



絵画のような上質な青の世界

まっすぐに走る水平線が目飛び込んでくる柏本郷司氏のポスターは、包み込まれるような心地よさと、絵画のなかに紛れ込んだかのような不思議な感覚が共存する。「青」という狭い色相の中での豊かな色彩の創出をめざした柏本氏に、今回のトライアルについて話を伺った。

柏本郷司



——制作コンセプトをお聞かせください

普遍的な風景を表現するのがテーマでした。日常的に制作している広告などの商業印刷物の世界から一度離れて「普遍的な風景ってなんだろう？」と考えた時に頭に浮かんだのが水平線でした。水平線が広がる風景を「青」という狭い色彩の中で表現すると同時に、そこにあらわれる微細な色の差異を通して何かを表現したいと考えました。

——ポスターに配置された「HELLO」「IMAGINE」の言葉にはどんな意味があるのでしょうか

どちらも言葉どおりの意味です。ポスターのなかに、別の写真をはめ込んで構成した海から空に向かう帯状の部分がありますよね。これは「道」のイメージなんです。少し抽象的になりますが、水平線という二次元に、海から空に向かって走る1本の道を加えると三次元ができます。その世界を「IMAGINE＝想像しよう」というのがひとつ。さらに、人生って、節目の選択で未来が変わっていきますよね。だから、あなたが選択した道へ「HELLO＝ようこそ」というわけです。未来に向かういろいろな選択肢を、海から空に向かって延びる架空の道で表現しています。

——青を選んだのはなぜですか

いちばんの理由は青が好きだからです。自然のなかで青いものと言えば空と海ですよね。だから今回のポスターのモチーフにしました。ただし、単に「青」と言っても色の数は無限にあります。このポスターに使用した写真は、北海道からサイパンにいたる5ヶ所で撮影した写真ですので、当然、空と海の色合いとか波の様子が違います。ポジの色調もそれぞれかなり違います。通常だと、これらの写真をいかに美しく印刷するかが課題になるわけですが、今回はそうではなくて、あえて絵画的な表現にすることで、ある種の象徴的なビジュアルをつくらうと決めました。自然の風景でありながらもどこか人工的で、ある種の作為を感じさせるものにしたかった。だから自然界によくある群青系の色調ではなく、人工的な印象が強いターコイズ系の色を基調にしよう決めました。しかも写真では想像できない、オフセット印刷ならではの青の世界が表現できたら面白いと思ったんです。

TVCFからグラフィックまでリクルートの広告を多く手がける柏本氏。オフセット印刷に対して、どのような可能性を期待しているのだろうか。

——トライアルの過程での発見はありましたか

4色目の効果でしょうか。スタート時は、青色系3色のトリプルトーンの構成でしたが、それだと色に深みが足りない。で、プリンティングディレクターにそう言うと、赤色系の色を加えて色の深みと立体感を出しましょうと提案されました。この4色目は赤紫色ですが、この版を追加した次のテスト刷りは、僕が想像だにできなかった色の深みを感じることができました。日常ではプロセス4色の印刷ばかりなので、この経験はとても貴重でした。

そもそも日本人ほど色の差異をちゃんと認識できる民族は他にはないですよ。微妙な色の差異を見分けられるから、あれほど色の名称も多いわけです。だからこそ、僕らもつくり甲斐があるんですよ。

——色調の異なる写真を統一的な色調に変えることが課題となりました

当初、5枚のポスターを計15種類の色チップで指定していたのですが、これだけバリエーションがあると、それぞれのポスターの色がかなり違ってくるのがテストの途中でわかってきました。1枚1枚のポスターが個性を主張するのではなく、5枚全体がひとつの世界観でまとまるようにしたかったので、空と海の基本色を統一するように軌道修正しました。でも全く同じ色にはしたくありませんでした。全体的な印象は同じような色でありながら、元の写真がそれぞれ異なる地点の海であるように表現して欲しいと。製版技術者にはとても難しい注文だったと思います。仕上がりにかなり満足していますし、まだまだ僕の知らない色の表現の仕方があるんだなあ、と痛感しました。

——厚みのある印刷という視点はどのように

考えてみれば、インキの厚みなんてミクロの世界の話でしょう？なのに厚みを感じるなんて不思議ですよね。反面、その物理的な薄さのおかげで紙質の素材感が生きてくる部分もある。このポスターの場合、インキだけでなく、最後に印刷したパールニスにさらに厚みを感じる効果を果たしているようです。今回はインキを厚く盛ることが必要と思われたので、インキが盛れて、印刷再現性が高く、しかも風合いがある紙ということでヴァンヌーボを選びましたが、紙の選択によって表現は大きく変わります。この辺りの掛け合わせの妙は、日本のグラフィックデザインには非常に巧さを感じます。

——柏本さんにとってオフセット印刷とはなんでしょう

映像の仕事などと比べると、ひとつのアイデアが最終的に薄くならないで定着する可能性が高いメディアです。学生の頃から親しんでいることもあって、僕にとってはいちばん愛着が深いメディアです。なかでもオフセット印刷は最も多用している印刷技法で、毎日のように関わっています。それでもまだまだ



リクルート「卒おめ2006」
新聞広告
※この見開きすべて



知らない奥深さがオフセット印刷にはあります。印刷って、プロセス4色のようにはあらかじめ用意されている表現だけじゃない。インキの調肉、ニスの効果、補色の効果、用紙の選定……。印刷表現の可能性は本当はもっとたくさんあるのに、残念なことに、僕たちは出来ないと思いついてしまっているみたいですね。

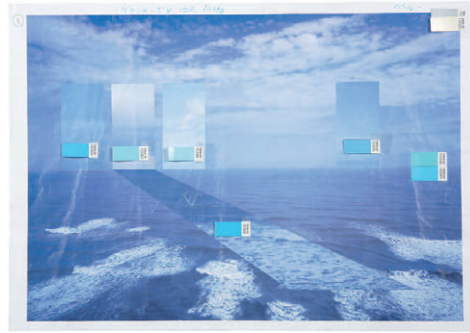
——印刷会社に対しての要望はありますか

僕は印刷物を作る仕事をしています。こうした日常業務を振り返ると、もちろん時間やコストの問題や、自分が試していないだけということもあるでしょうが、印刷物の表現の可能性を示唆してくれる人が周囲にいないという場合が多いのではないのでしょうか。プリンティングディレクターや製版技術者など印刷現場に携わっている方からのアドバイスによっては、もっと印刷の可能性は広がっていくように思います。僕たちが入稿した指定通りに仕上げるだけでなく、場合によってはどんどん変化して、最終的には別なものになっていくことがあってもいいと思う。表現の共謀者として一緒にものをつくりあげていく、そんな関係がもっと強くなっていけば、もっと楽しい世界が広がるんじゃないでしょうか。

■ ■ ■ スタッフより

柏本氏の作品づくりでは、版の設計が最大の難関でした。入稿されたポジはそれぞれ色調が違うので、これを製版でターコイズブルー系の色調に変えていくことと、濁りのない清澄な色で写真の階調を表現することが求められたため、特色3色によるトリプルトーンをベースにした設計を行うことにしました。まずは柏本氏が指定したカラーチップを参考に、ブルー系3色の掛け合わせによるチャートを作成。これをトリプルトーンの3版に見立てて、色調をシミュレーションしながら製版していきました。全色特色の設計なので、各版を便宜的にCMYKのチャンネルに置き換えて調整することに。写真のトーンを見ながら、チャートを参照に製版していきました。最終段階で赤紫色の版を加えて、色の深みを増すと同時にメリハリを出し、さらにパールメジウムを混ぜたニスを印刷しました。製版テクニックの醍醐味と、その効果をあらためて考えさせられたトライアルとなりました。

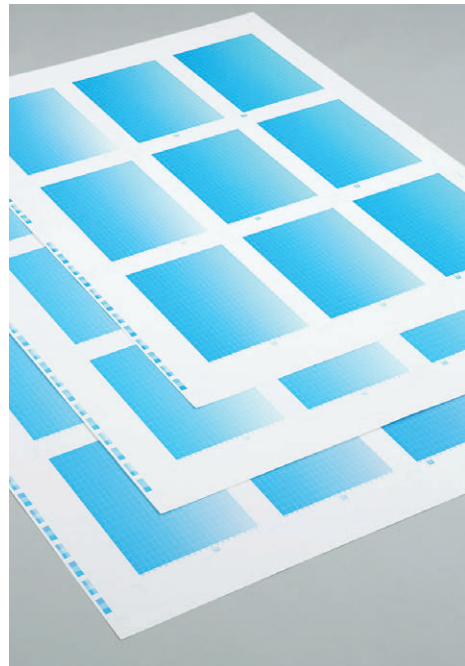
青色の深みと清澄さの追求



1

写真の色調を変える

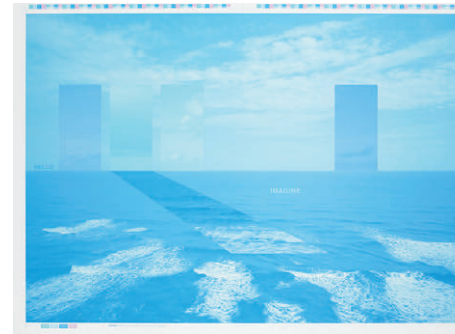
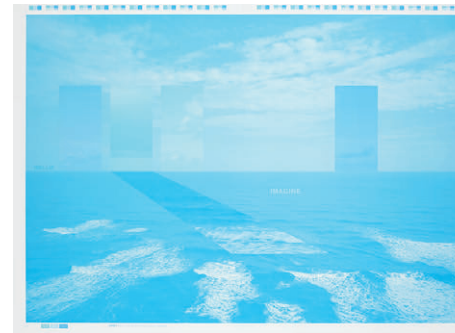
柏本氏が用意した指定紙とカラーフィルム。この美しい写真を製版ワークで、指定紙に添付されたカラーチップの方向に色を変えていく。



2

特色設計の指針づくり

特色設計の基礎となる特色3色の掛け合わせチャート。このチャートを参照しながら、入稿された写真の階調を柏本氏の指定色に近づけていく。



階調に奥行きと深みを出す

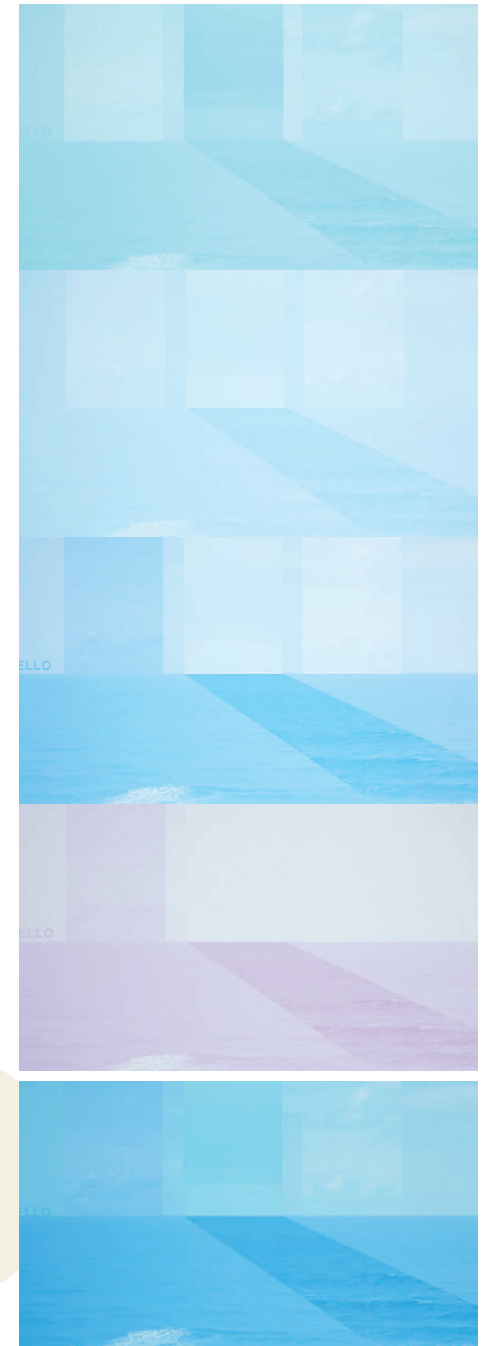
特色3色のトリプルトーンだけでは色に奥行きと深みが足りない。そこで、赤紫系の色を加えて階調に奥行きと深みを出した。さらにパールメジウムを混ぜたニスで、全体のボリューム感を増した。

3

仕上がり

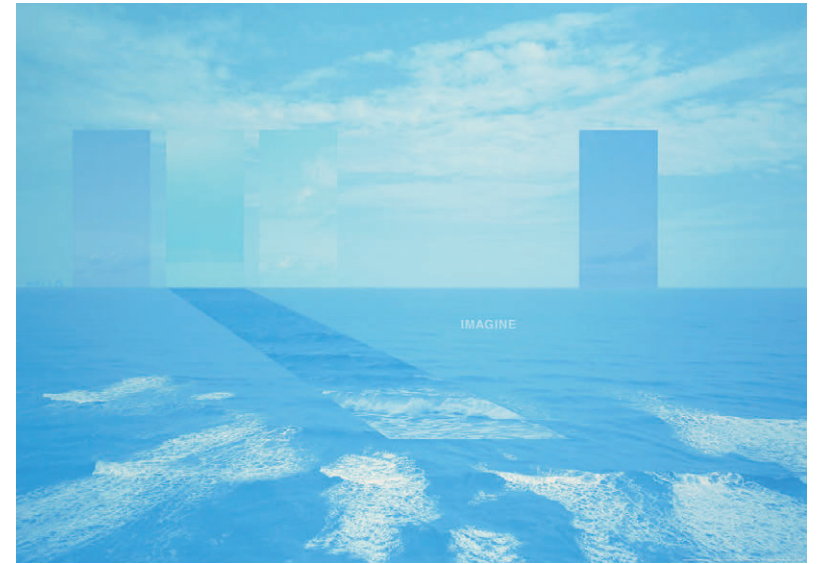
柏本氏のポスターはこのような特色4色で印刷されている。プロセス4色での表現に比べ、色の濁りが少なく爽やかな色調に仕上がっている。

4

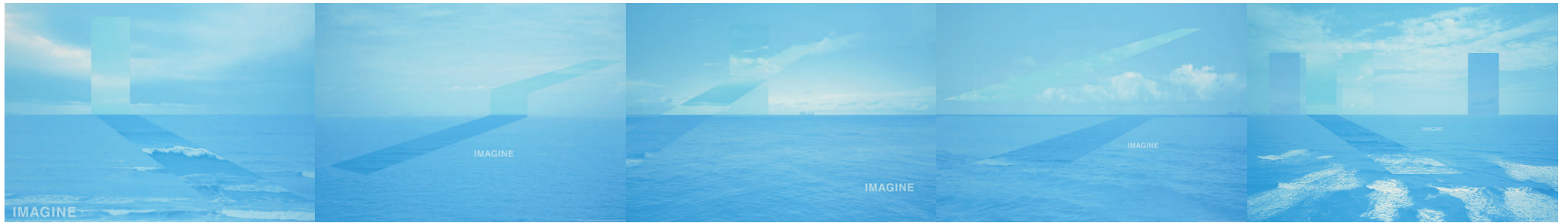




c



e



a

b

c

d

e

a. b. c. d. e. すべて用紙：ヴァンヌーボV / ホワイト 四六判 180Kg 版の構成：特色4色→グロスニス+パールメジウム