

波佐見焼に新たな価値を

経営トップ講義

@県立大 2019~20

「ビジネス経済の実践」要旨

②



「波佐見を知ってもらい、焼き物の付加価値を高めたい」と話す児玉代表取締役社長
|| 県立大佐世保校(山下哲嗣撮影)

西海陶器代表取締役社長

児玉 賢太郎氏(36)

1946年に祖父が創業し、私は3代目。東彼波佐見町の波佐見焼の卸売り、雑貨やインテリアの販売をしている。米国、シンガポール、中国、オランダにグループ会社があり、世界を相手に商売をしている。

装問題の影響もあり、約15年前から有田焼と名乗れなくなった。知名度の高い名前を使わずに、どうやって売れるかを町一丸になって考えた。

波佐見には世界最大級の窯があり、大量の焼き物を作ってきた。陶磁器はお金持ちしか買えなかったが、波佐見の大量生産によって一般の人でも買えるようになり、生活が豊かになった歴史がある。そこで、波佐見はこれからは人々のライフスタイルに合わせた器を作り続ける産地としてアピールしようと思った。

当時は茶わんや湯飲みなど、和食器ばかり作っていたので、それ以外を作ることには。マグカップやスプーン、ポットなどデザイン性の高い商品を作ると、焼き物店が中心だった取引先が、雑貨店などに変わってきた。

さらに、自分たちが売りに行くのではなく、波佐見に買いに来てもらう仕掛けが必要だと考えた。町内の製陶所跡を買い取り、古い建物を改修。県外からの移住者らが雑貨店やカフェ、アイスクリーム屋などを次々とオープンし、今では人気の観光地になっている。観光客に波佐見焼を手にとってもらえる機会も増え、売り上げ向上につながっている。

今はデザインが優れているのは当たり前。そんな時代でも波佐見焼を選んでもらうためには、さらに付加価値が必要だ。波佐見がどういった焼き物を作っている産地なのか、どういった人が働いているのかなどを知ってもらうことで、商品に新たな価値が加わる。デザインだけに価値を求めると、中国でも同じものは作れるし、そのほうが安く済むので一時的にはもうかるだろう。しかし、波佐見が産地であるということに価値を見いださなければ、歴史は途絶えてしまう。

祖父や創業当時の社員がずっとくれた土台の上で、私たちの仕事は成り立っている。私の仕事は会社を存続させていくこと。それが、今まで働いてくれた人への恩返しだと思っている。若い感性で新しいビジネスにも挑戦し、町おこしを進めたい。

(湯村高大)

|| 次回は12日に掲載します ||

若い感性で町おこし