



知的資産経営報告 2012

信楽
重蔵窯

日本
いいもの
発見

有限会社 重蔵窯

陶のある暮らしをご提案／信楽焼

土のぬくもり
人のぬくもりを感じる
こだわりの陶器をつくりつづけています



1. 社長から皆様へ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P2

2. 経営理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P3

3. 信楽焼・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P4

4. 事業内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P5

◇製品のご紹介・・・・・・・・・・・・・・・・ P5

◇地域産業資源活用事業計画に係る認定商品のご案内・・・・ P10

5. 沿革・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P11

6. 当社の知的資産・・・・・・・・・・・・・・・・ P13

◇知的資産の全体像・・・・・・・・・・・・・・・・ P13

◇知的資産①伝統工芸士が織りなす技術力・・・・・・・・ P14

◇知的資産②一貫生産体制による生産力・・・・・・・・ P16

◇知的資産③魅力ある製品を誕生させる企画力・・・・・・・・ P17

◇知的資産④モノづくりを支えるネットワーク力・・・・ P18

7. 現在から未来・・・・・・・・・・・・・・・・ P19

◇今後のビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・ P19

◇今後の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・ P19

◇2018年8月時点に保有すべき『知的資産』・・・・ P19

◇課題・・・・・・・・・・・・・・・・ P19

◇解決策・・・・・・・・・・・・・・・・ P19

8. 会社概要・・・・・・・・・・・・・・・・ P20

9. 問合せ先・・・・・・・・・・・・・・・・ P21

信楽の里

で。炎と格闘し早30年になります。

私たち3名の伝統工芸士は、先人からの受け継いだ言葉を大切にしています。

【愛撫の心で土を練れ、生み出す心で形を作れ、炎のごとく焼け】

この言葉を胸に刻みながら、日々ものづくりに努力しています。

信楽大物口クロ成形技法で、暖かみのある信楽焼の土味を残したまま、顧客のニーズにあった造形や色合いの製品を小ロット、低ロットで生産しています。

やきものは1つ、1つ、何かのテーマがあり、それは美しさや楽しさ、味わい深さ、親しみやすさなど様々です。

当社では“**環境保全**” “**癒し**” “**低吸水性**” の3つをモノづくりのテーマとして、技術、技法の研鑽に努めてきました。また、モノづくりの姿勢としては、伝統を守りつつ、常に新しい物づくりに挑戦することを大切にしてきました。

これら3つのテーマと姿勢のもとに、お客様の生活に“うるおい”と“やすらぎ”を与えることを目指しています。

このたび、**低吸水率**に優れた**画期的な製法を開発**しました。これを機会に自社の保有する根源的な強みを整理し、公開することを決意しました。

当報告書をご一読いただいた方が、信楽焼の素晴らしさや当社のモノづくりの姿勢に共感していただき、関係を密にできることを切に願っています。



有限会社 重蔵窯
伝統工芸士 今井宏重

経営理念とは、 経営目的の価値的な側面であり、「この組織は何のために存在するか」を述べたものです。当社では、お客様、地域、従業員の3つの視点から「関わりの深い関係者への想い」を明確にしています。

お客様に対する想い

信楽伝統工芸品を現在に生きる生活用品として使っていただける事を考え、環境商品や天然素材にこだわっております。 疲れた生活に癒しをもたらせる**信楽焼独特な美観や情緒的な味わいを広げる**ために活動しております。

地域に対する想い

信楽焼は信楽にとって先人がのこしてくれた世界に通じる地域特産物です。このブランド力を生かし発展し後世にもつなげる**有名な町を創りたい**です。

従業員に対する想い

ともに生きる人たちだと思います。外部スタッフの方々とともに考えて役立つ製品を1つでも多く世の中に認められる事を話し合い続けたいです。

①信楽焼の歴史的な変遷について

奈良時代 聖武天皇が信楽に紫香楽宮を造営され総国分寺として甲賀寺に大仏を建立するという盧舎那佛造立の詔を発表されました。山火事や地震がつづき断念され現在の東大寺に大仏を造成されました。このことが瓦や日常食器の信楽焼の始まりになったようです。本能寺の変の時代明智光秀に追われた徳川家康を岡崎に警護し助けたのが多羅尾一族であったことから幕府と信楽のつながりが強固になり、献上茶壺に信楽焼が選ばれることとなりました。これにより、全国的にも信楽焼が認識されることとなりました。



昭和両陛下試験場訪問

②大物ロクロについて

大正時代奥田三代吉の考案による大物ロクロ成形の造り方上のものと下のものを切り離し造り上のものを半回転させてくっつける 継ぎ目を充分にくっつける技術、全体の形づくりに工夫が要求され現在に伝授されています。この革新的な大物ロクロ技術によって生産が飛躍的に向上し 大きな陶器は大量に日常製品として普及し、全国的に認知度を上げていきました。



補導所実習風景

③生産地としての優位性について

大物陶器とは、縦、横、高さが30cm以上の陶器の総称であり、生産には通常の陶器とは異なる高度な技術が求められます。大物陶器の産地としては信楽の他に常滑（愛知県）と大谷（徳島県）があります。常滑は信楽に次ぐ大物陶器の産地ですが、陶土を信楽より購入しており、原材料に関する配合ノウハウやコスト競争力といった観点から、信楽に優位性があります。大谷は信楽より大物ロクロの技術を導入し大物陶器の生産を開始した経緯があり、生産規模が小さく、比較できる規模ではありません。このような理由により、大物陶器の生産地としての信楽焼の優位性が高いことがわかります。



信楽焼伝統工芸士会カタログ

④大物ロクロ工芸士について

大物ロクロ技術は奥田三代吉士が考案し、奥田陶器夫士から当社の重蔵、そして日光に継承された技術です。この技術は高度な技量が求められるため、通常のロクロ比した場合、習得に多くの時間を要します。そのような理由から、2012年1月現在、全国に大物ロクロ士は4名しか存在しないのが現状です。この希少な技術を守り、伝えていく役割が当社が担っていくべき使命だと感じています。



当社重蔵による大物陶器の製作の様子

上部2枚の写真提供先：信楽窯業技術試験場

水琴窟

地面の中に壺を埋めて風情を楽しむ「水琴窟」。この水琴窟を、吸水率の低い土を使って土に埋めなくても楽しめるように商品化しました。

他店と差別化された品揃えを望む百貨店、通販会社、造園会社、建築資材関連会社、仏壇仏具店等でお取扱い頂けます。

<商品のウリ>

- ・癒しをテーマとした美観性と吸水率の低い機能性
- ・リーズナブルな価格設定を可能とした経済性
- ・販路を限定することで、販路内での競争を極力少なくする希少性

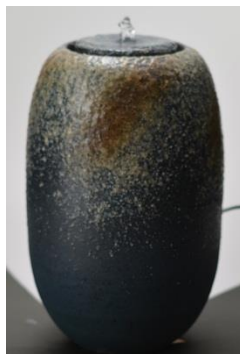
<商品化ができる理由>

・当社の知的資産である「大物ロクロの成型技術」や「企画力」を活かすことで、商品化を実現。※知的資産は、13ページ以降を参照。



信楽焼/琴音B-3 (青古信楽)
最大径33cm×高さ44cm
重さ約9kg
付属品水循環装置
電源: AC100V: 50/60Hz /

ステージによりサイズが選べる水琴窟 少し小さな水琴窟登場



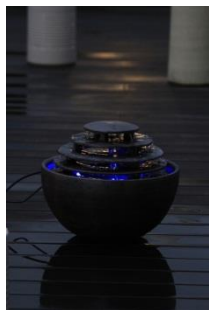
2013年3月から発売 **NEW**

信楽焼/琴音S-3 (青古信楽)
最大径25cm×高さ40cm
重さ約6kg
付属品水循環装置
電源: AC100V: 50/60Hz /



室内の設置に最適!!

「JAPANDIYHOMECENTERSHOW2011」
「日本DIY商品コンテスト」
一般人気投票部門2位



光ことわざ*光陰矢のごとし
光(日)陰(月)、時間は矢のようにあっという間に過ぎていってしまうよ
*仏教の七つの宝:
金、銀、琉璃(青)、玻璃(水晶)、しゃこ(真珠、白)、珊瑚(ピンク)、瑪瑙(めのう・赤) 素質の優れたものは、たとえつまらぬものの中に混じっていても、光を当てれば輝いてすぐわかるということ

水と光と音

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

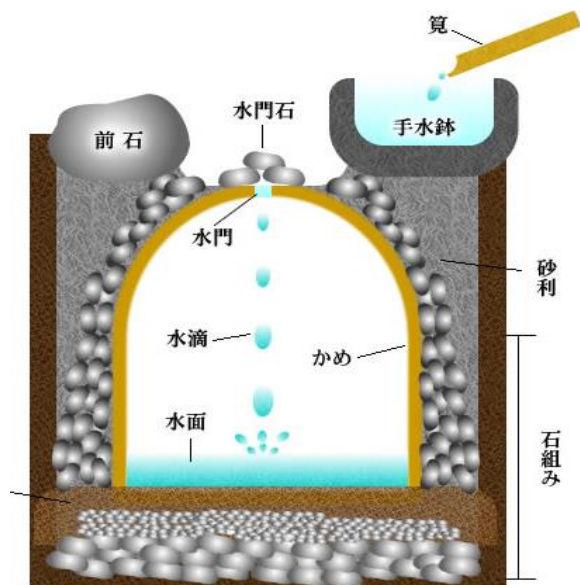
当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

江戸時代から 続く発音装置



従来型の水琴窟とは

江戸時代に庭園の設備として用いられるようになり、明治時代に盛んになりました。一般的には蹲踞(つくばい)や縁先手水鉢の鉢前(うみ)の地下に造られたものです。その構造の多くは、底に小さな穴を開けた甕を伏せて埋め、手水の余水が甕の天井から「しずく」となって落ちるように工夫した、一種の発音装置(音具)です。

伏せ甕の底に溜まった水面に落ちる水滴の音が甕の空洞で共鳴し、琴の音に似た妙なる音を響かせることから、いつの頃からか水琴窟と呼ばれるようになりました。その何とも言えない心地よい反響音。洞窟の中で聞く清水の垂れの音に例えればよいのか?ひんやりとした冷氣さえ想像され、心の安らぎとともに、涼しさを感じさせてくれます。

当社の水琴窟は、江戸時代の庭師が考案した水琴窟を**現代風に再現**したものです。

従来の水琴窟は、庭師による大規模な工事が必要なため、コスト面で大きな負担を要しました。

当社は、大物陶器の作成技術と低吸水性に優れた土の開発により、地上に容易に設置できる水琴窟を開発。現在、リーズナブルな価格帯で癒しの空間を演出できるエクステリア商品として、お客様に支持されています。



1981年
地上型水琴窟開発に成功

水琴窟、琴音(ことね)は、江戸時代の庭師が考案した水琴窟を現代風に再現したものです。従来の水琴窟は、庭師による大規模な工事が必要なため、施工面で多額な負担を要しました。信楽焼伝統工芸土による大物陶器の技術と低吸水性に優れた土の新開発により、地上に容易に設置できる水琴窟を開発に成功しました。

信楽焼重蔵窯水琴窟（琴音）天然素材の癒しについて

*リラックス効果について

脳から出ている脳波はその心身状態によって異なり、とくにリラックスした気持ちでいる時に α 波がでやすいと言われています。クラシック音楽や川のせせらぎを耳にしたりすると、この α 波が出やすいとされています。水琴窟は、壺の中に水滴を落とすことで、低音が五感に響き、リラックス効果があると言われています。



***マイナスイオンとは**、水が動く事によりマイナスイオン粒子が発生する原理で、空気中に含まれる僅かな電気を帯びた物質のことを指します。一般的な生活空間にも存在していますが、 1cm^3 あたりに $100\sim 200\text{ppm}$ とごく微量しか含まれていません。当社の水琴窟は、壺の中に水滴を落とすことで 1cm^3 あたり $5,500\text{ppm}$ のマイナスイオンが発生します。*測定値は、当社の検査による。

滝や噴水など水しぶきの多い場所には マイナスイオンが豊富

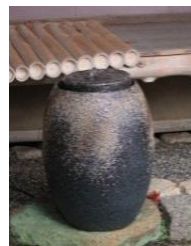
上記のように、普段の私達が生活する場所に存在するマイナスイオンは微量ですが、例外的にマイナスイオンの豊富な場所が存在します。

酸素も豊富

水（ H_2O ）が動く事によりマイナスイオン粒子が発生する時 H_2O が分解され酸素を放出します。



滝周辺
10,000ppm



水琴窟
5,500ppm

*陶土にラジウム鉱石

が信楽焼の天然原料に微量に含まれ竹炭と同じ効用が期待されています。

*湿度管理について

インフルエンザ予防に適している湿度は、 $50\%\sim 60\%$ と言われています。水琴窟を設置することで湿度を 50% 程度に保つことが可能です。湿度管理が行える機能性に着目してご利用いただく方も多いです。



4. 事業内容 ～製品のご紹介～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

<展示会での評価>



ギフトショーで**大賞**受賞！

JAPAN DIY HOMECENTER SHOW 2011
価値ある暮らしと快適な住まいづくりを発見！日本最大級の総合展示会

銀座メッセ国際展示場4・5・6ホールで開催！



トロフィーと表彰状



受賞式の様子。
写真右から2番目が当社専務



福岡インターナショナル
ギフトショー2010で売場
のプロであるバイヤー様による投票と斯界を代表する流通業界の審査員による審査により、当社の水琴窟が
新商品コンテストで大賞に
選ばれました。



日本DIY商品コンテスト
一般来場者人気投票で
準大賞になりました！

ジャパンドイハウスセンターショー
2011年で当社の水琴窟が日本DIY商品
コンテスト一般来場者人気投票で準大賞
に選ばれました。

一般来場者人気投票部門

全部門の出品商品・計163点の中から、8月26日（金）・27日（土）の
一般PR・デーにご来場いただいた一般来場者の人気投票により各賞が決定いたしました。



1位
ちくでんSUN・KIT
(株) イースライフ



2位
琴音 水琴窟
(有) 重蔵窯



3位
びたっと網戸
セイキ販売 (株)

ジャパンドイハウスセンターショー2011ホームページより

THE 73rd TOKYO INTERNATIONAL
Gift Show
SPRING 2012

2012
2/8(水) 9(木) 10(金)
3日間の開催です、ご注意ください。
東京ビッグサイト

▶ English

開催のご案内
about giftshow
開催概要
開催のご挨拶・テーマ

コンテスト発表

おめでとうございます。
コンテスト受賞商品が決定いたしました。

新商品コンテスト

品名	水琴窟
メーカー	重蔵窯
価格	¥1,800 (税別)
サイズ	高さ150mm
容量	1.5L
材質	信楽焼
商品の特徴	水琴窟は、水が流れる音を楽しむための器です。水が流れる音は、心を落ち着かせる効果があります。また、水が流れる音は、自然の音に似ています。そのため、自然の音を楽しむことができます。



ギフトショーで**大賞**受賞！

第73回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2012新
商品コンテストで**大賞**を受賞し
ました！



受賞式の様子。
写真前列左から4番目が当社社長

第73回東京インターナショナル・ギフト・ショー春
2012新商品コンテストで売場のプロであるバイ
ヤー様による投票と斯界を代表する流通業界の審査
員による審査により、当社の水琴窟が新商品コンテ
ストで大賞に選ばれました。

4. 事業内容 ～製品のご紹介～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

<メディア>

TV

滋賀県経済NOWで当社の水琴窟が紹介されました！



2010年9月25日滋賀経済NOWで当社の取組みが放映されました びわこ放送ホームページより

新聞



2011年7月28日読売新聞で
当社の取組みが放映されました



2011年9月5日陶業時報で
当社の取組みが放映されました



2011年9月15日陶業時報で
当社の製品が放映されました



2012.05.26日経新聞



2012.06.16『ハートライトしが』

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先



①新技術の開発

陶土の配合と生産方法を見直すことで吸水率の低減を図り、土味を維持しつつ信楽焼の欠点である水漏れの問題を解決する信楽焼の大物陶器の開発に成功しました。

②新技術の効用

従来の陶器は、水漏れを防ぐため、商品の表面をシリコン等の樹脂でコーティング処理を行うことが必要でしたが、今回の開発により、この工程を省くことが可能となりました。これにより、生産リードタイムの短縮、原材料費及び労働コストの低減を実現。また、商品を使用するお客様は水漏れの解消、汚れが付きにくい、カビの発生を抑えることができるなど数々のメリットを享受することができました。

③国の認定取得



出典：独立行政法人 中小機構整備基盤機構
地域資源活用チャンネル ホームページ

当社の取組みが2010年2月16日、地域産業資源活用事業計画に係る認定を取得しました。今後は、本事業で確立した技術を用い、水琴窟、雨水貯留タンク、コンポスト容器、花器、水鉢、手洗い鉢などの製品を既存販路や新しい販路に提供することを予定しています。

5. 沿革

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

各種展示会への出店や異業種とのコラボレーションを積極的に行っています！

西暦	出来事
1989年 9月	有限会社重蔵窯法人化
1991年 4月	世界陶芸祭展出展(水琴窟)中日新聞賞
1999年 2月	通商産業大臣指定伝統的工芸品伝統工芸士認定 重蔵 日光
2007年 2月	経済産業大臣指定伝統的工芸品、伝統工芸士認定一絃
2008年 1月	中小企業新事業活動促進法「経営革新計画」の承認
2008年 11月	びわ湖環境メッセ(長浜ドーム)に雨水貯留タンクを出展
2008年 11月	中小企業総合展(東京ビックサイト)に雨水貯留タンクを出展
2009年10月	びわ湖環境メッセ(長浜ドーム)に出展
2010年2月16日	経済産業省地域資源活用事業計画認定
3月	「会社の強み」をまとめた知的資産経営報告書の作成
6月10～11	(株)タニタハウジングウェアと共同で関西エクステリアショー(インテックス大阪)に出展
6月17～19	福岡ギフトショー(マリンメッセ福岡)に出展
7月7～9	テーブルウェア(東京ビックサイト)に出展
9月7～10	東京ギフトショー(東京ビックサイト)に出展
9月17日	商標登録(琴音)登録第5353778号
11月4～5	第46回全国仏壇仏具総合展示見本市(都メッセ)に出展 東京ギフトショーに出展
2011年2月	テーブルウェアショー(東京ドーム)に出展 ホテル東京レストランショー(ビックサイト)に出展
2011年6月	関西エクステリアショーに出展
2011年8月	日本DIYショーに出展
2011年10月	大川FF展2011に出展 異業種京都まつりテーブル交流会に出展
2012年2月	東京ギフトショー(東京ビックサイト)に出展
2012年2月	東日本大震災被災者支援として雨水タンクを提供
2012年7月	JFW-IFF展示会に出展
2012年9月	東京ギフトショーに出展



伝産ミッドタウン



長野エクステリア



東京ギフトショー



福岡ギフトショー



日本DIYショー



東日本大震災被災者
支援雨水タンク提供



JFW-IFF展示会 東京ギフトショー



5. 沿革

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

伝統工芸品大会に多数出展し陶芸技術を磨いています！

西暦	出来事
2003年11月	第20回伝統工芸品大会（富山）参加 重蔵日光
2004年11月	第21回伝統工芸品大会（福島）参加 重蔵日光
2005年11月	第22回伝統工芸品大会（熊本）参加 重蔵日光
2006年11月	第23回伝統的工芸品大会（金沢）参加重蔵日光
2007年11月	第24回伝統的工芸品大会（鹿児島）参加 日光
2008年2月	伝産協会フォーラム事業参加雨水貯留タンク（信楽くん）池袋東武にて
2008年11月	第25回伝統的工芸品大会「岐阜」参加重蔵、日光、一紘
2009年 1月	伝産技術技法活用フォーラム事業参加（東京ミットタウン）
2009年2月	伝産協会フォーラム事業参加（手洗鉢）東京ビックサイト
2009年10月	第26回全国伝統的工芸品大会「京都」参加重蔵、日光、一紘
2010年2月	伝産活用フォーラム事業（東京銀器上川一男コラボ）東京ビックサイト
2010年2月	伝産技術技法活用フォーラム事業参加（東京ビックサイト）



6. 知的資産 ～知的資産の全体像～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

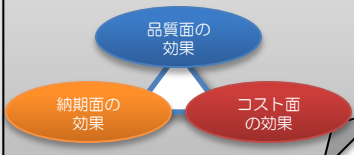
会社概要

問合せ先

当社が過去から現在にかけて蓄積した根源的な強み、すなわち知的資産は、以下の4つです。

①伝統工芸士が織りなす技術力、②一貫生産体制による生産力、③魅力ある製品を誕生させる企画力、④モノづくりを支えるネットワーク力

これら4つの知的資産が有機的に結合することにより、高度な技術力を要する製品の開発、製造をすることができています。以下に当社の知的資産活用マップを記載し、次ページ以降では、各知的資産の内容について詳述いたします。

人的資産	組織資産	関係資産	商品
P 24参照 ①伝統工芸士が織りなす技術力 ・ 伝統工芸士 ・ 大物口クロの成形技術 ・ コラム 	P 26参照 ②一貫生産体制による生産力 ・ 工程ごとのこだわり ・ 一貫生産がもたらす効果 	P 28参照 ④モノづくりを支えるネットワーク力 ・ 原材料提供先 ・ 生産メーカー ・ 窯業技術試験場 	大物陶器
知的資産の3分類について 人的資産とは、「モチベーション」や「行動特性」、「経験」などに人に帰属する資産のことです。その人が退職などで会社から離れると失われる資産です。 組織資産とは「組織の柔軟性」や「データベース」、「企業文化」などを指します。人に依存することなく、組織として有している資産です。 関係資産とは、「関係会社」や「顧客」、「ブランド」などステークホルダーとの間に築き上げた資産のことです。自社とステークホルダーとの関わりの中で、蓄積されている資産です	P 27参照 ③魅力ある製品を誕生させる企画力 ・ イメージを形にする ・ 見極め力 ・ 応用力 ・ 開発事例 		

6. 当社の知的資産～①伝統工芸士が織りなす技術力～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

当社には、3名の伝統工芸士が作りだす大物ろくろに関する技術力があります。この技術力により、環境保全、癒し、低吸水性をテーマに、技術や技法の研鑽に励み、伝統の精神を大切に、作り手から使い手に心を伝えていき、良質な商品、サービスの提供に心がけていきます。

①3名の伝統工芸士

当社の職人は、全てが伝統工芸士の資格を有しています。また自らの技を磨き試す機会として、工芸品の展示会に出展し、入選、入賞実績を上げています。



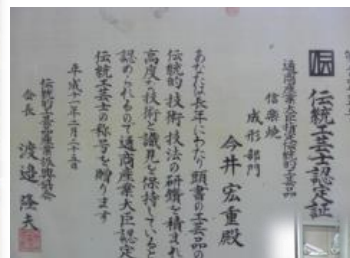
伝統工芸士 日光

受け継いだ技術、技法から新しい製品を生み出しています。



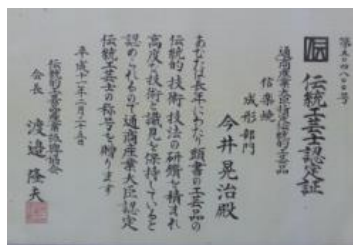
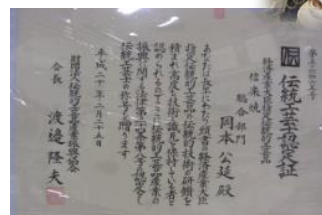
伝統工芸士 重蔵

私なりの独創的な考え方や方法を編み出すように心がけています



伝統工芸士 岡本

良質な土の選択し、適切な造形を心がけています。



公募展実績

出展示	実績
日本現代工芸美術展	入選2回
日本伝統工芸士展	入選1回
全国伝統的工芸品展	入選4回
近畿伝統的工芸品フェア	入賞1回

技能資格の難易度

技能資格	総数	当社
全国伝統工芸士数	4580名	3名全員が取得
全国陶磁器工芸士数	634名	3名全員が取得
信楽工芸士数	39名	3名全員が取得
大物轆轤（ろくろ）工芸士数	2名	2名が取得
ひねり部門工芸士数	10名	1名

②大物ロクロの成形技術



大物ロクロ工芸士は、全国で2名しか保有者がいない資格です。代々伝わる大物ロクロの技術は、当社ならではの技法です。以下に大物ロクロの成形技術をご紹介します。

成形時のポイント

私は土が生きているように、感じています。ろくろの回転に逆らわず作業をしています。
伝統工芸士 重蔵 談



道具へのこだわり

底ごて



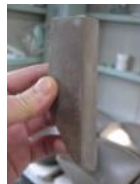
自分の手の一部のつもりで、作る 底ごて内ごて30年使用

荒ごて



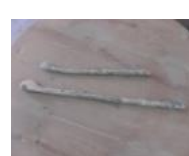
4方の角を使って厚みを均等にし、土を締めながらのぼす

京ごて



角を使って表面のスジを消し美しくする

内ごて



1年間水につけることで年輪の目がつまり堅くなる

コラム 技術の承継



伝統工芸士 日光

伝統工芸士 日光 談：

幼き日の思い出ですが、左利きの兄が利き腕で食事をしていると、祖父（3代目重蔵）に箸で手を叩かれたことがあります。その時は驚きましたが、今になって思うと、右手を使えるようにならなければ、大物ロクロ士として一人前にはなれない、という教えだったことがわかります。ロクロは時計の針の方向に動かします。その場合右利きでなければロクロをうまく扱えないからです。



3代目重蔵

このように幼き日から職人として厳しく育てられたことは、今となっては技術力という見えない資産となって受け継がれています。

伝統工芸士 重蔵 談：

祖父の教えは、私の成形ロクロ技術を支えています。現在、左右の握力が同じということもあり、作業の効率性のアップと成形時のバランスをとることができています。これも祖父の教えの賜物だと思っています。



伝統工芸士 重蔵

6. 当社の知的資産～②一貫生産体制による生産力～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

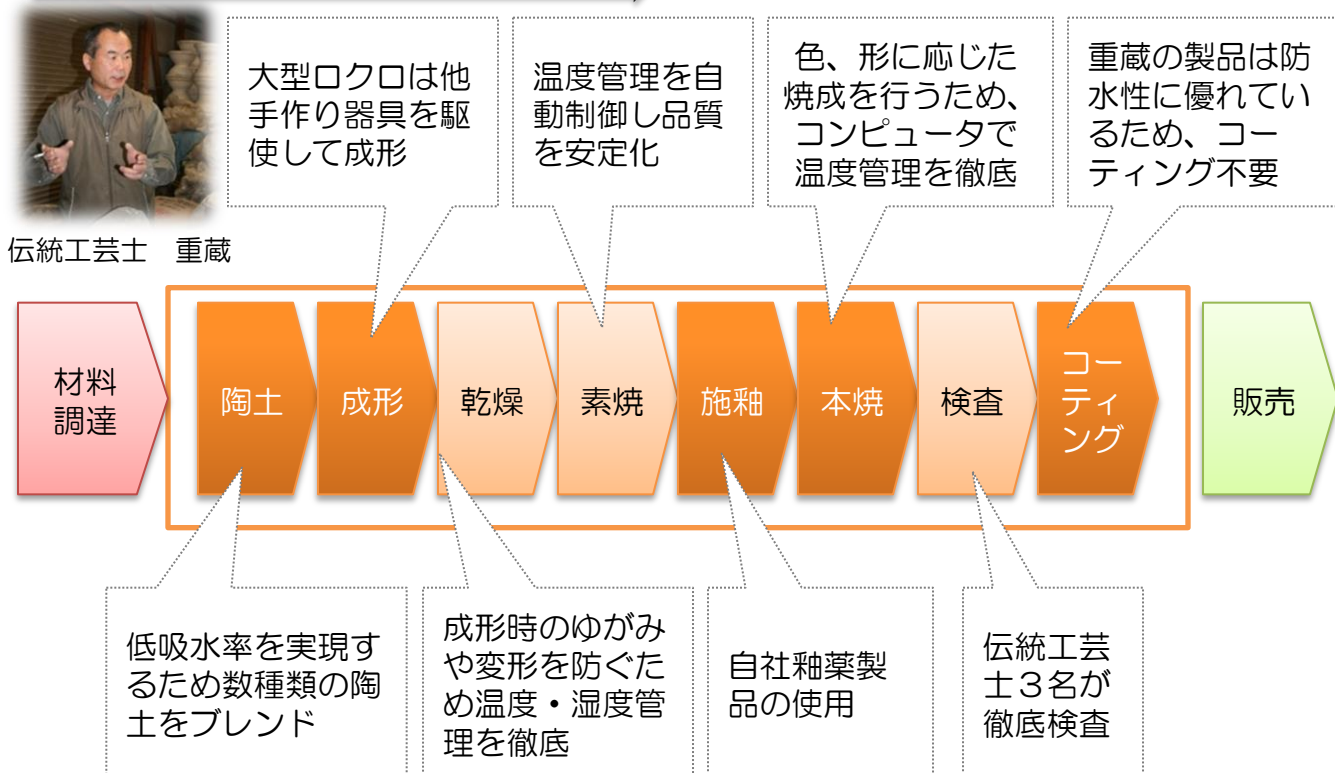
今後の
事業展開

会社概要

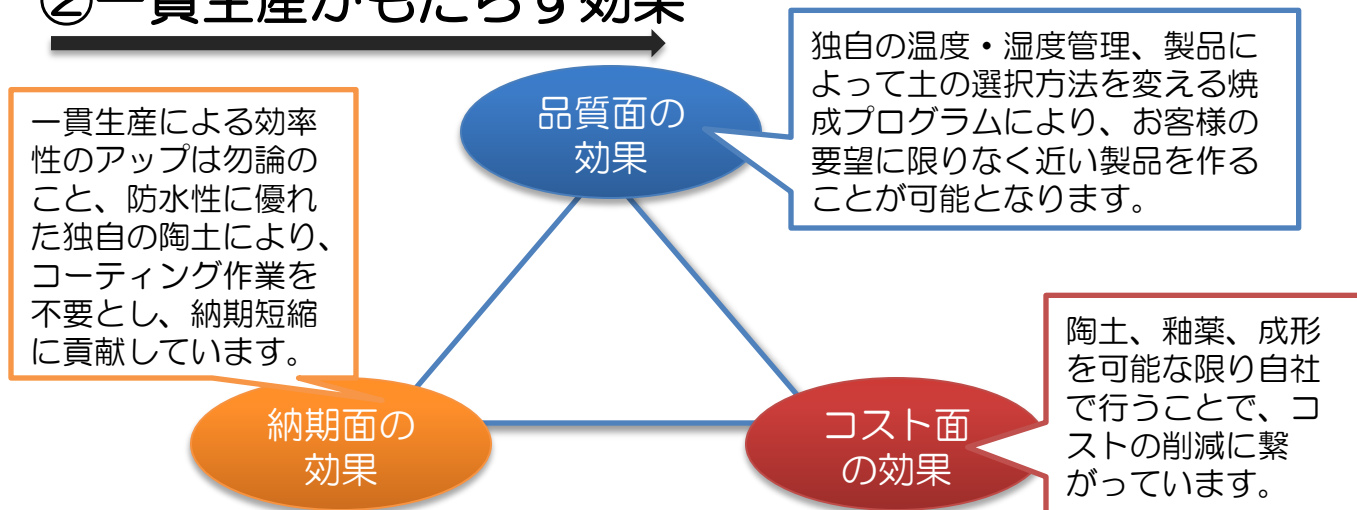
問合せ先

当社では、全ての製造工程を自社内で一貫して行うことで、安定した品質や納期の短縮、コストの削減が可能となっています。この一貫生産が行えるのは、信楽にある約180の陶芸メーカーの中で当社だけとなっています。以下に製造工程ごとのこだわりと、品質、納期、コスト面のメリットをご紹介します。

①工程ごとのこだわり



②一貫生産がもたらす効果



6. 当社の知的資産～③魅力ある製品を誕生させる企画力～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

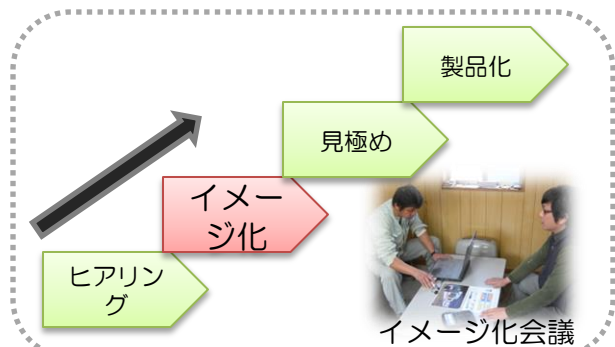
会社概要

問合せ先

お客様の要望に合わせてオーダーメイドで、オンリーワンの製品を作ることができる企画力は、当社の根源的な強みの一つとなっています。企画段階では、お客様の要望に応えつつ、信楽焼の持つ素晴らしさと、伝統のもつ価値観を前面に出せるように考えます。以下にお客様のイメージを形にし、それを実現するノウハウと企画力を高めるための取組み、その成功事例をご紹介します。

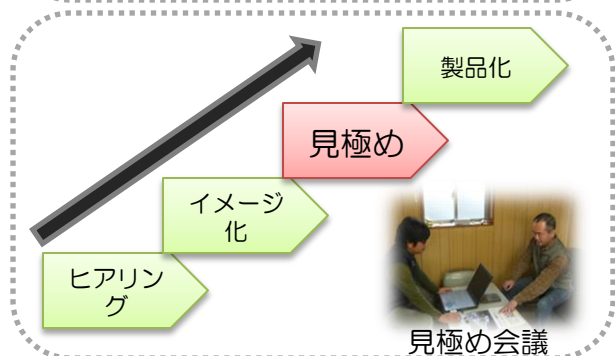
①イメージを形にする

営業担当の当社専務（伝統工芸士日光）により、製品のテーマ、色彩、大きさ、コストを丁寧にヒアリングすることから始まります。ヒアリングに基づき、お客様の製品イメージを形にしていきます。



②見極め力

お客様の要望を材料、コスト、技術的な可能性の観点から見極めます。これらの見極めは、伝統工芸士重蔵と伝統工芸士日光の間で行われます。



③応用力を磨く



伝統工芸士 日光

伝統工芸士日光は、企画力を磨くため、普段の生活から発想力を磨く取組みを行っております。

■外部への情報収集を徹底

- ・東京などの全国各地の展示会に参加
- ・他分野の情報収集をインターネットや雑誌から収集

伝統工芸士『日光』のプロフィール

- ・18歳から奥田陶器夫さんに大物ロクロの指導を3年受ける。
- ・21歳から陶器卸業に入社し、全国鹿児島から青森に運搬。営業活動では百貨店バイヤー、ホームセンター本部、などとの交渉と展示会（東京ビックサイト、幕張、名古屋、大阪、青森、新潟、福岡各都市の展示会場）での販売活動を実施。
- ・30歳から重蔵に戻り企画販売を担当する。
- ・38歳大物ロクロ伝統工芸士に認定後、信楽の知名度を広げていく為に業界を揚げて事業展開を行う。信楽伝統工芸士会事業委員長になり、チャリティー事業、ふれあい事業、東京東武百貨店販促、日本橋高島屋販促、阪神百貨店展メトロポリタン展、六本木ミッドタウン展、東京ビックサイト、インテックス大阪、福岡、名古屋ドーム、全国工芸士大会、信楽における展示即売）

④事例 (株)タニタハウジングウェア大西様のコメント

「カッコいい、雨水タンクが欲しい…」というお客様の声から生まれた信楽焼雨水タンク「信楽くん」。開発の一番の課題は蓋。蓋はゴミや埃を防ぎ、藻の発生原因となる光を遮断するために雨水タンクの必需品。従来、利用されてきた木製の蓋は、耐久性の面で屋外に置く雨水タンクには不向き、まして見栄えもあんまり…「蓋をしたまま水が溜められるものを…!？」という弊社の謎掛けのような問いに、重蔵窯の技術が応え、今の形を産んだ。



6. 当社の知的資産～④モノづくりを支えるネットワーク力～

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

当社は、陶土メーカー、釉薬メーカー、信楽窯業試験場などの外部のネットワークとの密接な関係を構築し、お互いに協力することで、お客様の求める製品を市場に供給することができています。以下に、これらネットワークの優位性と関係性を深めるための取組み、そしてこれらネットワークを最大限に活かして製品化した事例をご紹介します。

①陶土メーカー

当社では、お客様の要望に合わせて様々な陶土の配合を考え調整しています。それを支えるのが陶土メーカーです。メーカーには、当社が求める土の質感などの要望を伝え、それに合致する材料を納品していただいています。当社からも大物ロクロで成形した結果の情報をメーカーにフィードバックすることで、製造現場での情報を共有しています。このような方針に基づき、現在、3社の陶土メーカーと強固な関係を築いています。

取引年数 30年以上



(株)精土
代表取締役 嶋田信彦氏

鉱物としての信楽土や隣接する伊賀土を主力に、陶芸粘土を40年以上に渡って精製・ブレンドしています。耐火度の高い伊賀土に長石の多い信楽土の組み合わせで収縮が少ないながらもよく焼締まることが最大の特長。我社はこの点に早くから着目し、陶芸愛好家に喜ばれる扱い易い陶芸粘土、大物成形し易い陶器粘土を精製してきました。重蔵窯さんには大物成形の第一人者であり指導を受けています

②釉薬メーカー

独特の色や模様、そして質感を持った製品を創るため、釉薬メーカーに様々な要望を出しています。釉薬メーカーも陶土メーカー同様、釉薬を使用した現場のデータをフィードバックしています。釉薬メーカーには情報が入りにくい情報を提供することで、釉薬の品質向上に繋がると考えているからです。共存共栄でモノづくりを追求するのが重蔵窯の経営スタンスです。

取引年数 30年以上



(株)釉陶
代表取締役 松本賢策氏

陶芸材料販売業務の中心である釉薬は3,000種類を数え、ユーザー様の創意工夫のお手伝いをさせて頂いています。最近では、環境に優しいをテーマに健康を害する危険性のある原材料を使用せず、永年培って来た技術力を生かし、より安全でクオリティーの高い「うわぐすり」を目指しています。重蔵窯さんに頂いた最先端の販売情報等を参考にして新しい商品創りに取り組んでおります。

③信楽窯業試験場

低吸水性の陶土の開発に関する技術指導と試作陶器の性能テストを行っていただいています。当社の吸水性に優れた陶器を作りたいという想いを後押ししてくれた専門機関です。



④事例：ネットワークとの連携により低吸水性に優れた製品を開発

～平成22年2月地域資源活用事業計画の認定～

低吸水性の信楽焼大物水周り商品（花器、水鉢、手洗い鉢、雨水貯留タンク）の開発・製造・販売について国の認定を受けました。この認定は、壺業試験場の技術指導や陶土メーカーの協力があってこそ実を結んだものです。



地域資源活用事業計画
認定取得

7. 今後の事業展開

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

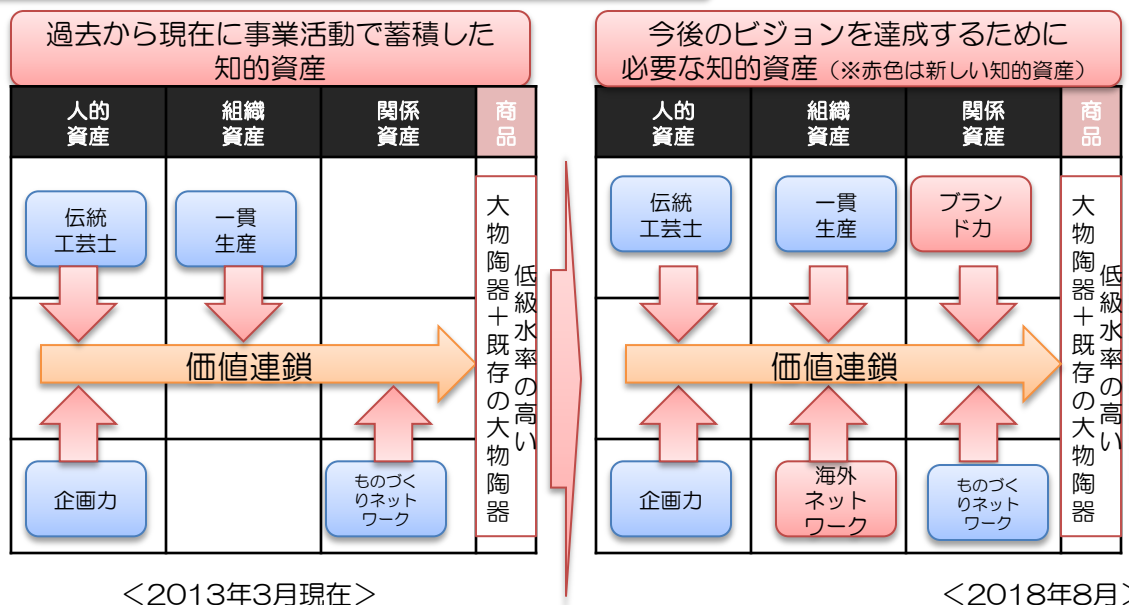
今後のビジョン（2018年8月時点のあるべき姿）

- ・低吸水商品の販売を通じて、信楽焼の大物ロクロの認知度を高める。
- ・信楽焼の復興のきっかけを作る企業になりたい。
- ・2012年8月期の3倍

今後の方向性（ターゲット×ニーズ）

- ・インテリア、エクステリア関係の市場に商品を提供する。
- ・伝統に満足するだけでなく、新しい商品を創造する。
- ・海外市場を開拓する。

2018年8月時点に保有すべき「知的資産」



信楽焼の大物ロクロの認知度を高める
信楽焼の復興に貢献する。

課題：強化すべき知的資産

- ① 琴音ブランドを育成（現在～5年）
- ② 製造ノウハウの整備（現在～5年）
- ③ 商品開発力のアップ（現在～3年）
- ④ 海外市場の開拓（現在～3年）
- ⑤ 人材育成（2年後から～5年）

解決策

- ① 琴音ブランド製品を市場投入する。また、土の配合の特許を取得する。
- ② ノウハウ（ロクロ成形、乾燥、作り方など）のデータ化を行い、資産として整理する。
- ③ 信楽窯業試験場との連携や財団法人伝統的工芸品産業振興協会が推し進めているフォーラム事業に参加することでネットワークを強化する。
- ④ 海外向けの販路拡大をメインとする展示化に出店し、バイヤーとの関係性を強化する。
- ⑤ 窯業試験場からの紹介でやる気のある人材を採用し、ノウハウデータベースを活かして教育を行う。

8. 会社概要

社長から
皆さまへ

経営理念

信楽焼

事業内容

沿革

当社の
知的資産

今後の
事業展開

会社概要

問合せ先

会社名	有限会社 重蔵窯
資本金	500万円
代表取締役	今井宏重
従業員	3名
事業内容	大物陶器の企画・製造・販売
本社	〒529-1851 滋賀県甲賀市信楽町長野741 電話番号：0748-82-0215 メールアドレス：jyuuzou@nike.eonet.ne.jp
自社ホームページURL	http://www.eonet.ne.jp/~jyuuzougama/
振込先金融機関	滋賀銀行 信楽支店 普通預金 口座番号：042966 名義人：有限会社 重蔵窯
支払条件、支払方法	月締めの、20日までに銀行振り込み。 または、ゆうパックの小口配送で代金引換 なお、振り込み手数料はお客様負担となります。
ゆうパックでの時間指定可能	午前中、12時～14時、14時～16時、18時～20時、20時～21時
発送日時	・17時までに問い合わせがある場合で、かつ在庫がある製品の場合は、翌々日までに発送いたします。 ・在庫がない場合は、3週間から4週間後の発送となります。
商品と梱包例	・ 配送可能な重量 ⇒30キロまでです。 ※破損の場合は、保険を適用になります。郵便局で破損証明を取っていただきます。補てん額は、最高30万までです。 ・ 配送可能なサイズ ⇒170cm以下の配送料金は、1000円です。 例：水琴窟2つの梱包 ただし、沖縄は2,000円、北海道は1500円の郵送料金がかかります。 これら地域の離島も同じ金額です。 120cm以下は、上記価格よりも安くなります。別途お問い合わせ下さい。



知的資産経営報告書に関する問い合わせ先

有限会社 重蔵窯（じゅうそうがま）

担当者：今井宏重

電話番号：0748-82-0215

ファクシミリ番号：0748-82-3665

メールアドレス：jyuuzougama@nike.eonet.ne.jp

ホームページ：http://www.eonet.ne.jp/~jyuuzougama/



① 知的資産経営報告書とは

「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、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。

「知的資産経営報告書」とは、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、企業の将来性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しております。

② 本書ご利用上の注意

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに附随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、当社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘り当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、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、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、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、ご了承願います。

③ 作成支援・監修専門家

本知的資産経営報告書の作成にあたっては、本書記載内容につき、その客観性を維持・向上させる趣旨から、次に掲げる専門家のご支援・ご監修を賜りました。

中小企業支援ネットワーク機関

滋賀県中小企業団体中央会 中嶋 和繁氏

中小企業支援ネットワーク強化事業登録専門家

中小企業診断士 青木 宏人氏

有限会社 重蔵窯

<http://www.eonet.ne.jp/~jyuuzougama/>

(シュウゾウガマ)

ヤフー

重蔵窯

検索

