

技術とビジネスを結ぶ情報誌

印刷界

2003. 2 月号
FEBRUARY

昭和31年7月4日第3種郵便物認可
毎月10日発行591号 2003年2月10日発行

特集

企画から加工まで

カレンダー商戦に勝つ 制作ノウハウ

企画立案

合成紙

特色印刷

抜き・折り加工

環境対応

複雑紙器制作も製造ラインで 1枚の紙から「立体」を創る

美創印刷

4 Feature article

12

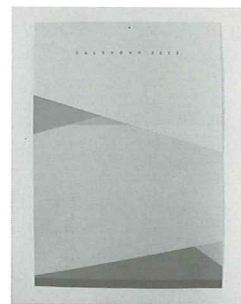
枚つづりのカレンダー。この点では通常のカレンダーと変わらな
い。しかし美創印刷（東京・調布市）が制作した2003年版カレンダーの1つには、そこからさらに多数の手が加えられたものがある。

まず一直線に揃えてのり付けされた12枚の紙のかたちがすべて異なっている。そしてその12枚とも異なる色紙を使用。月を進めるほど右方向に斜にカットされた紙が残り、重心がずれることから、壁に画鋲で掛けた時に傾かないよう、穴の位置もセンターより数ミリだけ右にずらしてある。技術と手間、実用面での検証によってアイデアを実現させたもの。第54回全国カレンダー展で日本貿易振興会賞を受賞した作品だ。

通常業務で培った技術を活用

「これは企画から印刷を含めて完成まで約2カ月で制作しました。技術的にもまだまだ簡単なほうです」とクライアントやデザイナーとの交渉や営業活動もこなす村上宏社長は振り返る。

同社が2003年用に制作したカレンダーは約60種類。定型もの／デザインもの、企業カレンダー／個人カレンダーとさまざまあるが、それらの制作は玉の公式発表1



日本貿易振興会賞受賞作品

右上の1月から左下の12月までそれぞれ異なるカット、用紙が使用されている



カ月から始動し、企画↓デザインを経て6月、8月、9月の3ラインで順次本制作が進められる。4月より始める定型ものや年末25日にデータ入稿といった飛び込みも数種あるということだが、基本的には10月末の納品に間に合わせるため9月で印刷を終え、9月スタートの最終ラインと並行し

て約2カ月で加工を行うという。社員は総勢30名。4名の営業で約60のクライアントを分担し、20名強の現場スタッフが実作業を行う。しかし同社はすべての加工を社内で行っている。理由は「他ではできないから」だ。

確かに今回出品した作品を見るだけでも



村上一宏社長。営業活動も精力的に行っている

一風変わっているものばかりだ。例えば冒頭の入賞作品や1枚の紙からできている立体的な受け皿に扇形のカレンダーを差込んだ作品、表面に38個の丸型抜き加工された袋に12枚のカレンダーを収納してその穴から数字をのぞかせた作品：過去には12枚とも形と色の異なる葉型に切り抜き、それに玉を印刷したものやクラフト紙に白で印刷したものなど、挙げれば切りがない。使用する紙はフアンシーペーパーが多く、そのため必然的に機械に入りにくい厚みのある紙に印刷する。最大で0・5ミリ程度までできるといふことだが、逆に向こうが透けて見えるほどの薄い紙にも印刷する。抜きも最大1ミリから2ミリまで対応しているという。しかし15万部にもほる企業カレンダー以外でも平均4000部程度は生産するため、それらも製造ラインにのせなければならぬ。

「最近ではカレンダー制作も増えましたが、

メインはパッケージ印刷です。化粧品などのパッケージが多いため、約7割は特色印刷です。さらに、穴を開けてマドを創ったり、組み立てて貼ったりといった、後加工を得意としています。中綴じのカタログやパンフレットのような印刷もしますが、9割は抜きなどの作業が入ります。紙器製造と言えるかもしれません」と社長。

「最終的にはそれぞれ形が異なりますが、丁合をして整え、糊付け、断裁」という最終工程までどのページも全面あります。ただ、3ミリ程度のドブをとって最終的なサイズより大きめにしておき、各ページともそのドブの数ミリを残して抜き加工をしてしまします。切り込みの入った各ページを丁合し、最終的に3方を断裁

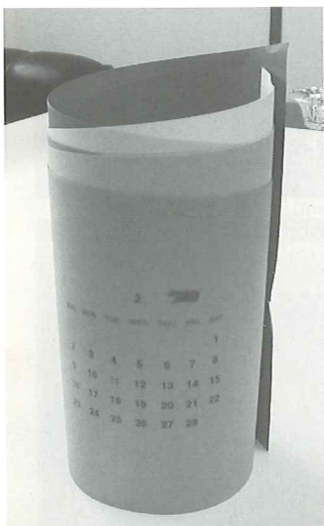
すると、余分な部分が振り落とされます。各ページ異なる形のものでできるといふわけです」

今回の入賞作品もこの手法を用いたもので、社長の「まだまだ簡単なほう」という感想は、既に獲得したノウハウが手間のかかる加工を効率的な作業にしているからこそいえるのだ。

紙の色を考慮してインキを調整

「今回のカレンダーコンセプトは紙自身の特質、良さを出すこと。具体的には色や質感の表現です。単体で使うと使いにくい紙でも組み合わせることでおもしろいものをつくり出すことができるということを表現する目的もありました」と社長。これも通常業務から生まれた発想だ。

約7割を特色印刷が占めるという同社では、特色インキの調査も社内で行っている。



入賞作品の卓上版。丸めた部分をボタンのようなもので留めている

複雑紙器制作も製造ラインで
1枚の紙から「立体」を創る

4 Feature article



特許取得の紙器。中心の細長い穴から出した部分が楯になって全体のバランスをとっている。これも1枚の紙から制作

プロセスインキの4色を調整しながらコーポレートカラーや化粧品品の微妙な色を練る。その際、気を付けているのは紙にインキを乗せた時の色。化粧品用のインキがいくら現物に忠実に調合できても、印刷用紙に色がついていればその色が最終的な見え方に影響してくる。紙の色と使用するインキを合わせて調整してはじめて出したい色ができるという。

「例えばクリームがかった紙の場合、黄が7、8%入っているということですから、インキの調合では黄をその分だけ減らします。逆に赤や緑といった色の強い紙には、墨の印刷でも2度刷りします。特種製紙さんのファンシーペーパー系の使用が多く、

それらの紙の色を活かしながら印刷しますので、同じ見映えの色でも紙の色次第でインキの調整をしていることもありま

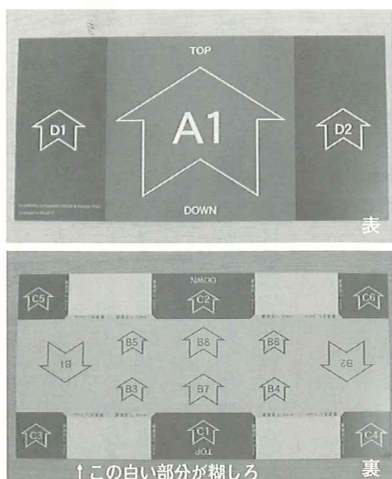
す」
機械ではなく、人間の色覚を頼りに調合する。現在同社で色調合できる3人の職人は、100色のグラデーションカラーパッチを寸分のくまなく並べることができるといふ。昨年9月に導入したCTPのモニタとプリンタ、印刷機の色調整も彼らの貢献が大きかったということだ。

デザインと生産を大枠で分業

同社のデザイナーとの関係は密接だ。デザイナーは印刷の色校正だけでなく、現場へ入り製造工程に沿ってその出来映えを確認していく。その間、同社でできる加工技術を確認し、何ができるかを把握して次回



同社が国内特許を取得した紙器「FLAPER」(U.S.Patent)。切り込みと貼りで1枚の紙から4面を創り出している。



のデザインに活かしているのだという。

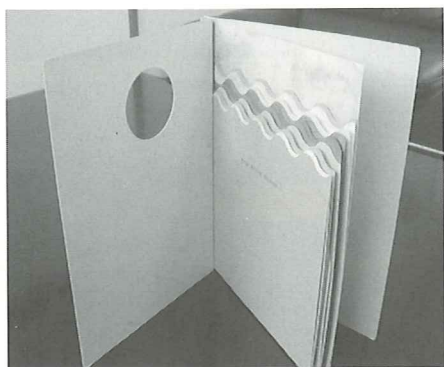
菊半裁サイズの印刷機5色機1台、2色機1台、単色機2台、その他加工に要する抜き機4台、折り機4台、箔押し機、エンボス、封筒貼機、特殊貼り（糊付けなど）、リング自動機、中綴じ／無線綴じ機、折り機各1台。同社は徐々に拡充してきたこれらの機械を活用し技術を発揮することで、製造ラインへ乗せられるギリギリの紙器構造をデザイナーへ提案する。逆にデザイナーはこれらの機械を把握し、アイデアを実現するための可能な実作業の幅を同社へ確認する。つまり、今回の入賞作品を担当した駒形克己氏をはじめ、同社と関係を結ぶデザイナーは同社のインフラを把握し、その中でできるものとしてデザインし、同社は生産担当として技術と機能を駆使してできる新たな可能性を提案しながらデザイナーのアイデアを実現させる、というようにデザイナーとは作品制作のパートナーとなっているのだ。

「使用する紙サイズは、発注などの都合から指定します。形は機械の限界とコスト的な問題などを加味して約1、2カ月デザイナーと話し合います。素材の入れ替えや色数をおとすことでコストはいくらでも削減できますが、品質を落とすすぎて売れないようでは意味がありません。これはマーケットとの相談になりますが、カレンダー

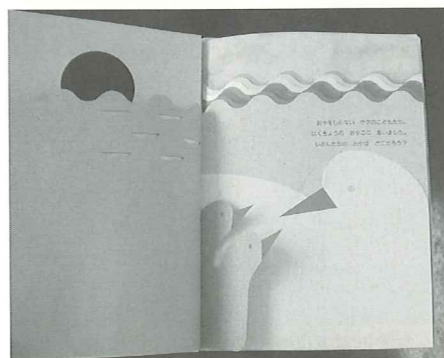
制作の優先順位においてはコスト削減と納期短縮が一番最後です。もちろん常にそれに追われていることは事実ですが、これらは『最低限』意識し、極力品質を落とさずに制作していきたい。まず優先させたいのは、それを使う人やもらった人がどう思うか、1枚の紙にどのようなインキでどう印刷し、抜きや折り

で形をつくっていくか、おもしろいものがつくれるか、ということだ」

30名の社員の中には、60代、70代にもなる職人が4名いる。それぞれ印刷、抜き加工、貼り／折り加工、それ以外の加工を専門分野にする4名だ。色映り、後加工、納期対応などで窮した時、彼らは通常の製造工程では不可能に近いことでも「規定外の加工」で解決させるといふ。20代、中堅と三世代



入賞カレンダーのアートディレクションを行ったデザイナー駒形克己氏の絵本。青系の色紙がベースの海に登場する生き物はそれぞれの色とかたちで立体的に表現されている。



で構成される同社では、「GREAT IDEA TAKES SHAPE 創造が形を創る」というスローガンの下、常に「1枚の紙をどう加工すればおもしろいものができるか」ということを念頭にデザイナーを含めて制作にあ