



「京もの担い手育成事業」  
インターンシッププログラム

京焼・清水焼

# 洸春陶苑

高島 慎一様

2019年8月～2020年1月

上記期間に合計7回のワークショップを開催



「京もの担い手育成事業」

主催 | 京都市産業観光局クリエイティブ産業振興室

企画・運営 | ようび

コーディネーター | 大島 正幸 (ようび 代表取締役)



## 洗春陶苑

### 事業内容

京焼・清水焼の製造

### 高島 慎一 様 プロフィール

有限会社洗春陶苑 代表取締役

京都府立陶工高等技術専門学校卒業後、故二代目高島洗春に師事し、平成 17 年に高島洗春を襲名。京都有数の陶磁器産地として名高い日吉地域で、洗春窯の三代目として、鮮やかな発色が印象的な「文趾」技法を使い、茶道具から日常食器まで幅広く製作している。

文趾の特徴である細やかな文様表現は、筒で粘土を絞り出して線を盛り上げて描く「いっちゃん」技法によるもの。近年では、個展・グループ展等への出展も積極的に行っている。



# プログラムの流れ

## プログラムの目標

- ①高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の商品の魅力を客観的に分析する
- ②高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の商品の魅力の認知拡大

day1, day2

### ● 伝統工芸の 魅力の分析

ワーク

第一印象から感じた、  
高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の魅力の分析 ▶

ワーク

制作体験から感じた、  
高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の魅力の分析 ▶

day3~day6

### ● 伝統工芸の魅力の 認知拡大

ワーク

魅力が伝わる展示空間を考える ▶

ワーク

魅力が伝わる写真の撮影 ▶

ワーク

魅力が伝わるカタログの制作 ▶

day7

ワーク

洗春陶苑の今後の展望を考える

講義

ワークショップの振り返りと今後について





# 伝統工芸の魅力の分析

ワーク①

第一印象から感じた、

## 高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の魅力の分析

高島さんが製作されている京焼・清水焼（いっちゃん技法）の商品の魅力を効果的に伝え、認知拡大・ファンづくりをしていくための最初のステップとして、魅力の分析を行いました。

インターン生に先入観が無い状態で高島さんの商品を見てもらい、魅力を感じた要素をキーワードで出してもらいました。

- <キーワードの一例>
- シンプル
  - インパクトがある
  - 実用イメージが湧く
  - 柄
  - 形
  - バリエーション
  - 現代的
  - 色合い
  - 触感
  - オリジナリティ
  - ツヤ感



ワーク②

制作体験から感じた、

## 高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の魅力の分析

インターン生に、伝統的な装飾技法である「いっちゃん」の絵付け体験をしてもらい、体験を通して感じた、高島さんの商品の魅力をキーワードで出してもらいました。

- <キーワードの一例>
- 唯一無二
  - 個性
  - 人間味
  - 手描きの味
  - オリジナリティ
  - 愛着
  - 大切にできる
  - 温かみ
  - 職人技

今までに感じなかった、京焼・清水焼（いっちゃん技法）の深い魅力を知ることができました。



# 伝統工芸の魅力の認知拡大

分析した、高島さんの京焼・清水焼（いっちゃん技法）の魅力が、第三者に効果的に伝わる方法を考えました。

ワーク①

## 魅力が伝わる展示空間を考える

伝統的な装飾技法である「いっちゃん」をテーマに、高島さんの京焼・清水焼の魅力が、第三者に効果的に伝わる工場の展示空間について考えました。



ワーク②

## 魅力が伝わる写真の撮影

高島さんの京焼・清水焼の魅力（いっちゃん技法）が、第三者に効果的に伝わる写真の演出について検討し、アートディレクターと共に、写真撮影を行いました。撮影した写真は、Instagramで投稿し、オーディエンスの反応を検証しました。



難しそうだと思っていたことが、実は自分たちのようなアマチュアでも正しく段取りを踏むことで可能になると身をもって知ることができました。



ワーク③

## 魅力を伝えるカタログ制作

高島さんの京焼・清水焼の魅力が効果的に伝わるカタログの内容を考え、制作しました。制作したカタログは、インターン生に、彼らと同世代の友人・知人に配布してもらい、高島さんの京焼・清水焼の認知を若い世代へ広げました。

カタログ制作という明確な目標の中で、議論も多く出たため、緊張感のある刺激的な内容になったと思います。



正解が無い広報物制作の過程で、それぞれの意見の長所と短所を踏まえて、議論を繰り返し、時間内に全員が納得できる意思決定ができたのが印象的でした。



# プログラムを終えて

当事者の私たちではどうしても自らを客観視できないので、まったく真っ白な状態の方に、ある意味第三者的に分析していただくことにより、**当たり前すぎて見過ごしてきた点にも魅力があることを認識できました。**

何よりも、若い世代の皆さんが使っている、知りたい情報や知るためのツールについて、少しでも触れられたことは今後のPR戦略を練るのには貴重な体験でした。



洸春陶苑  
高島様

プログラムに参加したことによって、伝統工芸の職人さんともっと密接に関わって活動してみたいと考えるようになりました。**京都にある伝統工芸をどう未来に残していくかを考え、若い世代を代表して課題解決やビジョンの実現に取り組んでいきたいです。**



インターン生  
大学4年生

今までは、伝統工芸や陶器は「敷居が高くてなかなか手が出せないもの」というイメージや「伝統」という言葉の重さからあまり興味を持っていませんでしたが、このプログラムを通して高島さんの思いや考えに触れ、作品の魅力を細かく分析していくことで、**回を重ねるごとに清水焼の魅力に引き込まれていきました。**



インターン生  
大学1年生

このプログラムを通して、**伝統産業が自分事として考えられるようになりました。**何事も閉じた世界で、危機意識を共有するだけでは不十分で、**いかに興味のない「他者」を巻き込むことが重要であると思いました。**



インターン生  
大学3年生