

## 萬古焼製品の高度化研究

—「半磁器土の特性を活かした製品意匠開発」—

北川 幸治\*, 榎谷 幹雄\*\*, 水野 加奈子\*\*

Study on Level Up of “BANKO Pottery” Product  
—Development of Sample Products for Semi-Porcelain—

by Kouji KITAGAWA, Mikio SAKAKIYA and Kanako MIZUNO

### [要旨]

近年の国内市場において不振が続いている半磁器製品の新たな可能性を探るために、「排泥鑄込み成形」による試作品を企画・意匠開発しました。

製品は、一つ一つのシェイプにこだわり、表面処理・焼成等の変化による半磁器素地の様々な表情を探求しました。

そして、ディスプレイの提案として排泥鑄込み製品専門メーカー「排泥社」(はいでいしゃ)を想定し、その直営アンテナショップ「K`a-Ba-Ya」(がばや)での商品展開をシミュレーションしました。

### 1. はじめに

量産型陶磁器の成形方法は、一般的に動力ロクロ成形、プレス成形、鑄込み成形に大別されます。その中でも石膏型を使用した排泥鑄込み成形は、大正期以後の半磁器製品の製造拡大にともなって、四日市萬古焼においてもっとも一般的な成形方法でした。

昭和になってからは排泥鑄込み成形の他に、石膏型に圧搾空気の圧力により泥漿を充填する圧力鑄込み成形法が普及し、それによる皿、鉢類の生産が増えました。一方、「袋物」と呼ばれる壺、花器や複雑な形状のピアマグ等の量産方法では排泥鑄込みが唯一の成型方法であり、「ガバ鑄込み」の通称で、萬古焼を代表する成形法として現在も生産が続いています。

しかし、近年の輸出不振、中国・東南アジア製品の大量流入、国内での土ものブーム、そして慢性的な構造型不況により、半磁器製品の生産量は

減り続け、それにともない排泥鑄込み成形による製品も減っています。

けれども元来、半磁器による排泥鑄込み成形は、そのきわめて優れた成形性と「磁器よりも大物成形に向く」、「顔料や色釉の発色が良い」等の特性を持ち、優れた企画・意匠と販売力があれば、現在でも国内外においてかなりの市場性とニーズがあると考えられます。また、萬古焼産地には長年に渡り培ってきた半磁器と排泥鑄込み成形法に関する技術とノウハウもあります。

そこで、排泥鑄込み成形による半磁器製品の企画と意匠開発をすることにより、萬古焼製品の高度化を支援する研究を行いました。

\* 窯業センター伊賀分場

\*\* 窯業センター応用技術グループ

## 2. 試作品企画

### 2. 1 ターゲット

近年のプロダクトデザインでは、ユニバーサルデザインに対応する事が必須条件になりつつあります。老若男女、障害者にも対応できる製品作りが企画者とデザイナーに求められています。しかし、製品企画にはターゲットとする消費者層が当然あります。そこで、今回の製品企画では、成人、乳幼児、女性等、消費者（使用者）ターゲットを絞りながらも、誰にでも使いやすいデザインとすることをコンセプトとしました。

### 2. 2 製品ベーシックコンセプト

企画にあたっての製品ベーシックコンセプトを以下の通りとしました。

- 製品一つ一つのシェイプにこだわる
- 釉薬、化粧等の加飾、焼成方法の工夫により表面処理にこだわる
- 制作者と消費者の価値観（付加価値の創設）にこだわる
- 素材（半磁器）の良さにこだわる

### 2. 3 試作品個別データ&コンセプト

#### 試作品1 (図1)

- アイテム種別 : 壺
- 作品名 : オモウツボ
- 基本ターゲット : 20代女性
- 加飾 : 色化粧土10種
- 焼成 : 1190℃還元焼成
- コンセプト : 土原型のおもしろさをそのまま壺に



図1 (オモウツボ)

#### 試作品2 (図2)

- アイテム種別 : ビアジョッキ
- 作品名 : Banana (ばなな)
- 基本ターゲット : 20代女性
- 加飾 : 石灰透明色釉
- 焼成 : 1230℃酸化焼成
- コンセプト : たっぷり、グビグビ、Beerを飲もう。オシリが大きくて実にどっしり。バナナの取っ手が手にしっくり。



図2 (Banana)

#### 試作品3 (図3)

- アイテム種別 : 花器
- 作品名 : ネッシー
- 基本ターゲット : 女性
- 加飾 : 色化粧土6種
- 焼成 : 1190℃酸化焼成, 1190℃炭化焼成
- コンセプト : クネクネの大きな一輪挿し!



図3 (ネッシー)

## 試作品 4 (図 4)

- アイテム種別 : 本立て
- 作品名 : ホトンド・オブジェA
- 基本ターゲット : 男性
- 加飾 : 色化粧土10種
- 焼成 : 1190℃ 炭化焼成
- コンセプト : 地形と地層の造形物は「自然」「環境」を意識させる



図 4 (ホトンド・オブジェA)

## 試作品 5 (図 5)

- アイテム種別 : 玩具&器
- 作品名 : NIKO-RIN (にこりん)
- 基本ターゲット : 乳幼児
- 加飾 : 石灰透明色釉
- 焼成 : 1190℃ 酸化焼成
- コンセプト : ニコニコ, リンリン! 赤ちゃんの玩具に... 大きくなったら何を入れてみようかな.



図 5 (NIKO-RIN)

## 試作品 6 (図 6)

- アイテム種別 : フリーカップ
- 作品名 : ROOT
- 基本ターゲット : 女性
- 加飾 : 色化粧土10種
- 焼成 : 1190℃ 酸化焼成, 1190℃ 炭化焼成
- コンセプト : ザラザラのタンブラーでビールをどうぞ



図 6 (ROOT)

## 試作品 7 (図 7)

- アイテム種別 : 花器
- 作品名 : ホトンド・オブジェB
- 基本ターゲット : 問わず
- 加飾 : 色化粧土10種
- 焼成 : 1190℃ 炭化焼成
- コンセプト : 地形と地層の造形物は「自然」「環境」を意識させる



図 7 (ホトンド・オブジェB)

## 試作品 8 (図 8)

- アイテム種別 : 火もらい, 陶灯器
- 作品名 : B O Z U
- 基本ターゲット : 問わず
- 加飾 : 火色焼締
- 焼成 : 1230℃ 炭化焼成
- コンセプト : 夜の戯れに. おひとつ如何?



図 8 (B O Z U)

## 試作品 9 (図 9)

- アイテム種別 : 花器
- 作品名 : バオバブ
- 基本ターゲット : 女性
- 加飾 : 色化粧土 6 種
- 焼成 : 1190℃ 酸化焼成, 1190℃ 炭化焼成
- コンセプト : 安定の良い花器って, 使いやすい!



図 9 (バオバブ)

## 3. 結果と考察

制作した試作品は試作に終わらせることなく、商品化と市場での好成績を最終的な目標とするため、市場における評価と有意性をはかる必要があります。そこで、排泥鑄込み製品専門メーカー「排泥社」(はいでいしゃ)を想定し、その直営アンテナショップ「K a-Ba-Ya」(がばや)での商品展開をシミュレーションすることとしました。

試作品は全国陶磁器試験研究機関作品展「陶&くらしのデザイン展2001」に出品し、好評を得ています。

## 4. まとめ

デザイン開発においては常に世の流行に対して密接な情報を得ていく必要があるわけですが、陶磁器に関しても同じく、刻々と移り変わる消費者の気持ちに入るべく、調査を続ける必要があります。「K a-Ba-Ya」(がばや)での商品展開は、そのような情報収集の中で萬古焼製品に期待される企画とデザインを想定し、排泥鑄込み成形という既に完成された技法を見直すというところから始まりました。このコンセプトが陶磁器業界の理解を得て、排泥鑄込み製品専門メーカー「排泥社」(はいでいしゃ)の製品、「K a-Ba-Ya」(がばや)での商品展開が流通に乗り、実際の市場で並ぶことが最終的な研究成果になると考えています。



図10 (試作品展示全景)