知的資産経営報告書

代表挨拶

代表者挨拶

　私達はものづくりの窯元であり、ずっと作る事だけを考え職人として取り組んできました。今回の取り組みに参加させて頂き、自社の強み、弱み、他社の強み、弱みなどを分析し、改めて自分たちが長年強みとしてやってきた青磁というものの素晴らしさを実感したと同時に、これまで以上に新しい事に挑戦し、自分たちのモノづくりで多くのお客様に喜んで頂けるよう努力する必要があると感じました。また、その為の具体的に取り組むための整理が出来たと事が今後の私たちの強みになっていくと思います。

後継者挨拶

　この度、知的資産経営というものに参加させて頂き、これまでに気づかなかったことや、当たり前だったことが自分たちの強みだったり自社の事を再確認できたことは凄くプラスになりました。また自社の整理をしていく事でこれから自分たちが、やるべき事などが明確になり目指すべきビジョンに向かって迷わずに進めるようになったと思います。まだまだこれからが大事だと思いますので今回、学んだことを社内で共有しながら、やるべき事を明確にし、実際に取り組んで行きたいと考えております。

代表者
川副　虎隆

後継者
川副　隆彦

鍋島焼とは

　世界に誇る日本磁器代表として、現代の愛陶家からは「鍋島」の名前が真っ先に挙げられる程、愛されております。それは鍋島磁器の卓越した、磁器の技術力とデザイン性が世界の名窯の作品と比べても何の遜色もなく、むしろ様式美が際立つからと言われております。

　このような鍋島焼が誕生した背景には、江戸時代、肥前地域を支配していた鍋島藩が威信をかけ、藩直営の藩窯を延宝3年(1675年)に現在の伊万里市大川内山に築き、明治4年(1871年)まで藩窯として焼造しておりこの間、鍋島藩は御用窯の運営を強化すべく優れた陶工31人を集結させました。また、入り口には関所を設け、藩の許可なく出入りする事を禁じ技術流出を防ぐとともに国内最高の技術者集団として苗字帯刀を許可する待遇で雇用し育成していました。

　当時の鍋島焼は一般には出回ることはなく将軍や大名の為だけに創られた献上品でした。代表的なものには大きく分けて色鍋島、藍鍋島(鍋島染付)、鍋島青磁があり国内最高峰磁器と言われております。

　その後、藩窯としての鍋島焼は無くなりましたが、民窯として鍋島の技術継承や青磁鉱石という最良の材料を現在も受け継ぎ焼造しております。

ビジョン

VISION
鍋島文化の確立

虎仙窯の祖である川副家は主に置物や釉薬研究などを行う細工人の家系として代々技術を継承し昭和38年（1963年）に当時、末っ子であった祖父為雄が、現虎仙窯を創業しました。

当時の祖父は「鍋島青磁をたくさんの人に知ってもらいたい」という強い思いから青磁釉薬を10年以上に渡り研究をしました。(当時は青磁を焼くと窯を潰してしまうと言われるほど困難でした)

これからの鍋島虎仙窯は、より多くの人達に鍋島の文化・歴史を知って頂き江戸時代から「秘窯の里」として愛されてきた大川内山に受け継がれる、鍋島文化を次の100年へと継続的に残していきたいという思いから「鍋島焼文化の確立」というビジョンを掲げ、鍋島焼の豊かな未来を築きあげていきたいと思います 。

そして、時代に合わせた「鍋島の価値」を創造し、変化していく時代の中でも変わらない「鍋島の価値」として正しく後世に伝えていける取り組みを行っていきます。

虎仙窯の歴史

		年代	同業他社の動向	自社の活動
第一期	高度経済成長期	1960年代	商社を通してでの販売が主流だった	昭和38年先代が独立 商社に花瓶を卸していた
第二期	バブル期 ～ 経済低迷期	1970～2000年代	商社での販売が主流だった	1974年南波多設立（オイルショックの時期） 1989年大川内山ギャラリー設立 直売が起動乗り始め、急成長した
第三期	現在		直販 業務用専門卸 一般食器専門卸 など、細分化している	日本の経済停滞とともに直販が低迷。 流通としては卸を通すが、自社ブランドを作っている（産地としての問屋機能を作るべく活動を始める）

虎仙窯の知的資産

人的資産

・鍋島焼を製造できる技術者がいる。
・固定ファンがついている作家や販売員がいる。

情報資産

・直販によって集められた顧客顧客情報により、イベント情報や新商品情報をエンドユーザーに伝えることができる。

関係資産

・多種多様な材料調達先を持つ。
・産地内だけでなく、首都圏のクリエイターとの接点がある。
・中川正七商店を通した国内流通、JETROを通した海外流通など、販路が広がりつつある。

組織・技術資産

・製造するだけでなく、直営、イベント出店、卸という様々な販売チャネルを持つ。
・「鍋島虎仙釜」、「KOSEN」、「鍋島藩窯百撰」という3つのブランドを使い分けている。

風土資産・理念的資産

・定期的に行うフォーマルな全体会議、食事等のインフォーマルなコミュニケーション機会などで、コミュニケーションが活発である。
・１事業者としてだけではなく、産地としてどうあるべきかの理念を持つ。

鍋島虎仙窯

1963年、当時の窯主であった川副為雄は「鍋島青磁をより多くの人に知ってもらい、使ってもらいたい」との強い思いから、10年以上にわたり青磁釉薬の研究に没頭。苦心の末、ついに完成した青磁を手に、鍋島虎仙窯は新たなスタートを切りました。

江戸時代から継承されてきた天然の青磁鉱石などの原材料やこれまでの技法などを用いた製品群は卓越した技術力をもつ鍋島虎仙窯のだからこそできるブランドです。

この先、鍋島焼が100年、200年と継承していく為に必要とされるブランドになる事を大切にしております。

KOSEN

KOSENは鍋島虎仙窯が手がける新しい鍋島焼のブランドです。

色鍋島、藍鍋島、鍋島青磁。

この鍋島焼の代表的な3つの特徴を現代的デザイン解釈をした製品群は、卓越した技術力をもつ鍋島虎仙窯だからこそ作ることのできるラインナップです。

1675年、将軍への献上品を作るため、肥前国の有田・伊万里（佐賀県有田町、同県伊万里市）地域で選りすぐりの陶工31人を集結させて鍋島藩が築いた藩窯。これが鍋島焼のはじまりです。
庶民には決して手に入らない、将軍や大名だけが使うことのできた最高の品。

まさしく「大名の日用品」としてつくられた鍋島焼。

藩窯は廃藩置県とともに民窯へ姿を変えましたが、その技術はいまもなお、鍋島の名とともに虎仙窯へと受け継がれています。

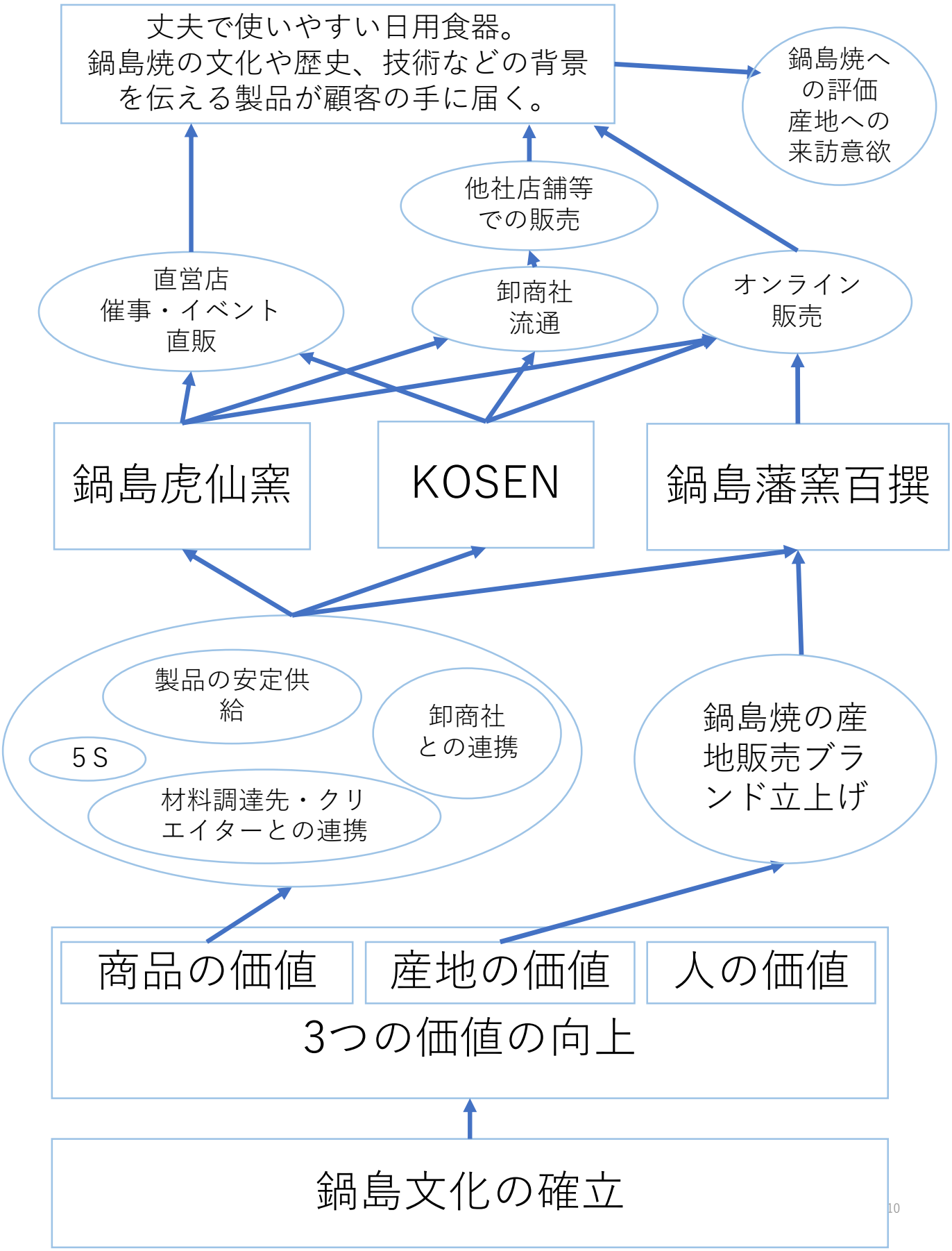
鍋島藩窯百撰

　鍋島藩窯百撰は、これまでになかった鍋島焼としての新しいビジネスモデルを作るための取り組みです。

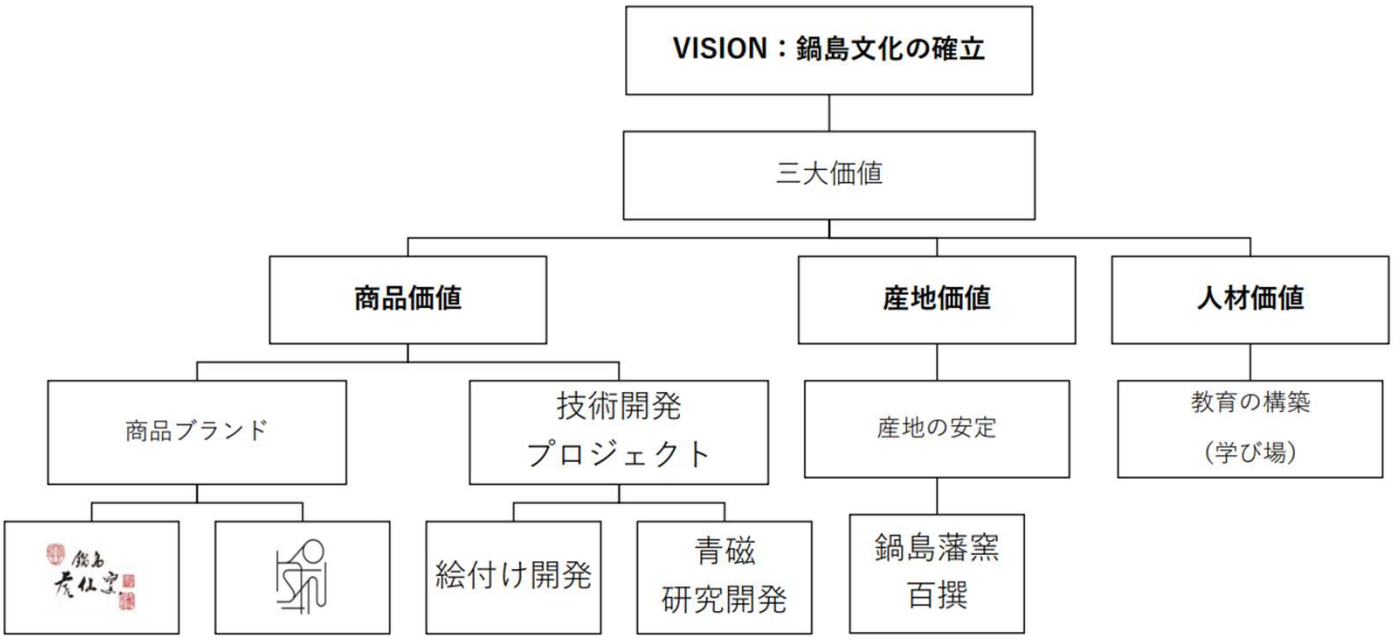
　オンライン上での販売業務をはじめ、産地の強みを活かしコラボ事業や産地独自の展示会などの企画、運営など行います。これまでの鍋島焼の歴史の中で廃藩置県以降民窯となり150年以上の間、鍋島焼としての流通がありませんでした。現在も東京などの首都圏などには鍋島焼を購入する場所がございません。
　そこで、鍋島藩窯百撰を通して、これまでになかった鍋島焼を提供する場を作っていきたいと考えております。

次の、100年後へ。
鍋島焼の豊かな未来を創造します。

現在価値ストーリー


丈夫で使いやすい日用食器。
鍋島焼の文化や歴史、技術などの背景
を伝える製品が顧客の手に届く。
鍋島焼への評価
産地への来訪意欲
他社店舗等での販売
直営店
催事・イベント
直販
卸商社
流通
オンライン
販売
鍋島虎仙窯
KOSEN
鍋島藩窯百撰
製品の安定供給
5S
卸商社との連携
材料調達先・クリエイターとの連携
鍋島焼の産地販売ブランド立上げ
商品の価値
産地の価値
人の価値
3つの価値の向上
鍋島文化の確立

鍋島虎仙窯全体構想



私達、鍋島虎仙窯は鍋島の文化、風土、歴史、技術、原料など鍋島の産地に係る全てのモノを正しく残し、正しく伝えていきたいと考えております。
それらを支える組織・制度・思想をしっかり打ち立て定め、鍋島の価値を三大価値とし、鍋島の価値を確立させていく事が私たちの目指す「鍋島文化の確立」というビジョンです。
そのビジョンを掲げ、これからの100年後の豊かな鍋島の未来を目指していきたいと考えております。

そして、鍋島文化の確立には、産地がまとまる必要があり、大川内山の「個人」「地域」「窯元」のそれぞれを尊重、理解し、一つになることが重要です。
これからの鍋島の未来を創造した取り組みを進めて参りたいと思います。

鍋島焼の歴史と変化

藩窯時代【黄金期】
磁器最高峰と言われる御用窯としての最高組織の仕組みを作り 上げるプロデュース力と力があった。 （商品・在庫管理、企画・営業力、生産力）

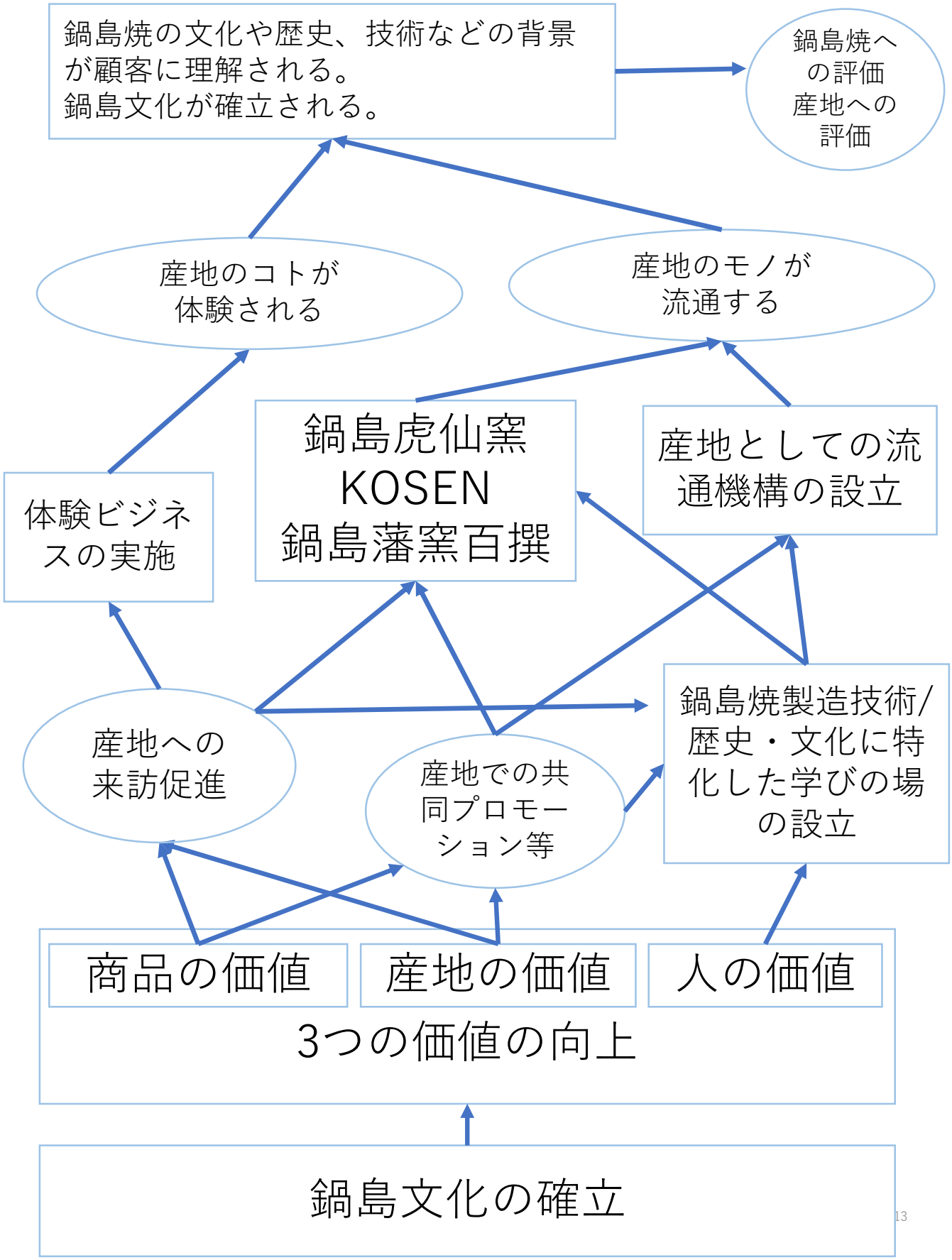
明治・大正時代【変革期】
民窯となり鍋島の技術を存続するべく「精巧社」を立ち上げる が長くは続かない。（技術だけでは厳しいことが伺える！） 窯元も途中、3件まで落ち込むが何とか持ちこたえる

昭和・平成【成長期】
・戦後、高度成長期、経済安定期の37年間に産業全体が発展 ・高度成長に伴い、大量生産、大量消費に伴い機械文明となり、「手仕事」への価値や 伝統工芸への興味や本物志向へ移り行く中で「伝産法」という法律が出来た （国民へ豊かさと潤いを与えるとともに地域経済の発展に寄与する） ・組合組織の制度が出来上がってくる

現在【衰退期＋変革期】
・世の中の流れと共に業界全体も衰退している
・衰退の一因に、鍋島焼としての商流がないことが挙げられる。

鍋島焼の黄金期再来のためには、鍋島文化を確立し、産地としての価値を向上させなければならない。そのためには、大川内山・鍋島焼としての流通機構が必要であると考えている。

将来価値ストーリー


鍋島焼の文化や歴史、技術などの背景が顧客に理解される。
鍋島文化が確立される。
鍋島焼への評価
産地への評価
産地のコトが体験される
産地のモノが流通する
鍋島虎仙窯
KOSEN
鍋島藩窯百撰
産地としての流通機構の設立
体験ビジネスの実施
産地への来訪促進
産地での共同プロモーション等
鍋島焼製造技術/歴史・文化に特化した学びの場の設立
商品の価値
産地の価値
人の価値
3つの価値の向上
鍋島文化の確立

企業概要

代表者	川副虎隆
事業内容	陶磁器（鍋島焼）陶器・磁器の製造・販売 日用食器を中心に、美術品も取り扱う
所在地（事務所・工房）	〒848-0015 佐賀県伊万里市南波多町１５５５－１７ 0955-24-2137
所在地（店舗・ギャラリー）	〒848-0025 佐賀県伊万里市大川内町１８２３－１ 0955-22-3095
WEBサイト	https://www.imari-kosengama.com/ https://www.nabeshima-kosen.jp/ https://nabeshima-hanyo.shop/
知的資産経営報告書作成支援機関	佐賀県中小企業診断協会 佐賀西信用組合 伊万里商工会議所