

丹波焼の郷を守る

兵庫県篠山市政策部創造都市課 小山 達明



1. はじめに

一昨年秋のことである。山あいには軒をつらねる丹波焼の窯元のそれぞれの間には細かな路地が張り巡らされており、朝日を浴びながら歩いたときにあまりの景色のすばらしさに感動をした。

しかし、このほのぼのと心を癒すやさしい路地は陶器まつりの日となると豹変し、この地域の持つ魅力の底力を見せることになる。所狭しと陳列される数々の陶器と、路地からこぼれ落ちそうなほどに行き交う人でまち全体が活気に満ち溢れるのである。

その丹波焼が、衰退の危機にさらされているという。後継者問題など、今までになかった新たな課題を抱え始めているというのである。今回のレポートにおいて、丹波焼が抱える課題を明らかにし、丹波焼と、この風景を未来に受け継ぐための施策について検討をする。

2. 丹波焼の概要と、丹波焼をとりまく環境

丹波焼が何かを知るためには、その地域と生産者を抜きにして語ることはできない。ここでは、丹波焼をとりまく環境について確認し、活性化に向けた提言のための礎とする。

(1) 篠山市今田町と丹波焼の概要

兵庫県篠山市は篠山城跡を中心として古いまち並みが残存しており、古民家を活用したカフェやホテルなど、観光地として人気を博している。篠山市の観光地としての大切なコンテンツの一つが丹波焼である。丹波焼の郷、篠山市今田町は、瀬戸、常滑、信楽、備前、越前とともに日本六古窯の一つに数えられ、約800年の歴史を持つ日本有数の陶器の産地である。山あいの道沿い約2キロメートルにわたって約60件の窯元が連なり、窯元の家々を結ぶ細かな路地には、窯元からたゆたう煙や、夕飯の支度の匂いが届くような温かさや風情を有している。

本来は、釉薬を用いないチョコレート色をした壺などが丹波焼とされていたが、現在は民芸運動の流れも受けて、窯元が様々な色や技法を用いてそれぞれに趣向を凝らした日用雑器を作っている。また、作陶の方法は、それぞれの工程を専門の業者が行う「分業性」ではなく、土選び、ろくろ、絵付け、窯焼、販売といったすべての作業をひとつの窯元で行っている。いわば、こだわりの職人がそれぞれの技術を用いて一貫通貫で作りあげる「職人の魂が宿った」器である。

(2) 丹波焼立杭陶磁器協働組合の抱える課題

では、それぞれの窯元が、すべて単独で事業を行っているかというところではない。丹波焼立杭陶磁器協働組合を昭和25年12月に設立し協働で事業を行っているのである。組合の主要事業としては、原材料である土の共同購入、共同受注、春および秋の陶器まつり運営、「丹波焼伝統

工芸館「陶の郷」の運営、展示会出展などである。

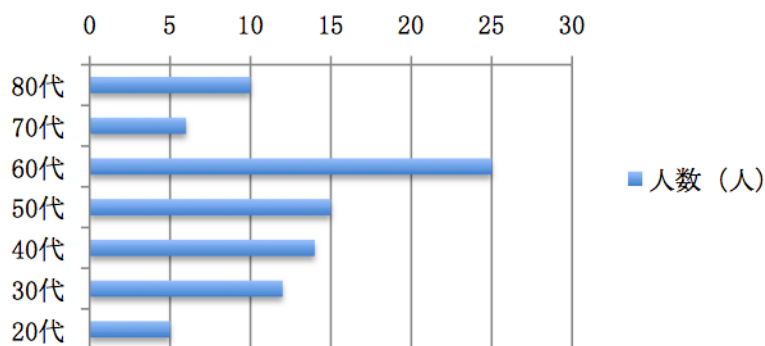
組合には現在 52 件の窯元が加盟しているが、ここ最近では、窯元さんからは異口同音に「後継者が減っており、10 年後には 10 件程度減るのではないかと」の声を聞くようになった。高齢化や窯元数の減少は、組合の活動に支障をきたすことになる。それは、陶器まつりなどの組合活動には、準備や片付け作業などの労働作業も必要となるからである。

(3) 窯元と後継者の問題

では、高齢化や減少が危惧されている窯元について詳しく見ることにしよう。窯元の数、明治時代には 130 軒ほどに達したが「現在は約 60 軒にまで減っている。「陶器を作れば売れる」という景気の良い時代が終わり、窯元の家で育った方が他の仕事に就くことが増えてきているという。しかしながら、そういった現状がありながらも、後継者について、陶磁器組合で深く議論されてきたわけではなかった。なぜなら、窯元同士は同業者であり、なおかつ、同じ地区に住む住民であるため、後継者に関する問いは、私生活や商売に関する踏み込んだ繊細な内容となるため、問うことを憚られたからだという。

そこで、窯元の状況を客観的に把握するために、丹波焼陶磁器組合の組合員の年代別人数を確認した。

表 1：丹波焼陶磁器組合の組合員の年代別人数



* 陶の郷ホームページ窯元紹介および聞き取りにより作成

表 1 より、60 代の職人の人数が一番多く、次いで 50 代、40 代と少しずつ減っていることがわかる。今年度は 2 件の窯元が組合を脱退し、うち 1 件は作陶を続けているが、もう 1 件は廃業をした。

年代別の人数でおおよその傾向を見ることはできるが、後継者の有無までを見ることはできない。そのため、年齢分布を一覧にした右の表「丹波焼陶磁器組合の窯元の年齢分布（現在）」を作成した。表の黄色部分の通り、60 代に後継者がいない窯元が多く、11 件ある。もし仮にこのままの状態、10 年が経過したとすると、この 11 件の窯元

表 2：丹波焼陶磁器組合の窯元の年齢分布

	80	70	60	50	40	30	20
1				1		1	1
2				1			1
3				1			1
4	1		1				1
5			1				1
6				1		1	
7	1		1			1	
8			1			1	
9			1			1	
10			1			1	
11			1			1	
12			1			1	
13			1			1	
14			1			1	
15						1	
16						1	
17	1		1		1		
18			1		1		
19			1		1		
20			1		1		
21		1			1		
22		1			1		
23		1			1		
24		1			1		
25		1			1		
26	1				1		
27					1		
28					1		
29					1		
30					1		
31		1		1			
32	1			1			
33	1			1			
34	1			1			
35	1			1			
36	1			1			
37				1			
38				1			
39				1			
40				1			
41				1			
42	1		1				
43			1				
44			1				
45			1				
46			1				
47			1				
48			1				
49			1				
50			1				
51			1				
52			1				

* 陶の郷ホームページ「窯元紹介」および聞き取りにより作成

が 70 歳以上の職人のみとなり、組合の脱退または廃業の増加が懸念される。

表 3 : 20 代～60 代までの年代別人数

年齢	現在	10 年後	20 年後	30 年後
60 代	25	15	14	12
50 代	15	14	12	5
40 代	14	12	5	X
30 代	12	5	X	X'
20 代	5	X	X'	X''
合計	69	46	31	17

* 陶の郷ホームページの窯元紹介および聞き取りにより作成

30 年後までの年齢の推移を見て、単純に今の人数を確保するとなると、1 年に 1～2 名程度の新規参入者か後継者が必要となることがわかる。しかしながら、現状では盛んにスタッフの受け入れを行っている窯元は少ない。分業制ではなく、商社や問屋も存在しないことから、営業や納品、展示会や祭といった組合活動の際には作陶ができないため、弟子やスタッフを受け入れた方が効率が良いと思われるが、それほど活発に雇い入れるような状況ではない。かつては、内弟子として住み込みで、寝食をともにしたような形で弟子をとることもあったが、今はその例はない。その辺りの理由を、ある窯元さんに尋ねたところ、全てを自分で行うことに慣れていることや、スタッフの分の仕事や責任を負うことが負担になるという理由のほか、独立させるための資金提供などの責任を感じることもあり、スタッフは受け入れないとのことであった。

では、まったく他からのスタッフ受け入れがないかというところではない。組合の中では、30 代の若い窯元の 4 件が各 1 名ずつスタッフを受け入れている。他には、10 年ほど前に、京阪神から通いながら 3～5 年間修行をし、その後に窯を開いた例が 3 件ある。このようにタイミングや条件が整えば、外部から篠山へ来て窯を開くということは不可能ではないのである。

(4) 丹波焼伝統工芸館 陶の郷

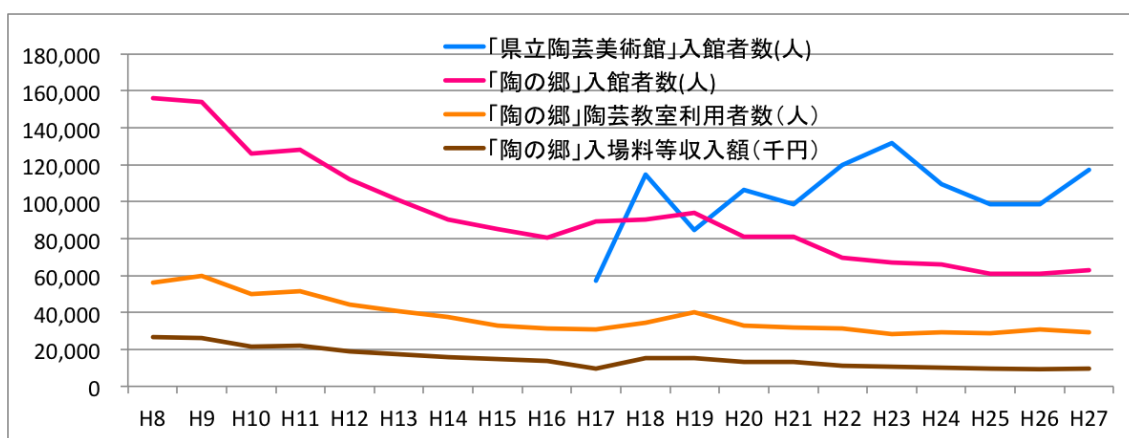
ここまでは丹波焼の生産者を見てきたが、一方で観光地としての魅力はどうだろう。篠山市が所有し観光客をお迎えする施設が「丹波焼伝統工芸館 陶の郷」である。昭和 60 年に丹波焼の振興のために創設されたこの施設は、陶磁器にまつわる展示、会議室、ギャラリー、ショップ、レストランのほかバンガローやテニスコートなどを備えた複合施設であり、団体バスの受け入れなども可能である。また、陶の郷には、組合に加盟している全ての窯元の作品が並ぶ販売店「窯元横丁」があり、アンテナショップとしての機能を有しており、窯元や組合にとって、なくてはならない施設となっている。

ここ数年は、入場者数が減少しており、それに比例して陶芸教室の利用者数も減少、バンガローやテニスコートにいたっては、ほとんど利用もなく事実上は閉鎖している状態である。入場者減少に伴う、入場料収入や窯元横丁の売上低下は悩ましい課題であるが、対策はできていない。

入場者数の推移を見ると、入場者、陶芸体験者数のいずれも減少しているが、入場者数の方が、減少率が高いことから、「窯元横丁や展示を見るためだけに来る人」が大きく減ったということがわかる。原因としては、施設の老朽化や展示内容の魅力低下や、隣接地に県立美術館が建設されたことが考えられる。

そのほか、各窯元で、陶芸体験の受け入れを始めたことも入場者減少の原因の一つである。かつては窯元が直接に陶芸を教えることは少なかったが、現在は 32 件の窯元が陶芸体験を受け入れている。もちろん窯元さんに直接指導いただくことは、それぞれの窯元のファンが増えることになるため、良いことではあるが、陶の郷の入場者減に繋がるとすれば悩ましい。

図 1：陶の郷入場者数と陶芸教室利用者および入場料等収入の推移



* 丹波陶磁器組合および県立陶芸美術館の動態調査より作成

(5) 市役所と丹波焼の関わり

こういった状況に対して、篠山市はどういった取り組みを行っているだろうか。「陶の郷」の指定管理業務を丹波焼陶磁器協同組合と委託契約（業務委託料年間 1,000 万円程度）を締結しているほか、毎年 10 月に開催する「丹波焼陶器まつり」の補助金として 400 万円を補助しており、祭の当日は交通部門の担当として関わっている。

そのほか、昨年より、市内の飲食店が篠山産の食器を購入する場合に、購入金額の 2 分の 1 を上限 10 万円までを助成するという内容の「食と器の出会い事業助成金」制度を実施している。これは産業の振興と、観光のお客様を篠山産の器でおもてなしするという一石二鳥の効果を期待するものであり、約 30 件の飲食店が利用をした。

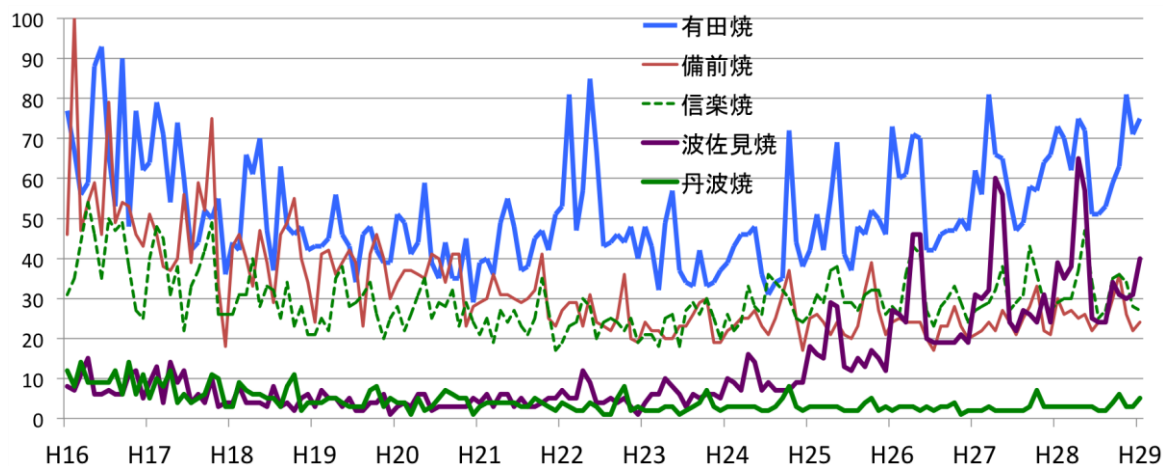
このようにイベントや補助金を通して、市の関わりがある一方で、丹波焼の販路開拓や後継者育成などについてはほとんど関与していないのが現状である。

3. 他の産地との関心度の比較

こういった背景や歴史がある丹波焼であるが、全国的に見るとどうであろうか。関心度を見るためにグーグルトレンドにて他と比較をした。グーグルトレンドとは、あるキーワードがグーグルでどれくらい検索されているかを知ることができるオンライン上のツールである。最大 5 つの

キーワードを入力でき、それぞれの検索数の推移を比較することができる。なお、グラフの横軸は時間であり、縦軸は最大検索数を 100 とした場合の相対的な数値である。ここで、比較対象とするのは、全国的に知名度のある有田焼のほか、六古窯の中でも関心度の高い信楽焼および備前焼、そして今期の先駆的地域づくり現地調査で訪れた波佐見焼である。

図 2：他の産地との関心度比較



出典：グーグルトレンドの検索結果（有田焼、備前焼、信楽焼、波佐見焼、丹波焼）

有田焼や信楽焼、備前焼は関心度が高く、比べて丹波焼は関心度が低い。一方、波佐見焼は平成 22 年頃から急上昇している。波佐見焼について調べると、平成 21 年より波佐見焼ブランドの「マルヒロ」は雑貨店を営む「中川政七商店」へコンサルティングを依頼しており、平成 22 年「HASAMI」というブランドを立ち上げた。こういったデザイナーやコンサルティングの効果が関心度として結果に表れている。

波佐見焼のこの顕著な例と比較をすると、丹波焼については効果的な宣伝や販路開拓が出来ていないとは言えない。丹波焼には問屋や商社が存在しないため、宣伝や営業活動については各窯元が行っており、逆に言えば可能性を秘めていると言える。

この点に関して、いくつかの職人さんにお話しをお伺いしたところによると、窯元に対して、販売や作風のアドバイスやディレクションができる存在があれば良いが、強引なディレクションは職人が「工業製品」を「作らされている」感覚に陥る可能性があることや、窯元により作風が異なるために、丹波焼とは馴染まないとのことである。

また、市内の方でも、丹波焼についてあまり深く知らない人も多い。これは、小学校での社会見学などで陶芸体験を実施するなど丹波焼に触れ合うことはあっても、丹波焼について深く知るきっかけがないことが原因と考えられる。私自身も、仕事として丹波焼に関わるまで知らないことも多くあり、職人さんとたくさんのお話をする事改めて魅力を感じたことが多くある。

4. 丹波焼についての調査とヒアリングをふまえた SWOT 分析と考察

これまでの調査とヒアリングをふまえて、丹波焼をもう一度見つめ直し、提言につなげるため

SWOT 分析を行った。

表 4：丹波焼の SWOT 分析

<p>強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一人の職人が一気通貫で製作、販売まで行う「人の息遣い」や「心」がこもったもの ・イッチン（スポイトなどで土や釉薬をかける装飾技法）や鑄（しのぎ・へらなどの工具で削り模様をつける技法）など様々な技術がある ・窯元により異なる作風、オリジナリティとこだわり ・オーダーメイドできる 	<p>弱み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国的には認知度はまだ低い ・問屋などがなくマーケティングや販売経路は各窯元がそれぞれに行う ・基本的には一人で作るため、営業や展示会などの間、作陶はできない ・デザイナーとの親和性が低い
<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・陶器まつりの来客は増えている ・ユネスコ創造都市ネットワークや日本遺産認定などによる注目度増 ・外国からの視察や買い付けが少しずつ増えてきている 	<p>脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安物の器 ・窯元数の減少 ・人口減 ・窯元の後継者減少 ・「陶の郷」の老朽化

丹波焼は、「日本六古窯のひとつ」や「800 年前から伝わる」などと説明されるが、現在はそれぞれの窯元が自由な作風で製作しているため、「丹波焼が、どんなものであるか」と簡潔に一言で説明をすることができない。しかし、ベテランの窯元さんによると、これは今に始まったものではないとのことである。器をみて「産地がわからなければ丹波と言っておけば間違いない」と言われることもあったとのこと、個性がないと言われる一方で、逆に言えば、柔軟にいろいろな技術を取り入れてきた結果であると言える。つまり「ひとりの職人が心を込めてつくった器」の中から、自分に合うものを探することができるのが魅力であり、強みである。

5. 活性化するための提言

それでは、丹波焼についての分析をふまえて、活性化に対しての有効な取り組みについて考えることにしよう。SWOT 分析からは、丹波焼は、「様々な技術」を用いた、「一人の職人がこだわりを持って最後まで作り上げるこだわりの器」であるが「うまく PR できていないため、全国的な認知度が低い状況」であり、「陶の郷も老朽化が進み、施設としての魅力が低減している」と同時に「窯元の数や、産地への来訪者も減ってきている」という負の連鎖が起こっている状況であると推測できる。

このことから、丹波焼の持つ弱みや脅威に対しての取り組みを強化し、強みをさらに生かす取り組みが必要であり効果的であると言える。つまり、丹波焼の抱える課題を解決し、地域の活性化につなげるために「丹波焼を広く知っていただくこと」と「産地に来ていただくこと」と合わせて、「後継者を育成」し丹波焼を未来へ繋げていくことの、3つに同時に取り組むことで、好

循環のサイクルを生み出すことができるのではないかと考える。そこで下記の通り、提言をする。

(1) 丹波焼をもっと知っていただくため

魅力ある丹波焼を知ってもらいたい。それにはどうすれば良いか。

丹波焼の魅力は、一人の職人が作り上げるこだわりの器であり、多種多様なもののなかから選べることである。そういった魅力に気づき使用していただくためには、丹波焼を深く知っていただくことが大切である。

丹波焼について深く知る方法は、インターネットで調べる、見に行き話をきく、使ってみるといような方法がある。陶磁器共同組合は、もちろんすでにホームページによるPRをしており、インターネット通販も行っている。コンテンツとしては丹波焼の「伝統や歴史」、「色や形状」、「種類」、「釉薬」、「価格帯」といった基本的な情報を載せている。丹波焼について、そういった基本的な情報以外にも、動画を用いた「窯元さんの紹介」、「作業風景」、「技術の紹介」、「窯元によるコメント」、「陶芸体験の様子」などを載せることが丹波焼をより深く知っていただくためには効果的ではないだろうか。たとえば「技術の紹介」では、スポットを用いて模様をつけるイチチンや、器を削って模様をいれる鑄の技法などを紹介する。そういった動画は普段目にするのがないため、興味深く見ていただけるはずである。また、陶器の製作にまつわる苦労話や、失敗談なども交えることで丹波焼や窯元に親近感を感じていただけるかも知れない。

また、丹波焼の窯元によるワークショップや陶芸教室、展示会などの開催において窯元さんと会話したり、篠山市内や市外の飲食店において丹波焼を使っただき、紹介することも丹波焼を深く知るきっかけとなる。例えば、ポスターやポップなどにスマートフォンをかざせば、作陶風景や作者のコメントを見ることができたり、お皿を実際に使用した場合の盛り付け例が見られるようになるならば、器選びや、器の使用法の参考となる。

そのほか、市民向けには、親子を対象とした複数回の陶芸教室や、中学校および高校教育と連携した陶芸教室などで丹波焼についてより深く学ぶことで、自分たちの街の誇りを感じていただく機会となるだろう。

(2) 産地に来ていただくために

窯元と窯元をつなぐ路地は、一人がようやく通れる幅のところもあり、歩くだけでもわくわくする。そんな路地の突き当たりに、普通の民家があって、ガラガラと扉を開けるとそこにずらりと陶器が並んでいる。産地を訪れ、雰囲気を感じ、器を手にする事で、それは単なる器ではなく、思い出やストーリーが詰まった器になる。丹波焼の郷を訪れてその雰囲気を丸ごと感じていただくことで、初めて丹波焼の本当の魅力を知ることができるのである。

多くの方に産地にきていただくには春や秋の陶器まつりが良い機会である。秋の陶器まつりは篠山の特産品である黒枝豆の収穫時期と重なっており、黒枝豆と陶器の買い物を楽しむという、食と器の掛け算が成り立っている。陶器と食は人間の生活に密接に関係するものであるから、春は「和菓子とお皿」、秋は「お酒と酒器」など篠山産の食材や、食と陶器とのコラボレーション企画も、新たな誘客を図る上では効果があるだろう。

産地のシンボリックな施設である丹波焼伝統工芸館「陶の郷」は、開館後30年が経過しており、

目が肥えた消費者の期待に応えられるものであるとは言い難い。改修か時代に合わせた展示物などが必要である。丹波焼について楽しく学べる展示内容や、チームラボによる展示のほか、「道の駅」の誘致など、「行きたくなる場所」への転換を考えることも選択肢の一つである。

もう一つ、コンクリートでできたモダンな建物である「旧陶磁器組合会館」と、隣接する木造平屋建ての建物の活用も期待できる。共に組合所有のものであるため、あわせて組合の許可を取り、レストランと宿泊施設へと改修してはどうかと考えている。これには、城下町周辺で古民家を活用したホテルやレストランを運営し話題を呼んでいる民間企業のノウハウを活かし、街全体の取り組みとするのがより効果的であるだろう。とくにこの旧館へ辿り着くまでの坂道はわくわくするほど急峻なのでとても印象的な空間になるはずである。

(3) 後継者育成について

後継者に関しては、各窯元の考え方を尊重しながらも、産地全体としてどのように維持し、活性化させていくかを話し合い、計画をしていく必要がある。その上で、受け入れしやすい体制を整えて後継者育成を推進するとともに、陶芸を学びたい人にとっては、入りやすい仕組みをつくる必要がある。そのために、どういった対応ができるだろうか。

現在、スタッフを受け入れている窯元によると、スタッフは梱包や発送などの雑用をしながら作陶を学ぶため、賃金を支払っており、賃金の相場は月額7万円とのことである。窯元でスタッフとして働きながら陶芸を学び、独立するには3年から5年の経験を要する上に、独立するための経費も必要となるため、金銭的には厳しい状況であるという。

そのため、丹波焼の郷で陶芸を学ぶことに対してや、学んだのちに、新しく窯元を開設することに対して、少しでもハードルを下げて、学びやすく、独立しやすい状況をつくるために、奨励金制度を実施することは、後継者育成の推進につながるであろう。

表 6 : 伝統工芸品後継者育成奨励金 (案)

伝統産業 技術 研修者	本市内に居住し、かつ、伝統産業に関する知識及び技術を修得しようとする者で、概ね 35 歳以下のもの	3 年 以内	月額 20,000 円
新規参入し研 修する者	本市内に居住し、かつ、生業とする意思をもって、事業者のもとで、伝統産業に関する知識及び技術を修得しようとする者で、概ね 35 歳以下のもの	3 年 以内	月額 40,000 円
工房開設費	工房開設にかかる経費の 2 分の 1 以内		上限 100 万円

そのほかには、市外から弟子入りし、丹波で窯元を開いた方にお伺いをすると「今田町には空き家がない」ため必死に探し、その結果、幸運にも見つけることができたが、ほかには諦めた人も何人かいるとのことであった。このように空き家が出るタイミングと、独立したいタイミングは一致するわけではないため、市や組合が空き家を管理し、独立する人のために空き家を提供し

たり、貸し出したりするマッチング制度をつくることも検討をする価値がある。

6. まとめ

今回のレポートでは丹波焼と丹波焼の郷を守るために、ヒアリングや調査により課題の抽出と分析を行なった。その結果、予想していたよりも知名度が高くないことや、後継者が少ないという現状が明らかになった。これに対して、丹波焼を守るためには、より多くの方に深く知っていただくことや、産地に来ていただくための取り組みをすすめるほか、後継者育成についての積極的な取り組みが必要となることがわかった。篠山市は、「創造都市」として「そのまちの魅力を活かしたまちづくり」を推進している。その意味で言えば、丹波焼の郷は、もう 800 年以上も前から、すでに創造的な活動でまちをつくり続けてきたのである。丹波焼の現状をしっかりと見つけて、この美しい空間を後世に伝えるための取り組みが必要である。

私が愛してやまない丹波焼と丹波焼の郷。この地域を彩る窯元さんたちと、手を取りあい、ともに考え、ともに歩むことで、丹波焼の郷を守る一助となることができればこれに勝る喜びはない。

参考文献

- ・桂又三郎 (1974) 『カラー日本のやきもの 8』株式会社淡交社
- ・グループ窯 (1986) 『やきものの故郷 丹波焼立杭Ⅱ』神戸新聞総合印刷
- ・グループ窯 (2007) 『丹波焼 作り手から使い手へ』株式会社スタジオウエル
- ・交易財団法人岡田文化財団パラミタミュージアム (2016) 『うつろのかたち市野雅彦・作品集』