

秋元雄史がゆく、九谷焼の物語



## 第二話

九谷焼の土台を守る、  
磁器土づくり

第二話は、石から土をつくりだす現場、「谷口製土所」へ。

轟音が響く工場内で、土作りへの思いやオリジナルブランドについてなど

幅広くお話をうかがいました。

「LIBRARY 秋元雄史がゆく、九谷焼の物語」とは

2020.10.24～12.20まで開催された「産地のオンラインミュージアム KUTANism」の主要コンテンツの1つ。陶石から絵付け、そして料亭まで。九谷焼はいかにして生まれ、使われてきたのか。KUTANism全体監修・秋元雄史が、自らその現場に足を運び対話する中で、九谷焼の物語を再発見していく連載シリーズです。

Starting out as raw pottery stone, they are painted, and eventually served at traditional ryotei restaurants. Just how exactly did such Kutani ceramics come to be, and come to be used? Through this mini-series, rediscover the origins and evolution of Kutani ceramics, with KUTANism supervisor Akimoto Yuji as your on-site guide.

\ WEB版はこちら /





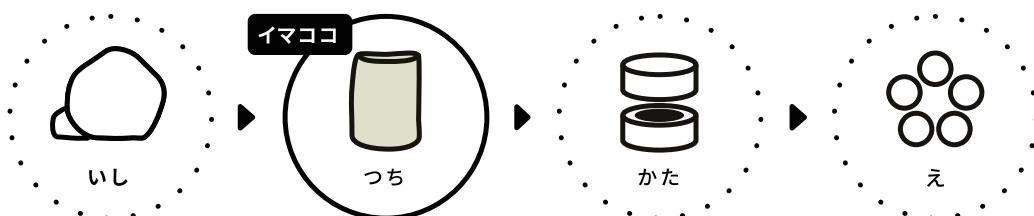
## 第二話

### 九谷焼の土台を守る、磁器土づくり

「KUTANism」総合監修をつとめる秋元雄史が、九谷焼が生まれる現場を訪ね歩く連載シリーズ「秋元雄史がゆく、九谷焼の物語」。九谷焼の主原料である「花坂陶石」の原石山を訪れた前回に続き、第2回はその陶石から「粘土」がつくられる現場へ。九谷焼産地に僅か2軒残る製土所のひとつ、「谷口製土所」を訪ねました。

陶土(≒土)が主原料となる陶器とは異なり、陶石(≒石)を粉碎した石粉をベースとしてつくられる磁器。あの陶石から、どのようにして自在に形が変わる粘土が生まれるのでしょうか。

轟音が響く工場で、汗をぬぐいながら迎えてくれたのは3代目の谷口浩一さん。祖父の代から続く粘土製造を行なうかたわら、近年は土や素地自体の魅力にフォーカスしたオリジナルブランドもプロデュースしています。粘土づくりの工程を見せていただきながら、“量”が売れなくなった時代をサバイバルする若手世代の声もうかがいました。



谷口 浩一さん

小松市若杉町にある、1951年創業の「谷口製土所」三代目。大学卒業後、県内の広告出版系の会社に10年間勤め、32歳のときに家業である谷口製土所を継ぐ。代々続く粘土の製造に加え、オリジナルブランド「HANASAKA」の立ち上げなど、新たな事業も展開させている。



谷口製土所の工場

## “工業製品”と“ハンドメイド”的、 どちらにも寄り切らないおもしろさ。

**秋元：**今の時代は粘土づくりもこんな大きな工場で、かなり機械化されてるんですね。

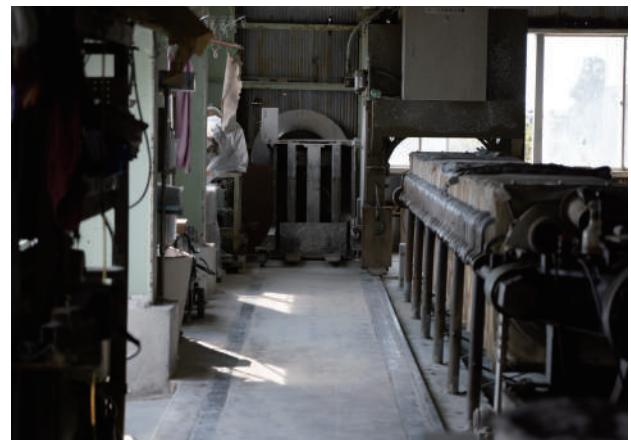
**谷口：**はい。たしかに「粘土屋」というと、“手で土を練って…”といったイメージを今でも持つてらっしゃる方が多いんですけどね(笑)。

**秋元：**機械化しないと、産業に対して追いつかないですもんね。

今日は九谷焼の「粘土づくり」について教えていただけたらと、よろしくお願いします。“土もの”である陶器はともかく、“石もの”と呼ばれる磁器土の製造って、ちょっと想像がつかないところがあります。どんな工程でうまれるのでしょうか。

**谷口：**まず作り方としては大きく2種類あります。一つは、スタンパーという杵のような機械を使って陶石を粉碎し、それを水簸(※)という方法で粘土質になる部分だけ取り出す、割と原始的な製法です。この作業は隣の「CERABO KUTANI」内の弊社施設で行なっています。

(※)水簸(すいひ)... 粉碎した石粉を水でかき混ぜ、粒が大きく沈んだものを取り除き、微粒子からなる泥状の粘土を取り出す方法。





陶石を粉碎するスタンパー。

谷口：そしてもう一つはトロンミルという、いわばミキサーのような装置の中に水と材料を入れて擦ってしまう方法。必要な材料を計算して加えられるので、こちらの方が調合には向いていますね。今いるこちらの工場では主にトロンミルでの製土を行なっています。



トロンミル。粘土の材料を中に入れてミキサーのように擦る。

谷口：スタンパーでつくる粘土はろくろ向きで、トロンミルでつくる粘土は鉄込みやたら成形(※)に向いています。

(※)たらら成形…板状の粘土を貼り合わせて形をつくっていく成形法。

秋元：それは、できあがった粘土の性質の違いでしょうか。

**谷口**: そうですね、大きな違いとしては“粘土質の量”的違いです。スタンパーでつくる方法は、水簸して粘土になる部分だけを取り出しているので「非可塑性原料(※)」といわれる長石や珪石を取り除いているんですね。だから出来上がった粘土には粘りがあって可塑性の高い粘土になります。つまり挽きやすいので、ろくろに向くんです。対してトロンミルでは、長石や珪石なども含んだ状態で擦っているので、スタンパーでつくる粘土に比べて粘りやコシは少し弱くなる。その代わりに、型離れが良いので鋳込みなどには向いています。

(※)非可塑性原料…可塑性がない反面、乾燥や焼成時にあまり収縮を起こさない原料。



**秋元**: なるほど。それぞれに適性があるわけですね。焼き上がりの色など違うのでしょうか？

**谷口**: 厳密に比べれば若干違いますが、見た目ではほとんど変わりません。どちらかというと挽きやすさやコシがあるか、といった制作工程で感じる差ですね。

**秋元**: このトロンミルでつくる製造方法の方が、後からできたものなんですね？

**谷口**: そうです。製造方法は産地ごとの石の特徴によるところもありますが、九谷では従来の製法がスタンパーです。九州もスタンパーで粘土をつくっているところは多いですね。対して瀬戸や多治見といった量産型の産地ですとトロンミルが中心です。

この工場も、祖父が始めたときはスタンパーだけだったんですが、スタンパーは陶石を砕くのに時間がかかるので、早く大量に処理するのには向いていません。モノがよく売れる時代になって、生産性を考えて父の代でトロンミルも導入しました。他の粘土屋さんはずっとスタンパー中心にやっていらっしゃったんですけど、みなさん廃業されてしまって。今残っているのはうちとあともう一軒だけです。



「CERABO KUTANI」内で稼働しているスタンパーは谷口製土所のもの。

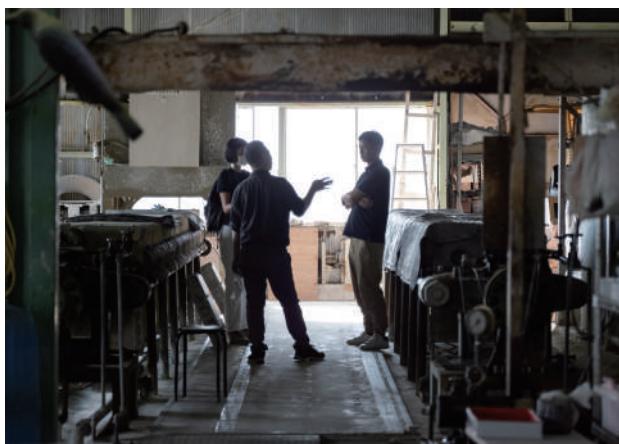
**秋元**:量産化していくプロセスで生まれた技術がトロンミルなんですね。スタンパーであれば捨てられる材料もできるだけ効率よく使いながら生産性も上げて…まあその方が合理的ですよね。

**谷口**:機械化といってもひとつひとつ作業はとてもアナログなんですね。

粘土質の材料と、石の材料では擦り上がる時間が違うので、別々にトロンミルを回して最終的に地下タンクで合わせています。

その後に、電気磁石で徐鉄して、ふるいを通して粒粉調整をし、最終的にフィルタープレスで絞って脱水します。

**秋元**:確かに、それぞれの作業自体は意外と素朴ですね。なんというか、“工業製品”と“陶芸的なもの”的ちにも寄り切らないというか、中間にある感じがおもしろいなあ。





粒分調整をする円型振動ふるい機。



フィルタープレスで粘土を脱水。



脱水された後の粘土。

フィルタープレスで粘土を脱水。

## 有機的な自然物を相手に。 産業ありきの“粘土屋”的仕事。

谷口：今お話ししたように、粘土の作り方は大きく分けて2つあるわけですが、あとは同じ鋳込み用の粘土の中でも、花瓶を鋳込むような粘土と、複雑な形をつくる置物用の粘土では少しブレンドを変えてつくり分けています。全部で8種類の粘土を、現在うちではつくっています。

秋元：結構な種類があるんですね。やっぱりつくるものによって個別に配合を変えている。

谷口：そうです。花坂陶石だけだと粘りがありすぎて鋳込みなどには向かないですし、バリエーションも出せないので、蛙目(がいろめ)粘土や、木節(きぶし)粘土など、他産地からの材料も合わせて調合します。

秋元：そういう割合というのは、もう初めの頃に先人が苦労して編み出してきたものがあるわけですよね。途中で大きく配合を変えたりすることってあるんですか？



谷口：はい、門外不出の調合表があります。基本的には祖父や父が何度も試験してつくってきたものです。その配合を変えるのは、仕入先の鉱山が閉まったときですね。

秋元：やはり材料が変わる時ですか。

谷口：例えば同じ「珪石」を仕入れたとしても、その化学組成の値が微妙に違うんです。そうすると、焼き上がりの色に影響がでてきます。いつもの仕入先の鉱山が閉まったときは、それに代わる材料を探すのですが、全国どこも閉山していく中で同じような材料を探すのは一苦労で。

秋元：あたりまえですけど粘土って、やっぱり“土”なんだなあ。僕らが「原材料」と聞くときに、どこか化学式化してデジタルに考えてしまいがちですが、“陶石”や“陶土”といった圧倒的な有機的なものからできているんだということを改めて感じますね。自然のものに対して、こちら側でのきめ細やかな調整が必要というか。



**秋元**:近年は九谷焼としても産業規模は小さくなっていますよね。製土所として難しさのようなものはありますか?

**谷口**:“量を仕入れる”ということは必要なくなっていますね。  
けれど鉱山側からすれば、たくさん買ってもらわないと採算が合わない。  
だから鉱山を閉めて大型ショッピングモールに土地を貸し出す、といったことが全国で起きているのですが。  
そうなると僕らとしても仕入れが難しくなるので…バランスが難しいところです。

**秋元**:材料の価格も上がっていますか?

**谷口**:上がっていますね。去年と今年を比べただけでも、4割近く値上がりしている材料もあります。  
例えばある産地ではもう蛙目粘土をとる鉱山がなくて、新しい鉱山を開発するのには相当のお金がかかるので、  
それが材料の価格にのってきてているわけで。  
うちも粘土の価格を少しづつ上げていかないといけなくなっています。





秋元：窯元が減っていく一方で、作家は増えていますよね？でも作家が消費する粘土量にも限りがありますから、また次の課題がでてきそうですよね。

谷口：うちみたいな粘土屋も、いってみれば“産業ありき”的仕事なんですよね。作家さんに粘土を提供できるのも、産業がきちんと回っているからこそという面はある。

けれど同時に、ものづくりの現場では少量・中量生産が主流になっていますよね。

今後はトロンミルでつくる大量生産用の粘土というよりは、スタンパーで“昔ながらの製法”でつくった粘土の方がストーリー的にも主流になってくると思っています。

そうなると僕らとしても、生産性は悪くてもスタンパーでの製法に注力せざるを得ない。

産業自体があまり粘土をつかわない方向に向かっている中で、どう突破していくのか。

考えなくてはいけないんです。

秋元：確かに、どうやってある程度の産業規模を維持しながら、事業として継続性ある形にもっていくか、ということはここ数年のうちに突破口を開いていかないと、きっと厳しくなっていきますよね。



## 分業体制のこれからと、 九谷焼を再点検する“平場”。

秋元：ご自身でも「HANASAKA」という独自ブランドを立ち上げていらっしゃいますが、それは先ほどおっしゃったような危機感からですか？



独自のブランド「HANASAKA」

谷口：オリジナルブランドを立ち上げた理由はいくつかあるんですが、ひとつは「谷口製土所」という名前を全国に知ってもらうツールを何か自分たちで持てないかということ。

通常、分業工程のひとつである粘土屋の名前が表に出ることはあまりないですから。

もうひとつは窯元の職人の技術にもっとフォーカスできないかということ。

九谷焼というと、やはり“絵”に目がいくと思うんですが、上絵をつける前の素地をつくる職人の技術力もすごく高いんですよね。

だから「HANASAKA」では窯元と一緒に、土や素地自体の魅力を生かした製品づくりをしています。

秋元：“九谷焼といえば上絵付け”というイメージがあるけれど、分業工程のどこに目をつけるかで、また違った可能性が見えてきますよね。





ほとんど上絵付けがないシンプルな器をつくる「HANASKA」

**谷口:**あと、あたらしい顧客層の開拓ですね。上絵付けがなされた「色絵磁器」としての、従来の九谷焼が好きな人はそれで良いのですが、そうじゃない人達にも九谷焼をアプローチしていきたいなど。

**秋元:**かつての“産地と工芸”みたいなものに良いイメージを持って、工芸品を買い支えしていた世代の人もどんどん高齢化してますもんね。ある意味世代交代というか、若い層に向けてというのは大切ですよね。  
谷口さんご自身は、家業を継ぐことへの葛藤みたいなのはなかったんですか？

**谷口:**僕はもともと継ぐつもりはなかったんです(笑)。  
だから大学卒業してからは、10年くらい広告出版系の企業で働いていました。  
でもある年の正月に帰省したときに「粘土屋だからって、粘土だけやらんなんことはないよ」と父に言われて。  
自分としても色々なことにチャレンジしてみたかったので、じゃあ家業でそれをやってみようかなと。





秋元：九谷業界を継ぐ同世代というのは？

谷口：少ないですね。今はなんとか保っていますが「跡継ぎがない」という窯が結構あるので、今後ガクッと減ることははあると思います。高齢で一人でされているところも多いですから。

ただ、そこが無くなってしまうと“失われてしまう技術”というものがある。

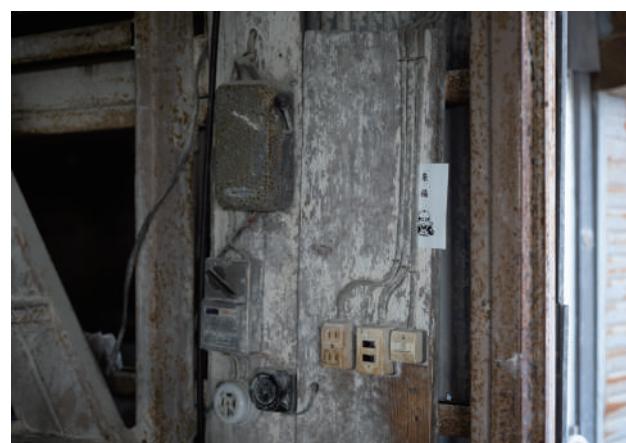
たらばを専業にしている窯元や、ろくろや鋳込みを専門にされている職人など、人材の育成はかなり急務ですね。

秋元：九谷焼は分業化が進んでいるから、次々歯抜けになってくると問題ですよね。

谷口：単純に今「職人になりませんか？」といっても、なかなか難しいと思うんです。

何か“職人の在り方”そのものを見直すような働きをしていかないといけないし、雇用が生まれるものづくりというか、企業としての魅力アップはどこも必要だと思っています。

もう産地だけで職人さんを補うのはどう考えても難しいので、外から「あの企業で働きたい／九谷の産地で働きたい」という風にもっていかないと。





**秋元**:確かに、今まででは九谷焼がひとつの大きな産業としてあったから分業化できていけれど、これからは仮にどこかが崩れても自分たちだけでもやっていけるような体制を、それぞれがサバイバルしなきゃいけない時代になっていくんでしょうね。

**谷口**:それが自立した立ち位置を持つというのは、大切だと僕も思います。

その上で、それが集まって分業をしてもいいわけですし。

**秋元**:自分たちで製品開発してブランディングしていくのも一つの形だけど、今度はそのブランド志向や高級志向の中で埋没する可能性が出てきたり、次の壁があるから難しいですよね。

その、一方で腕の良い年配の職人達には仕事がない、といった状況がどの産地でも起きている。





谷口：そうですね。みんながモノを作り始めると、今まで下請けだった人の仕事がなくなるわけですから。

秋元：なんていうかな、“ものづくり”といっても、いろんなレベルがあるじゃない。

例えばファッショントリーベルでいえば、エルメスとかシャネルみたいなハイブランドもあれば、ギャップとかユニクロみたいな安価なものもある。安いから悪いというわけじゃなくて、それぞれがある種のクオリティを保ってやっていますよね。

そういう多様性の中でどう生き残れるか、みたいなのは九谷焼でもひとつあるかもしれない。

谷口：確かに、今までは量産したものも、手づくりのものも同じ売り場で「買ってください」とやっていたところがあるので、そこを考えていかないといけない。売り場もそうですし、物の見せ方も。

従来のやり方を一から再構築するくらいのことを、今やらないといけないかもしれません。

僕らの方でも、例えばオープンファクトリーのような、一般の方に工場や窯元を開いて一緒に見学してもらいうながら、ブランドと現場を上手く絡ませていけないかと考えていて。

「九谷焼を買ってください」というより、まず“工芸品のようなもの”を使う人自身を、これから増やして行きたいんです。

秋元：面白いですね。もしかしたらブランディングをこちらが作る前に、そんな風に一旦“平場”をつくるとか、そこにお客さんを受け入れられるような関係をつくっていって、自然にそれぞれの好みの中で立ち上げていく、というのも良いですよね。



秋元：今までどこか“九谷焼”的イメージを固定しすぎていたところがあるのかもしれません。

そのことで却って見えなくなっているものがあるかも。

「これが九谷です」と絞っていくよりは、むしろこういった広がりがある中で生まれてきているものが九谷であり工芸であると。

前回含め、こうやって現地を回って見ていくと今まで繋がっていなかったものが繋がっていって、僕自身すごく面白いんですよ。

一回ゼロベースで並べて、改めて一つずつ丁寧に点検してみるような作業が、今重要なのかもしれません。KUTANismがそういった動きのきっかけになっていけたら面白いですね。

---

▶▶ NEXT ▶▶

第三話

上絵付けを下支えする、  
素地の力





# KUTANism

主催:KUTANism実行委員会 共催:能美市、小松市 協力:石川県九谷窯元工業協同組合、石川県陶磁器商工業協同組合、九谷上絵協同組合、九谷焼団地協同組合、公立小松大学、こまつKUTANI未来のカタチ、小松九谷工業協同組合 後援:北國新聞社、認定NPO法人趣都金澤

クタニズム実行委員会事務局  
〒923-1198 石川県能美市寺井町た35 (能美市役所 産業交流部 観光交流課内) MAIL:info@kutanism.com



クタニズム    
<https://kutanism.com>