

1984年

毎日新聞社主催「毎日郷土提言賞」論文の部で佐賀県優秀賞受賞

テーマ：「あすのふるさとを考える」

佐賀県伊万里市木須町4419

立川荒雄

論題：ファッションタウン伊万里

ニーズの変化

(一) 心の時代

今、人々が求めているのは何か、或いは将来どのようなものが求められるか。

最近よく使われる言葉の中に、物の時代から心の時代がやって来たということがある。さて、この心の時代の「心」とは一体何であろうか。人々が心を求めるということは何なのか。

物が行き渡った結果、今度は目に見える物ではなく目に見えない物を欲しているのである。人間の欲求には、物的欲求と精神的欲求がある。その前者の欲求が日本人全体として満たされて来た。その結果、今度は後者の欲求を満たそうとして来ている。

さてそれでは、精神的欲求を満たすためにはどうすればよいのか、特に地方都市でやるべき事、地方都市にしか出来ない事。ここら辺を探していけば一つの答えに近いものが出てくると思う。

地方にあって都会に無いものといえば、特にあげられるのが、広い土地、豊かな自然、心温まる人情味、そこには物的空間と、人間の心を豊かにする精神的な空間がある。広い土地があるということは、将来必要とする新しい場を容易に築き上げることが出来る。豊かな自然や人情味というのは、人間がより人間らしく生きていく為にはどうしても欠かせないものである。

心の時代である現代に地方都市が発展していくためには、これをいかに利用し、育てていくかではないだろうか。

(二) あそびの心

上のようなことも含めてのあそびの場とあそびの心というものが人間には必要だと思う。人々が求めている心の中には、このあそびの心が大部分を占めている。

あそびの心で仕事をし、あそびの心で買い物をする。つまりあそびの心で生活をする。心の時代といわれるのは、このようなあそびの心でもある。

日本人の生活の中で、これまでは物的欲求というのが大きなウェートを占めてきた。だ

から人々は物を作り、物を売り、物を買った。そしてその行為に必要な建物や施設を造って来た。

しかし今、物が満たされた以上人々は、物を買いたいという欲求が少なくなってきた。そのことは何を意味するのか、物的欲求が少なくなってきたということは、それを満たす場が少なくてもすむという事だ。

つまり物だけを売る場というのは人々には必要としなくなった。

あそびの心で生活しているのだから、当然物を売る場にもあそびの心が必要だし、あそびの場も必要である。

こういった人々の欲求を満たしている場所がある。それは、夏の軽井沢である。

夏の軽井沢というのは、避暑地であると共に高級品の買い物の場でもある。

都会の人間が物を買うだけならば、デパートへ行けばいいし、コンクリートの中にならありとあらゆる物が揃っている。しかしなぜわざわざ山の中へ行って買い物までするのか。

夏の軽井沢を思い浮かべてみればすぐに理解できると思う。

大きなあそびの空間の中に買い物の空間がある。だからそこで買い物をすることがあそびであり、心をより以上に満たすのである。

軽井沢の場合、季節的に夏というのがあるが、こういった事実を地方都市で利用し、春夏秋冬の四季を通して、これが出来るようにすればよい。

(三) 流れを変える

買い物をする際に、人の流れとして、小都市から中都市へ、中都市から大都市へという一つの大きな流れがある。その流れを逆流させているのが夏の軽井沢であり、これからそれをしていかなければならないのが地方都市である。

その具体的な例は後に述べることにして、ここではもう少し流れについて考えてみたいと思う。

売る人が買う人の方へ物を持って流れていく、これが一つの積極的な方法のように言われているが、必ずしもそうとばかりもいえないのではないか。

人間の腹も空いているときは入るが、いっぱいになれば入らない。それでも入れようとすれば腹を壊してしまう。時間が経てばまた食べたくなるし、おいしく食べることが出来る。そういった無理のない繰り返しによって良い体調が保たれる。

物を売る側と買う側もこれと同じである。物が不必要なのに売ろうとするからどこかに無理が来る。そこで売るものが物でない場合どうだろうか。先で述べたあそびの場を売りものにする。そのことによって消費意欲が湧いてくる。これには無理が無い。それを成す事によって売る側が出て行くのではなく、買う側に出てきてもらうという商売の流れを変えることが出来る。

現在、訪問販売が盛んに行われているが、この方法は、ある面では消費者の心を完全に逆なでしている。消費者（特に主婦）は、家に居るよりむしろ外に出たがっている。それ

なのになぜ訪問していくのか。それは消費者のニーズに合った買い物の場がないからではないのだろうか。先にも述べたように、あそびの心で買い物ができるような場が無いからである。このことは売る側がもっとも考える点である。

地方都市伊万里の場合

(一) アーケード街のイメージチェンジ

伊万里の商店街にはアーケードがある。これがいかにも古臭く、人の心を動かすような要素があまり無い。ただ通行人の雨がしのげるという程度しかない。人を引き付けるために造られたアーケードであるが逆に暗いイメージである。かといってせつかく造ったアーケードを壊すわけには行かない。そこでこれを利用し人を引き付けるようにするにはどうすればよいか。

一つのアイデアであるが現アーケードの入口全部にドアを取り付ける。そうすることによって中に入れば一つのビルのテナント街といった感じにしてしまう。各店はそれぞれの特徴を出し外装、内装をセンスアップし、商品にしてもこれだけは何処にも負けない、全国或いは世界にも通じるような商品の一つでもいいから持つようにする。一つの店で、あれもこれもといった品揃えではなく、極端に商品を絞り込んでも良いと思う。例えばハンカチーフ専門店を作り、ハンカチーフの種類なら何処にも負けないような店作り。そうすることによって力の集中化を図る。

大きな石を落としても薪は割れないが、鋭い斧を使えば割れるのと同様に、商品の絞込みによって世界にも通じるようにする。

ここでいうビル化によってもたらされるメリットは色々出てくる。例えば、先ずこのようなアーケード街は全国にも無いということ。だからそのこと自体が一つの商品になる。このことは一地方内だけではなく外部に対しても話題性があり一度行ってみようかというようなことになる。また、ファッションタウン伊万里の観光化にもつながる。

現在のアーケードは、冬は寒く夏は暑い。だから客の立場としては早く通り過ぎたい気持ちになってしまう。しかし、ビル化にすれば冬は暖房、夏は冷房。一度アーケードの中に入ると外に出たくなくなるし、外に居る人は早くアーケードの中へ行こうということになる。ここにも一つ商品で無い商品が出来上がる。

大事な事はこのアーケードに来たら何かがある。なおかつ楽しいという場を作り出さなければならぬということである。

目で楽しめる場、参加して楽しめる場を作る。

(二) 町の公園化

アーケードを町の核として見た場合、外輪である周囲はどうしたらよいか。レストラン、

喫茶店、スナック、遊技場、公園等の秩序ある整備、例えばスナック等の飲食店は、バラバラにあるのではなく集中させる。また、市外から来ても安心して飲める場を作る。ここにも心のあそびの場が必要である。お客様に人情を売るのも地方都市のすばらしい商品である。

公園は伊万里の場合幸いにもきれいな川を挟んで城山公園や伊万里神社がある。ここらあたりはかなり美しい場所である。この川と、現公園を利用し、もっと楽しい場所を作る必要がある。外からの客を呼び込むくらい話題性にあるものがほしい。

そこで一つのアイデアを述べさせてもらおうと、伊万里川に吊り橋をかける。それも一ヶ所ではなく現在の橋と橋との間に最低三ヶ所くらいはあったほうがよい。

町の中に吊り橋をとられるかもしれませんが、シックな吊り橋にはロマンがあります。そしてあそびがあります。

長崎のメガネ橋が観光名所であるように伊万里の吊り橋が一つの観光名所になればよい。

伊万里には現在、焼き物という最も素晴らしい物がある。これをもっと町をあげて利用すべきだと思う。

(三) 焼き物はファッション

17世紀から18世紀にかけて、伊万里磁器は、ヨーロッパ各地に輸出された。伊万里磁器というのは、有田で焼かれ伊万里を積出港にし、長崎の出島を本拠地に、オランダの東インド会社の手によって輸出されたことから、伊万里磁器（古伊万里）の名が産まれた。

現在は有田で焼かれたものが有田焼、伊万里で焼かれたものが伊万里焼、と呼ばれ焼き物自体に特徴があるわけではない。

さてこの伊万里、有田焼の中には大きく分けて三つの流れがある。一つは柿右衛門調、二つ目は色鍋島調、三つ目には古伊万里調である。この三つの流れはいずれもデザインの特徴によるものが大きい。

柿右衛門調というのは白を生かす為の赤絵付け、色鍋島調は黄、赤、緑という三つの色のみを使ったハイセンスな絵付け、古伊万里調は多くの色を使い豪華絢爛な絵付けを特徴としている。このように幅広いデザインを生み出してきたからこそ、多くの人々に愛され、何百年という歴史が保たれてきた。

さて、そういった焼き物がどのような使われ方をしてきたか。食器として、置物として、花瓶として……。これは一見当たり前のようであるが、その中にも一つ見逃すことのできないものがある。それは、使われ方は同じにしても一部は富の象徴として買われていったということ。つまり贅沢品の一つであった。それは食卓を飾り、部屋を飾り、人々の心を豊かにしてきた。

このように美を求めてきたということでは、今で言うファッション的見方をすると伊万里・有田焼というのは、数百年も前からファッションリーダー的役割をして来たと言ってもよい。つまり、地方都市の人々の手によって作り上げられたファッションが世界に広

がっていたのである。

しかるに現在の伊万里人達はその事実を忘れてしまっている。どうせ我々にはたいした事は出来るものか、今日飯が食えればいいじゃないかというような消極的な感じがする。

日本のファッションリーダー、世界のファッションリーダーとして君臨していた時代もあったのだから自信を持って伊万里人のエネルギーを爆発させればよいのだ。

(三) 世界のブランド伊万里

伊万里のブランドは今も生きている。外国で日本の陶磁器を呼ぶ時にはイマリである。現に輸出用のカタログを作るときは有田焼ではなくイマリである。また、アメリカのディズニーランドに有田焼の販売コーナーがあるが、ここで売っている商品の中に瀬戸物なのに裏名をイマリとしているがゆえにその商品がよく売れているという。

このようにイマリというブランドは今なお世界に通用するのである。だからこの事を利用しない法はない。

もう一つイマリという語感の美しさ、これは他に類をみない美しい地名である。私はよく冗談に言うのだが、日本の最高級クラブのNo.1のホステスの名にしてもいいようなナウく洒落た知名だと思う。

この素晴らしい地名をもらった我々は、今これを大いに生かすべきだ。

それではどのような商品にイマリファッションのブランドが付けられるかということになるが、先ず現在あるものから紹介する。

伊万里焼それ自体斬新なデザインや形状のものはイマリファッションとして名づけても良いと思う。焼き物類では、陶器のアクセサリーなどはそれそのものである。

焼き物と他の素材を組み合わせた商品、例えば皮と焼き物、布と焼き物等々なんでも良い。また焼き物というイメージを完全に無くした商品にも伊万里ファッションの名を付けても良い。伊万里で作ったヘアファッション。伊万里でデザインされた洋服等々、とにかく何でも良い。世はファッション時代だからそれができると思う。

さて、そうして作りあげたイマリファッションを国内はもとより輸出に力を入れるべきだ。数百年前に伊万里港から古伊万里を積んで、かつての伊万里港を蘇らせることができないものだろうか。

(四) 水平指向的ファッション

現在のファッション界は、水平的な流れが大きい。つまり一つの階層から別の階層へ垂直的に流れるのではなく、同じような会社層のグループの間に水平的に移っていくということである。

情報社会であるが故にあらゆる社会グループのファッションリーダー達にほとんど同時に新しいスタイルを提供することが可能になったからである。

そのような時代だから地方のファッションを中央に流したり、世界に流したりするのは可

能になってくる。

伊万里という名はすでに世界に知れ渡っているのだから、後はそれを利用して、商品開発をしていかに売り込むかである。

まずは一つの商品でも良い。これこそはという物を官民一体となって成し遂げていく。そうするとそれが自信となってあらゆる方面へ枝葉が伸びていく。

(五) 伊万里を売る

佐賀県人は、宣伝が下手だとよく言われている。その中の伊万里も例外ではない。自分をもっと前へ出す。

いかにも素晴らしい観光地と宣伝をし、行かなければ損をするような気持ちにさせてしまい、いざ行ってみるとたいしたことはないというようなことが良くある。

過大宣伝は良くないが、それが本物でそれをやろうとする人が自信を持ってやっているのであれば、心は通じるものである。

ともかく人が来るようになったら、その時に人々が求めている以上に作りあげていってもよい。

営業マンの心得の中に「先ず飛び込め、それから自分を引き出せ」という事がある。この事は地方都市伊万里がこれから伸びて行く為には最も必要なことではないだろうか。

ファッションタウン伊万里を売るには、先ず看板をあげる事、人々にファッションタウン伊万里というのは何だろうという意識を持たせる事、これが第一段階である。

そして、「ファッションタウン伊万里とは何ですか。」聞かれた場合、美しい焼き物があります。美しい街並みがあります。美しい女性があります。美しい心があります。これからはもっと美しい伊万里ファッションを作り上げますと自信を持って答えればよいのです。

そうすることで伊万里ファッションとはどんな物が出来上がるのだろうかという期待を持たせればよいのです。もちろん一つ一つ本物のファッションタウン伊万里を作り上げていかなければならないのは当然です。

これらのことを成して行く為には、良い人材が必要であり、絶対出来るという気持ちが必要で

最後にここに述べた私の考えやアイデアが人々の心に少しでもとまり、それが地方都市をより良くする為にお役に立てれば幸いです。