

〔中小企業の目〕（佐賀）

陶器ノ質分ヲ精ニスル事

深川 祐次
（株式会社香蘭社）
代表取締役社長



豊臣秀吉の朝鮮出兵によって多くの朝鮮人陶工が日本に渡り、そのリーダー格とされる李参平さんぺいによって元和2年（1616）に創業された有田焼は、今年400年の節目の年を迎えました。

まさに有田は日本の磁器発祥の地であるわけですが、当社の歴史もやはり江戸期に遡り、深川家の初代又四郎が有田で磁器の製造を始めたと伝えられているのが江戸文化が華麗に花開いた頃、元禄2年（1689）ですので、やはり300年以上の歴史があります。

私の高祖父である第八代深川栄左衛門は明治元年（1868）、それまで一人の商人によって独占的に行われていた有田焼の海外輸出を佐賀藩への陳情によって十枚鑑札に増加させ、新たに貿易商となって長崎の出島に陶磁器店を開き、海外にも販路を広げました。

明治3年（1870）には工部省電信局で電信頭でんしんのかみの要職にあった佐賀出身の石丸安世の要請により、栄左衛門は我が国初の磁器製碍子の開発に成功しますが、電信寮での試験の結果、高価な外国製碍子を大きく上回る絶縁性能を発揮し、東京～長崎間の電信線架設に採用されるなど日本の電気インフラ拡充に多大な貢献を果たしました。この技術は、のちの工業用ファインセラミックス誕生のきっかけにもなり、現在でも碍子は電力会社、鉄道会社などに納入するなど当社売上の4割ほどを占める大きな柱となっています。

会社設立の契機となったのが、明治新政府の欧米使節団に随行し、明治6年（1873）に開催されたオーストリアのウィーン万国博覧会に参加した久米邦武ら関係者から帰国後に「先進技術を導入し近代化を図ることで品質を向上させながら量産も可能となる。それを達成するためには窯元が集まり、製造から販売までを一貫して行うことができる組織が必要である」と説かれたことでした。栄左衛門は明治8年（1875）、有田の有志4名で「合本組織香蘭社」という九州で最初の会社を設立しますが、これは翌年に開催されるフィラデルフィア万国博覧会に出品するための製造販売組織であり、社則には「陶器ノ質分ヲ精ニスル事」と定められました。

これは「製品の品質を精緻にすること」という意味であり、ほかにも「製品の形状と画彩を美しくすること」、「製造の無駄な費用を減らして原価を低減すること」、「焼き損じを少なくし、製品の歩留まりを向上させること」、「名誉を保持して永久の利益を図ること」などが定められています。創業以来継承されている当社の理念でもありますが、今では当たり前のことでも、

まだ商法も施行されていない、会社という概念もない時代に、香蘭社は日本の民間企業のさきがけとなり、産業の近代化に大きな役割を果たすことになったのです。

「香蘭社」という社名ですが、これは中国の古典である「易経」に由来します。「君子の道は、出でて仕える、退いて野にある、また沈黙を守る、雄弁をふるう、などその表われはさまざまである。しかし、君子たる人々が心を一つにすれば、その力は金鉄をも断ち切る鋭さを持ち、その言葉は蘭のごとき香りを放つものとなる」という一文があるのですが、香蘭社の設立メンバー4名それぞれが、その技術・英知を惜しむことなく提供しあい、心をひとつにして蘭の花の香りの如く強い結束で結ばれることを誓い合ったのです。これは前述の会社社則とともに、現在でも大切な教えとなっています。

有田町の陶山神社境内には、深川栄左衛門の功績を称えた石碑が建っています。石碑の題字は大隈重信、文面は香蘭社の設立を勧めた久米邦武によるもので、海外で有田焼の評価を高めたこと、地元の小学校の設立に私財を投じ向学の気風を高めたこと、地元銀行の設立にも奔走し地域社会への貢献があったことなどが高く評価されており、最後に「陶磁器が君を著名にしたのではない。陶磁器が君という人を得て著名になったのだ」と結ばれています。

有田焼の売上は平成5年頃をピークに減少傾向にあります。景気後退による購買意欲の低下、核家族化に伴う家族構成の変化、少子化による市場の縮小、安価な外国製食器の攻勢など理由はさまざまですが、当社には根強い「香蘭社ファン」のお客様がいらっしゃいます。香蘭社らしさを前面に打ち出した製品はもちろん必要ですが、違った方向性からの製品作りも必要だと考えています。

例えば住宅でも、建築関係の方から「最近の若い施主は我々の考えもつかない要求をする。例えば窓の位置や形についても今までの常識とはおよそかけ離れたリクエストがある」という話を聞きます。有田焼についても、まさに作り手側が変わらねばならない岐路に来ているのではないのでしょうか。

創業から400年目を迎えた有田焼ですが、当社はその記念事業のひとつである「2016/project」に参加しています。オランダ人デザイナー16組と有田の窯元10社・商社6社とのコラボレーションによる新しい製品開発プロジェクトですが、デザイナーの要求はかなり高く、それを忠実に再現するために現場は試行錯誤を繰り返し、製品の開発は苦難の連続でしたが、当社の担当者と職人は見事、要求に応えてくれました。すでに今年4月、イタリアの国際見本市であるミラノサローネに商品を出品し、いい感触を得ています。シンプルな形状で絵柄もない単色の製品もあり、およそ既存の有田焼とはかけ離れた印象ですが、新しく共同設立した会社を通じて統一ブランドとして販売していきます。

これまで決して伝統にあぐらをかいていたわけではありませんが、市場の動向を見誤り、その変化に付いていけず、結果として売上を落としてきたことは否定できません。伝統工芸士をはじめとする後継者の育成や人材の確保も待たないですが、これからは既存の考えを脱ぎ捨てるイメージを持ち、今まで以上に市場の要求に迅速に、かつ柔軟に対応し、お客様が求める商品を開発して新しいマーケットを獲得していきたいと考えています。