

吉田焼 × イタリア構想 (Ureshino Cultural Renaissance / Yoshida-Yaki Reborn)

I. コンセプト

「陽気な自由さ × 静謐な美」—— 吉田焼に“光と色”の新しい風を。

日本の伝統美「余白と静けさ」に、イタリアの自由で明快な色彩感覚を重ね、吉田焼を“感情を持つ器”として再生させる。

Yoshida-yaki = 静の美 (Quiet Beauty)

Italia Design = 動の美 (Joyful Color)

この融合が、嬉野の文化再生の象徴となりうる。

II. 背景と意義

1. 吉田焼の現状課題

- ・若手後継者が少なく、デザインが固定化
- ・地元販売中心、観光需要に偏る
- ・“地味”という印象からギフト需要が限定的

2. イタリアとの親和性

- ・イタリア陶芸（デル・モンテ、マヨリカなど）は、明るく伸びやかな表現
 - ・色、曲線、生命感のあるモチーフが豊か
- これを取り入れることで、**吉田焼の「温かさ」「物語性」**を引き出せる。

3. 文化再生の戦略軸

- ・単なる焼き物販売ではなく、“文化の再解釈”としての展開
- ・地元陶工、デザイナー、アーティスト、観光、食文化を総合連携

III. 展開ビジョン

A. デザイン再生プロジェクト「Yoshida x Italia Line」

- ・イタリアの伝統モチーフ（葡萄、オリーブ、陽光、風、音楽）をテーマに吉田焼の型・釉薬をベースに再構築

シリーズ例：

1. **Vino e Luce**ー「ヴィーノ・エ・ルーチェ」（光と葡萄）
葡萄＝繁栄と祝福（聖書的象徴）を描いたワインカップシリーズ
2. **Fiore di Ureshino**ー「フィオーレ ディ ウレシノ」（嬉野の花）
吉田の自然モチーフ＋イタリアンカラー（青×黄×白）
3. **Cielo e Mare**ー「シオレ・エ・マーレ」（空と海）
パステルブルーの釉薬＋白マットのコントラストでリゾート感

B. コラボイベント「イタリアの風・吉田の土」

- ・吉田の古い登り窯を会場にした展示・音楽・食の融合イベント
- ・イタリア音楽＋地元野菜・ハーブを使ったヴィーガン料理（ベジキッチン協働）
- ・イタリア文化週間 in 吉田焼の里（市・観光協会・工房連携）

C. 国際アーティスト・レジデンス

- ・イタリアの若手デザイナーを吉田へ招待（短期滞在制作）
- ・地元陶工との共同制作 → 展覧会・販売・オンライン展開

D. 海外販売・ブランド展開

- ・「Yoshida-yaki Reborn」として欧州・北米向けオンラインストア開設
- ・“Art-Veganlife-Healing”を副テーマに自然派ライフスタイル市場へ
- ・海外ホテル・カフェ向けのテーブルウェア提案（軽量・ミニマル・明色系）

IV. 地域への波及効果

1. 陶工の新しい表現・販路開拓
2. 若手クリエイター、留学生との交流促進
3. 観光・食・アートの総合的再生（吉田地区の“光の街”化）
4. 地域住民の誇りと関心の回復

V. 中期計画（3年モデル）

年度	内容	目的
1年目	試験的コラボ作品制作、展示	ブランドの方向性確立
2年目	イタリア×吉田フェスティバル	市民巻き込み＋外部PR
3年目	海外展開・商品化	定常的な輸出収益モデルへ

VI. キャッチコピー案

「土に、陽気な風を。」

「吉田の白に、イタリアの色を。」

「静と陽、器の中の世界旅行。」

「Yoshida Reborn – Japanese Clay, Italian Soul」

以上。

デローラ

このイタリアという国に関しては私の体験があります。

別紙吉田焼きパンフレット用PDFに物語として書いています。