

## Q & A

Q：木材の心持ち材と心去り材とはどのようなものなのでしょうか？。また、その特性や利用面での違いがありますか。

A：木材は、樹皮の内側にある形成層の細胞が分裂を繰り返し、大きくなっていきます。その成長の記録として残るのが年輪です。年輪は、毎年1輪ずつ形成されます。

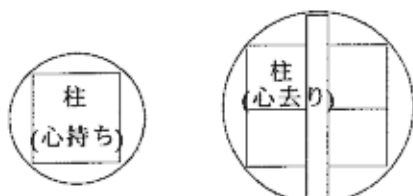
丸太の中心部分は髄といいます。髄を含んだ製材を心持ち材（しんもちざい）、含まない製材を心去り材（しんさりざい）と呼び区別することができます。（図1）

比較的径級の小さい丸太からは心持ち材を、大径材からは心去り材を採材するのが一般的です。

髄周辺の材は、未成熟な形成層からつくられた部分で、未成熟材と呼ばれます。これに対して、成熟期の形成層からつくられた部分は、成熟材と呼ばれます。成熟材は未成熟材に比べ、強度が大きく、性質も安定するといわれています。

成熟材に達する髄からの年輪数は、一般に針葉樹で約15年といわれています。仮に髄周辺の年輪幅を4mmとすると、丸太の中心から半径6cm以内の部分には未成熟材ということになります。

したがって、10.5～12cm程度の柱角材では、心持ち材では大部分が未成熟材であるから、心去り材より強度が低くなる可能性が大きいと言えます。しかし、断面が大きい梁材では、心持ち材でも曲げ強さに大きく影響する材縁部には成熟材部分が配置されることになるため、両者の強度的な差は認められなくなります。



直径14～18cm程度

直径30～48cm程度

図1 木取り例（丸太の断面図）

（木材工業部）

Q：伝統的な食品（焼酎、味噌、和菓子等）に対してパッケージデザインなどを変更する場合のカラーリングやデザインアプローチのバリエーションを教えてください。

A：伝統的な食品に対し、パッケージデザインなどのカラーリング、スタイリングを変更する場合、大きく2つの方法が考えられます。

ひとつは、現代の食生活環境と実生活空間との調和を図るため、英文字や欧米の様式を取り入れ、若年層へ向けて軽快な感覚を持ち込む方法。もう一つは、古くから踏襲されてきた和風の生活感覚を再認識し伝統的な様式に統一していく方法です。

当センターに持ち込まれた相談では、伝統的な食品の場合、後者をアドバイスする場合があります。

日本語や漢字の見直したり、（故意に古い文字を使ったり）、方言を使ったり（鹿児島弁という素晴らしい地域色が出る言葉）というアプローチを考えます。また、色彩においても、風土とか環境といったものをイメージさせる色をベースに考えています。

商品のメッセージをストレートに伝えるには、観光名所の情報（写真など）を省くのも手法の一つです。観光名所等の写真を入れることで商品は野暮ったくなりがちです（観光地を売なのか、商品を売なのか？）イラストなどを効果的に使うことで、アイキャッチャー的役割を果たすことが多い場合もあります。

製造業者の誠意、真心、良心がうまく伝えられているかどうかという問題はこれからのパッケージデザインの中で一番重要な問題です。カラーリングやスタイリングといった上辺だけでなく本当に消費者にわかってもらうには、商品の質や量といった製品の段階での問題（本来の意味でのデザイン）といったものが大事と言えるでしょう。

（デザイン・工芸部）