

## 株式会社 壺八

代表取締役 奥田淳一氏・取締役 奥田大器氏

発信力、ファンづくりにも注力する一方で、  
売れない時代のものづくりに  
一石を投じる



左から奥田大器氏、奥田淳一氏

### 作るだけでは売れない時代の厳しさに直面

八山窯窯元で代表取締役の奥田淳一さんは、プレス加工のメーカーで設計の仕事を経験した後、初代奥田八山の婿養子となってから陶芸を始めました。「信楽生まれで、もともとものづくりが好きだったこともあり、作陶の仕事は性に合っていたようです」と語るように、二代目として家業を盛り立ててきました。

創業者当初は水鉢などの庭園陶器を中心に製作していましたが、「ふるくもの」と呼ばれる土瓶や急須を型で作る技術を習い受け、信楽の土に合う製法に工夫したことで、急須やティーポットが量産できるようになりました。「その頃は景気の良い時代で、窯元は作ることに専念していれば、問屋が引き取ってくれて、売上也順調に伸ばすことができました」と振り返ります。

しかし、平成の大不況後はモノが売れなくなったうえ、外国製の安価

な陶器が大量に出まわるとなると状況は一転して売上は激減、陶磁器産業全体が厳しい時代を迎えることになりました。

### 陶製水琴窟を商品化するも販売に苦戦

三代目の奥田大器さんが、東京のテレビ制作会社を辞めて信楽に戻ってきたのは平成16年のこと。信楽窯業技術試験場の研修生として、2年間生地の作り方や轆轤の扱い方など基礎から陶芸を学びました。陶芸家として一步を踏み出したものの、信楽のまちにかつてのにぎわいはなく、「あまりの変わりように驚きました。10数人いた従業員もほとんど残っていませんでした」と大器さん。

研修生時代の恩師が研究開発に取り組んでいた陶製の水琴窟は、室内で美しい水音を楽しむことができるというもので、「これはおもしろい、開発できれば新たな売れ筋商品になるのでは」と、自社で商品化



庭園陶琴

を目指すことを決意します。とても精巧な水琴窟の製作にはかなりの費用と時間が必要で、気づけば周りの窯元は製作をあきらめていました。それでも試行錯誤を続け、窯元の技術やふるくもの製作のノウハウを活かしながらなんとか商品化に成功しました。

しかし、期待に反して問屋に持ち込んでも、「売り方がわからない」「価格が折り合わない」と、まったく売れませんでした。大器さんは家業の合間をぬって、自転車で旅館やレストランに飛び込み営業をかけたものの、成果を出すことはできませんでした。なかなか売れない水琴窟をこのまま作り続けていくのか、奥田社長と大器さんで議論することもありました。

### 何気ない投稿がメディアの注目を集める

直接お客さんに商品を購入してもらえればとの思いから自作のウェブサイトを開設しましたがほとんど効果がなく、思い切って3年後にリニューアル、ブログもできるだけ毎日書くようにしました。

平成27年に何の気なし



仲良きことは美しき皿

に作った“きのこの山専用皿”と“たけのこの里専用皿”をブログにアップしたところ、すぐに「おもしろいのでウェブニュースに転載したい」という申し入れがあり、それをきっかけにたちまち話題になって、メディアでの紹介が相次ぐことになりました。

「その時、すかさず専用皿と一緒に水琴窟をPRしました」という言葉の通り、ここから、水琴窟が知られるようになり、売上也少しずつ伸ばしていくことができました。

「ブログは3年間、1,000回発信することが必要と言われました。自分にはできることは限りがあるけれど、地道に続けていると思わぬところでだれかの心にとまったりすることがあることを実感しました。」と大器さん。

今では社内ブランド『大器の器』を確立し、水琴窟や水鉢のほか、スマホ専用スピーカー“Su-Pod”、陶製のフィギュア“陶甲騎兵スティールメイト”といったユニークな商品を直接販売しています。壺八の水琴窟

ファンも増え、老若男女問わず、日本国内だけでなく国外からも注文が入ってきています。



陶甲騎兵スティールメイト

### 発信し続けることがファンづくりにつながる

「陶器に限らず今はものづくり、商いをしていくのがたいへんな時代です。ものづくりの技術を磨くことと同じくらいの比重で、発信力やファンづくりのノウハウを磨いていかなければ」と奥田社長。

「今後も様々な分野や趣味とコラボしながら、信楽焼の幅の広さを皆さんに知ってもらい、新たなファン層を開拓していきます。」と大器さん。

ありとあらゆるSNSを駆使して、長年情報発信してきた、開発から長い年月を経た水琴窟がやっと注目してもらえるようになり、売上にもつながってきました。

奥田社長は「窯元ですから、技術はもちろん大切なので、今後も精進してほしい」と言いながらも、大器さんの発想や発信力に大きな期待を寄せています。

## 消費者に目を向け、企画、製造から販売まで創意工夫で厳しい時代を乗り切る



昔は問屋の求めに応じてただ陶器を作るだけで商売が成り立っていましたが、消費者のニーズを捉えた商品を開発したり、それを世間にPRしたり、売り方をプロデュースしたりというノウハウをまったく持ち合わせていなかったため、問屋が引き取ってくれなくなった途端頭を抱えることになりました。

私たちはずっと下を向いてきぼってき消費者に目が届いていなかったと思います。これからはしっかりエンドユーザーに向き合いながら、作った商品は自分たちで売っていくことが大切になります。

そして、この秋から始まるNHK朝の連続ドラマの舞台になることで、信楽への注目が高まっています。訪れる人に信楽の魅力を感じていただけるよう、心してお迎えしたいと思っています。

### 企業ポリシー

- 商品の企画・製作だけでなく、販売法にも創意工夫を凝らす。
- 信楽焼の技術を守るために、新しいことにチャレンジし続ける。
- 日々の暮らしを豊かにし、心に潤いを与える陶器を提案する。

### 企業データ

本社 / 甲賀市信楽町長野1330-2  
設立 / 昭和30年  
従業員 / 5名  
事業内容 / 信楽焼製造販売  
HP / <http://www.daikinoutsuwa.com/>

