

ロマンチック保存装置 #18



STAND!!

できない理由を探すのは、もう止めます。

できない理由を探すのは、もう止めます。

“できる”と信じ、立ち上がるきっかけを掴むため、積極的に交流を持ちかけ、活動範囲を広げていきたいのです。

紙媒体を取り巻く環境がザワついているいま、私たちに必要なもの。

それは、先入観を捨て、多くの方々と深い対話を重ね、自ら徹底的に考え抜く姿勢。

そして、紙の魅力を、ブレることなく、きっちり伝える強い意志。

紙は、中間素材であるがゆえに、ユーザーとの関わりが薄いと指摘されてきました。

しかし、当館での活動を通じて、私たちは実感しています。

原材料から最終製品に至るまで、あらゆる場面で多くの方々と関わることのできる、奇跡的な素材なのだということを。

2011年3月7日～2011年6月2日開催

STAND!!

紙への興味や理解を深める

OJI PAPER LIBRARY

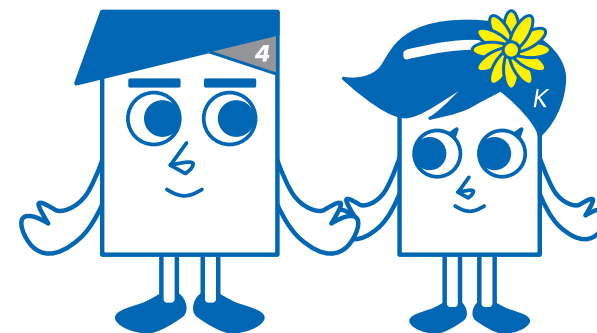


2010年は電子書籍元年と呼ばれ、さまざまな議論が巻き起こりました。

私たち紙メーカーにとっても、極めて重大なテーマであり、
当事者として、“紙のこれから”について、真剣に考える契機となりました。
前回の第17回企画展「STAND!」では、編集者の方々6名と3年ぶりに再会。
電子書籍を切り口として、紙媒体について話し合いを重ねる中で、現状は、紙にとって、マイナス要素ばかりではなく、
むしろ、プラスに作用する要素が多々あることに、はからずも気づかされました。
そのたしかな想いを胸に、さらなる交流拡大に向け、また一步、踏み出したい――。

今回、交流を持ちかけたのは、デザイナーの方々。

広告、雑誌、書籍……。それぞれジャンルは違えども、紙という素材は共通しています。
“いまの紙”、“これからの紙”といったトピックを含め、話題は多岐にわたり、忌憚のない意見交換ができたと思っています。
そして、そこには、始まりの予感が……。
紙メーカーとして、“この時代に何ができるのか”を突き詰めていきたい。
2010年代、私たち紙メーカーの社員はもちろんのこと、紙に携わるすべての人が、それぞれなすべきことを、しっかり考える。
そのきっかけとなる企画を、これから積み重ねていきます。



ファンシーペーパーの魅力は、やっぱり柄ですね!

正直に言っちゃうと、
紙に柄が入っているのは、好きじゃないんですね。

ファンシーペーパーの魅力は、やっぱり柄で
すよね!

正直に言っちゃうと、紙に柄が入っているのは、
好きじゃないんですね。紙そのものが自己主
張をしているような気がしちゃって苦手です。
たとえば“和柄”みたいなものがありますが、
“日本ふう”をイメージしているのかもしれない
けれども、“〇〇ふう”を意識している時点で、
「違うな」と思ってしまう。
こちらがデザインする前に、勝手にムードを
設定してほしくないというか。

えっ! じゃあ、理想の紙って、どういうもの
ですか?

簡潔、簡素、素朴に徹したもの。ぼくとして
は“材料”が少ないほうがデザインしやすい。
柄が入っていると、そこで、一段階、余計な
“材料”が増えることになりますよね。紙に対
しては、無意識の状態であかい合いたい。

そうすると、バリエーションが少なくなっちゃう
ような……。

けっこうなことじゃないですか。そもそも、銘
柄が多すぎませんか? 選ぶ側としても大変

ですよ(笑)。どんどん整理して、絞っちゃう
くらいのやり方があっていいと思います。使
える紙に限られていると、逆に、デザイナー
にとっては腕の見せどころ。
そういう意味では〈ビオトープ GA-FS〉は
好きですね。プレーンで濃色だけ。なかなか
深いじゃないですか。

アートディレクター 葛西 薫



どんな色紙が欲しいですか？

紙質と色のバランスが
きちんと考えられているものですかね。

色味が多いほうが選びやすいですよ？

ええ、やはり選択肢は多いほうがうれしいです。
へえ、〈OKミュージコットン〉って131色もあるんですか？ すごいなあ。
うん、けっこう使っていますよ。といっても、正直なところ、なかには、5年に1回くらいしか出番のない色もありますけど。

えっ？ 5年に1回……。でも、バリエーションは残しておいた方がいいですよね？

そうですね。色数が減るのは、単純に寂しいし、残念だなあとします。でも、5年に1回しか使わない色を「残してください」とお願いするのも、なんだか申し訳ない気が……。〈笑〉。本文用紙だと〈OKアドニスラフ〉は面白い試みだと思います。大胆に色を振っているじゃないですか。色味がある分、どこかで使いたくなる。

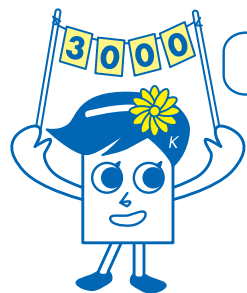
“使いたい色”が大事なんですね！

そう。でも、逆のパターンもありますよ。デザインを考えながら、紙を決める際、見本帳を繰っても、イメージ通りの色が見つからない場合がある。こんなにバリエーションがあるのに、使いたい色がない、という感じで。

じゃあ、どんな色紙が欲しいですか？

紙質と色のバランスがきちんと考えられているものですかね。
あっ、そうそう、欲しいものといえば、トレベの色バリエーション。色味の濃いやつって、無いじゃないですか。ぜひ、開発してください。

ブックデザイナー 大久保明子



王子のファンシーペーパーは3000アイテムもあるんです！

ピンとこないなあ、数量を誇示するのって。

王子のファンシーペーパーは3000アイテムもあるんです！

ピンとこないなあ、数量を誇示するのって。なんとなく、バブルの頃の意識を引きずっている感じがしますよ。素朴な疑問として、在庫コストとか、大丈夫なんですか？

うっ、痛いところを突かれました……。

正直なところ、ファンシーペーパーの場合、実際に使われている紙は、絞られてきていると思います。であれば、人気の高いものだけを生産して、在庫のコストや管理のコストを抑えてほしい。そうすることで、単価も低めに設定できるのではないのでしょうか。その方が絶対ありがたいです。

製紙会社に、一言、お願いします。

どうして私の好きな紙から廃番になっちゃうの！

“紙愛”を公言される名久井さん、製紙会社に、一言、お願いします。

一言じゃ済みませんが（笑）。まず、声を大にして言いたいの、「どうして私の好きな紙から廃番になっちゃうの！」ということ。メーカーの感覚とデザイナーの感覚って、根本的なところがズレている気がします……。

えっ？ バリエーションには、けっこう自信があるのに！

色で言うと、王子さんの色紙はパステルトーンが多いじゃないですか？ でも、いまの気分からすると、微妙な色合いが多くて。揃っているといっても、使いづらい紙ばかりだったら、意味がないですよ……。

ガーン。使いづらい紙ばかりなんですか……。 「まんべんなく、無難に色を揃えよう！」と思っている感じがします。でも、色バリエーションで大事なものは、“まんべんのなさ”ではなく、“トーン（色調）が整っているか”ではないでしょうか。

その点、〈グラフィーエコカラー〉は、色味が統一されていて、私にとっては使いやすい紙のひとつです。

実は、女性のデザイナーから、同じような意見を耳にすることが多いです。

「使おうと思ったら、もう廃番」、「色味が微妙」などなど。開発に女性スタッフは入っているんですか？

いえ、男性ばかりです。しかもベテラン揃い。えっ？ この時代、めずらしいですね！？ 絶対に女性スタッフや若手の男性も投入すべきですよ！

ブックデザイナー 名久井直子

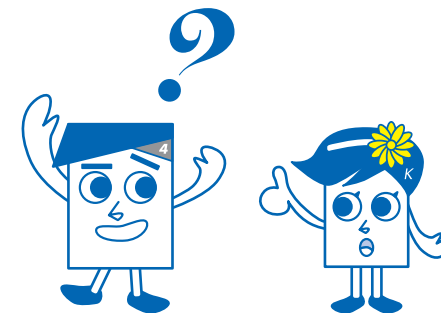
やっぱり整理や統合が必要かな……。

“統合”という発想そのものが、過去に縛られている気がする。過激な言い方ですが、過去にあったものを、ちょこちょこまとめるより、焼け野原のような状態にして、一からやり直すべきだと思います。

新製品をどんどん出した方がいいということですか？

新製品に関しても、それが本当に“新しいもの”なのか、よく考えたほうがいい。内部では新しいことをやっているつもりでも、外部からはそう見えないケースって多いと思うんです。紙の開発も「発色がいいでしょ？ 再現性が高いでしょ？」というレベルで止まっているように見える。「誰が、どこで、どう使うのか」ということまで考えられていない。一例を挙げると、印刷再現性が高いからといって、それが満足度につながるわけではないんですよ。

グラフィックデザイナー 尾原史和



広告では高級感のある紙が重宝されているんですよね？

いやいや、そういう単純な話じゃないです。

広告では高級感のある紙が重宝されているんですよね？

いやいや、そういう単純な話じゃないです（笑）。何事もそうですが、ケース・バイ・ケース。

クライアントや商品の性格にふさわしい紙を選ばなきゃ。

最近、よく使っているのが、〈OK 未晒クラフト〉や〈白夜〉のような包装紙。紙質にムラがある分、写真のトーンが微妙になっちゃいます。けれども、逆にそれが効果的になるクライアントや商品もあるので。軽やかな紙は時代の気分合っている気がしますし。

えっ！ それ、ホントですか？ 意外なところで包装紙が活躍しているんですね！

広告の場合、写真や紙は、あくまでも素材のひとつ。それらを組み合わせて、グラフィック全体で、どうい世界観を打ち出せるかということが大切なんです。

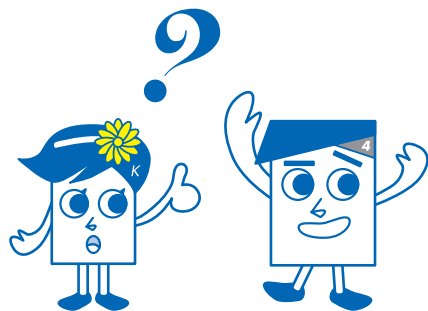
色味の話でいうと、最近、あるクライアントさんのお仕事で、あえてパステルトーンの紙を使って、“ダサかわいい感じ”を演出しました。チープな感じがいいんですよね！

“ダサかわいい”ですか！？ 実は、ここ数年、パステル系の色味って、動きが鈍いんです。「いまの時代にフィットしてないのかなあ」なんて思ったりもします。

たしかに、野暮ったいといえば、野暮ったいんですけど、でも、そこがかわいい（笑）。自分の中では「昔、学校にこういう色味の紙があったなあ」という感じでリバイバルしているんですけどね。

わざとどこかに“外し”を入れた方が、全体のコーディネートとしてはかわいく見える場合がある。ファッションといっしょですよ。

アートディレクター、グラフィックデザイナー
長嶋りかこ



存在は知っているけれども、いまひとつ、その魅力を実感する機会がない……。

そんなことって、ありませんか？

キャストコート紙やアート紙、エンボス紙……等々の紙についても、“なんとなく知っている”のレベルで止まったままになっていませんか？

今回、改めてご紹介する紙は、素材としての持ち味もさることながら、使い方によっては、本来の魅力を、はるかに上回る表情を見せてくれる、逸品ぞろいです。

それぞれタイプは異なりますが、共通している点が、ひとつあります。

それは、どの紙も高度な技術力や卓越した職人技によって、繊細な構造を備えているということ。そこに、巧みなデザインや印刷・加工が加わることで、次のステージに上ることも可能なのです。

自らの足元を、積極的に見直し、紙の面白さを、どんどん提案していくこと。

そして、それに対する皆さまからの反応を、きちんと受け止めること。

その中から“これからの紙づくり”という大きな課題が浮かび上がってくるはずですよ。

紙って、やっぱり楽しい。

少しでも、そんなふうに感じていただければ幸いです。



製紙業の母体、 林業

2011年は国連が定めた国際森林年です。

目的は、「世界中の森林の持続可能な経営・保全の重要性に対する認識を高めること」。

我が国においても、林野庁が中心となり、多くの活動が予定されています。

森林・林業の再生。

「美しい森林づくり推進国民運動」の展開。

途上国の森林保全に対する理解の促進……等々。

紙を製造するための大本は何でしょうか。そう、広大な森林資源です。

王子製紙グループも日本国内に19万ヘクタール、

海外に24万ヘクタールもの社有林を保有しています。その広さは、日本の民間企業では最大。

製材用原木の育成や、製紙用原料の確保を大きな柱にしつつ、

近年はさまざまな期待が寄せられています。

国土や生活環境の保全、水源の涵養、木材など林産物の供給。

森は人々の暮らしと密接に関わってきました。

人間の手で適切に管理することで、自然の恵みを存分に分け与えてもらう。

森はそのようなプロセスを象徴する場所なのです。

なぜ、わたしたちは、自ら森林を所有・管理しているのか。

それが、事業とどう結びつき、社会とどう関係しているのか。

製紙業の母体、林業。

今回の企画が、紙づくりの源流にさかのぼり、

森林資源の意味を再確認するためのきっかけになればと考えています。

シロクくん meets キクちゃん vol.5



「紙じゃなくて、森林？」



キクちゃん はいー! またまた登場しましたー。ついに vol.5 です!!

シロクくん OPLは随分と僕らを引っ張るねえ。で、今回のテーマはなんなの?

キクちゃん 森林よ、森林、今年は、国連が定めた「国際森林年」よ。知ってるようで知らない森林の奥深さについて、みんなで考えていく年にしないかね。

シロクくん 紙じゃなくて、森林なの〜!? 僕たちが考えなくてもいいんじゃないの?

キクちゃん そんなことはないわ。紙の原料は木材でしょ。古紙だって元をたどれば木材と考えられるわよ。

シロクくん じゃあ、製紙メーカーとしては、他人事じゃないってことだ。

キクちゃん そういふこと。ちなみに、王子製紙は国内に19万ha、海外に24万ha、合わせて43万haもの社有林を持っているよ。東京都がちょうど2個分になるくらいの広大な面積、日本の民間企業では、もちろんダントツです!

シロクくん 1位なんだあ。でもなんで、そこまで??

キクちゃん やっぱ紙づくりはたくさん木材を使うから、できるだけ自分達でも賄おうという考えからね。

シロクくん そういえば、日本は森林大国なんて言われるよね。

キクちゃん その通り! なんと国土の67%が森林に覆われているわ。資源の少ない日本では、こんな豊富な資源は珍しいし、貴重よね。

シロクくん でも、昔からずっと豊富だったわけではないんだって。燃料に木を使わなくなったこともあるけど、日本各地で地道に植林も行われてきたと聞いたよ。先人たちの努力があって、今があるんだ。

キクちゃん よく、そこに気づいたわね。素晴らしい!! よく木材は再生可能な資源と言われるけど、必要なところには人の手を入れて、地道に育てて、初めて成り立つのよ。それこそが、「林業」ってやつね。

シロクくん 木を植えて、育てて、伐って、また植える。みんなの力が必要だ。伐った木は柱や家具に使って、残ったものはチップにして紙の原料や燃料とかになるんだよね。そこにもやっぱり人がいる。

キクちゃん こうして考えるだけでも、一言で紙の原料=木材では片付けられない世界がありそうでしょ。

シロクくん これは思いがけず面白いことになってきたぞ。

キクちゃん それじゃあまず、どんなところに社有林を持っているのかを見ていこうね。

シロクくん 海外の社有林は東南アジアに多いなあ。あとオーストラリア、ブラジル、中国か。

キクちゃん 樹種はユーカリやアカシア。とにかく成長の早いのが特徴ね。

シロクくん 日本国内はどうなっているの?

キクちゃん 社有林は、紙の材料確保が一番の目的だったから、工場の近くにあるという位置関係があるわ。

シロクくん ホントだ。東北地方は極端に少ない、それに比べて北海道は多いよね。

キクちゃん 19万ha中、約3分の2にあたる12万haが北海道に集中しているのよ。苫小牧工場、江別工場、釧路工場、名寄工場……。たくさん工場があるからね。実はこの12万haでも、すでに民間企業最大なのよ。

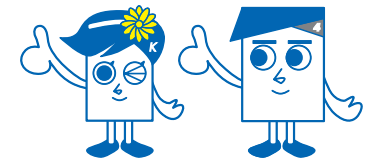
シロクくん ひょえ〜。凄いね王子製紙。

キクちゃん 意外と知られてないけど、ここははっきり悪いこと言っちゃおう。でもね、紙づくりには木材資源は欠かせないわけで、その礎となる森林を製紙メーカーが持っていることは、ある意味当然だと言えるわよ。

シロクくん 僕はこの広大な社有林で何が行われているか知りたくなっちゃった。人の手で適切に管理しながら、その恵みを分けてもらっているのが森林だから。

キクちゃん そうね。でも、ちょっとテーマが大き過ぎるから、今回はここまで。せっかくの国際森林年だから、これを機に、しっかり見ていくことにしようよ。

シロクくん ちゃんと調べて、ちゃんとお届けしないと!



紙への興味や理解を深める

OJI PAPER LIBRARY

〒104-0061 東京都中央区銀座4-7-5 (王子製紙本社1階) papertec@ojipaper.co.jp

www.ojigroup.net

この用紙は、「サテン金藤N 菊判 Y目 76.5kg」を使用しています。