

瀬戸焼振興ビジョン改定委員会（第2回目）

日 時：令和4年4月25日（月）

14時00分から15時45分

場 所：パルティセと4階 第1・2会議室

出席者：改定委員 6名

事務局 6名

【内容】

- 1 挨拶
- 2 瀬戸焼振興ビジョン改定の素案について
- 3 その他

【内容】

1 挨拶

- ・地域振興部長よりあいさつ

2 瀬戸焼振興ビジョン改定の素案について

事前に送付したビジョン改定案について、事務局より改定のポイントと構成をお伝えし、委員からご意見をいただいた。

ビジョン改定素案全体について

●委員

- ・抽象的な表現が多いため、具体的なイメージがしにくい。
- ・具体性と中長期的な目線で事業を検討する必要がある。
- ・統計の中で従業員一人当たりの付加価値額が増加しているが、コスト削減によるものであり、商品の付加価値が高まっているわけではないと思われる。
- ・そもそも陶磁器業界は賃金が低いことが、成り手が不足している要因だと思われる。
- ・本質的な価値を上げるためにはその分野におけるトップランナーが必要だと考える。
- ・購入者目線（売上）で書いてあるが、アマチュア陶芸家などのファン（愛着）を取り込む目線が必要。瀬戸焼検定などの仕掛けによって取り込むのも一つの方法だと考える。

●委員

- ・ビジョン全体の構成について、ロジックツリー等を使った整理が必要ではないか。一番大きな目的の部分のメッセージをわかりやすく決めて伝えることが必要。
- ・基本方針1の評価指標となっている「付加価値額を上げる」は、製造量を増やすことで実現したいのか、より高価なものを販売することで実現したいのか、この部分が不明瞭である。

●委員

- ・ビジョンで実現したいこと、取り組みたいことを明確に、直接的に表して説明してほしい。この取り組みたい内容に現状突破の糸口を見いだせるかがカギとなる。
- ・P. 12 のワーキンググループで出た意見と P. 18 への目指すべき姿・方針に少し乖離があるように感じるため、精査する必要があるのではないか。
- ・基本方針や重点戦略に基づいて、関連する事業をすべて実施する必要はなく、特定の事業を集中的に取り組むことで、現状を打開するやり方も必要である。
- ・産地の在り方が変わっている中、瀬戸はどのような産地を目指していくのかを考える必要がある。
- ・瀬戸は産地としてある程度の大きさがあるので、後発的にイメージを作るのは難しい。
- ・他の陶磁器産地の状況を踏まえて瀬戸ならではの活路を見出していく必要がある。

●委員

- ・瀬戸の陶磁器産業は悲惨な状況。瀬戸陶磁器卸商業協同組合も、ピーク時は約 240 社の登録があったが、現在は 54 社になっている。
- ・代が変わると組合を抜けてしまう傾向にある。
- ・現状ある問題の何を解決すればよいか、目の前の何に取り組めばよいか、もう少しわかりやすく記載してほしい。

●委員

- ・これからは、カネでもモノでもなく人と人との繋がりが重要であると考えている。

●委員

- ・補助金や仕事の提供など一時凌ぎの支援ではどうにもならない状況になっている。
- ・例えば、顧客はすぐに納品を希望する一方で、作る側は窯が埋まらないことが理由で納品が 1 か月以上先になる、といった状況もあるが、これは顧客ニーズにこたえられていないことになる。この例のみでなく、人手やお金、仕入れ不足等で顧客ニーズにこたえられない状況をどう改善するか。
- ・若手の従事者が減少し、高齢の従事者の割合が多くなっている。
- ・国際情勢の影響で物価が上昇しておりその影響もうけている。
- ・理想を描くだけでなく、現実に合ったビジョンを考えるべき。

●委員

- ・陶磁器産業の製品出荷額は、市の産業に占める割合が 1 割を切っている。
- ・何をもって産地のブランドとするのか考える必要がある。
- ・今までどおりの幅広いボトムアップや横並びの支援ではなく、けん引力のある人材を育てることに集中した方法を考える必要がある。行政が苦手とする「特定の人」向けの施

策だが、例えばコンテスト等を実施し、最優秀者には発表の場を提供するなど、公平なルールをもってすれば支援対象を決めることはできる。こういった集中的なアクションプランにしていくべき。

●委員

- ・陶祖まつりの来客者を見て、ファミリー層と年配夫婦が多いと感じた。絵付けなどの体験が人気であった他、旧深川小学校で行われたイベントでは、焼物に関わる道具を購入する人も多く、焼物に取り組むために必要なものが揃えられる、という強みや、そうした文化を改めて感じた。
- ・瀬戸の人は食事をしていて器が気になる人が多い、いい器で食べるとよりおいしく感じる、という文化も根付いている。そういう体験を多くの人にしてもらえるとよいのではないか。

●委員

- ・こうしたエンドユーザーの視点をもってビジョン改定のロジックを組み立てる必要がある。

●委員

- ・StudioM、アイトー、Land of Pottery など、これまでとは一味違うものの人気が高い。こういった人が産地をけん引するリーダーになっていくと街に活気があふれる。
- ・あれもこれもやってしまうと、本当に意味のある事業ができなくなるので、特定の事業に集中して取り組むべき。

●委員

- ・あれもこれもと全てに手を出すことは難しい上に効果も薄くなる。正しい方向を見定めて支援することが重要。
- ・トップランナーがいると、そこに人が集まることで産地が活発になるということもある。
- ・この指とまれで人を集め、そこに集中して支援することで新しい形が生まれたりやり方も必要。

●委員

- ・瀬戸市は、市民がまちに愛着を持っていない印象がある。陶磁器関連の業者だけでなく、市民も誇れるまちになりシビックプライドを高めるのにどうしたらよいのか考える必要がある。

●委員

- ・ギフトショーへの出展など、顧客を新たに掘り起こすようなことをもっとやるべき。
- ・目先で困っていることを解決する支援ではなく将来のある人達にスポットを当てた支援

をするべき。

●委員

- ・有田焼でできたコーヒードリップが、インターネット等で流行しており、そこで技術力の高さについてもアピールしている。こうした目新しいものをきっかけとした情報発信のやり方も考えるべき。
- ・ネームバリューがあるからこそ目新しいものが流行するという側面と、製品力のアピールから産地を知ってもらうという側面があるので、どの方法でどのような効果が得られるかは検討が必要。
- ・瀬戸は何ができるのか、どういうものを作っていくのか、陶磁器の産地としての方向性を考える必要がある。

●委員

- ・他を同じではなく、瀬戸ならではの考える必要がある。
- ・多治見市のアニメのように、陶磁器以外のものとの掛け算で考えるとおもしろいものができる。
- ・瀬戸焼はオーソドックスなものが多いのが良い点。一方で、大きな産地だからこそ、もう少しのチャレンジがあってもよい。

●委員

- ・瀬戸は器、ノベルティ、ファインセラミックスなど多種多様なものを作っており、統一感がない。そのすべてに焦点を当てていくとなると効果が薄まっていく。どの部分を取り上げていくのか、考える必要がある。
- ・伝統的工芸品も「瀬戸焼」ではなく「赤津焼」「瀬戸染付焼」が認定されているのも、瀬戸の焼物の多様さが表れている。

●委員

- ・ビジョンのタイトルは、平成23年度策定時は「瀬戸市地場産業振興ビジョン～陶都瀬戸復活に向けて～」であったが、平成28年度改定時に「瀬戸焼振興ビジョン～陶都瀬戸の産地力向上に向けて～」と変更している。今回も変更したらどうか。今回もここで記載する内容が、瀬戸の目指すべき方向の指針になっていくと思う。

計画の体系図（アクションプラン）について

●委員

- ・今回の第2回目改定委員会の前半で話をしてきた内容とこの体系図の内容が一致していないように感じる。アクションプランは1つ1つに紐づくものでなく、複数にまたがったものになるのではないか。

●委員

- ・どれもこれもではなく、基本方針や重点戦略を横ぐしで考えてアクションプランを考えてはどうか。

●委員

- ・行政の考えと陶磁器関係者の考えが違うと感じた。

●委員

- ・関係者が「ビジョンに記載してあるからやる」、ではなく、実際にやるべきことをやらな
いといけない。トップランナーなど前向きにやる人を支援すべき。

●委員

- ・2025年問題にもあるように、事業継承ができないために廃業になっていく事業者が
陶磁器関連事業者にも多い。これ以上減らさないためにできることを考え、ビジョンに
反映できないか。
- ・コロナ禍から回復した後、事業再開に資金が必要になるのに加え、各種返済も同時期に
開始されるため、そうした面でも事業継続が難しくなる事業所が増えることが予想され
る。

●委員

- ・各事業所で考えるのではなく、産地全体として支えあっていくような、モデルケースが
生まれるとよいのではないか。
- ・これまでの考え方に縛られず、特化した取り組みをビジョンに盛り込んでもらいたい。

7 その他

- ・今後のスケジュールについて報告した。

以上。