

トピック「感性価値創造イニシアティブー第4の価値軸の提案ー」 経済産業省 デザイン・人間生活システム政策室

現在我が国は、国内においては人口減少に伴う量的需要減に直面するとともに、近隣諸国から猛烈な追い上げとコスト競争を強いられています。これに打ち勝つものづくりとサービスのあり方を考える上で、我々は改めて『「いい商品、いいサービス」とは何か』という基本的な問いからスタートしました。

そうしてみると、「いい商品、いいサービス」に対して消費者が満足して払う「対価＝価値」を体現したものには、「高機能」、「高信頼性」、「価格」といった従来型の価値を超えた「何か」が存在していることに気づかされます。それを感性による価値創造、第4の価値軸として『感性価値』と表現します。

我々は「感性」自身の内容や、よし悪しを決めようとしているではありません。また、「いい商品、いいサービス」とは必ずしも価格の高い商品、高いサービスというわけではないと思います。

感性の働きを意識した上で、作り手の感性に由来するこだわりやスピリットが、「もの」(とサービス)に息づき、語り始めるとき、つまりは「もの語り」として、消費者の感性に訴え「共感」を得たとき、それは経済価値を生み出します。逆に作り手がどんなに良いものであると信じて、消費者に共感されないものは、価値実現に至りません。この感性が経済価値を持つものとして可視化され、消費者(＝生活者)に共感されたもの、それが『感性価値』だと考えます。

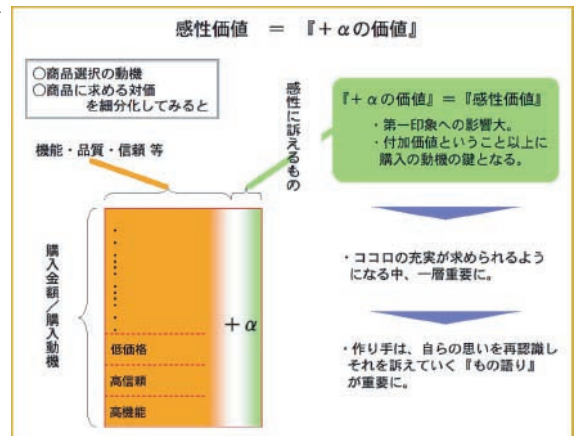
社会経済が成熟化するとともに、国際競争が一層の激しさを増す中で、従来からの高機能・高品質を基礎としながらも、感性価値の高い製品・サービスの開発・販売を進め、生活者の感性に訴え、他製品との差別化を図っていくことが重要です。

この取組が我が国の産業競争力の強化とともに、生活者の感性により選ばれる製品は、その生活者の暮らしを彩り、一層心を豊かにするものと期待しております。

経済産業省では昨年5月22日に検討結果を取りまとめた報告書を発表し、2010年度までを「感性価値創造イヤー」と定め、感性価値創造の実現に向けた、「感性価値創造活動の支援・事業環境の整備」等、様々な施策を重点的に行う予定です。

皆様におかれましても、ご理解とご協力を頂ければ幸いです。なお、報告書の詳細は以下のURLを参照して下さい。

<http://www.meti.go.jp/press/20070522001/20070522001.html>



特集

今なぜ感性価値創造イニシアティブなのか？

01 トピック：感性価値創造イニシアティブー第4の価値軸の提案ー

02 特集：今なぜ感性価値創造イニシアティブなのか？

- ・今なぜ「感性価値」なのか？
- 03 ・ひらめき・驚きの技法、復古する美の手業『四日市萬古焼』
- ・私たち編集部も「感性」について考えてみました。

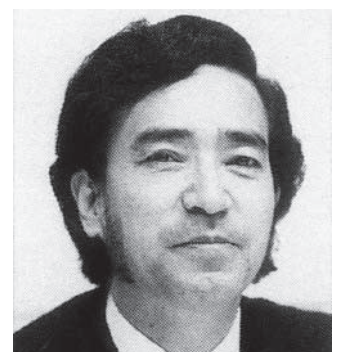
04 シリーズ：環境

- ・「環境保全に役立つやきもの技術」
- ・省エネルギー技術（地球温暖化抑制）

05 お知らせ

- ・一般公開の開催 / セラミックスフェア in ながさきの開催
- ・2007 ながさき陶磁展の結果について

- 06 ・オープンラボ利用者の声
- ・吉川千代子さん現代の名工に



(株)コボ 山村 真一 氏

今なぜ感性価値創造イニシアティブなのか？

今なぜ、「感性価値」なのか？

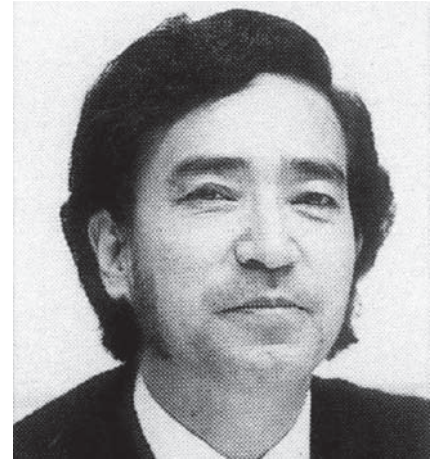
平成 19 年 5 月に経済産業省から「感性価値創造イニシアティブ」— 第四の価値軸の提案— が発表されました。この提案は、高い性能、高い信頼性、安い価格であった今までの成長の方程式に対して、近年「良い技術開発により生まれた高性能、高品質の良い商品が売れない」との多くの製造者側からの意見を受けたものです。その主旨は、従来の品質の軸に感性の価値創造軸を加えて、良い商品の概念をユーザー側からの視点でにさらに深く分析して、成熟化しつつあるマーケットに、新しい可能性を見出そうという取り組みです。

戦後迎えた高度成長の時代から、中国はじめアジア諸国との低価格競争等による低成長時代の今、新しい商品価値の見直しが求められています。この問題をもう少し分析してみると、世界的に広がるグローバルな価値基準の波が、高度技術社会の軸ともいえる物の価値から、物を使う人や社会の心の価値に変わりつつあることなのかもしれません。言い換えれば、使う人の気持ちをしっかり見つめ直した提案性の高い商品企画とその使い方を、丁寧に伝えてゆく売り方までを考える事とも云えるでしょう。云うのは簡単だけれど、現実的にはどう進めるかが実際は大変難しいことです。

しかし、今一度この提案を日本人が持つ価値感から考えてみると、我々日本人が大昔から大切にしてきた「人の身になって物を考える」や「多様な文化を見事に吸収し、新しい自らの文化を作り上げる」等の教えや、多様で寛容の精神であり、まさしく日本人が最も得意とする感性なのではないでしょうか？

いずれにせよ、この「感性価値創造」は、始まったばかりです。これからがスタートであり、その進め方には多様なアプローチが考えられます。それぞれの地域の視点に立った独特の取り組みにより新しい感性の商品が生まれ、新しい市場が創造され、産地が元気になることを願っております。

((株)コボ 代表取締役 山村 真一)



(株)コボ 山村 真一 氏



有松絞りのランプシェード



丸谷焼＋江戸ガラスのワイングラス

感性価値創造実現の事例（経済産業省 感性価値創造イニシアティブ –第四の価値軸の提案– より）

ひらめき・驚きの技法、復古する美の手業『四日市萬古焼』

—複雑な造形の職人技を気軽に体験できるようにした『木型萬古』や伝統の技法を現代の技術で復古させた『盛り絵』の技が魅せる萬古焼—

窯業の町四日市。260 余年前、土に恵まれたこの地から萬古焼は生まれた。

提灯作りの木枠からヒントを得て考案された『木型萬古』は、6～12 の木片を組み合わせ粘土を固めてから型を抜く独自の技術。からくり人形を作るがごときこの手法は、一般庶民を焼き物職人に変身させた。

また、伝統の『盛り絵』の技法は、絵の具の塗りと焼き付けを繰り返し、鳥の羽根を1枚ずつ足す、まるで蒔絵を描くような手法。盛り絵の美しさとともに、立体感ある模様が触覚にも語りかけ、味わいを増す。

この盛り絵の技は、19世紀から昭和初期まで行われ手間隙の問題から衰退した手法。これが、近年その魅力が再認識され、三重県工業研究部窯業研究室の協力により、現代の技術でかつての技法（絵の具の成分分析など）を解析し、現代にマッチした技術として再構築を図る。



●『四日市萬古焼』

私たち編集部も「感性価値」について考えてみました。

今回の特集はいかがだったでしょうか。編集部でも「感性価値」について考えてみました。

この価値は、感性にひびくもの、心の琴線に触れるものであって、製品（もの）本来の機能的な価値ではなく、消費者の皆様が心から満足してお金をいただける価値だと考えました。巻頭トピックの言葉を使わせていただくと、これまでの「ものづくり」に「もの語り」をプラスすることであるように思います。

具体的な例としては「Gマーク」商品がまず思い浮かびます。最近の「地域ブランド」の中にも有りそうな気がします。

「第3回日本イベント大賞」で準大賞を受賞した「長崎さるく博」なども新しい価値をお客様に提供しています。長崎県が世界遺産登録を目指している「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」は、感性に訴える最高の「もの語り」かもしれません。

このように考えてくると、日本人の食卓を変えた「くらわんか碗」をはじめ、400年におよぶ長崎県の「やきもの」の歴史には多くの「もの語り」が残っており、ものが人々の心に語りかけてくる大きな価値があるように思います。三川内焼の「舌だし人形」を買ったお客様は、今村如猿と松浦藩主の「もの語り」を知ること、ちょろりと出てくる白い舌に、より一層の親近感がわくのもかもしれません。

成熟社会に向けた、新しい付加価値の提案が始まっています。



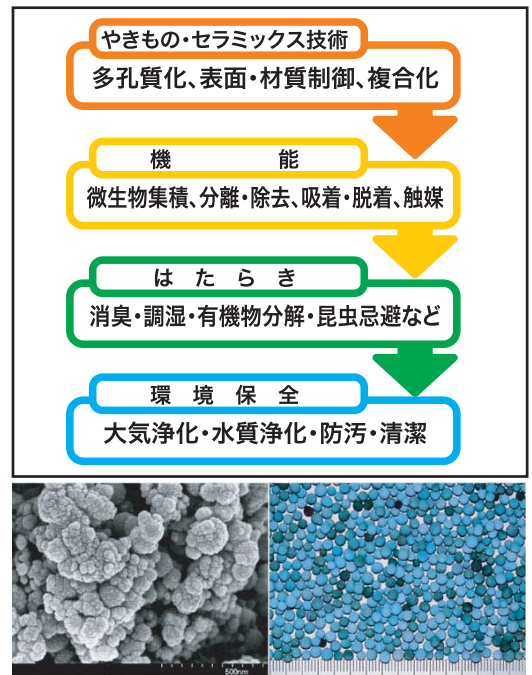
●くらわんか碗(上)、舌だし人形(下)

シリーズ環境：その2 「環境保全に役立つやきもの技術」

やきものは硬くて耐熱性があり、環境に対しては一般に安定と考えられていますが、材質や状態を工夫することにより、環境保全の機能をもった素材にすることができます。やきものの表面に無数の孔を作る試みはそのひとつです。例えば、やきものにミクロンメートルオーダーの孔が開いた「多孔質素材」は、微生物が物質の表面に集積する性質を利用して、排水中の有機物やアンモニアを処理する接触材にすることができます。孔の大きさを揃えると、排水中のコロイド状物質を除いたり、空気を送り込むための散気管にすることができます。ナノメートルオーダーの孔は物質を吸着、脱着する性質をもっています。天然の珪藻土やゼオライトには、元々、数～数百ナノメートルの孔が開いており、水蒸気を吸着、脱着して湿度調節をしたり、消臭などの機能を示します。また、それ自身は変化せずに、化学反応を仲介する性質をもつものがあり触媒と呼ばれます。自動車の排ガスを浄化する貴金属触媒は有名ですが、紫外線で活性化されて有機物を分解する酸化チタン（光触媒）も良く知られるようになりました。

窯業技術センターではこうしたやきもののもつ環境保全機能に着目し、シリカを複合化した光触媒（図左）、リン除去・回収材（図右）、抗菌・防カビ剤などの製品開発を、企業の方々と共同で進めています。

（研究開発科 阿部）



シリカ複合光触媒（電子顕微鏡写真） リン除去・回収材

●センターで取り組んでいる新素材

シリーズ環境：その3 省エネルギー技術

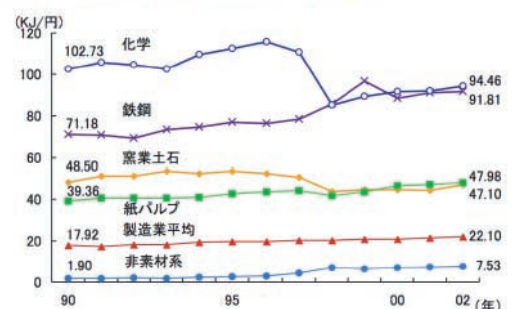
みなさんご存じのように、産業革命が始まった1760年代以降、二酸化炭素に代表される温室効果ガスの大気中への大量排出により、地球温暖化が加速度的に進んでいます。1997年に開催された地球温暖化防止京都会議で合意された京都議定書において、日本は2008年～2012年の5年間に、温室効果ガスを6%削減（1990年基準）することを目標としており、本年から目標達成期間が始まったわけです。

素材型産業のひとつである陶磁器産業は焼成工程があるため、一般にエネルギー多消費型産業と思われがちですが、資源エネルギー庁の「エネルギー白書2005」によると、窯業・土石系の重量当たりのエネルギー消費は、プラスチックや鉄の約半分であり、紙・パルプ系とはほとんど変わりません。実は、陶磁器産業は思ったほどエネルギー多消費型ではないのです。しかし、すべての産業が地球温暖化抑制のために、さらなるエネルギー消費量削減の努力を行う必要があります。

肥前地区で製造される磁器は1300℃前後で焼成しますが、その焼成温度を100℃低下させるだけで、20～30%の燃料節約と二酸化炭素排出量の削減が可能であることがこれまでの研究でも明らかとなっています。現在、当センターでは、1200℃で焼成可能な低温焼成磁器の開発を進めており、陶磁器業界が地球温暖化抑制に貢献できる技術の確立を目指します。

（陶磁器科 吉田）

【第212-1-9】業種別生産額当たりのエネルギー消費原単位



資料：内閣府「国民経済計算年報」、(財)日本エネルギー経済研究所「エネルギー・経済統計要覧」、資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

●業種別生産額辺りのエネルギー消費

お知らせ

●一般公開を開催しました

平成 19 年 11 月 23 日（祝）に、当センターの一般公開を開催いたしました。今年度は昨年度を上回る 373 名の方々にご来場いただき、体験コーナーや学習コーナーなどで楽しんでいただきました。今年度は初めてセンターとの共同開発品の頒布も試みました。アンケートには 237 名の方にご回答いただき、すべての方から公開内容は良かったとの評価をいただきました。また、絵付体験は来場者の 80%、干支作りは 60%、陶土の手捻りは 75%の方々が作品作りを体験されました。下記にはアンケートのご意見・感想からいくつかご紹介したいと思います。

（良かった。）

- ・楽しかった。内容も良く楽しく過ごせた。
 - ・子ども達が楽しんだ学習コーナーが良かった。
 - ・技術センターの研究等を知ることができ良かった。
 - ・童心に帰れた。科学の実験には驚かされた。
 - ・子ども達や参加者の表情がとても良かった。
- （期待します。）
- ・毎年楽しみにしている。これからも続けてほしい。
 - ・今後も工夫して楽しめるコーナーをお願いしたい。
 - ・デザインの参考になる本（資料）を置いてほしい。
 - ・完成品の受取で郵送も検討してほしい。
 - ・頒布コーナーでもう少したくさん扱ってほしい。
 - ・16 時までではなくもっと長くやってほしい。
 - ・干支を自由に選べるようにしてほしい。

ご回答いただいた貴重なコメントをもとに、これからも参加した皆様に満足していただけるような「一般公開」にしていきます。

（研究開発科 桐山）



●一般公開風景

●セラミックスフェア in ながさきを開催しました

1 月 15 日、陶磁器やセラミックスの特許を紹介する発表会が当センターであり、約 100 名の方が参加しました。この発表会は、特許を持っている人が、新製品を売り出そうと考えている人に技術を提供する、出会いの場（マッチングと言います）をつくるのが目的です。

今回、九州では初めて開かれたこともあってマスコミの注目度も高く、テレビ局 4 社、新聞 3 社の取材がありました。会場にはサンプルが展示され、飛び出す立体画像を焼き付けた磁器製小皿など約 10 種類の技術が紹介されました。

（研究企画課 武内）



●2007 ながさき陶磁展の結果について

本県陶磁器産業の振興を目的に開催した「2007 ながさき陶磁展」は、県内外より創造性溢れる作品が多数出品されました。応募総数 162 点の中から、審査員によって入賞・入選作品が選定されました。

また、今回初の試みとして長崎県美術館での発表展を開催しましたが、参観者の方々にはやきものの魅力を十分に味わっていただけたものと思います。

次回ながさき陶磁展では、特に産地内からの出品を期待しています。

（研究企画課 久田松）



●2007ながさき陶磁展 大賞作品「水平線」植木 薫氏

お知らせ

●「オープンラボ利用者の声」

～ “長崎あなか” を製品化～

T.M エンタープライズ 代表取締役社長 碓正男氏

①商品開発について

Q: 今回当センターのオープンラボを利用されていたか
がでしたか？

A: 当社は長崎市内で機能性雑貨を企画、開発しております。これまでに、天然物を用いた消臭剤や微生物による防カビ剤の開発を行ってきました。昨年の春から、当社の研究員を窯業技術センターに派遣して、電子レンジで発熱するセラミックス素材を用いた「長崎あなか」(写真)を開発しておりますが、窯業技術センターのオープンラボを利用させていただき、この冬の商品として世に送り出すことができました。



②工夫した点

Q: この「長崎あなか」
の特徴は？

●碓社長と “長崎あなか”

A: 「長崎あなか」は一見すると単純な商品ですが、内部にはいくつもの工夫がしてあります。最も難しかったのは発熱体で、正味6カ月の時間を費やして開発しました。加熱能力と安全性を両立していますが、今後はさらに改良を加えていきたいと思っています。

③支援について

Q: 当センターの対応はどうでしたか？

A: 窯業技術センターには、原材料から製品化まで、伝統に支えられたやきもの技術が蓄積されている他、こうした共同研究のためのオープンラボ施設が準備されています。今回は、それらを活用することで、当社のアイデアを実現することができました。
(研究開発科 阿部)

●吉川千代子さん現代の名工に

本年度の「現代の名工」に県内から3名の技能者が選ばれ、その中に波佐見町在住の伝統工芸士の吉川千代子さんが陶磁器画工に選ばれました。県内窯業界の女性では初めての表彰です。



●吉川千代子さん

Kama

長崎県窯業技術センター 技術情報誌「窯」
平成20年3月10日発行 第29号(年2回発行)

●編集・発行

長崎県窯業技術センター

〒859-3726 長崎県東彼杵郡波佐見町稗木場郷 605-2

TEL: 0956-85-3140 FAX: 0956-85-6872

URL: <http://www.pref.nagasaki.jp/yogyo/>

●印刷: (有) 康真堂印刷