

伝統工芸を海外とコラボして 新たな取り組みへ！



株式会社クリエイティブ・ワイズ 代表取締役 三宅曜子

日本の伝統工芸は、今新たなチャレンジの時が来ている。例えば漆器類なども、今のライフスタイルでは使いにくいものもある。電子レンジや食洗器で使用できないなど、外食産業などでは使いにくい場合も多い。特に蒔絵や金彩などが施されているものは、丁寧に扱わなければならない、重ねることもよくない。また、海外では食事情が違うため、欲しくても日常的に使えないこともある。

陶器類の中には欠けやすかったり、変色しやすかったりするものは、やはり使いにくい。



輪島塗と海外デザイナーのコラボ商品

今年1月にシンガポールで石川県とシンガポールとのコラボレーション事業に参加した。石川県には輪島塗、山中塗、九谷焼、加賀友禅など有名な伝統工芸がある。

また、食材も伝統野菜の「加賀野菜」など、京都に劣らないものも多くある。

私は4年前から石川県が自信をもってブランドといえる商品を選定する「プレミアム石川ブランド」の認定審査委員長を仰せつかっており、5テーマの商品カテゴリーで県内から募集したものを、一次審査は県の外郭団体の委員が審査し、絞り込んだものの中から「機械」、「情報」、「繊維その他産業材」、「食品」、「伝統工芸品・生活雑貨・インテリア等」の5部門で、各1社1アイテムのみが「プレミアム石川ブランド」となる。



石川県の紹介パネル



輪島塗



九谷焼の紹介コーナー



山中塗のワイングラス

この審査を行っていることもあり、シンガポールと石川県のコラボレーション企画の取り組みを見ることと、シンガポールで最も権威ある会員制倶楽部での招待イベントのコーディネートをするため行ってきた。

■シンガポールのコンセプトショップでの石川県の取り組み

ここでは、日本の伝統工芸はこれからこのような取り組みが重要になってくることが明確に意識できる素晴らしい取り組みが行われていた。

28年度の集大成として、石川県が行っている事業に、シンガポールと石川県との商品づくりのコラボレーションがある。

まず驚いたのが、九谷焼の技法を取り入れ、現地の若手デザイナーがデザインした食器だった。

なんと、九谷焼のスターウォーズ柄なのだ。それも非常に緻密でしゃれている。単色で作上げた皿には目を凝らすと、スターウォーズのキャラクターが出ている。



九谷焼のスターウォーズ柄シリーズ（右端の写真は柄を部分拡大）

又、シンガポールの名物のマーライオンの噴水の柄や、海の柄などは、日本とシンガポールの融合のイメージが美しく表現されている。日本酒を持った、思わず笑えるユニークな招き猫柄もある。

これらを見ていると、日本の伝統工芸がこのようなスタイルになると、国内でも使いやすく、日常生活の中に溶け込みやすい状況になることが見えてくる。直径18センチの皿1枚が日本円で1万円以上するが、日本人が買っていく場合も多いという。



九谷焼の招き猫



九谷焼のマーライオンと海の絵柄

またインテリアショップでは、日本のちゃぶ台をイメージしたテーブルがある。ちゃぶ台のままだったら、なんとなく洋風なインテリアに合いにくいイメージであるが、高さを若干高くしたり、カラーを変えたりすることで、リビングやダイニングテーブルとしてだけでなく、サイドテーブルとしても使える。



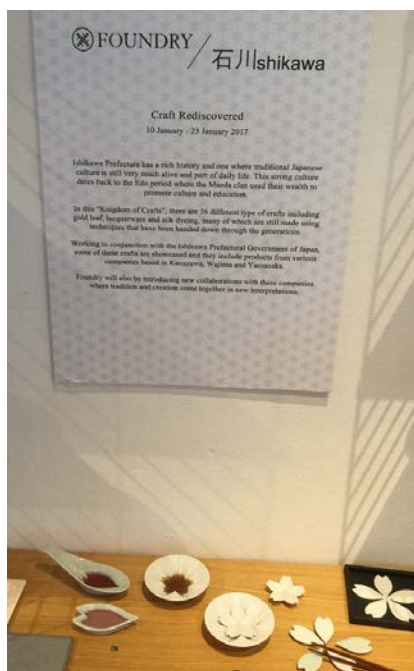
シンガポールのコンセプトショップ



ちゃぶ台をイメージしたテーブル

輪島塗も、日本では高級漆器としてデパートの食器売り場の中でステータスの高い位置に並べられるが、それがアクセサリなどになると出番が多くなり、日常使いとして活躍するようになる。

シンガポールの若手デザイナーの作品を紹介する施設にも行ったが、奇抜なものより、日常使いやすく、しかもしゃれたイメージのものが多く出されていた。以前の石川ブランドの中で繊維部門プレミアムブランドになった「天女の羽衣」は、海外でより一層高付加価値な商品となり、国内外から高く評価される商品になった。商品開発は、自社の技術とデザインのみで作り上げるだけでなく、このように若手デザイナーやプロデューサーなどとコラボレーションすることで、一層磨かれ、新たな輝きが出てくるものだ。



デザイン性の高い器類



上2つ) 輪島塗のアクセサリ



左下) シルクの新たな商品

右下) シンガポールデザインの輪島塗のスマホケース

■シンガポールの会員制倶楽部「タングリンクラブ」でのコラボレーション事業

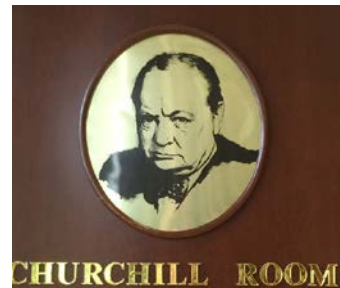
シンガポールのタングリンクラブとは、シンガポール在住の財界人など富裕層が集う超高級会員制クラブで、現在会員数は4,300名。高級レストラン「チャーチルルーム」、ジム、スパ、宿泊施設などがあり、シンガポール人は入会するのに10年かかるという。

昨年4月に実施した「ワールド・グルメ・サミット」で、同クラブレストランの料理長が出席したことをきっかけに、同クラブによる日本の自治体と連携したフェア開催は初めてとなり、石川県産食材や酒の紹介などの開催が決まった。そこでの石川県産食材と酒、ドリンクも付いたランチとディナーを1月に2回実施した。

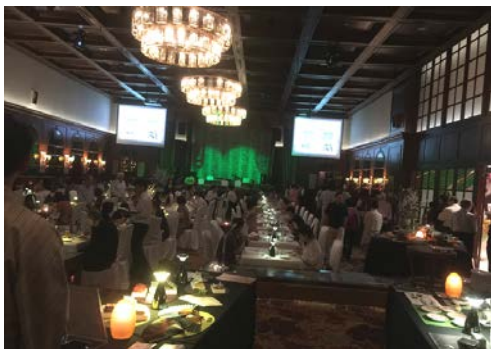
1回目は日本から加賀料理の料理人が行き、日本料理を提供。2回目は日本から料理人1名が行き、地元シンガポールのフレンチのシェフたちが石川県の食材を使った洋食を提供した。ディナーは一人1万5千円程度で、会員のみが参加できる。もちろん有料であるが、そのディナーの前に、輪島塗、加賀友禅、九谷焼のワークショップを行い、私も手伝った。輪島塗は塗り箸や塗のスプーンに金を入れていく沈金を体験してもらい、加賀友禅は下書きをした布地に絵付けをしてもらう。九谷焼も白磁の器に絵付け体験を参加者にしてもらった。参加者は皆真剣に取り組み、日本の伝統工芸のよさを十分に理解してもらえたと思われる。

これらの体験は、今後海外とのコラボレーションだけでなく、国内においても積極的に行うことが、新しい商品開発にも結びつくものだと思う。

更にそこでは、これら伝統工芸の本格的な商品を即売する催しも行われた。



上) タングリンクラブ外観
下) タングリンクラブ内チャーチルルーム



チャーチルルームでの石川県パーティの様子



チャーチルルームでの石川の酒の紹介

今世界的にみても、日本ブームだといわれている。

しかし、本来の日本のよさを知ってもらうためには、まず体験から行っていくほうが良いと思う。今日本の若い層の人たちはこれら伝統工芸のよさを理解していない人が多くなっている。輪島の職人さんに聞くと、みそ汁を入れた輪島塗の椀を電子レンジで温め、底が浮いてしまい、使えなくなったとクレームを出す人もいるという。使い方を記載していても、それを読まずにやってしまうようだ。木の器に漆をかけると、木の中に若干残っている水分がマイクロ波加熱することで外に出ようとするために浮きが出てしまうのだが、それを知らない人が多い。

最近では本漆器が売れなくなったため、蒔絵などを施し、一層高級なものになり、それにより一般の食器とイメージが合わなくなり、ますます使わなくなり、食器棚の奥に収められるようになる。

このような悪循環を見直す時期に来ていると、今回のシンガポールで確信した。



加賀友禅のワークショップ



輪島塗のワークショップ

マーケティングコンサルタントとして、中小企業支援及び指導、商業活性化事業、まちづくり事業等、顧客のニーズを的確に捉えた市場開発とアプローチ手法等、幅広い分野におけるマーケティング全般のアドバイスを全国各地で手掛ける。また、平成19年度より地域資源活用事業の政策審議委員、国会での参考人をはじめ、全国で地域資源を活用した事業推進、農商工連携事業、JAPANブランドプロデューサーなど幅広く活躍中。

- 経済産業省地域中小企業サポーター
- 同、伝統的産業工芸品産地プロデューサー
- 中小企業基盤整備機構経営支援アドバイザー
- 同、地域ブランドアドバイザー
- 内閣官房 地域活性化伝道師
- 同、クールジャパン地域プロデューサー
- 広島県総合計画審議会委員 他