品のアイデア・着想の評価（三段階）、提案品の改善点（選択、記述）、土産品への意見・要望（自由記述）＜実施日：平成24年11月3日＞

## 3. 結果および考察

### 3.1 試作

「舞」、「舞道具」、「舞衣装」、祭具の一種「ざぜち」等をモチーフにデザイン、試作した（**図2**及び**図3**）。箸置と湯飲みは産地メーカーの協力を得て作成した。



図2 試作品



図3 試作品（箸置き）

### 3.2 市場への提案

「東栄フェスティバル」における製品提案は多数の来場者の関心を集め、好評を得た。ブースへの来場者内訳は観光客（県内65%、県外19%）、地元住民（21%）であった。男女比はほぼ同じで、年齢は50歳以上が8割強を占めた。

### 3.3 調査結果

展示ブース来場者を対象に行ったアンケート、聞き取り調査の回答数は76（アンケート用紙68、聞き取り8）であった。花祭の土産品に相応しい陶磁器アイテムとしては、湯飲み、ぐい呑みの支持が最も高く、次いで根付・ストラップ類であった。今回の試作アイテム以外では人

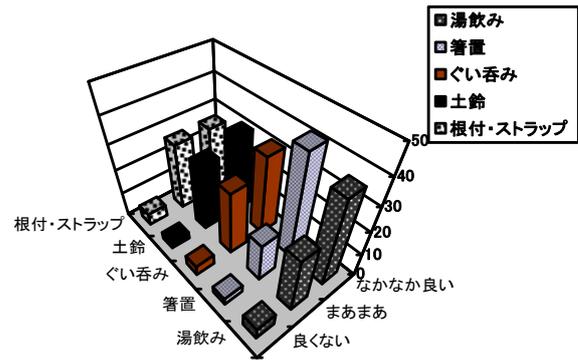


図4 試作品についての評価

形・置物、小さい絵皿などがあつた。希望価格帯は500円から1,000円だが、「品物による」との回答が、500円以下とする回答と同数程度あり、「品質、価値に見合う消費」という消費姿勢が伺われた。試作提案のモチーフやデザイン等の着想についての評価は**図4**のとおりであり、概ね好評であった。特に箸置の評価が高く、絵柄の多様さと楽しさ、箱入りのセット組みが支持された。次いで湯のみも高い評価を得た。

一方、改良点の指摘が多かったのは根付・ストラップ類で素材の脆弱さ、表面の粗さ、裏面の処理、サイズが大きすぎる点が指摘された。また、ぐい呑みに対しては素地の質感と絵柄がミスマッチとの意見が多く、商品化に当たっては土味に合う鉄絵や染付の絵柄を検討すべきと考えられる。土鈴については「良い音」へのこだわり、大きいサイズでの展開が要望された。提案全体への要望として、観光客から製品や花祭のモチーフについて解説やしおりの添付、また地元保存会からは土産品の商品カタログの作成があつた。商品化に当たってはこれらの意見を参考に商品の完成度を高める必要がある。

## 4. まとめ

瀬戸焼の新市場開拓のため、奥三河の地域資源「花祭」観光市場に着目し、土産品を開発した。

- (1) 祭の新しいイメージを提案する土産品として、舞、道具、衣装、祭具をモチーフとして湯のみ、ぐい呑み、土鈴、根付等をデザイン・試作した。
- (2) 消費地でのイベントに出展し、製品提案と評価調査を実施した結果、概ね好評であり、市場参入の可能性が裏付けられた。また価格帯、試作品の改良点、製品への要望等、商品化に向けて有用な知見を得た。

## 謝辞

本研究にご協力いただいた東栄町経済課、東栄町内花祭保存会各位、また、試作にご協力いただいた柴田隆製陶所に厚くお礼申し上げます。