

# 日本ブランド発信事業 江戸切子

2016年9月

「日本ブランド発信事業」専門家

江戸切子職人 三代秀石 堀口徹

## 事業概要

---

欧州からの技術指導を受け、その後、独自の文化で進化を遂げた江戸切子。

その江戸切子が、どういった流れで今に至り、またどのようにして「今という時代」に寄り添い、今後に向けてどう取り組んでいくのかをテーマに、江戸切子の製造工程や歴史などのレクチャー、作品の展示を通じて、日本のガラス工芸の存在、技術力、デザイン性などの情報を、フィンランド、フランス、イギリスの3カ国で発信を行った。

## フィンランド ヘルシンキ

---

ヨーロッパでも手仕事文化が色濃く残り、多くの職人が活躍している北欧フィンランドから本事業をスタートした。1930～40年代、フィンランドでも硝子のカット加工は盛んだったと聞く。しかし、残念ながら、近年になり、最後のカット職人が仕事を終え、カット加工が途絶えてしまったとのことである。

また、これはフィンランドではなく、フランスやイギリス、すべての講演箇所で同じ状況であったが、在外邦人を除けば、「江戸切子」を知っている方は、“ゼロ”であった。しかも、非常に残念なことに、日本でカットグラスが行われていることすら知っている方はいなかった。江戸切子を次世代につなげる一人として、今回の日本ブランド発信事業を通じて、日本文化の一つである江戸切子を海外の多くの知識層に発信できたことは改めて有意義であったと考える。



フィンランド滞在初日9月8日に、まずインテリア系雑誌 **Avotakka** 誌よりインタビュー取材を受けた。場所は、ヘルシンキ市スオメンリンナ島内茶室「徳有庵」にて行われた。

日本国内の取材では、どんなモノづくりをしているかといった商品の話が中心になってしまうことが多いが、モノづくりの背景、どんな考えでその表現に至ったかという深い部分にまで興味をもって取材してくれた点にはありがたく感じた。

(取材の様子)

続いて、翌9日には、ヘルシンキ市アンナンタロ(文化施設)内講義室にて、江戸切子に関するレクチャーを開催し、友好団体関係者、大学生、一般市民の方が参加された。



(レクチャーの様子)

続いて、10日は、市内イベント会場テクニクスカン・サリトにて、フィンランド人のセラミック・デザイナーのナタリー・ラハデンマキ氏との対談及びレセプションを開催した。多くのアート・デザイン関係者、メディアが参加され、相互交流を図ることが出来た。

(対談会の様子)



フィンランドでは、アートやモノづくりへの高い関心、尊敬する意識があり、一般の方から、例えば「世界で起こっているあらゆる問題に対して、堀口さんの活動はどういった影響を与えることができると思うか？」といった高度な質問が飛び出てきたことが印象的であった。

また、「伝統工芸として、この時代に生き、それを続けていく中での葛藤や、それを乗り越えるためにどうしたら良いのか」という質問も印象的であった。

「本質を変えなければ、あとは何を变えても良いし、むしろ、積極的に柔軟に変化していく必要がある」と伝え、堀口切子のモットーである「残す、加える、省く」を常に行い続ける重要性を話した。

商品としては、日本国内と同様に、陰影や写り込みを効果的に使った作品の人気が高かったことは、今後の商品作りに反映すると共に、ノウハウとして業界内でも共有したい。

## フランス ストラスブール

充実したヘルシンキ滞在を終え、フランス ストラスブールへと移動した。フランスでは、2つの講演を開催した。9月12日には、カットガラスの最高級ブランドの一つである Saint-Louis 社にて講演を行った。フランスは、クリスタルやガラス製品が広く普及し、また長い伝統をもつ国である。その伝統を背負っている方々を前に、江戸切子の作品を実際に紹介、制作過程や背景となる考えを説明することで、

「日本ブランド」に触れてもらうことを目的とした。

(Saint-Louis 社にて)



実際に制作をされている職人や製品化を担当する部署の方と面談することが出来た。Saint-Louis 社の規模、クオリティは、以前に見た HOYA クリスタルを思い出させた。また、出荷作業の場面では、世界各地への出荷が見受けられ、世界が認める確かなブランド力を感じさせた。堀口切子が制作する江戸切子に関しては、自分と同じ職人

から、技術的またデザイン的にも非常に高い評価を受けられたことは嬉しく感じられたものの、今後は、ますますブランディングにも力を入れていく必要性を強く感じた。

日仏大学会館では、日本文化に関心の高い一般市民、ストラスブール商工会議所や小売業の方々を対象に講演を実施した。季節はずれの暑さの中、30名前後の方が参加され、非常に熱心に聴いてくれた。また、技術的な質問から一般の方の質問まで、時間いっぱいまで質問が止まらず、高い関心をもってくれたことに感謝したい。講演に続いて行われたレセプションでも、バカラ社、エルメス社、ラリック社のマネジメント層と懇談する機会を持てた。業界のインフルエンサーの方々に日本文化や江戸切子を発信できたことは、非常に価値があったと考える。

講演以外でも、世界的な硝子ブランドであるラリック社、バカラ社へ訪問し、関係各署と面談することができた。各社の「MOF」(日本でいう人間国宝)に逢うことができ、その方々からも技術、デザイン共に高い評価を頂けたことは今後の制作における確かな自信となった。

会社にとって、職人にとって「MOF」という称号が本当に誉れ高いものであり、取得されている方の年齢にもバラつきがあることから、実力によって公平に選定されている印象を受けた。

最後に、MOFに「何が一番大切だと思うか?」という質問をしたところ、「好きであること」という回答であった。非常に共感でき、自分自身も江戸切子を好きであり続けようと改めて感じる事ができた。



(Lalique社にて)



(Baccarat社にて)

## イギリス ロンドン

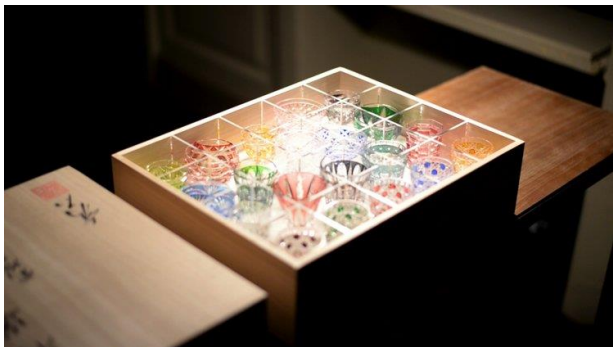
江戸切子を発信する旅も、いよいよ大詰めとなり、最終目的地ロンドンへと到着した。ロンドンでは、「TWO PERSPECTIVES ON THE WORLD OF JAPANESE CUT GLASS」(日本のカットガラスの2つの側面)というタイトルの講演を、ロンドン市内で最も格式と伝統がある会場の1つである「アート・ワーカーズ・ギルド」で開催した。本講演は、1900年代初頭に日本で硝子製造を指導したイギリス人技術者の孫である硝子歴史研究家 サリー・ヘイデン氏との対談形式で進められた。講演タイトルである「2つの側面」にもあるとおり、日本のカットガラスの過去を知るヘイデン氏、そして江戸切子の現在を生きる堀口 両名の対談を通じて、イギリスから日本に伝わったカットガラスが、どのように江戸切子として進化し、今日に至り、どのような未来を描くことができるのかを参加者の方々に発信をした。また、ミシュランガイド2つ星であるUMUの総料理長の石井氏にゲストとして来て頂いた。石井氏こそ、日本の伝統、文化、技術を海外の現状、ニーズを踏まえながら発信し、また、すでに高い評価を受けている方なので自身の活動の説明も踏まえ、石井氏が自分へ発注を下さった経緯や思い、また、作品が手元に届いてからの感想などを述べて頂いた。





定刻の開始時には、会場は満席となり、100名を超える参加者が集まった。また、現代の江戸切子につながるカットグラス指導者であったイギリス人技術者エマニエル・ホープトマンのご家族の方も来場され、エマニエル・ホープトマンの当時の作品も持参してくださったのは嬉しい驚きであった。

(サリー・ヘイデン氏、ホープトマン家の方々と)



講演後には、暗室において、江戸切子の輝きを体感できるインスタレーションとレセプションを用意し、参加者の方々と意見交換を多く行った。また、10個のデザイン・色が異なる江戸切子を展示し、お気に入りの一品を選ぶ人気投票も行い、大いに会場は盛り上がった。

## 最後に

ヨーロッパで生まれたカットグラスが、日本で江戸切子として独自の進化を遂げた姿を、世界のトップブランドの方々、知識層の方々、一般の方々に発信することが出来たのは、日本文化の一つである江戸切子のブランディングにとって重要な一歩になったと感じています。国が違い、文化が違い、言葉も違う、でも同じ硝子を切る職人が大切にしている本質は自分たちとなんら変わりありませんでした。その方々に、江戸切子を高く評価してもらえたのは、なにより嬉しい出来事でした。初代秀石である祖父から受け継いだ大事な宝物である江戸切子を次世代に受け継いでいくためにも、今回の事業で得られたノウハウを活かし、さらに前に進んでいきたいと思えます。

本事業の実現にご尽力くださった外務省の皆様、在フィンランド共和国日本国大使館の皆様、在ストラスブール総領事館の皆様、在英国日本国大使館の皆様、英国のジャパンソサエティの皆様、自分の思いも含め、きめ細やかな通訳を下された通訳者の皆様、堀口切子のスタッフ、家族に、この場をお借りして深く御礼を申し上げ、感謝いたします。

< 参考リンク >

[外務省「日本ブランド発信事業」](#)

[堀口切子ウェブサイト](#)

[TAKEHIRO IKEDA Ltd ウェブサイト](#)