

研究論文

ユネスコ無形遺産「犬山祭」に向けた製品開発

長谷川恵子*1

Development of Ceramic Products for "Inuyama Festival",
a UNESCO Intangible Cultural Heritage

Keiko HASEGAWA*1

Seto Ceramic Research Institute*1

瀬戸産陶磁器製品の山車祭関連分野に向けた販路開拓と新商品開発を支援するために、山車祭関連製品開発の先行事例として、ユネスコ無形文化遺産に登録された愛知県の代表的山車祭の一つ、「犬山祭」に向けて、開催地の NPO、産地メーカーと連携して土産品、記念品の製品開発を行なった。先に開発した犬山祭の山車「車山(やま)」の絵柄素材を応用アレンジする手法を用いて絵柄を展開し、車山柄のミニカップを製作し開催地で公開するとともに試験販売とアンケート調査を行い、製品、絵柄ともに高い評価を得た。

1. はじめに

愛知県下には 150 を越える山車祭が伝承されており、その内犬山祭など 5 件を含む「山、鉾、屋台行事」が、2016 年 11 月 30 日にユネスコ無形文化遺産に登録された。これを受けて本県では「あいち山車まつり日本一協議会」が発足し、官民あげて祭を盛り上げ、山車文化を観光や地域活性化の資源として発信、活用する気運が高まっている。

「瀬戸焼」は土産品や業務用飲食器など、観光に関わる製品づくりの豊富な実績があり、山車祭の分野でも多様な商品の開発が期待できる。そこで、県内山車祭の土産品や記念グッズを開催地域や祭関連分野と協力して開発することにより、瀬戸産陶磁器製品の認知向上、山車祭関係方面での活用促進を図ることとした。

前報¹⁾では、県内山車祭を資源とした観光や文化発信に連動する土産品、記念品を企画、発信する仕組みを構築し、山車の基本類型に基づく汎用性ある絵柄素材とそのアレンジ手法を考案した。本研究ではその有効性を検証するため、製品開発の事業モデルとして、本県の代表的山車祭の一つ、犬山祭をとり上げ、土産品、記念品等の関連製品を開発した。

2. 研究方法

犬山城下に拠点を置き、文化遺産の見える地域づくりに取り組む NPO 法人古代瀬波(にわ)の里・文化遺産ネットワーク(以下 NPO)、産地企業らと連携して実施した。連携による事業イメージを図 1 に示す。

当 NPO は犬山市をはじめ、犬山祭保存会等犬山祭に関連する各方面に広いネットワークを持つことから、その協力を得て犬山祭関連の情報収集、アンケート調査、製品企画を実施した。製品製作は産地メーカーと連携して実施した。開発成果を検証するため、犬山祭の実地で製品を展示公開するとともに、製品の試験販売と製品評価のアンケート調査を行い製品への評価を確認した。

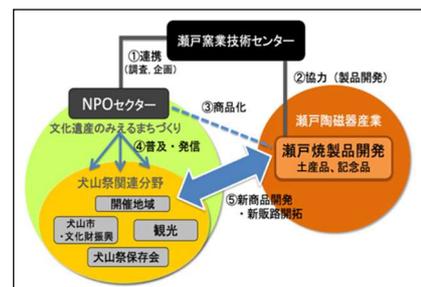


図 1 事業イメージ

3. 結果と考察

3.1 市場調査

犬山祭土産品に対する消費者の意識やニーズを把握するために、平成 29 年 4 月に開催された第 383 回犬山祭で次のアンケート調査を実施した。(回答数 100)

場 所: NPO 拠点「木ノ下城伝承館・堀部邸」
住 所: 犬山市大字犬山字南古券 272
対 象: 祭の観光客、開催地住民
方 法: 質問紙法

調査項目: ①犬山祭のお土産、記念品への関心

*1 産業技術センター 瀬戸窯業試験場 製品開発室

- ②興味のあるアイテム(複数回答可)
- ③お土産品の予算価格帯
- ④犬山祭土産品等への意見・要望
(自由記述)

3.2 調査結果

①犬山祭お土産品、記念品への関心

関心が「ある」67%、「ない」13%

②お土産、記念品として関心が高いアイテム

菓子以外では手ぬぐい、車山ミニチュア、マグネット、ポストカードが、陶磁器製アイテムとしては、ぐい呑み、箸置き、土鈴、ストラップがあげられた。

③お土産品、記念品の予算

自分用、他者へのお土産用ともに、500円以上1000円未満、1000円以上1500円未満がほぼ同割合で大勢を占めた。ただし自分用については1500円以上とする回答も1割程度あった。

④犬山祭土産品への意見・要望

「犬山祭らしさのあるもの」「犬山の歴史への憧憬をかもしだす製品」「犬山祭の車山(犬山祭の山車の呼称で「やま」と読む)のグッズ」等。

以上の結果から、犬山祭記念品、お土産品への関心が高く、アイテムとしては、陶磁器製品ではぐい呑み、箸置き、土鈴、ストラップのように、比較的サイズが小さいアイテムが好まれることが判明した。

また、価格としては、製品の内容や品質に応じて500円から1000円、または1000円から1500円までの2つの価格帯が、設定の目安となることがわかった。

3.3 製品企画

開発する製品を「瀬戸産陶磁器による山車祭グッズの先行事例」と位置付け、市場に導入してその反応を確認するため、商品化、試験販売を念頭に企画を検討した。

開発期間を短縮し、開発コストを削減するため、次の方針とした。

- ①産地メーカーの保有素地を使用する。
- ②絵柄デザインによる製品開発とし、加飾方法は焼成済みの多様な素地に活用できる上絵転写とする。

また、製品の企画にあたっては、調査結果を踏まえて次の3つの条件を設定した。

- ①ポケットに入るサイズ
- ②絵柄が付けやすい形状
- ③上代がワンコイン程度の手頃で求めやすい価格

これらの方針、条件に沿ってアイテム、素地を検討し、株式会社双寿園保有の用途に汎用性のあるミニカップ(磁器製、サイズ:口縁φ58mm×高さ46mm×底φ35mm)を選定した。

これに犬山祭の象徴である車山の絵柄をあしらう、お

猪口サイズのミニカップを企画した。

製品化にあたっては、絵柄を揃えて集める楽しみを狙い、複数の絵柄によってシリーズ化することとした。

3.4 絵柄デザイン

3.4.1 犬山祭のモチーフ

絵柄のモチーフとなる車山の特徴を抽出した¹⁾。

- ・からくり人形:13輛全車山が上山に搭載している。
- ・本県固有の山車類型「犬山型」

12輛が「犬山型」で、外輪4輪、上山、中山、下山の3層構造であり、下本町の「應合子」を除く12輛全ての上山屋根の前後に、白い紙垂(しで)を束ねた「梵天」という装飾が付く。犬山型車山の例として外町の「梅梢戯(ばいしょうぎ)」を図2に示す。

- ・船型車山

新町の「浦鳶(うらしま)」(図3)は、三層の内、下山が船の形をしている。

- ・夜車山(よやま)

犬山祭の見所の一つで、夜に各車山が365個の提灯を灯して巡行する(図4)。

以上の特徴を踏まえて絵柄をデザインした。



図2 犬山型車山



図3 船型車山



図4 夜車山

3.4.2 基本絵柄素材の応用

犬山祭の車山の特徴を活かした絵柄素材2種¹⁾を使用し、それらを加工、アレンジして絵柄アイデアを展開した。使用した絵柄素材を図5に、絵柄の展開例を図6に示す。

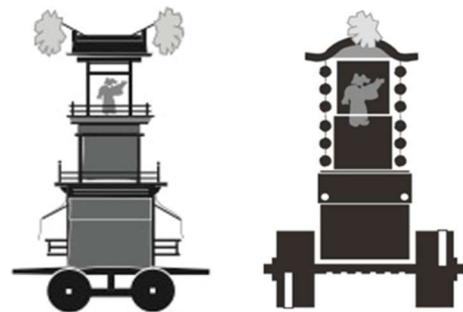


図5 絵柄素材



図 6 展開例

3.4.3 上絵転写原稿画像の作成

考案した絵柄デザインから、シリーズとしてまとまりを持つ 6 点の絵柄を選定し、上絵転写紙の元図となるカラー画像を作成した。

シルクスクリーン印刷の陶磁器用転写紙は、色(顔料)毎に版を作成するため、使用する色数と配色を検討し、犬山祭、車山の色のイメージから黒、赤、黄、青、グレーの 5 色を選定して絵柄に配色した。作成したカラー画像を図 7 に示す。

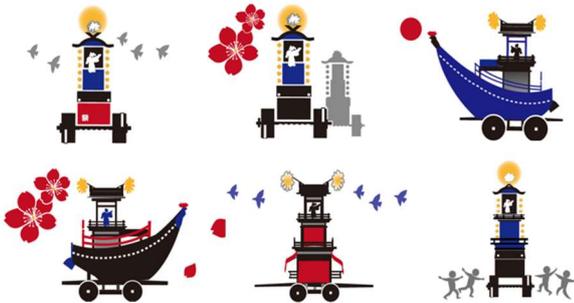


図 7 転写紙用カラー画像

これらの元図を製品側面形状に合わせて変形、割り付けし、さらに絵柄色ごとに分解、ソートして、転写紙印刷用の版下を作成した。

3.4.4 ロゴマーク

製品の裏印に使用するロゴマークをデザインした(図 8)。単純化した手描きの車山画像を囲んで「犬山車山」の手描き文字を配し、手彫り落款風の素朴なイメージとした。このデザインは製品ロゴとしても使用した。



図 8 ロゴマーク

3.5 製作

産地メーカー 3 社により製品を製作した。製造体制は次のとおりである。

- 上絵転写紙製造:(有)酒向シルク(瀬戸市品野町)
- 素地製造:(株)双寿園(瀬戸市杉塚町)
- 加飾・完成:(有)サンコー(瀬戸市川合町)
- 絵柄 6 点と裏印の上絵転写紙を作成し、製品側面に 2

種の絵柄、器裏に裏印を配した。

製品データ

- 素材:磁器、石灰釉薬、加飾:上絵転写
- サイズ:口径 φ58 mm×高さ 46mm×底 φ35mm

4. 商品化

NPO が本製品を「犬山祭・車山猪口カップ」の名称で商品化した。製品画像を図 9、製品体裁を図 10 に示す。犬山祭と 13 輛の車山を解説する葉(図 11)を作成し、製品に添付した。



図 9 犬山祭・車山猪口カップ



図 10 製品体裁

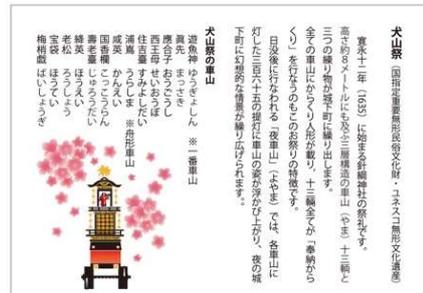


図 11 葉

5. 商品評価

5.1 試験販売

開発製品の有効性を実地で検証するため、平成 30 年 4 月 7 日(土)、4 月 8 日(日)に開催された第 384 回犬山祭で製品を展示公開するとともに、NPO が試験販売を行なった。その概要は次のとおりである。

- 場 所:木ノ下城伝承館・堀部邸
- 販売主体:NPO 法人古代瀬波の里・文化遺産ネットワーク
- 商 品 名:「犬山祭・車山猪口カップ」
- 来 場 者:約 620 名
- 販 売 数:148 個
- 会場の展示風景を図 12 に示す。



図 12 展示風景

5.2 アンケート調査

製品に対する消費者の評価を確認し、今後の商品改良や新規開発へフィードバックするために、並行して来場者にアンケート調査を実施し、当該商品に対する反応を把握した。調査の概要を以下に示す。

対象:犬山祭期間の来場者

方法:質問紙法、聞き取り法併用

調査項目:①手に入れたいかどうか またその理由

②シリーズとしての絵柄の評価

③シリーズとして揃えたいか

④ 絵柄の他アイテムへの展開への意向

回答数:86

アンケート調査結果の一部を図 13 に示す。

犬山祭のお土産品としてこの商品が「欲しい」との回答が 53%であり、「いらぬ」は 21%であった。3.2 調査結果①「犬山祭のお土産品に関心がある」が 67%であることを鑑みると、良好な評価とすることができる。

「欲しいと思う理由」からは、購入動機が、実用性よりも、土産品、記念品として「おしゃれ」「かわいい」「犬山祭らしい」等の、主に絵柄から受ける印象やイメージなどの感覚的要因であることがわかった。

絵柄については、「とても良い」36%、「良い」37%と高く評価された。「絵柄違いで揃えたいか」との設問では 63%が揃えたいと回答しており、絵柄のシリーズ化が有効であることが明らかになった。この絵柄シリーズの他アイテムへの展開については、陶磁器製品では、湯のみ、豆皿、箸置きが挙げられた。

今後、それら別アイテムへの絵柄展開により、商品群としての製品開発が期待できる。また、会場での聞き取りでは、犬山祭の車山、全 13 輻の絵柄によるシリーズ展開への要望が多数あり、新規絵柄の開発が今後の課題となった。

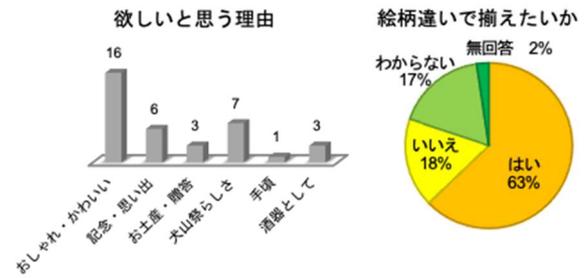


図 13 アンケート調査結果

6. 結び

ユネスコ無形文化遺産「犬山祭」に向けて、現地に拠点を置く NPO と連携して次の製品開発を行なった。

- (1) 犬山祭お土産品に関する意識調査を行い、お土産品に望まれる条件を把握し、「ワンコインで買え、ポケットに入り、集めて楽しい犬山祭グッズ」として車山の絵柄のミニカップを企画した。
- (2) 山車タイプの絵柄素材から多様な絵柄を展開する手法により車山の絵柄群を開発し、産地企業により製品化した。
- (3) NPO が商品化し、試験販売と商品評価のアンケート調査を実施した結果、高い評価を得た。

本研究により、山車祭関連の製品開発において、山車タイプの絵柄素材を活用した絵柄デザインと、それによる製品のシリーズ化が有効であることが明らかになった。この手法はユネスコ無形遺産で盛り上がる県下の山車祭に向けた製品開発に広く応用展開できるため、今後瀬戸産地で活用することにより、山車祭関連分野への製品提案力の向上と新販路開拓が期待できる。

本成果は令和元年 10 月に開催された「陶&くらしのデザイン展 2019」において、多方面との連携による実証的な取り組みと製品の完成度が評価され、選奨金賞を受賞した。

謝辞

本研究の実施に当たり、各種調査、製品企画、試験販売等にご協力いただいた NPO 法人古代瀬波の里・文化遺産ネットワーク理事長赤塚次郎様をはじめ事務局の皆様様に厚くお礼申し上げます。

文献

- 1) 長谷川恵子: あいち産業科学技術総合センター研究報告, 6, 46-49(2017)