



て世界に目を向けてもらい世界に知らしめる努力、個性的な活動をしてもらったらいいと思います。いい例は日本各地にあります。他の伝統的な若者のことや世界の人たちのこともリサーチするといひ、他の世界の人たちとつながってもいい。世界とつながると新しい発信ができるかもしれません。

林 [From MINO] [To MINO] は発信の仕方が重要です。手法として具体的に何が出来るか、どこから始めればいいのかでしょうか。

笠井 陶器は他の世界と少し違い、4市みんなバラバラで動いていると感じます。祭りでも各地でいろいろある状況ですが、みんなで同じ方向を向いて一致団結することが大切です。現在の陶器やタイルの市場は縮小していることもあり、暗いイメージがあるかもしれませんが、世界を見れば大きな市場があります。ただし、そこに足を踏み入れるには重くて大きな扉があります。でも、みんなで押して開ければバラ色の世界が待っていると信じています。シンポジウムをきっかけに一致団結することが重要で、タイルも陶器も素晴らしいコンテンツをもった地場産業です。地場産業が2種類もあるというのは大きな武器です。[From MINO] (発信) でいうと、今まではいい商品を作っている企画をすればいいと思っていましたが、発信がないと意味がありません。発信しないことには知ってもらえません。購入してもらえないのです。国内では展示会で発信していましたが、今はSNSという無料の媒体があります。いい商品・いい企画ならメディアも飛びついて無料で発信してくれます。来た人も無料で広めてくれます。そういう手法を取り入れて、地場産業の活性化を今一度やるべきです。

つい最近、実は7年前に佐藤卓さんによる「美濃焼の解剖」という本の出版構想があったことを知りました。これを是非実現したいと思っています。本を作るプロセスで、例えば釉薬や土などについて深掘りするうちに、今それぞれの分野で活躍する方々も、先人の技術や情熱、想いなどを知ることになります。過去から現在、そして未来へとつなぎ残すことになるわけです。英語版も制作し世界へと発信していきたいですね。各々が気合を入れて、何とかして4年後13回目となる国際陶磁器フェスティバルに併せて発刊できるようサポートをかけたいです。

佐藤 解剖の話を見せてもらおうと、NHK Eテレの番組でも解剖という手法を使って子どもたちにデザインは面白いということを伝えていきます。日常的に知ってい

ると思っていることがほとんど知らないことだったりします。例えば今のペットボトルのフィルムは10年前の強度とどう違うのか、お茶そのものがどうやって大量生産されているのか、キャップは何から作られているのかなど、実はものすごい技術が入っています。ただ、ペットボトルのお茶を飲むときにはそういったことは関係なくて、お茶について知っているつもりになります。質問をされてもほとんど答えられません。知っていると思ひ込むと、人はそれ以上知ろうとしません。いかに知らないかを気付かせると人は知ろうとします。その手法を解剖で使っています。解剖は知っているところから中に入っていきます。いつの間にか原材料にたどり着きます。モノづくりを伝えるときには、さかのぼって最初の段階から入っていくことが多いのですが、解剖は逆のプロセスになります。だから、みんなついてきてくれるのです。突然、原材料や土、何万年も前の話をされてもついてくることはできません。本をつくるという手法により、そのプロセスでいろいろなコンテンツが生まれます。

井澤 セラミックバレー構想は「場」をデザインする構想で、セラミックバレーは「場」の名前です。この産地すべての場所がブランディングされ、今はものを軸としてやっていることを、場を軸としてプロモーションをかけることができます。4年間を通してイベントなどを行い、みんな連携し発信することで世界からみつけてもらえると思います。

閉会のあいさつ

水野市長 セラミックバレーの世界観、未来観を感じることができたのではないのでしょうか。美濃には最先端のニューセラミックス（新素材）があります。このセラミックバレー構想を実現していくために、プレイヤーが連携をとって前に進んでいくことが重要です。シンポジウムをきっかけとして、一つになり、実現に向けて連携を高めていきましょう。本日はありがとうございました。

※紙面の都合上、質疑応答など一部内容を割愛しています

