

■釜堀文孝氏インタビュー調査記録

1980年の小城羊羹のパイロットデザインを振り返る

[日時] 2021年12月17日(金) 11:00~12:30

[場所] ZOOM 利用(福岡、東京、浜松)

[出席] 釜堀文孝氏/青木史郎、黒田宏治

*釜堀文孝氏: 1952年宮崎県生まれ。77年九州芸術工科大学卒業、佐賀県工業試験場(92年佐賀県工業技術センターに改称) 研究員を経て、1999年より九州産業大学、現在芸術学部ソーシャルデザイン学科教授、伝統みらい研究センター所長、工学博士。試験場時代には、地方産業デザイン開発推進事業(小城羊羹パッケージデザイン) はじめ佐賀県の産業デザイン振興に携わる。



[目次]

- 小城羊羹のパッケージデザイン
- パイロットデザインの波及効果
- デザイン高度化特定事業について
- 諸富家具産地のデザイン支援
- 地方産業デザイン開発推進事業について

+++++

●小城羊羹のパッケージデザイン

—— 小城では1980年に羊羹(*1)のパッケージを対象に、地方産業デザイン開発推進事業のパイロットデザインが実施されました。釜堀さんは当時担当されたと思いますが、そのときの経緯や成果について、ご記憶の範囲でお話し願えたらと思います。

(*1)関係資料で「ようかん」「羊かん」「羊羹」の表記が

見られるが、本稿では固有名詞を除き基本的に表記は「羊羹」に統一する。

その当時、私はまだ工業技術センター(*2)に入りたてでしたから詳しくは知りませんが、その前にデザインの振興団体が組織されました(*3)。そのとき、工業技術センターも構成員に加わりました。そして、何回かの打合せ会議(振興産地体制整備事業会議)のあとに、地元の羊羹屋さんの若手を集めて勉強会の組織が発足してからは(*4)、ずっと私も参加することになりました。

(*2)1980年当時は佐賀県工業試験場であり、佐賀県工業技術センターには1992年に改称された。本稿では、便宜的に両者とも工業技術センターと記す。

(*3)佐賀県産業デザイン振興会(1979年2月設置)、小城地区パッケージ・デザイン振興協議会(1980年3月設置)

(*4)小城羊羹協同組合青年部内のパッケージデザイン研究会

私の知っている限り、羊羹屋さんがデザインという言葉を知ったのは、その時が初めてだったと思います。デザインという言葉は知っていたかもしれませんが、デザインがこういうふう to 実施されていくのを目にすることは、多くの羊羹屋さんにとって、初めての経験だったと思います。勉強会メンバー全員で小城羊羹の問題を議論・整理します。すると、考えていたことが、サムネイル(スケッチ)でも、モデル(模型)でもいいですが、目の前に具体的に形として出てくるわけです。

自分たちのイメージしたものに、ぴったりかどうかはわかりませんが、自分たちで考えた問題に対してデザイン事務所から「こういう感じですか」と具体的な姿が提示されるわけです。それは羊羹屋さんの若手にとっては、かなり新鮮な体験だったと思います。パッケージデザイン開発を担当したデザイン事務所はYAOデザイン研究所ですが、そちらのやり方もよかったのだと思っています。

それまでは、何かするにしても、以前の商品を見て「ちょっと絵柄や格好を変えてくれ」ぐらいで、大幅な変更はされてこなかったのです。それが意味で慣習であり、小城羊羹の特徴でもあったわけです。そ

れがこのときは全くやり方もアウトプットも違いました。そういう意味で小城羊羹業界にとっての大きなチャレンジでした。新しいことにチャレンジしたというのは多分初めてですね。

最初は、参加者もわりとよそよそしい感じでしたね。初めて会って、今まであまり話したことのない人たちが一緒に何かやろうというのですから、当然といえば当然です。でも研究会の回を重ねるにつれて、途中から場の雰囲気が変わったというのですか、けっこうみんな熱心になりました。集まりはいつも仕事が終わってから夜に開催されました。毎回7時か8時ぐらいに集まって2〜3時間ぐらいいやっていました。けっこうハードだったと思いますが、それでもちゃんと皆さん出席されていましたね。

●パイロットデザインの波及効果

パッケージのデザインのほかに、私が一番良かったと思ったのは、曲がりなりにもデザインという言葉がきっかけになって、羊羹の問題点とか、どうしたらいいかとかいうのを、業界の人たちが話し合ったことです。これも多分初めてではないかと私は思っています。それまで小城の羊羹屋さんは互いに商売がたきで、競争相手でしたから。一緒に何かをする、とくに羊羹の商品開発をするということは、基本的にないわけです。

あと、やっている最中に、パッケージだけでなく味も変えようということで、例えば塩羊羹とか、研究会では新しい味にもチャレンジしました。その時には、新しい羊羹は組合でつくって出すということになり、それぞれの企業が普通の羊羹に加えて、塩羊羹などいろいろな羊羹のサンプルを作って持ち寄って、どれがおいしいかということをやりました。それにより組合員はノウハウをある程度共有することになります。

それまでは敵同士ですから、敵情視察でそれなりに互いの商品を食べていると思いますが、一堂に集めてみんなで食べ比べるという場面はなかったわけです。その時は味を決めるのに官能テストもやりました。みんなでやる利点というか、そのような共同での検討を通じて個々の企業ではできないこともあると認識する契機になったと思います。それは表には出ないですが、画期的ではないですか。報告書(*5)にも書いてありますが、それによって産地意識みたいなものも芽生えたように思います。

(*5)昭和55年度地方産業デザイン開発推進事業報告書、

(財)日本産業デザイン振興会、1981年

私は、そのときの事業を通じて羊羹屋さんが、小城と羊羹との関係を再認識したというか、そんな気がしているのです。周りはみんな競争相手だった。でも、やっぱりみんな小城のことが好きなのだ。小城は小

京都とも呼ばれますが、静かない町です。それをちゃんとアピールして、共に生きていこうというのでしょうか、そういう機運が生まれたように、私はそのときに感じました。

そして、その時のパイロットデザインでは、いくつかのプロトタイプ（試作品）が検討されましたが、最終的にギフトタイプなど2種類のパッケージと小城の名所・旧跡を紹介する包装紙とキャリーバッグが制作されました。最初から共同開発する商品は組合で販売していくことになっていたので、例えば桜祭りにみんなで組合として出店し販売したりしました。基本的には個々の商店では個々の製品を売るというスタンスなのですが、自前の包装紙を持っていないところには、開発した組合の包装紙やキャリーバッグを自由に使っていいですよというかたちでやっていました。

この事業の後になります。小城の羊羹屋さんの間では、いいか悪いかは別として、珈琲羊羹とか苺羊羹とか、いろいろなチャレンジが生まれました。商品のほかにも、パッケージを変えたり、店舗のイメージを変えたりと、そういうのが小城で始まるきっかけになったと思います。さきほど産地意識が出てきたと言いましたが、そういうのが店舗にも反映されていったのだと思います。そのような経過もあって、いまでは街並みに合わせた店舗がほとんどです。

また、この事業をきっかけにデザイナーとのかかわりも見られるようになりました。例えば老舗の一つである八頭司伝吉本舗では、もうお亡くなりになりましたが佐賀のグラフィックデザイナー、池田勝利さんにデザインを依頼されていたと思います。10年間ぐらいいは、いろいろな指導にデザイナーをお願いして私も一緒に小城に行ったりもしました。ただ、企業の中にデザイナーがいるというのは聞いたことがないですね。

あと、村岡総本舗という小城の中でも古い老舗の羊羹屋さんがいます。社長さんが、ものすごく歴史や文化に関心が高く、例えばパッケージに鍋島更紗の図案の包装紙を使われたりして、佐賀の伝統に根ざしたものをうまく生かしていこうという姿勢をお持ちでした。パイロットデザインの終わったあとになります。古い倉庫の跡を羊羹資料館に改装しています(1984年開館)。私も少しお手伝いしましたが、1階で抹茶と羊羹のサービスをして、2階が展示スペースで、羊羹に関するいろいろな資料を集めて展示しています。これも事業効果の一つかもしれません。

村岡総本舗と八頭司伝吉本舗の話が出ましたが、当時の小城には2人のキーマンがいたことを付け加えておきたいと思います。村岡総本舗の村岡安廣さんと、あと八頭司伝吉本舗の八頭司博さん。お二人とも多分三代目で、その2人がその頃に交互に組合長をされて

います。お二人とも、ちゃんと組合員をまとめて引っ張っておられましたね。地元でそういうキーマンがいるということは重要です。

今年のことで、吉野ヶ里の近くの千坊館という道の駅に行ったことがありました。そうしたら、そのときのパッケージで羊羹がまだ売られていたのです。びっくりしました。ロングセラーですよ、40年も前に開発したものですから。当時の包装紙が使われているのも見ました。また最近では、今の小城羊羹を女の子が買って、「かわいい」と言うのを耳にすることがあります。一昔前では考えられませんでした。

●デザイン高度化特定事業について

—— 1987年に地場産業デザイン高度化特定事業で小城羊羹を扱っておられますが、これは1980年のパイロットデザインの発展形と理解すればいいですか。

そういう感じですね。ただ、どちらかというと、新商品開発のデザインではなくて、販路拡大のための、例えば展示会開催とかパンフレット制作とか、広報関係が中心ではなかったかと思います。古い話なのではっきりとは覚えていませんが。

広報の手段として当時はまだウェブとかありませんから、とりあえず地元の人に羊羹のことを知ってもらうということで、佐賀駅前のデパートで嬉野茶とコラボしてキャンペーンをやったような気がします。羊羹を食べるときは基本的にお茶ですよ。抹茶とはよく合うんです。確か村岡さんは茶道裏千家の佐賀支部長だったと思います。そういう関係もあって話を進めやすかったのではないのでしょうか。それが佐賀県での異業種間でコラボした初めてではないかと思います。

そのあとは、工業技術センターとしては、デザイン指導の関係では、諸富家具産地に行ったり、神崎そうめんの方に行ったりしました。そういえば、神崎に行ったときには、もうデザインというのは役に立つらしいと、そうめん業界でも割と知られていて、そういう意味ではデザイン導入はスムーズでした。デザインに対するある程度の期待はありましたから。その中でも熱心だった会社の一つに井上製麺があったと思います。井上製麺はデザインと出会い、お店のリニューアルや、そうめんを美味しく食べてもらうためにそうめんを食べることができるレストランもつくられています。

高度化特定事業のあとは、小城は小城で独自に、今度は町が主体となっているいろいろな事業をやっていたと聞いています。羊羹とまちづくりというのを基本的に柱に置いて、例えば祇園川のホテルをよみがえらせ

るとか、小城には鯉料理があるのですがそれと組み合わせるとか、まち全体をきちんと整備しようということでは動いています。パイロットデザインでも、最後の方では、羊羹の商品開発も大事だけれど、それを取り巻く環境の整備はもっと大事だという話題になっていきましたから。

こうやって振り返ると、小城のケースでは、国の事業（パイロットデザイン）は起爆剤みたいになって、それからデザインの火が着いて高度化特定事業で中押し、県の方ではデザイナーバンクみたいな仕組みもできて、あとは地元の町や組合が中心で進んでいったというふうに理解していいと思います。

—— 佐賀県では、有田、諸富、小城とやって以降、地場産業デザイン高度化特定事業に取り組んでおりません。ほかの県では2000年近くまでいろいろな産地で実施している例も少なくありません。高度化特定事業には使いづらいとかの事情があったのでしょうか。

多分そんなことはないと思います。費用対効果の問題での判断だと思います。それと、ものづくりは大事ですが、もっと売る方の努力というのでしょうか、90年頃からは県としてそちらの方に力を入れてきたと思います。90年代以降はインターネットはじめいろいろな情報媒体が出てき始めたので。諸富を見ている、ものづくりに関しては80年代であるレベルには達しているんです。あとはどう売るか、マーケットインをやれるか、そちらの方に力を入れていったからだと思います。

ものづくりの時代は、終わってないですが、既に主役ではなくなっていますよね。多分ものづくりに関していうと、今存在する企業というのは、基本的には競争に残った「生き残り組」ですから、ある程度の要求には応えられると思うんです。できないところは淘汰されていると思います。買ってくれる人の目が、選択肢が多様になっていますから、どの層に的を絞って、どうそこにアプローチをしていって、どうその人たちをつかまえるかという、そういうノウハウを持ったところしか残りづらくなっている時代ではないでしょうか。

●諸富家具産地のデザイン支援

—— 諸富地区に関してはどうデザイン振興を進められたかをお聞きできたらと思います。

諸富家具産地は、私が工業技術センターに入って最

初に関わった産地です。1977年でしたが、諸富地区でデザイン研究会を組織いたしました。基本的には木工家具会社の社長さんしか入れないことにしました。最初の3年間ぐらいは、社長さんたちにデザインについて知ってもらって勉強会のように進めました。

それから、1986年には諸富木工協同組合が受け皿になり、「諸富システムファニチャー」というテーマで地場産業デザイン高度化特定事業をやっています。参加各企業に50万円ずつ出してもらって、産地全体でシステム家具を製作したものです。各企業で共通の材料を使い、共通の金具をデザインし、そして共通の寸法体系で組み立てることにして、3タイプのシステム家具をつくりました。それが一段落したら、今度は2代目を参加資格にしたんです。それから、どちらかというと個別企業のデザイン指導の方に軸足を移していきました。

システム家具の場合は、産地全体で複数の企業がそれぞれの得意分野でトータル家具を提案した面白い取り組みでした。基本形さえ押さえておけば、あとは各工場で作る自社の家具を自社の製造機器に合わせてモジュール化するとデザインも楽になります。以前のようにそれぞれが勘でやっていくのでは、微妙に寸法が合わなくなるものですが、ちゃんと室内空間に合わせたモジュール体系を基本にするわけですから。

諸富産地での共通化のデザインはわりとスムーズに進められましたが、主たる要因としてはさきほどのデザイン研究会の積み重ねが生きたと考えていいと思います。ただそれだけでなく、もう一つの要因としては、当時の諸富家具産地には若い経営者が多かったというのも見逃すわけにはいかないと思います。

ここで諸富家具産地の成り立ちも見ておきたいと思います。佐賀県の諸富地区は家具で有名な福岡県の大川と筑後川を挟んで対岸に位置しますが、戦後に大川家具産地が成長する過程で工場が手狭になったり、独立したりで、大川とは目と鼻の先の諸富に家具産業が移転・集積したという経緯がありました。独立組については経営者が比較的若いという傾向がありました。これはデザインにとっては好条件といえたと思います。

そのような経緯から、諸富の家具産業にはけっこう勢いがあったのです。最初に諸富に行ったときは15社ぐらい十何億円の出荷額だったと思います。しかし、私が工業技術センターを辞めるときは（1999年ですが）、30社で120億円と言われていました。同じ時期に、大川は60億円から240億円になりました。諸富は生産額を見ればわかるように、大きな産地になったのです。企業数は少ないですが、1社あたりの生産額が大きい企業が比較的多いという特徴があります。若い企業が多いから、それだけ伸びしろがあったのだと

思います。しかもハンディクラフト的な要素は少なかったもので、合理的な設計・生産システムを備えていたと言えます。

諸富地区には諸富デザインセンターが1991年に開設されました。産地のデザイナーの知的向上ということの支援を目標に、工業技術センターの分室というかたちです。そういえば開設のとき、私は「家具産地はこれから縮小する」と言っていて、大響盛を買ってしまったことがあります。ちゃんと計算して、このままではこれから10年間で生産規模は最悪3分の1に減少してしまうだろうと。だから高級化を進める必要があり、そうしないと市場競争に負けてしまう、IKEAに食われると、産地への警告のつもりだったのですが、その当時はうまく伝えられませんでした。

2000年以降には全国各地でデザインセンターの多くは廃止されましたが、諸富デザインセンターは現在も存続しています。工業技術センターの職員1名が常駐しています。あとは契約職員が2名（事務のアルバイトとデザイン職が1名）、計3人で運営しています。最近そこへ顔を出しておりませんので、詳しいことはわかりませんが、基本的に産地に情報を提供でき、産地との良好な関係をつくればいいというスタンスだと思います。そして、長期的な展望を持って常に産地と関わっていく。このような施設はこれからも重要だと思います。

●地方産業デザイン開発推進事業について

—— 地方産業デザイン開発指導事業を振り返り、他の国の補助事業との違いみたいものはどのように認識されますか。

あくまでも私の個人的な意見ですが、地方産業デザイン開発推進事業は、基本的にはデザインに特化した事業だったと思います。確か一連の事業で4年間でしたか、デザインという括りで保証されているのは、デザイン振興に携わる側としてはやっぱり大きいと思います。ほかの補助事業でも、例えば90年代以降の地場産業集積活性化事業とか地域産業活路開拓事業とかでも、デザインに特化するのとは可能なのですが、実際にはなかなかそういうわけにはいきません。

近年の国の補助事業の多くでは、産地側に複数の選択肢があるわけです。その中で展示会開催を選ぶのか、国際化を選ぶのか、それともデザインを選ぶのか、いくつかの観点の抱き合わせも可能であり、総花的的を絞りにくくなるというのは感じておりました。ほかの事業では、多分デザインはマストではないからではないでしょうか。それに対して、デザインという切り

口で初めから一貫してできるというのはこの事業の特徴だったと思います。

そして、やっぱり地域がある程度デザインについて理解してというか、「あっ、そうだよね」と言って取り掛かるには、やっぱり期間というのはものすごく大事だと思うのです。年度単位のデザイン高度化など実質は半年くらいで、外部からデザイナーが入ってきても、ぼんとやっ、ぼんと帰ってしまう感じです。確かに効果はあると思いますが、それでデザインが産地に根付くかという、それは難しいと思うのです。一見無駄に見えるかもしれないですが、例えば2年とか3年とか、そういう長いスパンで地道に事業に取り組むというのは本当に大事だと、今でも思っています。

—— さきほど産地意識が生まれたというお話がありました。ありましたが、やっぱり期間の問題は関係ありませんでしょうか。

実質的には3年はありませんでしたが、一番の収穫は組合員同士がきちんと相手のことを知ったということだと思っています。そして同じ問題を共有できて、その解決に向かって努力するための期間としては、ちょうどいいのではないかという気はします。デザイナーの方もその間に8回ぐらいは行き来していましたね。その頻度も割とよかったです。あとにやったデザイン高度化特定事業になると4回しか行き来がないみたいなことがありました。それもとんぼ返りが多く、十分に産地を見る時間が取れなかったのではないのでしょうか。

1980年の小城羊羹の例で触れましたが、パイロットデザインを通じて、パッケージデザインはもちろんのこと、デザインへの理解・普及、業界内のコミュニケーション、産地意識の醸成、さらにはまちづくりや文化事業にまで波及したと考えられます。そういうトータルな意味から、まだ地場産業ではデザインの理解が乏しい時代にあって、デザイン振興の体制づくりに始まりパイロットデザインを実施した地方産業デザイン開発推進事業は、小城羊羹の地場産業産地には大きな意義があったと言えると思います。

*参考資料：

- 1.昭和 55 年度地方産業デザイン開発推進事業報告書、
(財)日本産業デザイン振興会、1981 年
- 2.釜堀文孝「小城羊羹のパッケージデザイン」『中小企業と組合』昭和 61 年 6 月

2022.01.19 (文責：黒田宏治)