

アートとマグカップの新たな可能性を探るプロジェクト『ART MUG』 第二弾は写真家・平野 太呂氏とコラボレーション



平野 太呂氏

東京西海株式会社（本社所在地：東京都世田谷区 / 代表取締役：児玉賢太郎）が運営する陶磁器ブランド「HASAMI PORCELAIN」（ハサミポーセリン）は、写真家・平野 太呂氏と協業したマグカップを、2023年5月19日（金）11時より特設サイトにて発売します。こちらは、今年4月にローンチした『ART MUG』の第二弾となります。

「HASAMI PORCELAIN」は、波佐見焼のテーブルウェアとして、ロサンゼルス在住の篠本 拓宏（プロフィール後述）のディレクションにより、2011年にアメリカでスタートしました（日本では2013年より販売を開始）。フォルムには一切の装飾性がなく、潔くすっきりとした直線と、機能と製造工程の必然性から導かれた意味のある曲線のデザインが特徴です。また共通の直径で設計され、一定のモジュールに従ったサイズ展開によりスタッキングが可能となっています。原料の天草陶石に土を混ぜた「半磁器」のマグ、プレート、ボウル、ティーポットなどを中心に、現在は、米国(約100店舗)、ヨーロッパ(約50店舗)、アジア・オセアニア(約100店舗)で展開しています。2016年には、米国・Apple社のオリジナルマグカップに採用され、国内外で大きな注目を浴びました。

2023年は、同ブランドの国内展開10周年を迎えます。それに向けて2021年に発足したのが、アートとマグカップの新たな可能性を探るプロジェクト『ART MUG』です。参加アーティストは計7名。アーティスト、印刷業者、窯元と協業しながら、プリント時の発色・再現の向上を図るべく試行錯誤を重ねてきました。第一弾として、4月17日に内田 洋一朗氏がアートワークを手がけたマグカップをリリースし、すぐに完売となりました。

第二弾のアーティストとして迎えた平野 太呂氏は、「HASAMI PORCELAIN」のビジュアル撮影を長年にわたり担当しています。今回は平野氏が自身の作品集『LOS ANGELES CAR CLUB』（2016年刊行 / NO.12 GALLERY）より二点の作品を選定し、そちらをミディアムサイズのマグカップにプリントしました。

本製品の詳細は次ページよりご覧ください。なお、残り5名のアーティストと協業したマグカップは、年内に随時リリースしていく予定です。「HASAMI PORCELAIN」の新たな試みに、引き続きご注目くださいますよう、どうぞよろしくお願いたします。

■ 平野 太呂氏よりコメント

大人になるまでコーヒーが苦手だった僕は、旅先に入ったアメリカのダイナーで初めてコーヒーがうまいと思いました。マグの底が確認できるような薄いコーヒーでしたが僕にはそれが丁度良かったのです。真っ白いマグカップを見るたびにそのことを思い出します。ポテっとした野暮ったいダイナーのマグカップとは比べ物にならないほど洗練されたデザインですが、僕には通底している何かを感じずにはられません。ぜひ、普段からガシガシ使いたいものです。5脚揃えた白いマグにひとつだけ僕の写真付きのマグがあるのもいいかも知れませんね。

■ 「ART MUG」 使用作品



LOS ANGELES CAR CLUB ©Taro Hirano 2016

■ 「ART MUG」 第二弾 詳細

製品名：LOS ANGELES CAR CLUB

アートワーク：平野 太呂

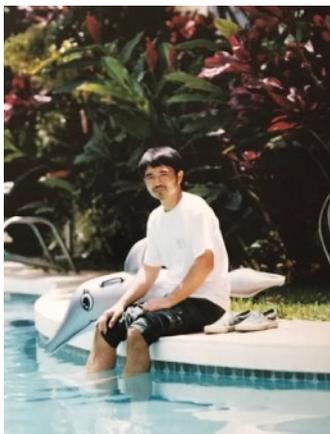
サイズ：Ø 85 × H 89 mm

容量：385 ml

価格：4,180円（税込）

発売日時：2023年5月19日（金）11時～

販売特設サイトURL：<https://hasami-porcelain-artmug.com/>



■ 平野 太呂（ひらの たる）プロフィール

1973年生まれ。武蔵野美術大学映像学科卒。2000年よりフリーランスとして活動を開始。スケートボードカルチャーを基盤にしながらも、カルチャー誌やファッション誌や広告などで活動。2004年から2019年までオルタナティブなスペースNO.12 GALLERY主宰。多くのインディペンデントな作家達が展示をする場所となった。主な著書に『POOL』（リトルモア）『ばらばら』（星野源と共著／リトルモア）『東京の仕事場』（マガジンハウス）『ボクと先輩』（晶文社）『Los Angeles Car Club』（私家版）『The Kings』（ELVIS PRESS）『I HAVEN'T SEEN HIM』（Sign）がある。

<https://www.tarohirano.com/>

■ HASAMI PORCELAINについて



撮影：平野 太呂

日本で有数の窯業の盛んな地、長崎県波佐見町。この地で約400年前の江戸時代につくられはじめた磁器は、当時から日本各地はもとより、長崎港を経てヨーロッパへも出荷されました。早くから量産体制が整えられたため、日用の食器としての確かな質と価格を実現したことが知られています。豊かな伝統は、現代まで脈々と受け継がれてきました。

「HASAMI PORCELAIN」は、篠本拓宏 (tortoise) のディレクションにより、こうした遺産を現代のコンセプトで革新するテーブルウェアとして生まれました。

■ ブランドサイト / SNS

WEB サイト：<http://www.hasami-porcelain.com/>

Instagram (@official_hasamiporcelain)：https://www.instagram.com/official_hasamiporcelain/ #hasamiporcelain

■ ブランド名の表記

英語表記：HASAMI PORCELAIN

日本語表記：ハサミポーセリン

■ ブランドディレクター・篠本 拓宏 (しのもと たくひろ) プロフィール



1988-2001 株式会社イデー勤務 商品開発部、家具のディレクション、デザイン、国内外デザイナーとのプロジェクト等

2003 アメリカ、ロサンゼルスに移住、本のデザイン、工芸、クラフト、文化を伝える店「tortoise」をオープン

2008 「tortoise general store」オープン

2011 西海陶器株式会社「HASAMI PORCELAIN」ブランドディレクション、商品デザイン

2015 株式会社能作「s/n」ブランドディレクション、商品デザイン

2018 株式会社日本香堂「elemense」ブランドディレクション、商品デザイン

日本とアメリカの二つの視点で日本のメーカーと取り組み、世界標準の商品開発をする。<https://tortoiselife.com/>

■ ブランド運営会社について

陶磁器の町・長崎県波佐見町をルーツにもつ東京西海株式会社は、2013年に設立され、日々の暮らしの質を高めるロングライフのブランド作りにより国内外のデザイナーと共に取り組んでいます。母体となる西海陶器株式会社は1946年に創業。波佐見のビジネスを牽引し、他現地企業と共に日用品としての波佐見焼の価値を高めてきました。1990年代からは海外支社の設立をスタートし、現在では市場を日本から世界へ広げています。<http://tokyosaikai.com/>

東京西海株式会社 ミッションステートメント

長崎県波佐見町をルーツにもつ東京西海株式会社は
ウェルビーイングを求める生活者に対して
日々の暮らしの質を高めるロングライフのブランドとサービスを提供することにより
全ての関わる人や産地と共に創るビジネスのあり方を実現します。

東京西海では上記のミッションステートメントを掲げ、これまでの検品を見直し、2022年9月より検品基準を改定致しました。陶磁器製品の持つ、釉薬のムラ、鉄粉、ピンホールなどの個体差は製品の特性とし、良品と位置付けます。限りある資源や燃料を有効活用し、環境に配慮したロスの少ない体制を整え、適正な価格で商品をご提供致します。

詳しくは、以下より Care guide をご覧ください。

Care guide : <https://tokyosaikai.com/ja/for-business/downloads/>

■ テレビ東京系列「日経スペシャル カンブリア宮殿」5月11日（木）出演決定

東京西海株式会社の母体である、西海陶器株式会社（本社：長崎県東彼杵郡波佐見町、代表取締役：児玉賢太郎）の特集が、テレビ東京系列の報道番組「日経スペシャル カンブリア宮殿」にて、5月11日(木) 23:06～23:55に放送されることが決定いたしました。

「西海陶器」のある長崎県波佐見町に制作クルーにお越しいただき、モノづくり、まちづくりに深く関わる人々へのインタビューから、波佐見焼の生産現場まで、1カ月に渡り隅々まで、取材していただきました。また、スタジオトークでは代表取締役会長の児玉盛介が、司会の村上龍さんと小池栄子さんとお話させていただきました。西海陶器、東京西海の商品や活動・取り組みが多数紹介されますので、ぜひご覧ください。

テレビ東京系列にて、2023年5月11日(木) 23:06～23:55に放送され、放送終了後からはテレ東BIZ、Paraviで配信が開始します。放送終了1週間後となる2023年5月18日(木) 23:55からは、Tver、ネットもテレ東にて1週間限定で無料配信されます。

<番組サイト紹介文>

長崎県北部にある人口1万4千人の波佐見町で作られる「波佐見焼」。日用食器の第2位のシェアを誇り、400年以上の歴史を持つ伝統産業として知られるが、実は20年前まで、その名は存在せず、有田焼の下請け産業にすぎなかった。そんな「波佐見」の名を世に知らしめたのが西海陶器。元々、陶器の卸商社だったが、2代目の児玉が波佐見焼を全国的に有名な焼き物とし、3代目の賢太郎が自社ブランドを立ち上げると、生産が追いつかない程の大ヒットとなる。その名は海外にも広がりAppleの公式グッズに採用されるほどに。長年、下請け産業だった波佐見はなぜ国内最高峰のブランドの一つとして名を馳せるようになったのか。親子2代にわたる地方再生ストーリーに迫る！

<https://www.tv-tokyo.co.jp/cambria/>

■ 本リリースに関するお問い合わせ先

東京西海株式会社

担当：営業部

メール：order@tokyosaikai.com

住所：東京都世田谷区瀬田4丁目29-11

電話：03-6431-0062

■ プレスに関するお問い合わせ先

サーティースリー合同会社

担当：武井

メール：hello@33llc.net

住所：東京都渋谷区渋谷2丁目19-15 宮益坂ビルディング 609

電話：050-5875-4543