

老舗名	川島 D組 2班
Q.1	現在、どれくらいの年齢の方が個人で買っていきますか。
A.1	紙小物製品は、30代～60代の方がよくお買物されます。襖紙や和紙そのものと、年配のご夫婦や男性が買いに来られています。
Q.2	会社やホテルなどと契約をしたりしていますか。つながっていれば、どのような会社ですか。
A.2	契約という形ではありませんが、お得意様がいらっしゃいます。ホテルや表具店、公共施設などです。どの会社も壁材や襖、カーテンなどをたくさん必要としている所ですので、その都度空間にあったものをご提案しています。その中には皆さんが通う学校も含まれています。学校にあるカーテンや書初めを展示する際背景に使う紙など、関わりがあるのです。(背景になる紙は、雲華紙といって、襖の裏紙に使われる色のついた紙です。元々の用途は襖ですが、用途の枠に捉われず、使って頂けるのはとても嬉しい事です。)
Q.3	障子紙だけでなく、カーテン、壁紙も取り扱うようになったのは何故ですか。
A.3	襖も壁紙も、障子やカーテンも、大きく分けてどれも空間を作る材料です。その小さくくりとして内装材と捉え、取り扱う様になりました。初めは襖紙のパイオニアとして進んできた会社ですが、時代の変化とともに建物も変化していきます。江戸時代には建材と言え木と襖や障子だったものが、戦後、洋の文化が浸透していき、壁紙やカーテンを使った建物が増えていった背景があります。
Q.4	戦争の時はどのように乗り越えたのですか。
A.4	戦時中は、若い社員が兵隊に取られ人手不足になり、さらに物資不足により和紙の原料も入手し難くなりましたが、出来る範囲での商売を細々と続けたようです。東京大空襲の戦火は小伝馬町まで襲ってきましたが、運の良い事に弊社は被害を免れ、戦後の新たなるスタートは被害を受けた商店に比べ容易だったようです。
Q.5	戦争の他に困ったことはありますか。
A.5	戦後は一挙に洋風建築や西洋文化が入り込む事により著しい日本式建築の減少と日本文化や伝統工芸の衰退により和紙の需要は激減しました。それは現在も続きしており和室が一部屋も無い戸建て住宅やマンションが主流となり昔ながらの和紙製品だけでは商売が成り立たなくなってきました。
Q.6	どのような転機がありましたか。
A.6	大きな転機としては、戦後の洋風建築や集合住宅の建設ラッシュを見越して一早く壁紙を扱う様になりました(現在、壁紙事業は廃業)。また2016年9月には、長年本社の所在地だった場所にホテルを建築し1階に「和紙のある暮らし」をテーマにした川島紙店をオープンしました。
Q.7	今、特に一番売れている商品はなんですか。
A.7	紙店で売れているものは、ギルティング和紙やスノーフレイクといった和紙を新しくデザインしたもの、新しい使用方法のものです。祝儀袋やぼち袋など、昔から日本に根付く紙製品はもちろん一年を通して売れますが、近年はデザイナーや若い職人が筆頭となり、今までにない和紙の使い方や海外の技法を取り入れたものなどがたくさん出てきています。その新しさや美しさに目を留めて購入して下さる方がたくさんいらっしゃいます。
Q.8	外国の方に知って買ってもらうために、工夫や開発していることは何ですか。

A.8	ホテル側の入口前にはお土産にお勧めの商品を置く、一枚売りの和紙などはぱっと目につくようにサンプルを自由に手に取れるようになど、店内に何があるのかわかりやすくしています。外国の方には、和紙を取り入れた空間や商品を美しいと感じて頂けるように商品を考えています。
	Q.9 障子紙の作り方に昔と今で変化はありましたか。変化かがあれば、どのような作り方に変えたのですか。
A.9	近年の工業の近代化により、手漉き障子紙から機械漉き障子紙が供給量の大半を占めるようになりました。また耐久性や利便性を追求した塩ビ障子紙も市場に出ています。
	Q.10 これからも受け継いでいきたいことはありますか。
A.10	古来からの伝統技法により和紙の特徴である柔らか味のある表情と人の暖かさ温もりを感じさせるテクスチャーを受け継ぎつつ現代風のスパイスを効かせたアレンジにより新しい感覚の和紙製品を生産していきたいと思えます。