伝統的工芸品産業事業者の 魅力を伝える 知的資産経営報告書

~伝統的工芸品産業の魅力とそれを支える知的資産を明らかにする~

鏑木商舗 株式会社鏑木 八代当主基由

2012年1月発行

INDEX

1.	当社の代表製品	 1
2.	当社の概要	 2
3.	伝統的工芸品産業の歴史や当社のこだわり	 4
4.	当社が提供する価値とそれを支える知的資産	 7
5.	これからの挑戦	 8
6.	代表者からのメッセージ	 8
7.	作成支援士業コメント	 9
8	知的資産経堂報告書とは	 10

1. 当社の代表製品















※これらの写真は、「日常品から人間国宝が作った作品までの幅広い九谷焼」の一部です。

鏑木では、普段使いできる手頃な商品から作家や人間国宝が手がける秀逸な作品まで幅広く取り揃えております。その中でも今後、より一層力を入れていきたいと考えているのが、オリジナル商品の開発です。今回は、その中の主要製品の1つでもある鏑木製九谷ワイングラスとKABURAKI SAKAZUKIも紹介させていただきます。

鏑木は平成24年に創業190年を迎えます。本知的資産経営報告書は、徳川家斉の時代にはじまる鏑木商舗のこれまでの歩み、 新しいことに挑戦する株式会社鏑木の事業展開、長きに渡る歴史を礎として八代当主基由が培った当社の強みや考え方、そして これからの展望を報告するものです。

九谷烷宝元 宋鏑木商鋪

2. 当社の概要

■ 経営理念

伝統に基づいた革新へ 〜金沢の文化と伝統を世界へ〜

■ 当社の特長

● 九谷焼最初の商家(創業190年の長きに渡る歴史)

鏑木商舗は、文政5年(1822年)、徳川11代将軍家斉の治世に九谷焼最初の商家として創業しました。当時は加賀藩が、再興 九谷として九谷焼の復活・普及を推進し、当舗はその一翼を担っていました。各窯より仕入れた商品の販売のみならず、当舗 工房に陶画工を集めて絵付けを行っていたようです。当舗は、三代当主の時代までに現在に至る土台を築きました。

四代当主次平が活躍した明治時代には、藩政末期より尽力してきた輸出が軌道に乗りました。また、日本国内の内需拡大に対応するため、質・量ともに充実した生産体制を整えました。

海外輸出が隆盛を極めた九谷焼の全盛期を五代当主太平が盛り上げ、第二次世界大戦後に七代当主栄一が活躍の場を全国に広げました。

八代当主基由は、これまでの歴史を礎とし、新たな転換期を攻撃に転じるため、企画書(後述)を作成し、個人商店を承継しつつ会社組織を立ち上げました。現在は「九谷焼の価値を世界に広める」との創業の精神に徹し、日々挑戦しています。

●良い品物を買っていただくという心掛け

当舗は、各窯や名工、職人との協働により、素晴らしい九谷焼を生み出し、国内の展覧会のみならず海外での万国博覧会にも積極的に出品し、「鏑木製の九谷は一級品」という実績と名声を得るまでにいたりました。

当舗の商家としてのこだわりがわかるエピソードが「九谷焼330年」に記されています。「商品の裏印には必ず鏑木製を入れたのは商品には責任を持つという店主の心意気を示すもので、この良い品物を買っていただくと言う心掛けが五代にわたる豪商の基礎をなしたものではなかろうか」という記述です。

●最も歴史ある商家が最も新しいことに挑む

八代当主基由は、約20年前の創業170年に、その後の事業計画を記した「九谷焼 鏑木商舗 KUTANI HALL PROJECT という企画書」を作成しています。これには、受け身の事業から攻めの事業に転換するために、カフェバーや展示スペース、工房の設置の必要性等が幅広く記されています。八代当主は、これらを現在、「おいしいいっぷく鏑木」、「鏑木コレクション」、「乳声コレクション」、「色絵工房」、「窯場・ろくろ場」として開業し、実現しています。

このプロジェクトは、歴史ある鏑木が、会社組織として新しい改革に挑む序章として位置付けることができます。

■ 当社のビジネスモデル

仕入・外注

- ・九谷焼を代表する 名工から職人まで
- ・多様な成形技術を 持つ窯元
- ・欧州のワイングラス メーカー

鏑木

- ・マーケティング、デザイン、商品企画、生産管理、品質管理、店舗運営、販売 を窯元締として、商人の役割と産地 問屋の役割を一貫して行う。
- ・作家の特長を思い切り現した個性 あるものを作ってもらい、その真価 を広く認めてもらう研究を行う。
- ・九谷焼を全国や世界に発信する 拠点づくりや、九谷焼の歴史と色絵 技術の研究等、九谷焼の産業全体 としての発展に注力する。
- ・九谷焼にとどまらず、金沢の伝統工芸・伝統文化の魅力を発信している。







長町武家屋敷 鏑木商舗

おいしいいっぷく鏑木

麻布十番 鏑木分店

鏑木商舗 ネットストア

鏑木商舗 楽天ショップ

取扱品目

九谷焼、伝統工芸品、呉服、衣料品及びその付属品、服飾雑貨、アクセサリー 装身具、カバン等の袋物、家庭用品、日用雑貨、ギフト用品、記念品、観光土 産、玩具、美術工芸品、民芸品、宝飾品、室内装飾品、インテリア小物、食器、 食料品、酒類、飲料水

取扱店舗(鏑木商舗、株式会社鏑木以外)

- ·高島屋、三越、伊勢丹、東急、大丸、そごう、西武、小田急、藤崎、トキハ、 名鉄等の各百貨店
- ·金沢駅百番街、小松空港、加賀屋、ホテル日航金沢等の各販売店 その他全国卸先店

【窯元締め】:この言葉は、八代当主が用いる言葉で、職人等(製造)を束ねる要と、取扱店等(販売)を束ねる要のことをいい、川上と川下の接点を意味します。窯元締めは、二つの扇(製造と販売)の要を一役で担い、九谷焼業界をリードしていると言えます。

2. 当社の概要

■ 鏑木商舗の沿革(八代就任まで)

文政 5年(1822) 創 業 明治10年(1877) 京都博覧会 進歩賞牌受賞 明治11年(1878) 京都博覧会 有功賞牌受領 東京繭糸織物陶漆器共進会 四等褒章受領 石川県共進会 二等褒章受領 明治20年(1887) 第五回物産品評会 陶器一等褒賞受賞(12月1日) 第三回関西府県聯合共進会 四等褒章受領 石川県第六回物産品評会 二等褒章受領 明治25年(1892) 第四回関西府県聯合共進会 三等褒章受領(5月11日) 富山県博覧会 二等賞銀牌受領 明治27年(1894) 聯合共進会梅書小鉢出品 四等褒章受領(8月23日) 明治32年(1899) 石川県重要物産共進会陶器部門 二等褒章受領(9月12日) 明治36年(1903) 第五回内国勧業博覧会陶器花器 三等賞受賞(7月1日) 明治37年(1904) 万国博覧会(アメリカ・セントルイス)鏑木太平 銀賞受賞 (1803年 ルイジアナ地方の領土獲得を記念して) 明治38年(1905) 万国博覧会(ベルギー・リェージュ)鏑木太平 金賞受賞 (ベルギー国王・フランド伯爵・アルバート王子の後援のもとにおこなわれる) 明治38年(1905) 神戸貿易品評会出品感謝状授与 明治39年(1906) 大阪戦捷記念博覧会出品 一等賞受領(6月1日) 明治40年(1907) 第九回関西府総合共進会 菓子器出品 四等賞受領(5月20日) 明治43年(1910) 日英博覧会(日本)出品 鏑木太平 銀賞受賞 明治44年(1911) 内国産業博覧会花生出品 進歩銀牌授与(8月17日) 大正 5年(1916) 美術工芸品展覧会 牡丹絵模様花瓶出品 二等賞受賞(10月28日) 大正13年(1924) 皇太子殿下石川県への行啓の際、鉢1ケ台覧に供する(11月9日) 昭和34年(1959) 石川県金沢市下堤町から石川県金沢市武蔵町へ店舗を移転 昭和47年(1972) 田中角栄首相訪中記念 日中友好盃謹製(9月28日) 昭和53年(1978) 七代当主栄一が勲五等瑞宝賞を授与される(1月23日) 基由が八代当主になる。

八代基由は、再興九谷以降、名工や職人とは異なる役割を担う商家として、歴史を綴ってきた「鏑木」を次世代に承継し、伝統を基にした革新に取り組むための会社組織を設立することを決意しました。

その決意と企画を記録したのが、「九谷焼 鏑木商舗 KUTANI HALL PROJECT という企画書」です。この企画書に記したことの具体化に着手しました。

■ 鏑木商舗の沿革(八代就任後)

平成 7年(1995) 金沢武蔵本店2Fに「おいしいいつぷく鏑木」開業(8月4日) 平成 7年(1998) 金沢店づくり大賞受賞 平成10年(1998) 八代当主基由が金沢九谷振興協同組合理事長就任 平成14年(2002) 日韓共催KOREA/JAPAN 2002 FIFA WORLD CUPの公認グッズを九谷焼で作陶する 平成17年(2005) 東京都港区麻布十番に東京・鏑木分店オープン 平成17年(2005) 金沢市長町武家屋敷に鏑木本店を移転 平成18年(2006) 特定非営利活動法人 金沢九谷倶楽部 設立(1月) 平成19年(2007) 第二回「和のある暮らしのカタチ展」鏑木製ワイングラス出品 審査員特別賞受賞(1月21日) 株式会社に改組。商号を株式会社鏑木に変更(6月) 平成20年(2008) フランス国際見本市「メゾン&オブジェ」出展 「全国伝統的工芸品公募展」鏑木製ワイングラス出品 生活賞受賞 平成21年(2009) 鏑木製シャンパングラス「平成21年度石川ブランド生活産業部門」認定

八代基由は、現在、自らの企画を大方実現し、次の段階へと進んでいます。それは、これまでの九谷焼の歴史を踏まえつつ、名工や職人、作陶に携わる人々と共に、次の世代に金沢九谷を残すことです。八代基由は、現状に満足せず、次のステージへの構想に取り組んでいます。

2. 当社の概要

■ 企業概要

【代表者】 :代表取締役 鏑木 基由(八代当主)

【住所】 :金沢市長町1-3-16 :陶器製造販売業 【業種】 【資本金】 :3、000千円

【従業員数】:正社員8名、アルバイト10名(平成24年1月1日)

[URL] : http://kaburaki.jp/

■ 歴代譜

■ 連絡先

初代 次助 :076-221-6666 TEL 二代 太兵衛 FAX

四代 次平 五代 太平 六代 武雄 七代 栄一 八代 基由

:076-221-4252 三代 太兵衛 E-Mail: kanazawa@kaburaki.jp

■ アクセス



伝統産業品の歴史や当社のこだわり

ます。

<成形>

ります。

達します。

<施釉・本窯>

起源や歴史

<<u>陶石の粉砕</u>>

隠れた(見えにくい)

さらに余分な水分を除い

て、適当な固さの粘土にし

円形状のものは、ろくろ成

形によって作られます。角形

や複雑な形のものは、石膏

で型を作り、泥漿(すいしょ

う)を流し込む鋳込成形で行

われます。他にも手ひねり成

形など多様な成形方法があ

成形後、乾燥させ、素焼し

たものに釉薬をかけます。焼

成後、釉薬は透明なガラス質

となり、陶磁器表面を覆いま

す。およそ15時間の焼成の

後、炉内の温度は1300度に

<上絵付け>

<<u>古九谷</u>>

採石された陶石を砕き、 九谷焼は色絵付けを特徴と 細かい粉末にします。粉 した磁器です。そのため、こ 砕になった陶石は、水に の工程が重要な要素となりま 浸されて陶石中の鉄分や す。 不純物を除去されます。

1655年頃大聖寺藩領内の 金山で良質の磁鉱が発見さ れたことを機に、大聖寺藩の 初代藩主前田利治が後藤才 次郎に肥前有田で製陶を学 ばせたのがはじまりです。古 九谷は加賀百万石文化の、 大らかさときらびやかさを合 わせ持つ、独特の力強い様 式美を作り上げましたが、 1730年頃、突然窯が閉めら れました。

古九谷風の特徴は、呉須 (黒)により骨描き(線描き)し その上に未発色の五彩(緑・ 黄・赤・紫・紺青)の上絵の具 をのせるように置き、彩色す ることです。

(表面に)現れた

技術

<<u>再興九谷</u>>

木米(もくべい)風の特徴は、 地の部分に赤を施した中国 風であることです。

古九谷の廃窯から約80年 後、加賀藩で金沢に春日山 窯が開かれ、それを皮切り に数々の窯が加賀地方一帯 に開かれました。

吉田屋風の特徴は、赤を使 わず四彩で器物全面を塗り

春日山窯の木米(もくべい) 風、吉田屋窯、赤絵細描画 の宮本窯、永楽(えいらく)窯 等数多くの窯が現れ、それ ぞれ特有の画風を作り出し ました。

込めることです。 赤絵細描とは、赤で模様や 人物を表した細密描写です。

明治以降、九谷焼は九谷 庄三の彩色金襴手が有名と なり、主要輸出品になりまし た。現代では、国内販売が 中心となっており、進物用よ り、日常的に用いる商品が 目立ちます。

永楽(えいらく)風の特徴は、 全面を赤で下塗りし、その上 に金で彩色することです。

庄三(しょうざ)風の特徴は、 古九谷・吉田屋・赤絵・金欄 手(きんらんで)のすべての 手法を取り入れることです。

以上、さまざまな手法で絵 付けした器物は、800~1000 度で焼成されます。

絵柄は山水、花鳥等絵画 る作品が多いです。その絵付

伝統工芸品

九谷焼

「九谷五彩」など重厚な色 彩の絵付けとその絵付けを 一層引き立てる九谷独特の、 やや青みを帯びた素地が特 徴です。

明治初期には、「ジャパンク タニ」として世界中に名品とし て名をとどろかせました。

的で大胆な上絵付けがなさ れており、力強い印象を受け は、時代の流れとともに変化 し、それぞれ特有のすばらし い画風を作り出してきていま す。



石川新情報書府 http://www.shofu.nsk.ne.jp/

3. 伝統産業品の歴史や当社のこだわり

■ 当社のこだわり(本店:金沢長町と分店:東京麻布十番)

長町の武家屋敷には、九谷焼と金沢が待っている



金沢の中でも、もっとも金沢らしい町、長町。この町から「味のある、よい九谷焼」を全国に発信しています。

風情ある和風建築には、九谷焼を全国、世界に発信する施設、訪れた 方の交流を促進する施設、金沢の文化を感じられる施設等があります。九 谷焼を多彩な角度からお楽しみいただける空間です。

- ・九谷焼の販売スペース
- ・里帰り九谷などを蒐集し販売する鏑木コレクションの部屋
- ・鶏声コレクションを展示する土蔵の部屋
- ・茶室・庭を臨むカウンター等のお食事スペース(おいしいいっぷく鏑木)



九谷焼窯元 鏑木商舗(金沢九谷ミュウジアム内)

石川県金沢市長町1丁目3-16

TEL:076-221-6666 FAX:076-221-4252 営業時間/9:00~22:00(日曜·祝日:~18:00) 不定休

東京麻布十番には、九谷焼を、金沢を、感じられる場所がある



左は、店舗正面の看板と入り口左の看板を横に 並べた画像です。これらの看板は、明治時代に製 作されました。本来、一枚の檜板でしたが、当店 のオープンにともないリメイク致しました。

2枚の看板を並べて右からみると『各國陶磁器』と記されていることがわかります。当時の日本において、例えば、石川県は、加賀の國、能登の國などと呼ばれておりました。そのため、この「國」とは、「世界中の陶磁器を取り扱っています」という意味ではなく、「日本全国の陶磁器を取り扱っています」という意味になります。



鏑木分店

東京都港区麻布十番3-3-3 プレーリー麻布1F TEL:03-5439-4441 FAX:03-5439-4443 営業時間/10:30~21:00 火曜日定休



店内には、明治期に製作された鏑木製の九谷を 展示しています。

当時、欧米諸国に輸出され「ジャパンクタニ」として絶賛され、万国博覧会などで様々な賞と「鏑木製の九谷は一級品」との名声を獲得しました。

3. 伝統産業品の歴史や当社のこだわり

■ 当社のこだわり(情報発信 ~金沢九谷ミュジアム、鶏声コレクション~)

金沢の中心、長町からの発信

金沢には前田家が築いた伝統文化が多く残っています。中でも金 沢長町武家屋敷は、加賀百万石の歴史や文化、風習が色濃く残る 名所です。「金沢らしさ」を満喫するに相応しく、当社は、この地から 九谷焼や金沢の文化を発信しています。





アンティーク九谷が非常に多く収蔵されている栃木県 那須塩原市の鶏声磯ヶ谷美術館のご協力により、鶏声 コレクションの一部が金沢九谷ミュージアムに里帰りし ました。

九谷焼の故郷である石川県でありながら、これだけの アンティーク九谷が集まったコレクションは非常に珍しく、 強い発信力を持っています。

■ 当社のこだわり(製品)

当社は、これまでの九谷焼だけでなく金沢の文化を世界に広めるために、時代の潮流を見極めながら、新しいオジナル商品を創造しております。





<A. 九谷ワイングラス> ※鏑木製ワイングラス 約370年培われた九谷色絵の技術と、世界的なガラスウェアの老舗シュピプケラウ社のグラスが出会い誕生した、機能性と美しさを兼備したワイングラス。



<B. カッチー> 2010年サッカーワールト・カップ開催時に、愛くるしいフェイスと佇まいで大変な人気を集めた応援招き猫。



<C. 芸妓グッズ〉 金沢の伝統芸能を受け継いだ金沢芸妓の文化を広く知っていただいております。グッズの売上の一部を芸妓さんに還元。



<D. トイレの神様> トイレを「神様のいる神聖な場所」 として捉えるおもしろい慣習に改めてスポットライトをあてて生まれた、 九谷焼のトイレの神様。



⟨E. ニッコーとのコラボによる再興九谷⟩ 往時の職人の見事な細密画を高い転 写技術によって再現。絢爛豪華さを持 ちつつ、気軽に普段使いできる KABURAKI謹製金襴手小紋シリーズ。



〈F. KABURAKI SAKAZUKI〉 高品質な美味しい日本酒を 伝統的な日本のスタイルで楽 しめ、且つ美味しさを引き出す 機能を備えた酒盃。

4. 当社が提供する価値とそれを支える知的資産

■ 当社のこだわりはなぜ形成されたの?(過去から現在の価値創造のストーリー)

錨太の歴史

~再興九谷以隆に歩んだ道~

鏑木商舗は、九谷焼最初の商家として、徳川11代将軍家斉の治世である1822年に創業しました。2012年に190年を迎える鏑木の歴史は、九谷焼と共にありました。

創業当時は、加賀藩のもと、古九谷の廃窯からの再興の機運が高まっていた時代でした。 当舗はその商家として、九谷焼の再興に尽力いたしました(初代次助、二代太兵衛)。

派の再典によりにしました(利代 次切、二代 太兵衛)。 その後当舗は、三代当主太兵衛の時代までに土台を築いております。明治初期の海外輸出が盛り上がった九谷焼の全盛期には、五代当主太平が当舗を盛り上げ、戦後には七代当主栄一が活躍の場を全国に広げました。八代当主基由は、これまでの伝統を基にした革新に取り込み、海外展開を図っております。

鏑木は長きに渡る歴史の中で、職人や名工を理解しその特徴を思い切り現した作品を造っていただく等、当舗ならではの生産管理・品質管理を行うことで独自のビジネススタイルを確立してきました。この活動がひいては消費者と職人をワンストップで繋ぐ商家~窯元締め~としての地位を築くこととなりました。

「鏑木本店」 ・九谷焼を多彩な角度から楽し<u>める空間</u>~

八代当主基由は、「味のある、よい九谷 焼を広く全国の顧客に伝える」ためには、九 谷焼をお買い求めいただける園客以間が必 要であると考えました。八代当主はその問 いを今から約20年前に「九谷焼 鰯になります。その内容は、ショップのほと 大房やギャラリー、九谷焼の器で料理を表 供する食事処も備え、九谷焼をさまざまな 側面で楽しむことができる空間を作る見れて した。平成17年にまさにこの構想を具現化した空間である「鏑木本店」をオープンしております。

、650。 待ちの姿勢から攻めの姿勢へ、九谷焼産 業全体の発展、金沢文化の発信など、八代 当主の強い思いと実行力がこの構想を構想 だけに終わらせなかったといえます。

八代基由 ・<u>人との繋がりを大切に</u>する~

八代当主基由は昭和32年に生まれ、 金沢の武蔵商店街で幼少時代を過ごし ました。学生時代は個性的な友人が集ま る学年に所属し、生涯の友人を多く作り ました。

ました。 大学2年生の時に父親の栄一が急逝すると、在学のまま八代当主に就きました。学業と仕事を両立する中で百貨店の店長と懇意にさせていただく等、通常の学生では体験できないことを経験しました。

八代当主は常にひととのつながりを大切にしております。招待いただくと0泊2日でも海外へも飛び、古くからの友人と親交を深めます。歴史ある鏑木の当主として築いた人脈も大切にし、実務と趣味を兼ねた行動をとり、新商品のアイデアの基となる情報収集に尽力しています。

■ 当社のこだわりはどのような人や仕組みで支えられているの?

人的資産

①八代当主のプロデュースに関するノウハウ

③実務と趣味を兼ねた

八代当主の行動

②八代当主の人間関係を 大事にする心

④当主の思いを事業計画 にまとめる/ウハウ

関係資産

個鏑木の歴史が 培った人脈

⑥ものづくりのための 名工や職人とのネットワーク ⑤八代当主の人脈

①日本のみならず世界にも存 在する鏑木ファン

構造資産

⑤鏑木の歴史

⑥古美術の世界でも全国的に知られる鏑木プラント・

⑦普段の食と九谷焼が出会う場を 提供する事業 (おいしいいっぷく鏑木) ⑧九谷焼を求めてくる顧客以外にも、九谷焼を多彩な角度から楽しめる事業(金沢九谷ミュウジアム)

⑨金沢の外でも九谷焼を通じて金沢の文化・心を体感できる事業(麻布十番 鏑木分店)

⑩商品の裏印には必ず鏑木製の 名を入れ、商品に責任を持つ仕組

①八代当主の大胆さをまとめるスタッフの気配り

①NPO金沢九谷倶楽部を通じて金 沢九谷の保存・研究、職人の育成 を行う仕組み

> ③これまで企画した 計画書等

【提供する顧客価値①】

~味のある、よい九谷焼を広く全国の顧客に伝える~

鏑木が提供する顧客価値の1つめの特徴は、九谷焼を多彩な角度から皆様に伝えていることです。徳川11代将軍家斉の治世に始まる当舗が築き上げてきた歴史(⑤)を礎とし、八代当主が持つ/ウハウと行動力(①③)が最大限に活かされ、今日のプラントを築き上げました(⑥)。もちろん、これまでの鏑木の繋がり(⑭)や人間関係を大事にする八代当主の人脈(②⑤⑥)があったことも重要です。プラントの形成には、自らの商品に責任を持つこと(⑩)、金沢九谷の保存、研究、次世代を担う職人を育成する仕組みも大いに寄与しております。

この顧客価値は、八代当主が企画実現させた(①)、金沢の中心である長町武家屋敷にあるおいしいいっぷく鏑木(⑦)や金沢九谷ミュウジアム(⑧)、 東京の麻布十番にある分店(⑨)にて行っている事業等を通じて提供されております。

※文章中の番号は、上図の知的資産を意味します。

【提供する顧客価値②】

~伝統が培った美術性と革新的に取り入れた機能性を備えた新商品~

当社が提供する顧客価値の2つめの特徴は、伝統と革新の双方を兼ね備えていることです。この顧客価値は、鏑木の歴史(⑤)により育まれたプロデューサーとしてのDNAを持つ八代の商品企画/ウハウ(①)が土台となっております。新商品のアイデアは、懇意にさせていただいている皆様(②⑭⑤⑥①)から頂いた情報を基にしております。常日頃から日本全国世界各国を飛び回っているからこそ、多くの情報を得ることができます(②③)。八代目のアイデアを事業に落とし込むのは、従業員です(④②)。これまで蓄積してきた計画書等(③)も参考にしながら、アイデアを事業計画に落とし込みます(④)。当社は組織として、八代の大胆さと女性従業員の繊細さが相乗効果を生み出し、革新的な新商品を生み出しているといえます。
※文章中の番号は、上図の知的資産を意味します。

5. これからの挑戦

■ 当社は常に進化します。(未来の価値創造のストーリー)

世界への挑戦と日本文化の革新~ワイングラスと機能的な洒盃~

鏑木の商品は、①伝統的なモノ、②伝統を活か し現代風にアレンジされた新しいモノ、③全くの新しいモノの三本柱で構成されております。近年は、 ③にも注力するようになりました。八代当主は ③の商品を企画する際は金沢の文化と伝統を 世界へ伝えることを念頭に置き、常に「伝統を 踏まえた革新」に挑戦しております。例えば、ワイ

世界へ伝えることで志頭に直じ、所に「広帆で がまえた革新」に挑戦しております。例えば、ワイングラスや機能的な酒盃です。 海外への販売という革新に取り組むべく、和グラスを2005年のメゾン・オブジェに初出展させました。しかし、ボウルが香りや味を引き立たせるワイングラスを来の機能性を備えておらず、指導を頂きました。しかし、金沢市の導きでシュビゲラウ社(ドイツ)との共同開発に取り組み、鏑木製ワイングラスの発制を酒盃にも取り入れ、世界的にも注目を浴びている日本酒の魅力を最大限にフィングラスの発想を酒盃にも取り入れ、世界的にも注目を浴びている日本酒の魅力を根にております。この開発には、八代当主の人脈から専門家を選りすぐり、協力を得ております。この開発には、八代当主の人脈から専門家を選りすぐり、協力を得ております。

KABURAKI SAKAZUKI事業の今後 〜西洋文化を取入れて革新する文化〜

当社は、九谷焼の伝統的美術性と美味しさを引き出すための革新的機能性を備えたKABURAKI SAKAZUKIの開発・改善に取り組んでおります。美味しい日本酒を伝統的で革新的な陶磁製の酒器で楽しみたいという潜在的ニースは、国内はもとより海外においても高まっていると考えられます。開発・改善に対してなく、日本酒に関する専門家に意見を、検討会(オーブンパーライー)等において伺っております。の大人民詩会(オーブンパーライー)等において何っております。方は、日本酒やワイノに関する幅広い知識や大脈をもち、鏑木製ワイングラスの開発段階からご助言を頂いております。今後は、複数の形状会等で発表し、市場の反応を基にさらなる改善に取り組みます。の反応を基にさらなる改善に取り組みます。の紹介により、台湾、上海、シンカボール、ロンドン、バーリ、ニューヨークを開拓いたします。

新たなビジネスモデルの構築 〜空元締めの海外展開〜

八代当主は、歴代当主の意思を継ぎ、「九谷焼の価値を世界に広める」との創業の精神に徹し、世界に向けて九谷焼の新しい可能性を発信するべく日々挑戦しております。そのため、今後は、組織力を強化するとともに、海外展開への土台を固める必要があります。

伝統産業の海外展開を成功させるためには、 海外市場のマーケティングや販売行為等を円滑に 進めるための能力、海外における知名度や付 加価値を高めるためのブランディング、海外顧客からの要求に応えるための製造に関する仕組み (海外等の資材の購入から日本での製造にお しる体制)、組織力の向上、職人の育成等が重 要と考えられます。

(海外寺の負付の購入から日本での製造における体制)、組織力の向上、職人の育成等が重要と考えられます。 当社は今後、海外展開に必要な知的資産をひとつひとつ丁寧に構築し、当社単体で海外に展開する地力をつけることに挑戦します。これまで、国内を7イルドとしていた窯元締めが海外に躍進するための挑戦です。

6. ~八代当主からのメッセージ~



平成22年4月現在

昭和50年 私立星陵高等学校 卒業

昭和51年 玉川学園大学英米文学科 入学

昭和53年 父 栄一死去のため、在学のまま八代当主となる。

昭和55年 玉川学園大学 卒業

平成17年 港区麻布十番に「鏑木分店」を開業

平成17年 金沢長町武家屋敷に「鏑木本店」を移転

平成19年 株式会社鏑木 設立

<現役職>

石川県九谷陶磁器商工業協同組合連合会 副理事長

金沢九谷振興協同組合 理事長

金沢市工芸振興協会 理事

金沢経済同友会 幹事

石川県物産協会 理事

「八代基由」。これには、重要な意味があります。「基由」という名前が意味するところは、基礎と由来であり、八代として 鏑木の基礎と由来をもう一度見つめ直すということです。私自身、この名前をしっかりと受け止め、自らの役割として自覚 しております。また、歴史的に見ても、室町幕府や江戸幕府は八代が世直しをしております。私の名前の由来と歴史的に 八代が担う使命を果たし、一六代まで続く礎を築くことが、私の役割と考えております。

次の鏑木の礎となるコンセプトは、「最も歴史ある商家が、最も新しいことに挑む」です。現在の日本の伝統的工芸品は、お土産や進物として取り扱われている傾向があります。しかし、伝統的工芸品は元来生活に息づいたモノであったはずです。そのため、古くからの伝統を守りつつ、時代の変化を受け入れ、生活の中で息づくモノを提供することが、伝統的工芸品の本質と考えております。守るべきものは守り、変化に挑戦することです。そのような挑戦の中で生まれたのが、九谷ワイングラス(鏑木製ワイングラス)やKABURAKI SAKAZUKIです。

当社としてこれらの商品をもって取り組む次なる戦略は、鏑木のブランディングです。欧州をはじめ、各業界で優位性を持ったメーカーは、商品の種類の前にブランド名が思い出されるまで、徹底したブランディングを行っております(例えば、「〇〇と言えば時計」)。しかし、日本の伝統的工芸品のほとんどは、各ブランドの前に伝統的工芸品の分類名が思い出されます(例えば、「九谷焼の鏑木」)。今後、九谷焼をはじめとする伝統的工芸品が、国内だけでなく海外でも、生活の中に溶け込むためには、ブランドが先に思いだされる必要があると考えられます。そのため、「鏑木と言えば九谷焼」と想起されるようなブランディングに取り組んでおります。

九代以降が、「鏑木と言えば九谷焼」と想起される環境の中で、時代の変化に対応した新しい価値を世界に発信し続ける礎を築くことが私の使命と考えております。

7. 作成支援士業コメント

中小企業診断士 佐々木経司

当社は、現在転換期を迎えております。再興九谷以降、窯元締めとして業界を牽引してきた当社は、八代当主の時代に、創業の精神に徹し世界に向けて九谷焼の新しい可能性を自ら発信するために、新たなビジネスモデルを構築する段階に差し掛かっております。

当社は、窯元締めのプロデューサーとしての能力を各方面で発揮している八代を中心に、事業を展開しております。当社は、伝統と革新を体現した商品を開発し、今後海外マーケットに投入する段階ですが、販売面で新しいモデルを構築する必要があると考えられます。具体的には、海外でも窯元締めとして活躍するために知的資産を創造し、組織化することです。

第一に考えられることは、海外事業の前線で活躍していた商社マンや商社のOBをヘッドハンティングし、海外市場のマーケティングカや販売実務のノウハウを当社に取り入れることです(人的資産の創造)。これは、当主が中心となって関係資産を活用して展開してきた伝統的ビジネスモデルに革新を起こすことを意味します。当初は、新たな人的資産を中心に海外展開の実務を展開する必要がありますが、真に革新するためには構造化が必要です。当主は窯元締めとして、当社の象徴でもあります。象徴を組織が代替することは、背景にある歴史が大きいため困難ですが、新たに取り入れるビジネスモデルを組織化することは可能と考えられます。新たな人的資産の下、海外市場のマーケティングカだけでなく、特に販売実務のノウハウをあらゆる手法により構造化し、それを組織的に展開することにより伝統産業事業者としての新たなビジネスモデルを構築することが可能と考えられます。190年前に誕生した商家が、これまで培ってきた伝統に革新を起こし、自らのフィールドを海外にまで広げることが、次の10年のビジョンになりうると考えられます。

行政書士 勝尾 太一

鏑木商舗は、190年に及ぶ長い歴史の中で、九谷焼の再興、新しい九谷焼への挑戦を続けてきました。果敢なチャレンジは当代においても「九谷ワイングラス」の誕生など、力強く継承されております。

これまで、鏑木商舗は"窯元締"として築き上げてきた職人や当主の人脈等、信頼に基礎を置く企画・製造・営業・販売等を推進して参りました。これは、鏑木商舗が窯元締として、職人の技・仕事を熟知し、その技・仕事に対して高い信頼を寄せてきたことの現れといえます。ずば抜けて強固な人的資産、関係資産が存在することの証ともいえます。

しかしながら、今後、鏑木商舗が世界に向けた展開を強力に推進して行くためには、従来からの信頼関係やあ・うんの呼吸といった目に見えにくいものの中に組み込まれていた指示や約束事等を明確化すること、すなわち人的資産、関係資産の構造化が重要となると考えられます。

海外の顧客ニーズ(食文化を含む)を適確に把握し、そのニーズに応える製品を提供し、あるいは海外の企業との協同により製品を創り出す際には、一品ものという伝統工芸品の特徴を生かしつつも、高いレベルで均質化された製品の製造と、製品の管理が求められます。これを実施する方法の一つとして、工業製品等の製造において行われている管理の仕組みを敢えて伝統工芸品の中に取り入れ、製造の各工程における仕様書、指示書を整備すること、製品の検収等を書面により明らかにすることが考えられます。さらに、製品トレースの仕組みを構築することができれば、製品の破損等にも迅速に対応し、同じ品質の製品の提供が可能となります。

製品の企画から販売に至までを取り纏めてきた窯元締の特徴をそのままに、これら書面(契約書や輸出入に係る書類などを含む)による管理を強力に推進すること(例えば、商社等における実務経験者や書類作成・管理の専門家を自社に招き入れるなど)が、世界を舞台に発展する鏑木商舗の、次の100年に向けた取り組みの一つであると思慮いたします。

弁理士 横井敏弘

株式会社鏑木(以下「当社」)は、九谷焼の職人、外部協力者、及びユーザのハブとして、プロデュース役「窯元締め」を担っております。すなわち、商品企画、商品開発、購買、製造、広報及び販売に広く関与しております。この役割が最もわかりやすい形であらわれた事例が、「鏑木製ワイングラスの企画・販売」ではないかと思います。ユーザの利用シーンを想定して新しいワイングラスを企画し、外部の技術と九谷焼職人の技術を融合させてワイングラスを開発し、開発したワイングラスそれぞれに合わせる飲み物までユーザに提案しております。

また、当社代表は、九谷焼の歴史にも詳しく、その歴史的考察に基づいて、九谷焼をはじめとする日本の工芸品がもっと世界で受け入れられるはずだと確信しています。

今後は、この確信に基づいて、日本工芸全体のブランディングを「元締め」として担っていって頂きたい。具体的には、当社製品を中心に置きつつ、これと相性のよい工芸品や飲食物を総合的にプロデュースし、国内外に向けて発信して頂きたい。その際には、全体のブランドイメージを大切にし、日本ブランドが世界に広く認知されることを目指して頂きたい。一方で、自社製品それぞれのブランドイメージをもう一度整理し、製品それぞれのブランドイメージに合った販売戦略を採って頂きたい。具体的には、価格帯、商品の質感、用途などによってサブブランドを使い分け、サブブランド毎に、そのブランドイメージに合った流通網を構築し広報戦略を採って頂きたい。

日本ブランドを背負って、真の「元締め」として活躍されることを期待しております。

8. 知的資産経営報告書とは

【意義】

「知的資産」とは、従来のバランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産(特許・ブランドなど)、組織力、経営理念、顧客とネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源、すなわち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー(利害関係者)に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動(価値創造戦略)として目に見える形で分かりやすく伝え、企業の将来に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠して作成いたしております。



知的資産のイメージ

【注意事項】

本知的資産経営報告書に掲載しております将来の経営戦略及び事業計画並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、弊社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘る弊社を取り巻く経営環境(内部環境及び外部環境)の変化によって、これらの記載する内容などを変更する必要を生じることもあり、その際には、本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に記載した内容や数値などを、弊社が将来に亘って保証するものではないことを、充分にご了承願います。

この知的資産経営報告書は、石川県が株式会社迅技術経営に委託した石川県民間提案型継続雇用創出事業「伝統的工芸品産業事業者の 魅力を伝える知的資産経営作成事業」により作成いたしました。