

ロマンチック保存装置 #10

風
色
光
人

OJI PAPER LIBRARY !

Color

同じ色だと思っていた紙なのに、並べると意外なほど印象に差が出ることがあります。

見過ごしていた色なのに、他色と並べることで急に映えて見えることがあります。

艶や柄が変わっただけでも、感じる色は違ってきます。

色の世界は、油断すると痛い目を見る。

逆に丁寧に見極めれば、強い味方となるのです。

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る、風・色・光・人。

その第2回は“色”です。

混ぜる、並べる、比べる。

そこで初めて見えてくる確固たる色たち。

原料そのものの色も、原料に加わる色も、あらゆる紙の色は、後から身にまとうものでなく、言わば紙そのもの。

だからこそ、今この瞬間のありったけのカラフルを、パワフルにお伝えしたいのです。

あなたが見極めた紙は、あなたを決して裏切りません。



① → OKミュージコットン

1年目の執念

梶川明造

最初は、悔しかった。私の入社が1955年で、59年に“OKミュージコットン”は65色のラインナップで完成したものの、どこへ持って行っても、先行していた銘柄の真似だと切り捨てられてね。それでも上司から手渡された印刷屋さんの名簿や電話帳を見て、1年で1,000件は行った。とにかく歩くので、体力維持のために1日5食はとったよ。靴をすごい勢いで

ダメにしつつ、大手から家族でやってる印刷屋さんまで片っ端から回った。2年経った辺りから風向きが変わり、最初は話も聞いてくれなかったところも、この紙を扱ってくれるようになった。今思えば、ミュージコットンっていうキレイな名前が良かったし、何よりも65色のラインナップが評価されたんだと思う。あれから50年か。こんな紙は売れないなんて言う人は、いつ

の時代にもいる。やっぱり紙は、決定権を持っている人のところを、エネルギーを持って回らなきゃダメなんだ。社内からは「遊んでる」って思われてみたいんだけど、会社存亡の危機とさえ思ってたから、必死だったね。

梶川明造（かじかわ・めいぞう）
旧安倍川製紙株式会社 OB

30年目の加速

杉浦慶則

1980年入社私の時代になって、デザイナーさんが紙の決定権を持つようになっていたので、回るのならばこっちだということになった。書店で本を開き、その装幀家の名前を調べ、次々と訪問した。アポなしでね。メーカーが来るのが珍しくて、みんなじっくりと話を聞いてくれた。紙を紹介しながら、どんな紙が欲しいか尋ねたり、試作の切れっ端を持って行ったり。そ

こで直面したのは、他社の見本帳だと100%置いてあるのに、こちらのはほぼ0%だったという現実。焦ったけど、とにかく回る以外に手はないと判断した。80年代は新しい銘柄が急速に増えた時代。“OKミュージコットン”はすでに会社を背負っていたので、他社が真似できないほど色を増やすことになり、90年代には65色から131色へ。リード紙の3番手として

誕生し、ついにはリード紙の代名詞にまで成長した。デザイナーさんが手を加えやすい、シンプルな紙だったことが良かったんだと思う。これを越える紙が未だにないんだから、一言で言えば、不朽の名作だよ。

杉浦慶則（すぎうら・よしのり）
東海王子紙業株式会社 業務担当 上級調査役

50年目の初心

渡辺正人

現在の“OKミュージコットン”の人気は、先輩の汗の賜物だというのが正直なところ。デザイン事務所へお邪魔すると、他社の見本帳が並んでる間に、本紙の見本帳がグサッと刺さっている。胸がいっぱいになる瞬間です。そう感じながらも、これまではデスクワークをこなすのが精一杯でした。しかし市場が縮小して来ている今、この局面を打開するヒントは先輩の

言葉にこそある気がしています。足を使って、また地道にご紹介すべき時代なんじゃないかと。本紙は、131色という圧倒的なラインナップで、リード柄ならではの色の濃淡を愉しめる紙。この立体感を指で感じてもらいながら、自分の言葉で説明したいのです。もちろん50年支持され、ベテランのデザイナーさんには何を今さらと言われるでしょうが、若い皆さんには未知な

る紙。もう一度この魅力を堂々と、気持ちを込めてお伝えしていかなければ。本紙の50周年は、今後どこへ向かうかという問いを私たちに突きつけて来るもの。50年目でありながら、1年目なんです。

渡辺正人（わたなべ・まさと）
王子特殊紙株式会社 営業本部 高級特殊紙営業部

② → OPL No.2

心が大きく動くとき、そこにはいつも色がある。

操上和美

写真家にとって色と言えば、まずコダクローム。あの、やや濃度の高い色になる感じが、楽しみでやってきた。それをグロス系のアート紙やコート紙で印刷することが、広告では多い。コントラストが出て、攻撃性とかインパクトが出る。これがマットな紙だと、ピタッと時間が止まった感覚。さらにザラツとした紙になると、時間は懐かしさの方へと行く。この“OPL No.2”は、色を吸い込むかのような印象で、写真が持つ豊富な記憶性を感じさせてくれる。好きか嫌いかで言えば、こういう方が好きだね。もちろん物質として見ると、もっと重量感が欲しいときもあるから、そこは目的を優先させて選んでる。この選択が難しく、毎回じっくりと考える部分なんだけど、一方で、写真家は現場での反射神経と言うか、本能が大切だと思ってる。心が大きく

動くとき、その人生の瞬間をギュッと掴まないと、あっという間に日常に取り込まれてしまう。だからこそ、色への鋭敏な感覚が大切なんだ。以前、オーストラリアでのロケで休憩中に横になってたら、海の紺碧の青と、空の透明な青が層になって広がっていた。これをひと絞り以上アンダーで撮ったら、コダクロームに持って来いの色になると直感。そこで海と空をバックにし、赤いTシャツを着たモデルに、トビウオのように水平に跳んでもらった。シャッターを3回切った。現場での写真家の感覚を100%解放することの大切さを、確信した。モノクロで撮る場合ともなれば、より正確に想いをコントロールできるんだよね。紙には、そんなライブなパワーを封じ込めるんだから、選ぶのが楽しくなる。そしてOPL No.2の青みは、相当いいよ。

操上和美（くりがみ・かずみ）
写真家
1936年、北海道生まれ。東京総合写真専門学校を卒業。現在はピラミッドフィルム名誉会長、及びキャメル代表。主な写真集に「ALTERNATES」（誠文堂新光社）、「泳ぐ人」（冬樹社）、「陽と骨」（バルコ出版）、「KAZUMI KURIGAMI PHOTOGRAPHS - CRUSH」（スイッチ・コーポレーション）、「NORTHERN」（スイッチ・パブリッシング）他。パブリック・コレクションに原美術館（東京・品川）、東京都写真美術館（東京・三田）、ポラロイドGMBH（ドイツ・オッペンバッハ）他。今年2月に雑誌「CAMEL」創刊。3月7日から初監督作品となる「ゼラチンシルバーLOVE」が公開。



待ちました！歴史的な節目となる紙だよ。

祖父江慎

白い紙じゃないと売れないって思ってる人は、わかってないよねえ。淡い色の本文用紙がいかにかデザイナーから求められているのかって。特に淡いグレー色の本文用紙は、それがなくてどれだけ苦労してきたことか。グレーの紙があったとしてもね、色が濃すぎたり、サイズや目の方向が合わなかったりでコスト的に無理だったりしてしまうから、諦めるしかなかったからね。「売れそうな紙」の開発ばかりで、本文用紙ってどれも似たりよったりでがっかりしちゃうよね。必要なのに製品化されてない紙に、こんなふうに入力を欲しいぞ。この“OPL No.2”は、僕が25年間待ち続けてた紙ですよ。やっと出たんです。嬉しくて、すぐに使わせてもらいました。これまでの本文用紙の流行に対し、その折々にターニングポイントとなる紙が登場してきました。微塗工が流行って、

嵩高が来て……って。この紙もそんな節目になるような気がしますね。淡い色の本文用紙って、落ち着きますよ。あと、この「赤い月、廃駅の上に」を持つとわかるけど、手触りもいいし、驚くほど軽い。重い本を持ちたい人は、あまりいいものね。たぶん中質紙だから褪色はするだろうけど、それも自然だし、地球に優しい気がするね。真っ白なりサイクル紙なんか無理があるものね。何十年も新品である必要なんてないよ。自然でいい。紙は規格通りにきっちり正確な縛りの中でつくられたものよりも、ある程度の規格をベースに、あとは素材が勝手に変化していく感じでいいと思うんですよ。僕のデザインも、設計は詰め過ぎないで「だいたい」を大切にしてくる。ちょうどいい「だいたい」がいいんです。「ドンピシャのだいたい」って呼んでるんだけどね。

祖父江慎（そぶえ・しん）
アートディレクター、ブックデザイナー
1959年、愛知県生まれ。多摩美術大学グラフィックデザイン学科中退。1993年にcozfish設立。数々の書籍や広告のアートディレクションを担当する。97年に「杉浦茂マンガ館」で講談社ブックデザイン賞を受賞。05年、これまでcozfishがアートディレクションを担当した作品を、一同に集めた展示会を銀座 egg ギャラリーで開催。cozfishの全仕事を一挙で紹介する初の作品集「祖父江慎+cozfish」（ヒエ+ブックス刊）が近日発売。



③ → 日光クラフトボール

色板紙って知ってますか？

阿久津昭

たぶん、知ってる方はいないですよ。その名の通り、色を持っている板紙（厚紙）のことで、銘柄としては“日光クラフトボール”と“Aクラフトボール”があります。実はこの両銘柄の色づけは、染料を一切使うことなく、珍しく原料だけで行っています。その表面には、主に漂白してないフレッシュバルブを使用して、裏面には日光クラフトボールであれば段ボール古紙を、Aクラフトボールであれば雑誌古紙を使い、それだけで出してる色です。特に表面は色を管理しているので、色のブレを原料で微調整しながら、丁寧に造り込んでます。正直なところ多く売れているのはAクラフトボールなんですけど、35年間に渡って苦楽を共にし、工場の皆が「日クラ茶」と呼ぶ、日光クラフトボールには特別な愛着がありますね。そしてそれは、本紙を造るマシン

への愛着でもあります。

来年、還暦（60歳）を迎えるこのマシン、土台は木製だし、親子3代で担当してるって話もあるほど、とにかく古い。大切に大切に点検や補修をしながら、スローペースで、でもスローな分、自慢の紙厚も、紙腰も出せるんです。王子ペーパーライブラリーの方々は、面白い紙だって興奮して工場まで来ましたが、私たちはもう何年も毎日、普通に造ってきた紙なので、正直ピンと来てません。写真が印刷されているのも、初めて見ました。そりゃ嬉しいですけど、でもこれからこの紙に、いったい何が起るんですか？

阿久津昭（あくつ・あきら）
王子板紙株式会社 日光工場 工務部 特殊板紙課 操業長



④ → OKゴールド／金門

機能としての色であり、日本独特の色でもある。

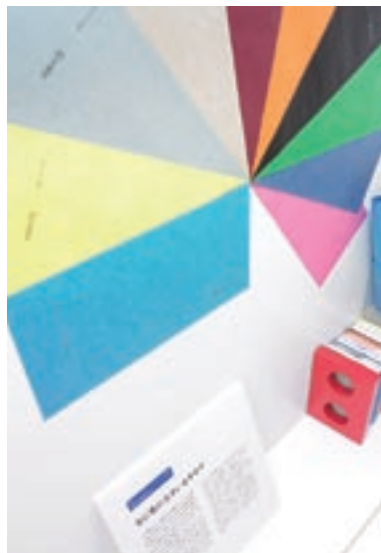
棚橋俊仁

半晒クラフト紙は、封筒のために生まれてきた紙です。決定的な違いは、染料をしっかり使って、この独特な色にたどり着いている点。これによって白い晒クラフト紙の封筒よりもさらに中味が透けにくく、茶の未晒クラフト紙よりもさらに文字が書きやすく、読みやすくなっています。それでいて、強度も充分。官公庁などで絶大な信頼を得ているのは、このためです。世界的に見ると、封筒には晒クラフト紙を多く使い、稀に未晒クラフト紙を使った個性的なものも見られますが、

この半晒クラフト紙を使うのは日本独特と言っていでしょう。温かみのある繊細な色でありながら、同時に大切な役割を担っている、まさにバランス感覚あふれる日本文化そのものなのです。その中で当社の封筒に使用するのは、明るい“OKゴールド”と、落ち着いた“金門”の2色。最近ではカラー封筒なども人気がありますが、むしろ今後は原点回帰へ向かっていくと思っていて、スタンダードなものを誠実に造り続けることの大切さを感じています。デジタル時代に

あって、封筒は人から人への手渡しの媒体。不況下でも安定して支持されている、タフな生命力さえ感じさせるこの半晒の色を、お客様と交流していくことで、今以上に広げたいんです。心を通わせていかないと、お客様が求めているものも掴めるわけないんですから。

棚橋俊仁（たなはし・としひと）
株式会社キングコーポレーション 常務取締役



⑤ → OKゴールデンリバー

なに色になさいますか？

渡辺泰

そうお聞きして、店頭レジで文庫カラーカバーを10色の中からお選びいただくのが、私たち有隣堂の特長。お客様によっては、服とコーディネートされる方、季節のイメージで選ばれる方、本のジャンル別で色分けされる方、また中には、「選んでよ」とおっしゃる方も。このカラーカバーに採用した紙が“OKゴールデンリバー”。奥行きあるエンボスの風合いが本を持つ指にしっくりと馴染んだことから、まずは候補の1つとなって、それから社員が実際に持ち歩き、色落ちや強度などを試した末の決定でした。それが、ちょうど私が入社した1977年。それまでの本屋の接客と云えば、決してお客様志向だとは言えず、ぶっきらぼうで物足りないものでした。少しでもお客様と触れ合える機会をつくろうとした結果、カラーカバーが誕生して、「なに色になさいますか？」

とお声がけをすることが定着していったのです。7色で始めたカバーはすぐに評判となり、ご要望を受けてモノトーンが加わり、現在は10色に。人気の色は1位がブラック、2位がダークブルーですが、女性のお客様の多い店舗ではピンクやオレンジも好評です。近頃ではスピーディな対応を求めて、「不要です」とおっしゃる方もいらっしゃいますが、このカラーカバーはお客様と長い時間をかけて積み上げてきた財産であり、工夫しながらお声がけを続けているのです。お陰様で今年、創業100周年。色選びによりでき上がっていく、有隣堂だけの1冊、そしてお客様とのつながりを、今後も大切に参ります。色選びは、シンプルですが、とても楽しいものです。

渡辺泰（わたなべ・やすし）
株式会社有隣堂 常務取締役



⑥ → 色ライナー 黄B1

気がつけば、あり得ない表裏差。

富田宗一 幸脇賢治

今まで変わった紙をいろいろ見てきた皆さんも、さすがに「何だこれは?」と、ビックリされていることでしょう。名前は“色ライナー”。ミカンやジャガイモなど、主に農作物用のカラー段ボール、その表層として活躍している厚紙なのです。表面の色はほとんどがオーダーメイドで、お客さんとの2人3脚で造り上げてます。お客さんのイメージしている色をテーブル上で合わせても、マシンで同じ色が出ることはまずなくて、悪戦苦闘をしながら、でも何としてでも目指す色へとたどり着いているのです。そこが他の紙との決定的な違いであり、オーダーメイドだけの狭い世界じゃもったいないと、常々感じてはいました。以上が表面です。その一方で裏面は用途上、人の目に触れることがなくて、色の調整なども一切行っていないんです。その裏面に今回、古紙そのものの荒々しい魅力

があるぞと言われて、私たちが唖然としています。言わば、狙ってる表面と狙ってない裏面。これを改めて眺めたとき、ここまで表裏差の激しい紙は他にはないということに、気づかざるを得ないのです。業界の閉塞感を、もしやこの紙が打破できるのではとの想いから、今回はこの黄色だけなんです。勇気を持ってエイヤッと1歩踏み出してみました。私たちが1枚の紙として見たのはつい最近なので、ワクワクしつつもハラハラです。もし「これぞ王子だ!」と言われる銘柄に育ったら、他の誰よりもまず私たちがビックリしますよ。

富田宗一（とみた・むねいち）
王子板紙株式会社 技術本部 品質管理部 主幹
幸脇賢治（こうわき・けんじ）
王子板紙株式会社 営業本部 広域直営部

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



この用紙は「OKプランナスクリーム A判 Y目 60.5kg」を使用しています。