

ロマンチック保存装置 #09

風  
色  
光  
人

OJI PAPER LIBRARY !

# WIND

2008年12月1日～2009年2月26日開催

このままじゃ、紙は終わるかもしれない。強烈な危機感を抱き、当館を立ち上げて2年。

紙について真剣に悩むクリエイターの皆さんとのダイレクトな交流は、予想もしなかった刺激と発見の連続でした。

そして今、出逢った方々の顔を想い浮かべながら、固定概念はキッパリ捨て去ろうと腹をくくっています。

全ての紙が生まれながらに持つ魅力をもう一度ニュートラルに見つめ、紙ならではの良さを4つのテーマから掘り下げていこうと思うのです。

風・色・光・人、その第1回は“**風**”、つまり風合いです。

そもそも、風合いのない紙なんかありません。

全ての紙は、誰かに触れてもらうために生まれて来るんですから。

当館の300の引き出しを開けてみてください。

触ってみたいになったら、我慢しないでください。

それが風合いです。

いつか吹いていた風ではなく、いつか吹くはずの風でもなく、今この瞬間、紙に吹く風をライブで感じてください。



## ① → OKカイゼル

# 王子と一緒に戦うためには、世界のどこにもない風合いが必要だった。

菊地信義 × 榎間和弘

**菊地** “OK カイゼル”の元祖のOK ミューズカイゼルは、私が最初に手がけた紙でね。あれは1980年くらいかな、ある日突然、王子の営業マン2人が僕の事務所に飛び込んで来て、王子も本格的にファンシーペーパーに力を入れたい、その目玉が欲しいと言う。今も忘れない、試作の切れっぱしを持っていて、妙なレンガ色の中に無精ヒゲみたいなのが入った（笑）。これは面白いなあ、とピンと来ましてね。したら、顧問になってくれとプロポーズしてきた。何で私かと聞けば、一番多く本をやってるからという返答で、そう明快に言い切る王子に、カッコ良さを感じて引き受けた。そもそも当時のファンシーは、海外の焼き直しが多く、もっと違うテイストがあるはずだと思っていたので、ここはひとつ、王子と一緒に戦おうかと決意。そこから発売までの2年が大変だった。

**榎間** 発売前の葛藤までは知らないんですが、特にどの辺が苦労されました？

**菊地** 異物を取って造るのが紙なのに、わざわざ異物を入れるのが画期的で、それでいて、どの媒体でも使える普遍的な紙が必要だった。そこを乗り越えるためにまず、僕らが“ヒゲ”と呼んでた混ぜもの、つまり異物の量。四六判の中で見た量感で判断して、11級の文字まで見えるかどうかにこだわった。次に風合いと印刷適性との綱引き。硬すぎれば、印刷の上がりはいいが風合いが駄目。かと言って、風合いばかりだと表層のヒゲが印刷時に取れやすい。この決断が難しかった。

**榎間** その決断を、マシンで安定して行うのがまた大変で（笑）。私はこちらに転動してくる前、異物を入れないことで苦労してたのに、こちらでは突然、入れる苦労になった（笑）。発売直後で、まだ不安定だったヒゲの長さを揃える作業から、私のファンシーは始まりました。

**菊地** 最初はでき上がりに対して、1本1本のヒゲに長すぎるとか、ヒゲ同士が近すぎるとか、細かく注文を入れたもんだね（笑）。

**榎間** キツイこと言うなあ、現場をわかってない、なんて思っていました（笑）。

**菊地** 色も大変だった。当時のファンシーが明るい色ばかりだったので、ややくすんだ色で揃えて王子の色を出した。海外の真似じゃなく、例えば歌舞伎で見る、日本の伝統色。現場は、薄汚れた感じを求められ、戸惑ったろうね（笑）。

**榎間** くすみの件もありますが、ヒゲの色が毎回バラつくのも大変でした。これが暴れだすと地の色まで変わるんです。かなりの量のヒゲを入れますから、ほとんど原料ですね。カイゼルは、発売後の方が苦労してますよ（笑）。

**菊地** そうこうするうちに、似た紙がどんどん出てきて、あっという間に、異物を入れた紙が他社から50ブランドは出てきた。それで、いつの間にやら、ブレンドなんていう洒落た呼び名になってたんだよね（笑）。

**榎間** 今はほとんどの紙が残ってませんね。

**菊地** ただ混ぜりゃいいってもんじゃないから。

**榎間** モノにするまでに苦労した紙ほど息が長い。今回リニューアルしたOK カイゼルは、初期の風合いへと戻しながら、印刷適性は維持してます。

**菊地** カイゼル独特の12色に、さらに12色を追加したんだけど、特に濃色の“あかね”と“るり”と“けしずみ”は、僕が若い頃に影響を受けた原弘さんへのオマージュで、今ならこの色になるだろうという自分なりの解答を出した。

**榎間** カイゼルは、我が子のような感じですか？

**菊地** 我が子であり、でも売れなきゃ駄目だとも思ってる。そして、世界的にも類のない風合いを持つ紙だから、海外にも送り出したんだ。

**菊地信義** (きくち・のぶよし)  
装幀家

1943年、東京生まれ。多摩美術大学1年の時、モーリス・ブランショの「文学空間」で装幀に魅了される。広告代理店勤務を経て1977年に装幀家として独立。現在までに1万数千冊を手がけ、タイトル文字のぼかしやゆらぎ、著者名のローマ字表記など装幀の可能性を切り拓く。同時に講談社文庫、講談社文芸文庫、平凡社新書などのフォーマットも担当。第19回講談社出版文化賞ブックデザイン賞受賞。著書に「装幀＝菊地信義の本」「樹の花にて・装幀家の余白」「みんなの「生きる」をデザインしよう」など多数。

**榎間和弘** (くしま・かずひろ)  
王子特殊紙株式会社 東海工場 研究技術部 技師



## ② → OKブリザード

### 紙の素材感で勝負するときは、いつも片艶紙を選ぶ。

寄藤文平×今井良行

**寄藤** “OKブリザード”は、よく使う紙です。ずっとこういう片艶の紙を僕の周りのデザイナーたちも探していて、見本帳を入手できたときは、ようやく求めてたものに出逢ったという手応えがありました。以前、装幀した写真入りの詩集は、カバーから本文まで何もかもOKブリザードだけでやっています。

**今井** おお～、本文まで！

**寄藤** この紙を活かし切ったという充実感が、かなりあります（笑）。

**今井** 私は工場にいた頃、この紙の生産調整をやってましたが、封筒、箸袋、手提げ袋ぐらゐの用途しか知らなくて、装幀に使われているのを知ったのは最近なんです。でも表裏差のあるこの紙が本文にまで使われたことを知って、包装用途だけじゃないと確信しました。実際に写真を刷って、どうでしたか？

**寄藤** 表裏差は面白いけど、一方で印刷再現性については差を感じないし、表裏差なんてないかのうに普通に装幀しました。力の抜けたスナップ写真とか、夜明けの写真の空気感とか、とてもいいですよ。

**今井** 製造の段階で、かなり特殊な方法で紙を乾かすヤンキードライヤーというのを使ってるんですが、それに触れた方が艶面、触れない方がザラ面になります。それぞれの風合いの良さがあるので、表面や裏面でなく、そういう呼び方をしてるんです。

**寄藤** ヤンキードライヤーは見に行ったことがあります、他社ですが（笑）。とにかく名前が気に入ったので、これで造る紙を片艶紙じゃなく、ヤンキー紙って呼んでます（笑）。名前も好きだけど、紙自体がとても好きです。

**今井** 当社には、他に“白夜”という薄い片艶紙もあります。

**寄藤** 薄いのが欲しいなら白夜、厚いのが欲しいならOKブリザードを使っています。欲を言えば、白夜の光沢感で、OKブリザードの厚みまであったら嬉しいかな。素材感で勝負したいときは、この両紙を選んでます。

**今井** この素材感を感じさせてくれるムラを、紙メーカーは嫌っていて、これを解消するため莫大な設備投資をして来ました。現在のムラは、限界まで解消された状態です。

**寄藤** もったいない！ ムラがいいのに（笑）。硬い紙なんだけど、製本してみると適度に透けて繊細な感じが出たりもするんですよ。

**今井** これも、本当は透けたくないんです（笑）。でも包装用途の紙は強度が最優先なんで、パルプだけで造ってまして、それだと、どうしても透けやすいんですよ。

**寄藤** そういう狙ってないところがまた、何ともいいんだよねあ（笑）。

**今井** やはり、この紙は風合いが魅力ですか？

**寄藤** ヤンキードライヤーという設備があって、包装という用途があって、その結果として偶然に出ちゃってる風合いだからいいんですよ。しかも、そこにマツトニスを引くと別の表情になるのもいいし。

**今井** 綿雪のようなパルプが積もってる感じで、私も好きな紙です。でも若いデザイナーの多くは、好きな紙を選んで、編集者の方々に説得するのは苦勞するようです。この個性的なOKブリザードを選んだとき、編集者をどう説得していますか？

**寄藤** OKブリザードは個性的でいて、実は価格的にも在庫的にも優れた紙です。編集者の方々は、そこさえクリアになれば問題ありません。印刷再現性の話などは、こちらの領域ですからね。僕は昔から、いつでも自信を持って紙を選んでプレゼンして、使ってきました。そこにストレスは感じて来ませんでしたね。

寄藤文平（よりふじ・ぶんべい）

アートディレクター・ブックデザイナー

1973年生まれ。2000年、有限会社「文平銀座」を設立。近年は広告アートディレクションとブックデザインを中心に活動。イラストレーターとして挿画の連載や、著作も行う。第39回講談社ブックデザイン賞受賞。著書に『アホウドリの裏でできた国ナウル共和国物語』（04年、古田靖氏と共著）、『ウンココロしあわせウンコ生活のススメ』（05年）、『死にカタログ』（05年）、『ウンココロ手帖』（06年）、『地震イッモノート』（07年）、『数字のモノサシ』（08年）がある。

今井良行（いまい・よしゆき）

王子製紙株式会社 新事業・新製品開発センター マネージャー

### ③ → OK いしかりN

## ページ構成に緩急をつけられる、独特の風合いがある。

佐藤直樹 × 今村直伸 × 山本巧一



**佐藤** いつもは感覚的に紙を選んでるので、今日はそこを言葉にできればと思ってます。僕がアートディレクションを担当してる“デザインのひきだし”では、ほぼ毎回“OK いしかりN”を使ってるんですよ。

**今村** ビジュアルの多い雑誌だと、コート紙だけで揃えたくないんですか？

**佐藤** 確かにコート紙は基本なんですけど、雑誌の場合には緩急がとても大切だと思うんです。例えば、冒頭部分には特集記事がくることが多いんだけど、そこは写真の再現力が求められるから、やはりコート紙になる。でも、連載ページなど中間部分はマットな風合いで落ち着かせたい。文字をしっかり読ませたいページなんかも結構あったりするし。

**山本** 造り手としては、マットな風合いのコート紙や微塗工紙もある中で、なぜ敢えて非塗工紙のOK いしかりNなのかをお聞きしたいです。

**佐藤** この紙は、非塗工紙だけどそれなりに刷れるんですよ。でなきゃ、撮ってもらった写真家さんたちに申し訳ないし。ザラッとした風合いがあって、木漏れ日や逆光など光の多い写真でも余計な反射がなく、絶妙な仕上がりになる。これが微塗工紙だと、ザラッとしてしまう。写真の存在感を大切にしながら、文章も落ち着いて読んで欲しい時などに、どうしてもこれを使います。色味も黄色っぽくなく、青白くもなく、ニュートラルな白なので存在を主張し過ぎないし。

**山本** その印刷適性のために、かなりでんぶんを塗って

るんです。だから本紙はとにかく硬い。それと紙厚も魅力の1つで、原料をたっぷり使って、それをできるだけ潰さないように仕上げているんです。当初は紙切れが多く苦労しましたが、さすがに現在では技術力が向上し、解消しています。

**佐藤** 紙の硬さや厚さは、誌面のめくり感にも影響してくる大切な風合いですね。

**山本** ちなみに風合いという微妙なニュアンスでは、大量生産する紙の品質を管理し切れないので、工場では“密度”などの数値に置き換えて管理しています。

**佐藤** なるほど。風合いという言葉は曖昧なんですけど、表現の現場では言いたいことを正確に伝えてくれる言葉です。僕らデザイナーは表示されている数値よりむしろ、この風合いを目と指で感じ取って、そこから完成形をイメージしています。

**今村** 我々営業は、風合いと数値の両方を使いますが、数値の方が圧倒的に主流ですね。例えば新製品の開発やクレームが起きた場合には、紙だけを見るのではなく、必ずスペックで話しています。それにしても、造り手が使い手に逢うときはクレームが多いので、今日は褒められてて照れまくりです（笑）。

**佐藤** クレームは言語化に直結しますが、満足感というのは言葉にするのが難しいんです。だからと言って、それがなくなると困るので、何とか言葉にしてみます。平滑や光沢による高級感や、逆にすぐくرافでワイルドなもの、そのどちらの価値軸とも違う

独特の存在感がOK いしかりNにはあるんです。写真の再現性にはちょっとしたトリックがあり、ツルツルなものを良しとする習慣が続いて来ましたが、それが必ずしも全ての写真にとって、ベストなわけではない。反射は少ない方がいいときだってある。OK いしかりNはその意味で他にない品質を持っている。この硬さもいいし。そもそも、柔らかい紙だけがいいわけじゃありません。例えば、再生紙の白色度を無理に高めるのは、僕らからしてみると何の魅力もなくて、多様な価値軸がある中でいかなる適性を追求しているのか、そのことがどれだけ伝わってくるか、だと思うんです。平滑性、柔軟性、含有物の状態、色、その全てにおいて正解も不正解も存在しなくて、どの方向性もありなんですよ。OK いしかりNはそのバランスが絶妙で、しかも他と違う個性を持った紙になっている。ここが重要で、確実に選択肢を拡げてくれてます。本当に大きな功績だと思います。誇りを持って造り続けて欲しいです。

**山本** 現場に帰って、早くみんなに伝えたいです。

**佐藤直樹** (さとう・なおき)  
アートディレクター  
1961年東京都生まれ。北海道教育大学卒業後、信州大学で教育社会学を学ぶ。研究生生活、肉休労働、編集業務を経て、1994年、雑誌「ワイアード」日本版創刊のADとして参加。同誌CDを経て1996年独立。現在、(株)アジュール主宰。2005年より多摩美術大学造形表現学部准教授に。受賞歴は米国THE ONE SHOW インタラクティブ部門金賞、デジタルコンテンツグランプリ・カルチャー部門・最優秀賞、ロンдон国際広告賞、ニューヨークADC賞、東京ADC賞、日本パッケージデザイン賞など多数。

**今村直伸** (いまむら・なおのぶ)  
王子製紙株式会社 洋紙事業本部 出版用紙部 マネージャー

**山本巧一** (やまもと・こういち)  
王子特殊紙株式会社 江別工場 製造部 抄造課 課長

#### ④ → スーパー ユポ®

### まずは、ユポ® に触ってみてください。

宮口卓也

意外なしっとり感がありませんか？ 実はこれ、紙じゃなくフィルムなんです。防水性や強度に優れたフィルムで紙の替わりを、と発想したのが ユポ® の出発点。でも透明なフィルムを白くすることは意外に難しく、そこに紙が持つしなやかさや印刷適性まで追求し、前人未到の領域へと挑み続けて来ました。その中でも風合いは、マットからハイグロス、半透明から不透明、薄いものから厚いもの、しっとり感からサラサラ感まで、紙も驚く幅広さ。紙に近づけるという意味では、行くところまで行ったのかもしれない。特に“スーパー ユポ®”は特殊インキを使わずに刷れる点が画期的で、右の写

真のように、刷り上がりもコート紙と肩を並べるまでになってます。ただ両面に印刷ができない点は今後も課題。そこを乗り越えられると私が信じるのは、これまでどの方面へも進化して来れた実績から。未だに“ユポ® と言えば選挙”と思われがちですが、この10年の進化には仰天されるはず。現在では多彩な機能を武器に、紙市場だけでなく、本来のフィルム市場でも競ってます。オイルショックでの原料高騰で途方に暮れながらも生き残ってきた私たちにとって、危機感こそが成長の原動力なのです。

宮口卓也（みやぐち・たくや）  
ユポ・コーポレーション 営業本部 営業2グループ グループマネージャー



#### ⑤ → あららぎ

### 紙にとってご法度のシワを、敢えて入れる難しさ、そして面白さ。

藤川明彦



このシワの風合いを任されるまで、8年かかりました。当工場でも一番造るのが難しい紙、それが“あららぎ”です。一般的な柄もののファンシーペーパーでは、用具についている柄を紙に写していくのに対して、本紙の柄は、紙を引っ張ったり緩めたりすることでシワの深さを微調整していく特殊な工程によるもの。マシン任せは通用せず、人の経験と目が全てなのです。安定してるときは比較的やりやすいのですが、いろんな変動条件が複雑に絡み合うため、1度もたつくとなかなか戻すことができません。ある程度の経験を積んでないと、良い方向へと機転を利かせることは到底できないのです。まだまだ先輩に教わりた

いことは多いんですが、同時に私は教える立場。自分も後輩も、教わったことは必ずメモを取るようになっています。ですから、技術の伝承に不安を感じてはいません。本来なら紙に入れてはいけないシワをキレイに入れるという逆転の発想は、現場の緊張感とは正反対のやわらかい風合いへと仕上げられます。この独特の手触りは、30年にも及ぶ歴史の手応えそのもの。自分の代になってもしっかりと受け継いで、もっともって育て上げたいんです。もう1度、全く新しい紙として見ていただけたら嬉しいです。

藤川明彦（ふじかわ・あきひこ）  
王子特殊紙株式会社 東海工場 富士製造所 製造一課 3号マシン操業長代行

#### ⑥ → サンダイヤN

### 大切なのは、紙の個性を使い切るということ。

長森一男

“たい焼きを、洋菓子に負けないパッケージで”。そんな想いで昭和40年代から制作し始めて、昭和51年のたい焼きブームで一気に拡がって、今川焼きや大判焼きなど幅広く普及して行ったのが展示中の箱。そのほとんどに“サンダイヤN”を使っています。箱の外側に使用するコート面は印刷再現性が高く、色味は赤白系なので表情に温かみが出せます。それを開くと、内側のノーコート面は自然な風合いを感じさせ、たい焼きとの色調バランスも良く、美味しそうに見えるんです。しかもプラスチック容器と違って、焼き立ての水蒸気を程よく吸湿してくれるので味覚を損な

せん。また熱や水蒸気の影響で変な匂いが出ることもなく、その意味で、紙は匂いも風合いだと言えるでしょう。以上が、サンダイヤNを使い続ける理由。紙の差は数値化すれば僅かかもしれませんが、その僅かな差で人の感性は動くものであり、長期的に見れば大きな差として出てくるのです。この紙の貴重な個性を使い切るという意味で、敢えて紙の表裏を逆転させ、箱の外側で風合いを活かし、箱の内側に印刷して、中味を食べて行くうちに柄が見えてくる工夫などもやりました。そんな挑戦も、紙の全てを理解しながら、なぜこの紙かをキチンと説明し切れたからこそ。

紙について議論する場面はとて多く、その割に必要な情報は不足しがちで、メーカーの方からもっと発信していくべきです。制作した箱には、当社の社名を入れるようにしています。これは、安心安全について責任を持っているということをお伝えしていく、覚悟の表明に他なりません。

長森一男（ながもり・かずお）  
ペーパークラフト株式会社 代表取締役社長

#### ⑦ → OFK

### 当館に嵐を巻き起こす、前代未聞の風合いがデビュー。



表面は段ボールの外側で、段ボール以外で使われた経験がほとんどありません。裏面は段ボールの内側で、目にする機会さえなかった、原料のままの風合い。このOFKの他にも、段ボール原紙、色板紙、紙管原紙など、表裏合わせて全10種類の見たこともない紙が、満を持して当館にデビュー。送り出す私たちもどうなるのか予想もつかない、裏の世界で生きてきた紙たち。その遠慮なく破天荒な風を、大いに感じてください。

300種類の中から紙を検索して、無料サンプルをお持ち帰りいただけます。

# 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](http://www.ojigroup.net)



この用紙は「OKエンボス布目 菊判 Y目 76.5kg」を使用しています。