

「写真を飾る」を再検証することで見える価値

【錦明印刷・向山文都氏の一言】：エンドユーザーに対し「写真を飾る」を真摯に提案することは、写真文化にとって新しいフェーズへの一歩になると考えます。従来のアプローチを大切にすることはもちろんですが、ビジネスチャンスを広げる意味でも、良質なフレームや「飾りたくなる写真」の提供が求められてくるでしょう。

写真業界と印刷業界の架け橋として活動する錦明印刷・向山文都氏の協力による、写真をひとつのプロダクトとして捉え、見つめ直し、新たな価値を見出していくための企画。

第3弾の今回は、アルバムから少し離れて写真を飾ることにフォーカス。額（フレーム）メーカーの株式会社アルナ・代表取締役・雪山大氏、マットボード他描画材メーカーの株式会社オリオン・代表取締役・山崎久郎氏にお集まりいただいた。

また文末には、WPPI (WEDDING & PORTRAIT PHOTOGRAPHERS INTERNATIONAL) のコンペで部門1位と3位を同時受賞した経験がありWPPI ASSOCIATEでもある故島永幸氏（フォトアート・コジマ代表/徳島県）から、写真を飾ることについてコメントをいただいた。

写真を飾る文化の伸びしろ・可能性は十分にある

営業写真業界における主たる商品は台紙からアルバムへと広がったが、「飾る」という文化は、主ではないものの昔から変わらずに存在している。近年は、アイデアに富んだ

素材が多く提案され、フレームに限らない写真の飾り方も増えてきた。また、データ納品が主である出張撮影フォトグラファーのなかにも、アルバム作成や飾ることを前提としたサービスを用意している例も見られるようになってきた。

そうしたなか、写真館やフリーフォトグラファーは、フレームやマットボードにもしっかりとこだわった「飾る写真」を提案・提供できているだろうか。台紙やアルバムが進化したように、あらためて「飾る」を意識することは、エンドユーザーに対する認知や文化醸成の一助たり得るし、作品に対するリスペクトにもつながり、結果的に写真館の利用促進、売上増にも寄与するのではないだろうか。

写真を飾ることを提案するには、飾りたくなる写真を提供することが必須である。ここでエンドユーザーの興味を引くために、新しい撮影メニューやテイストを採用するのも、1つの手段として有効だろう。

たとえばWPPIなど海外の写真コンペに見られるようなアート調の写真を提案する写真館は少数派だが、これを「日本の市場にはマッチしづらい」と片付けるのではなく、視点をずらして考えてみるのも良いだろう。

ニューボーンフォトが徐々に業界内で「市民権」を得てきたように、これまでにないメニューを提案することは、写真を飾る提案にも結びつけやすいと思われる。

代々の遺影、また故人を含む家族写真を飾っている家は多くある。これも「写真を飾る」1つの例であるが、遺影の場合、着せ替えの不自然な写真ではなく元気なうちにきちんとポートレート撮影すれば飾られている様子は華やかになるし、そうした層が増えてくれば業界も活気づく。こうしたフェューネラル（葬儀）周辺の事柄に限らず、七五三や成人、家族写真、ウェディングなど一般の人々が自らお金を出して自分（たち）の写真を撮る営業写真という分野においては、「写真を飾る」文化は伸びしろが十分に

あるのだ。

写真に価値をプラスαしてくれる「道具」として考える

今回取材に応じてくださったフレームメーカーの株式会社アルナは、アルミ製のフレームを主に製造販売している。一般的にアルミフレームは差別化が難しいとされているが、同社ではデザイナー

とのコラボレーションによる新ブランド「ALUMIUM（アルミアム）」がグッドデザイン賞を受賞するなど、表現者に対して意欲的にアプローチを行っている。同社代表取締役の雪山大氏は「いわゆる紙にはブランドや固定のファンなどもあるが、フレームやマットはブランディングが難しい。額装は技術を伴うが、プリントを専門的に行う『プリンター』と呼ばれる職人がいるように、『額装』としてもブランディングができればいいと考えている。品質の良い額装は、高級レストランでの食事で用いられる器のようなもの。食材が良く料理人が腕利きでも、最後に手を抜いてしまえば苦勞が台無しになる。まさに、魂を込めた作品をより一層輝かせるのが、作家の意図にマッチした良質な額装である」と話す。

一方のマットボードを取り扱う株式会社オリオンは、描画材（紙）のメーカーとして写真分野にも展開。作家とのコラボレーションなど、マットボードの認知度アップにも尽力しており、2020年春、

マットの芯材と表面の紙（フロントペーパー）を自由にカスタムできる新規格商品を発売予定とのことである。同社代表取締役の山崎久郎氏は「マットボードは単なる厚紙ではなく、奥行きを感じさせるなど演出を担う部分もあり、色やカットによって作品の見え方がグッと良くなる。フレーム同様に、額装したときに粗悪な素材や安価な素材などを使用するとチープな感じが分かってしまう。また写真を飾ったときのプリントの劣化速度を抑えるために、マットボードはpH値を中性に仕上げている。保管という点では、フレームから外した際、作品に触れる頻度を少なくするブックマット（作品をマットボードで挟む仕様）など、通常の窓開きマットボード1枚（オーバーマット）のみならず、目的に応じて使い分けて欲しい」と作品の見せ方、保管性について言及する。

このようにして出来上がる良質な額装は、写真にプラスの価値を授けてくれる。あらためて額装について真面目に考える

ことは、従来とは異なる写真館の新たなブランディングにも寄与できるものと考えられる。

WPPI 入賞常連・故島永幸氏が考える「写真を飾る」こと

故島氏：「以前は1枚写真を台紙に入れた状態で納品することが多かった。シンプルで良いが、それではせっかくの写真をいつも眺めてもらえないというジレンマを感じていた。最近は、アルバムに加えファインアート・プリントを額装して納品することが増えてきた。お客様に『飾りたい』と感じてもらえる写真を撮ることは当然だが、作品を演出するという部分で額装の役割は大きいと考えている。飾る壁の材質や色、部屋の雰囲気を持って、作品と合う物をセレクトして納品するようにしている。その結果、売上アップにもつながった。額装へのこだわりは、まさに、料理人が器にこだわることと同じだと言えるだろう。」



アルナ社製のフレーム「ALUMIUM」。壁掛けはもちろん、床に置いて壁に立てかけてもOK



左上下：オリオン社のマットボードと素材見本。右：アルナ社、オリオン社のフレームおよびマットボードで額装した、故島永幸氏の作品。