2004／春

季刊　福井県和紙工業協同組合

和紙だより

―越前和紙への提言―

特集　座談会

「越前和紙の将来を大いに語る」

長田昌久（福井県和紙工業組合理事長）
三田村欽司（福井県和紙工業組合副理事長）
梅田修二（梅田和紙株式会社代表取締役）
山口良喜（有限会社山喜製紙所代表取締役）
司会　山田章博（市民空間きょうと）
オブザーバー　河野雅晴（組合事務局長）

山田　今日はお集まりいただいて有り難うございます。主に3つの話題に絞ってお話しいただきたいと思います。まず、最初はニュースレター「和紙だより」を創刊いたしましたので、その評価やこういったメディアをどのように活かしていくかといったこと。2番目に、産地に今すぐ必要なこと、また中長期的に必要なことは何か。優先順位を付けるとしたらどうなのか。3番目に、今立、大滝のまちづくりとの関係で和紙をどのように活かしていくか。この3点についてお話しいただければと思います。

●大切な産地を知ってもらう媒体づくり

「和紙だより」の創刊に際して

長田　「和紙だより」を創刊しましたが、これは今、我々がいろんな事をやってみるということの一つだと思うんですね。社会情勢も日本全国が大変な時期にあって、越前和紙も大変な時期なのですが、元気のいい企業もそうでない企業もあります。私は、元気のいい企業というのは簡単にいえば、消費者に密着していると言うことができると思うんです。それには、様々の社会の動きや他の産地のこともよく研究しなければなりません。そのために、このような媒体を利用して、知りうる情報も、試みとしては大いにあると思います。

三田村　「和紙だより」を発行することは切り口としていいと思いますが、第2号からは組合員の意識を高める記事づくりと消費者との繋がりを作っていけるような記事も欲しいと思います。対外的に見れば、越前和紙は宣伝などが行き届いていないというのが気になっていて、過去何十年とやってきていても、消費者と製造者の間に大きなギャップがあり、それが何ら埋まっていない。本来ならば、何に使うからこんな紙が欲しいとなる訳ですが、この紙は何に使うの？と聞かれても、生産者も知らないし中間業者も知らなかったりする訳です。消費者や問屋さんにも、産地から情報を発信したいし、発信した結果、ここが改善されたとか、繋がりができたというような目に見える成果も出せればいいなあと思います。そういう意味では、この「和紙だより」はつなぎの接着剤となる可能性があります。

山口　問屋同士の秘密主義的なものもあるのかも知れませんが、今はこの和紙が何になるのか50％くらいは分かっているものの、未だもって何になるのか把握していないものもあります。（p3へ続く）

福井県和紙工業協同組合談話室にて

結局、クレームだけが突然来て、一体どこが悪いのか分からないときもある。中間の情報がなくて、クレームが来るときは、一方的に製造者が悪いのだということになってしまいます。クレームだけは何故か直接来たりする。（苦笑）。もっと中間の情報を知れば、クレームの理由も最終的に何が求められているのか分かってもっと対応できると思います。そういう意味での「和紙だより」の紙面作りを期待します。個別の注文で酒ラベルなどは分かるのですが、見本帳に紙だけ載せているような紙については、最終製品の情報をよく掴んでいません。

山口氏

梅田　「和紙だより」を見てもらいたいということは、見やすくなければいけないということ。よその人が見て、産地は何してるの？ということを知らせる媒体を期待します。こんな活動をやっているよとか、こういう方向に向かっているよということを見せていく。創刊号は一枚物ですが、例えば和紙のサンプルなどを張って、この紙は誰々さんが今こんなことを考えて漉いてみましたとか、使う人に近いほど、自分たちの産地の名前を知ってもらうことになると思います。例えば、コウゾ紙といえば、一般に美濃紙が知られています。越前の場合は美濃の障子紙のように最終製品まで行きませんから、一般の人には全然知られていない。襖紙も使ってもらっているのに、最終製品でないが故に、越前と襖紙が結びついていない。おまけに障子紙は年に一度張り替えたりしますが、襖は十年に一度張り替えるのはいい方で、使う頻度も少ない。何でもできる産地でありながら、知られていない。理解してもらうためにはコミュニケーションを多く取ることが最大の方策ではないでしょうか。うちはこれしか作らないという風にして、73種の特化した紙が生産できるという在り方もいいですが、もっと出来上がった紙を加工する特化のやり方が必要です。原反、原紙作ってハイ終わりだけではいけない。著名な画家やデザイナーが作った作品を見てみたら、それは越前の紙なんだよということをPRしなければいけません。作家さんだけ名前が売れて、越前和紙は知られていないということが多いです。歴史のある全国一の産地でありながら、今立の位置すら知られていない。一般人の目に付くところに、どこでもこういう媒体が置いてあるとか、高速道路の出口や武生駅にも置いてあったり、コンビニやアイ・モードやインターネットでも見てもらって、越前なら何でもあるぞ、一度行ってみたいなあと思わせるような情報を与えることが重要です。

河野　今回2000部刷りまして、今まで取引のあった問屋、福井県のインテリアコーディネーター協同組合、インテリアデザイナー協会、経師組合、表具組合、ショップなどの紙関係者に配布しました。

河野氏

梅田　紙関係の人たちだけでなく、紙を買いに来る一般の人たちにも配れるようなものがいいと思います。田村忠さんという年間購読料千円の「紙漉き通信」を出している人がいますが、九州のどこどこでボランティアでこんな紙を漉いてますとか、新聞記事などもこまめに切り抜いたりして載せています。お一人で手作り感覚でやっておられますが、千円でも見たい人はお金を出す訳です。また、人の繋がりもできるようです。トヨタ、日産などの大企業でも、あれだけ宣伝費を使ってPRしないと車も売れない時代なんですから、越前もやはり知ってもらわないことには売れていかないでしょう。

●越前和紙のこれまでとこれから

何からやるべきか？

梅田　よその産地にはなくなったけど、あそこの産地には残っているというようなものは、当然やめずに本物を残していくことは必要です。なおかつ売れるものを作っていくことが必要です。何でもあるということも一要素です。バラエティがあれば何かで引っかかってくるということもありますから。今では秘密主義というようなものもありませんから、どっちかというと真似してほしいんですよ。いろんな人が新しい感覚で紙を作ってもらうと人も集まってくる。私たちは15～16年前「和紙パーソンズ」という新しいグループを作り、世界的にも有名なデザイナーも入って商品開発をしていたことが、やっと十年以上経って実を結んできた。その前は、先輩方が「パピルス会」というのをやっておられました。ただ私たちの活動は随分先進的なこともやったのですが、正直申し上げると十分にその成果を活かしきれなかったという反省があります。新しい流れのグループができてこなくては、産地そのものの元気も出てきません。取りあえずは、巨大であるとか、カラフルであるとか、まず目を引くものがいいかな？私らが思いつくものはとっくにやっているから、若い人にはもっと想像も付かないようなことをやってほしい。

山口　若い人も儲かるならやりますよ。もうけが薄いから勤め人になったりする訳です。ある女性はテレビに出て有名になりましたが、彼女は越前和紙を宣伝してあげると言っているけれども、芸術家はやはり作家さんですから自分の名前を売ることの方が先です。なんだか人のふんどしで相撲を取った…みたいな割り切れない気持ちはあります。彼女は「水切り」の技法の特許も取っておられますよ。私たちから見れば、何で特許を取らねばならないのか？あれは、昔からここにある技法です。

長田　技術の歴史的なことを言ったら、ここは古い産地ですので、あの技法などはみんな知っています。いろんな繊維の扱いに関しては、誰かは知っていますよ。ここで学んだのですから、感謝の一つもしてほしい…（笑）。

梅田　先の「和紙パーソンズ」でやったことも、うまくいかなかったのは何かと考えますと、みんな技術は持っているのですが、肝心のお金を儲ける段になると、もうひとつ壁を突き抜けられない。その間に作家さんだけが、うまいことやってしまうと（笑）。

長田　権利まで取られてしまって（笑）。

梅田　絶対言えることは、職人ですから、ものを作ることは、こんな事できた、おまえらできんだろーと得意顔なんですが、それで満足して終わってしまう。

山口　それは結局今まで問屋さんに対する依存度が高くて、秘密主義もあったために最終製品を知ることもなく、ただ紙さえ漉いていればよかったという状況に甘んじていたこともあるんでしょう。余り賢くなかったです

ねー（笑）。

三田村　それと越前の場合は多品種小ロットで今まで来たし、将来もそういう方向で行かなければならない。よその産地が、昔はたくさん漉き屋もあったのに、今では2、3軒になってしまったのは、大量生産の波に巻き込まれてしまったという原因もある訳で、越前が曲がりなりにも今でも70軒以上が残っているのは、まさに多品種少量生産をやってきたからだと思います。またこの産地の中でも同じような紙を漉いている同業者が4、5軒の単位で存続しているからではないでしょうか？しかし、今はその小さな単位のメリットを生かし切れていないのかも知れません。宣伝するにも、小さな技術の革新をするにも、これくらいの単位ですと日常的に話もできるし、日々の仕事の中からいろんな工夫やアイデアを蓄積したり、分け合ったりできるんです。以前は部会もいっぱいありました。機械漉きの部会が統合されてしまって…

三田村氏

長田　というのは、機械漉きの場合、基本的に何でも漉けますから、証券紙も漉いているところが、襖紙も漉いているし、小間紙も漉いているという具合ですから、あっちの部会にも出なくてはいけない、こっちの部会にも出なくてはいけないというので、統合してしまったんです。手漉きの場合は割合、特化していますが…

梅田　私たちのグループでも、各漉き屋の持ち回りで会を催したりすると、現場で「これ何？」という風に目にとまったりすることがあります。例えば、水を出したり閉めたりするのを、いちいち蛇口のところまで行って開け閉めしていたのですが、ある漉き場では、ホースの先に器具を取り付けて、手元で水の開け閉めができるようにしていたんです。「ほうー！これ便利やなア。うちでもやってみよう」ということになって、大いに能率が上がったというようなことがありました。ちょっとしたことなのですが、そういうことがちょいちょいグループ内であるんです。そんな風な交流というものが今少なくなってきていますね。お宅のネリ箱はどうしてるんやーとかね：

山口　大紙会と小間紙部会は続いていますかねー。6～7人のグループですが。

長田　前から言われていることですが、新しいものを作るにしても、それぞればらばらでやっていてもいっこうにできてこない。加工業を作らなければいけないとずっと言っているんですが、目下のところ一軒だけだし、何で増えてこないという話になるんです。大きな企業だとプロジェクトチームを作って、得意分野の人材を集めて、それでも足りなければ、よそから来てもらってやりますよね。それで、期間も一年間とか、半年間とかきちんと決めて集中的にやりますから、商品開発もできる。しかし、ここではそのような体制がとれず、これができない。大企業ではなくて小さな企業が集まってやっているから、結局、偉いデザイナー先生を連れてきても、先生がああせよ、こうせよと言って作ったものは全部先生のものだし、金儲けに全然つながらない。手元に先祖から受け継いだ技術は持っているのだから、その上を行くデザイン力とか企画力とか、勉強はしているつもりなのですが、どうしてもできない。

梅田　さっき言ったようにものを作るということには一生懸命になりますが、売るということに一生懸命になりません。ここのダメなところは、何とか細々とでも本業だけやっていれば、米の飯は食えるんですよね。だから越前の人は危機感がないとよく言われますよね。売り切るところまで行かなきゃいけません。素材だけでもいいけれども、それを日本中に知らしめて、新しいものを作って売れ始めるまでには、何年もかかる訳ですよ。すぐ途中でやめてしまう。大きな問屋である西野商会でも、新しい紙を見本帳に入れても何年も売れないそうです。3、4年経って、もうあの紙入れるのやめようかという頃、やっと売れ始めるんだそうです。見本帳に入れても、目にとまってそれを使ってみようかなと思ってもらうまでに何年もかかるんです。

長田　素材を作るのがいけないとばかりは言えなくて、消費者に今一番近いことやっているのが、たとえば書家の紙専門の素材屋さんです。何が近いかといえば、これはどこそこで作った紙で、何にどうやって使っているということを使う人に知らせています。クレームも素材屋さんとメーカーでも片づけています。ああいう風にならないと素材産業は駄目ですね。岩野さんのところなんかでも、名前を出さなくても使ってもらえる。

山口　日本画の先生が弟子に使わせたり、あれは一番いい効果的なPRですね。直接営業ですから。

長田　後は企画力、デザイン力、販売力。

梅田　うちはインターネットで販売しようとして色々とやっていたのですが、紙の素材感が分かりにくいんですよね。写真で撮っても、硬い紙なのか柔らかい紙なのか、ましてや白い紙なんかこれだけの種類がありますと言ったって、画面で見たら分からない。一昨年IT化に取り組んだのですが、ITコーディネーターが、今のお客さんを逃がさないようにしなければいけない、その方が確実にものが売れるよと言われて、インターネット販売をやめて御用聞きシステムというのを1千万ほどかけて導入しました。顧客の情報を観察していると注文のサイクルがあるんです。それをコンピュータに計算させて、もうそろそろあのお客さんは欲しがる頃だぞというのを知らせてくれるんです。そして電話をして、しつこく言うといやがられたりもしますので、今度はファックスで流しておくと、担当者に回しておいてくれますから、300枚でも、500枚でもロットは少なくても確実に売れていく。おろそかになっているコミュニケーションを濃くすることと、相手が気が付いていないことをこっちからフォローしていく。写真家とか芸術家とか個人的に和紙を使っている人にもこういう方式を採っています。

梅田氏

●大滝のまちづくりという観点から

山田　最後にこれを機会に大滝を和紙の里にふさわしい町に変えていかなくてはいけない。「和紙の里通り」があって、ここ大滝はそこから少し離れていて漉き屋が多い。作る人たちのための通りにするか、あるいはここにもいろんな人に来てもらって大滝を見てもらえるような通りにするのか。それによってまちづくりも違ってきます。旅行の仕方も変わってきていますし・（p5へ続く）

座談会（p4から続き）

長田　こういう風な社会情勢になる前と、今では少し考えていることが変わってきました。「和紙の里通り」と大滝をアクセス良く繋げて、途中にきれいな町並みがあり、お寺があり、大滝に入ると集中的に紙漉屋がある訳ですね。観光バスで来てこちらまで散策する人もあれば、和紙の里だけで帰っていく人もいます。歩いてもらう町というのは変わりませんが、団体で来てもらっても紙漉きのじゃまになるような事はして欲しくないと思います。ほんとに紙漉きをやってるナアと喜んでみて帰る人が、ここ大滝へ来てもらえば結構だと。静かな佇まいを味わっていただいて、紙漉の里の風情を楽しんでもらい、歩くだけでも気持ちがいいなあと思ってもらえる町にしたいなあと。とにかくブームでワーッと来てもらうのは困るなあと。

梅田　やっぱりそこに住んでいる人がいい環境で仕事ができるような環境がいい。

長田　そう、一生懸命紙が漉けると。漉いているところを見てもらいたい。

梅田　「和紙の里通り」で旅行の目的が済む人はそこを見てもらって帰ってもらえばいい。外国から来た人もきれいな町ですね。ゴミも一つも落ちていないいい環境ですねと感心して見ていかれますよ。

山田　ことさら観光客向けに飾り立ててすることはないと。

河野　この和紙組合の改修をどうするかですね。

山口　桂離宮みたいにあかんとこは取って、引っ付けて(笑)。

梅田　蔵の2階をサロンにするとか、コーヒーも飲める、たまにはスパゲティも食べられるとか…

長田　京都の文化博物館の中にいい喫茶店があって、別天地というか違う時代に来たような喫茶店があります。ああいうのもいいなあ。

山口　やっぱ、女性客を掴まないと。

長田　旅館でも女の人はお酒は呑まないけど、ちゃんとした料理はしっかり注文してくれるから、女性客の方がいいのだそうです。男は結局金は使わないと。

山口　美濃の卯立の町並みも人が多く集まって、ぼんぼりの明かりも見えないほど盛況らしいです。

長田　京都の観光でも滞在型を目指しているようです。滞留時間と落とすお金は比例するので、やはり、しっとりとした和紙の里に一日でも滞在して、旅の想い出に和紙で照明器具を作るなどして持って帰ってもらうなどの企画が必要かもしれません。

山田　和紙の作品などを、拠点である気の利いたカフェ兼ギャラリーのような所に置いて、展示と宣伝をおこなってもいいですね。そのためには、ここの組合の建物と周辺をどのように計画していくかも大切なことだと思います。今日のお話を、今後のプロジェクトに是非活かしていきましょう。今日は有り難うございました。

福井県和紙工業協同組合談話室にて
平成16年1月29日

長田氏

イベントレポート

■2003伝統工芸ふれあい広場・富山
富山県高岡市（高岡テクノドーム）

平成15年11月6～9日。富山県高岡市の高岡テクノドームにおいて「2003伝統工芸ふれあい広場」が開催されました。

●越前和紙は墨流し体験

福井県和紙工業協同組合は「墨流し」の実演を行っていました。来場者も体験することができ、常時数名の方が足を止め、水面に広がる不思議な紋様が和紙に写し取られるのを見つめていました。また、ご自分から筆をとり、慣れない手つきで伝統の技を体験する人や、詳しい話しを聞く方もいました。

越前和紙「墨流し」の説明に興味深げに聞き入る女性

魔法のような「箱根寄木細工」の実演は大人気

●大人気の箱根寄木細工

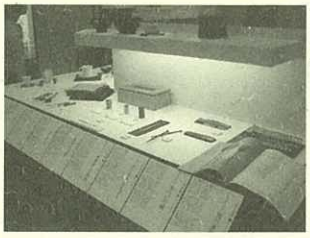
たくさんの実演コーナーの中で、ひときわ多くの人が集まっていたのは「箱根寄木細工」です。木片の束から美しい幾何学紋様が現れる様に皆が見入っていました。

●どこに違いがあるのか？

越前和紙の墨流しと箱根寄木細工。同じ実演展示ですが、どこかちがいがあるように感じました。やはり紙漉きや墨流しには「モノ」としての「具体性」がやや欠けているようです。この品で自分の暮らしを彩りたいと思わせるだけの具体性を和紙を通じて伝えるには、素材づくりだけを見せることで十分とは言えないようです。

●和モダンの提案も

会場の入口近くの小さなコーナーでは、伝統工芸を活かした「和のクリスマス」などが提案されていました。このコーナーに足を止めているのは、ほとんどが20～50歳代女性です。またここだけが伝統工芸をどう使うか、を提案していました。


美しい手仕事シリーズで紹介された品々

「和のクリスマス」のコーディネート提案

●「美しい手仕事」から

東海道山陽新幹線の車内紙「ひととき」の記事「美しい手仕事」シリーズで紹介された品々が展示されていました。いずれも伝統の技が生きる、暮らしに密着した道具です。ここには中年の男性が多く集まっていました。

●博覧会的イベントの行方は？

今まで作ってきた伝統工芸を見せるだけでは消費者の購買意欲は喚起できません。その品を今の生活でどう使い、それで暮らしがどんなに華やぐのか？生活の質が高まり、ステータスが得られるのか？そして、それを真に求めている人は、きっとここには来ないだろう。そう思わせるイベントでした。（や）

和紙@インターネット

■和紙の博物館　http://www.hm2.aitai.ne.jp/~row/index.html

愛知県小原村「県立和紙のふるさと和紙展示館」の学芸員である冨樫朗（とがし ろう)氏が運営するサイトです。

和紙って？（基礎知識）、和紙を漉く人、和紙産地をたずねて、和紙工芸・ペーパーアート、海外の紙・和紙の様なモノ、和紙関連施設（研究機関など）など話題が豊富です。全国の和紙産地に関する情報やリンクも充実しています。

また、子どものための和紙を学ぶコーナーもあり、博物館学芸員らしいサイトづくりになっています。

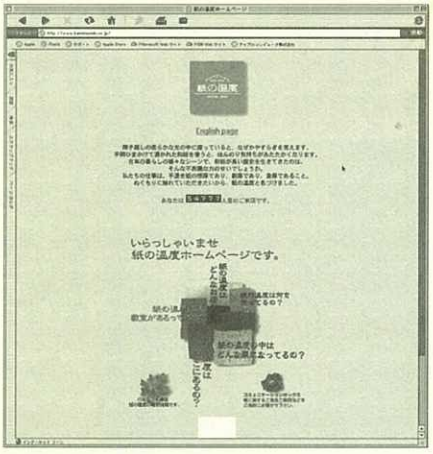
和紙のポータルサイトとして、和紙の情報収集には非常に役に立つと思います。ただ最近、ページの更新が少し滞っているのが気になります。

■紙の温度　http://www.kaminoondo.co.jp/

名古屋市熱田区にある「紙の温度」という、ちょっと変わった名前の「手漉き紙」のお店です。お店は「蔵」のような造り。「手漉き紙」にこだわって、海外のものも含めて7000種を揃えているそうです。

「障子越しの柔らかな光の中に座っていると、なぜかやすらぎを覚えます。
手間ひまかけて漉かれた和紙を使うと、ほんのり気持ちがあたたかくなります。
日本の暮らしの様々なシーンで、和紙が長い歴史を生きてきたのは、
そんな不思議な力のせいでしょうか。
私たちの仕事は、手漉き紙の想庫であり、創庫であり、倉庫であること。
ぬくもりに触れていただきたいから、紙の温度と名づけました。」

というホームページ冒頭の言葉にお店の方の思いがこもっているようです。販売だけでなく和紙の情報提供の場や教室なども開いています。新しい感性を持った和紙情報発信基地として注目です。



●イベント情報

4月10日（土）～4月18日（日）　場所：卯立の工芸館

「華・花・はな--和紙と遊ぼう！」押し花＆フラワーアート展

八ッ杉森林学習センターで開催された山野草を使った押し花教室で制作された作品の展示。和紙などの自然素材を活かした作品がご覧になれます。

5月3日（月）～5月6日（水）　場所：岡太神社、大滝神社、卯立の工芸館

「神と紙の郷の春祭り」紙祖神岡太神社・大滝神社例大祭

国の重要文化財である岡太神社・大滝神社は1500年前にこの地に紙漉を教えたとされる神様を祀っています。県の無形民族文化の例大祭では御神輿もくり出し、紙漉舞が踊られる他、参道では「越前和紙大堀出し市」も開催されます。日頃買えない様々な越前和紙が格安でお求めになれます。あなたも静かな和紙の里の風情溢れる祭りを見にいらっしゃいませんか。

4月23日（金）～5月30日（日）　場所：卯立の工芸館

「人間国宝・岩野市兵衛たちが支える版画の世界」

昔から書画、版画を始め、名だたるアーティストに紙を提供してきた越前の手漉き和紙。今回は日本だけでなく、広く越前和紙を使用した海外の作品も展示。木版画、エッチング、リトグラフ等、越前和紙を使用した著名作家（伊藤深水、東山魁夷、ポールジャングレー等）の作品を展示します。

●組合取り組み事業

クレームレポート・プロジェクト進行中

現在、和紙のクレームレポート・プロジェクトが進行中です。お客様に満足して頂ける製品提供、サービス体制の構築と和紙の品質を和紙を余り知らない方にも、扱い方や注意などが分かりやすく解説したリーフレットなどを作成する計画です。

多様な和紙を生産する越前から、積極的に品質について情報発信をする取り組みの第一歩です。詳しいお問い合わせは組合まで。

●次号予告

無添加リフォームをご紹介

テレビでも人気の「リフォーム」。でも実際はテレビのように簡単でも安価でもありません。特に「健康」に関心の高い層へ向けた新しいリフォームメニューを提案する京都の事例をご紹介します。

フランスからのたより

明治から昭和の初めまで、ヨーロッパへ多くの和紙が輸出され珍重されました。その歴史を訪ねて日本を訪れたフランスの方のお話しを聞きました。

編集後記

伝統産業の可能性は、産地の良いイメージによって高まります。現代人が抱く「手仕事」のイメージは、スローな時間の流れや安らぎをもたらす美しい自然と繋がっています。一度は訪れてみたい場所になることは、単なる観光ではなく、伝統産業そのものと結びついているのです。まちづくりは和紙の情報発信の重要な側面です。どのような町にしていくか、皆さんで考えていきましょう。（よ）

季刊-和紙だより-創刊号(2004年春号)　発行日:2003年4月15日　発行人:福井県和紙工業協同組合 長田昌久
※無断での転写・転載はお断りいたします。
編集人:(有)市民空間きょうと 山田章博・右衛門佐美佐子　編集所:604-8136　京都市中京区三条通東洞院西入る梅忠町28　TEL/FAX:075-213-4495