

見直される活版印刷—活版TOKYO2017 クリエイティブの領域で新たな魅力

活版印刷の歴史は古い。写植やDTPといった技術進展により、その姿を見ることが少なくなった活版印刷だが、金属や木に文字や絵柄を彫り込んでハンコ状にし、塗料を塗って印刷するその手法は8世紀に刷られた百万塔陀羅尼から、グーテンベルグの活版印刷術の発明へと繋がっている。まさに印刷技術の原点の一つだが、デジタル化、機械化の波を受け、活版印刷による印刷物を目にする機会は減った。

その活版印刷がここ数年、見直されている。これまでの活版印刷は、紙媒体の情報伝達のために大量生産するための手法という位置付けだったが、今は独特の書体や紙に印刷された時の風合いにこだわりとぬくもり、そしてデザイン性を感じるデザイナーやクリエイターの支持を集めている。

こうした新しい活版印刷の流れの中で、活版印刷のイベントも開催されるようになった。今年で3回目となる「活版TOKYO」が7月14日から16日までの3日間、東京都千代田区の神保町三井ビルディングとテラススクエ



アを会場に開かれた。

同イベントは、活版印刷を手掛ける株式会社真映社の角田光正氏が代表を務め、活版印刷に関わる会社や工房が実行委員会を構成する。歴史ある活版印刷の技術を後世に残したいという想いと、多くの人に新たな使い道や、表現の幅を広げるものとして知って欲しいという想いからスタートした。

会場では普段出会うことのない印刷に関わる作り手と、印刷や紙に興味のある人が直接出会い、より身近に活版印刷の魅力を感じて、触れる場として、また、これからの活版の在り方を様々な形で発信する場となった。

金曜日にテレビ番組でも取り上げられ、土曜・日曜の会場はすれ違うのも大変なほど来場者で賑わった。見どころの一つは、「活版



連日多くの来場者が訪れた活版TOKYO2017・活版マーケット



コーヒーペーパーと活版印刷を掛け合わせたコーヒーペーパーショップ

マーケット」。活版に携わる「作り手」と来場者が対面で話をしながら、作品が生まれた背景や紙のこと、そして作り方などを聞きながら購入することが出来る。ただ買うだけでなく、作品を手にとって、その特徴を知ることが出来るのが魅力となっている。身近なようで意外と知る機会の少ない活版印刷について真剣な眼差しで聞き入る来場者が目立った。

出展社も多種多様で、活版印刷を生業とする人から、レター用品を制作、販売する会社、手作り製本や豆本制作などハンドメイドの商品を提供する店舗、そしてデザイン会社内の有志でグループを作って活版印刷商品を販売する若者たちが、活版印刷の作品を販売した。

活版印刷の商品販売だけでなく、コーヒーショップと活版印刷ショップ、福祉施設が共同出展し、コーヒーを抽出したカスや牛乳パックを再利用したコーヒーペーパーに活版印刷を施したブックマーカーなどを販売、活版にプラスアルファ手作りの紙を付加することで、ストーリーを生み出し、商品価値を高めるものとして販売されていた。変わり種では活字をばら売りし、ハンコにするサービスを提供するブースがあり、多くの来場者が好きな活字を求めて文字を拾う姿が見られた。

“活版”を共通言語に年配者と若者が交流

注目すべきは、年配者と若者の参加者も多

く、年齢の壁を超えてコミュニケーションを交わしているところだ。

絶対数では活版印刷の仕事は少ないものの、感性に訴える仕事を手掛ける人やアーティストが活版印刷で作品や名刺を作りたいという要望が非常に強い。ポストカードやしおりを販売していた女性に話を聞くと、活版印刷の独特の風合いや文字に魅力を感じるという。ただし、昔のように凹凸をあまり付けずに印刷する技術は不要で、むしろ凹凸を出すデザインが今の主流となっているそうだ。その要因としては、凹凸をデザインとして取り込む傾向にあることもそうだが、もう一つ、活版印刷の技術の伝承がまだ途上であることが出展社へのインタビューで分かった。「機械は持っているけれど、版を組む技術がないので、文章などは印刷できていない」という。そうした若い人たちが、同じく出展する活版印刷の職人に話を聞いたり、別会場の展示会で活版印刷により製作された様々な印刷物に触れることが出来るのも魅力だった。

土曜日と日曜日のみ開催した活版展示会では、東京・八丁堀の活版印刷会社の弘陽と活版塾が、組版や活版印刷による実例を紹介したほか、研究社印刷が辞書の組版や、活版印刷所の風景を展示。印刷博物館印刷の家友の会が活版カルタの展示と活版カルタ大会を実施した。活版技術をこれまで継承し続けている有名企業が手掛けた作品の数々は、組まれ



活字を販売したFIRST UNIVERSAL PRESS



活版印刷体験コーナーには長蛇の列ができた

た活字だけでも価値を感じさせる。改めて活字・活版の力を見せつけているようでもあった。

「喫茶店」テーマに地域活性

3回目となる活版TOKYOのテーマは「喫茶店」。神保町の街との繋がりも深めたいという考えから設定した。当日はテラススクエアに購買部「カッパンパーラー」を開設し、コーヒーを飲みながら「クラフトキャスト」によるエンボス封筒作りや、イニシャル入りレターヘッド印刷、活版ぬりえが体験できるコーナーを用意。子どもも楽しめる企画で盛り上がった。また、イラストレーターや漫画家、アーティストなど様々な分野で活躍する人の作品を活版印刷で表現したらどのような効果が現れるか、その印刷表現の豊かさを多くの人に知ってもらい、活版印刷をもっと使って欲しいという願いから「Hallo Kappan！クリエイター×活版印刷」を企画し、喫茶店をテーマにした作品を展示した。

会期前にはフリーペーパー「おさんぼ神保町」とコラボレーションし、「神保町 喫茶店の活版コースター」を作成。神保町の喫茶店13店舗のいずれかを利用した人に活版コースターを配布した。3日間だけのイベントに留まらず、その前後も含めた企画を用意することで、地域の店舗の活性化にも一役買っている。

文字文化の伝承と新たな価値の創出へ

活版印刷は大量の印刷物を製作する技術から、新しい価値を生み出す技術へと変化している。鑄造された金属活字だけでなく、樹脂版の品質が向上したことで、大きな設備を必要とせずに活版印刷ができる環境も整っている。その流れから、名刺や結婚式の招待状など、印刷物そのものに高級感を持たせたり、こだわりを演出するために使われる機会も増加している。印刷会社が手放した活版印刷機と活字を引き取り、独自のデザインやアイデアと組み合わせて活版印刷による印刷物を提供する若者も増えている。

こうした新しい活版印刷の世界が広まりつつあるが、印刷業界としてはその原点を抑えた上で、改めて広く活版の魅力若き人たちに



弘陽が手掛けた活版印刷による印刷物が多数展示された(上)、イラストレーターとイラストレーションの凸版印刷に挑戦した(右)



へと伝えていきたい。

9月は印刷業界が一般社会の印刷産業への認識を深め、理解の促進を図ることを目的に各種PR活動などを行う「9月 印刷の月」が控えている。「印刷の月」は、日本の活版印刷の先駆者である本木昌造を偲び、その命日である9月3日を含む9月1日から7日までを「印刷週間」として設けたのが始まり。その後、日本印刷産業連合会の設立を契機に拡大発展し、「9月 印刷の月」がスタートした。

長崎県印刷工業組合本木昌造顕彰会が一昨年製作した『本木昌造の足跡』によると、本木昌造は1824年生まれ。1834年にオランダ通詞であった本木昌左衛門の養子となって、自身もオランダ通詞になる。1848年に通詞仲間とともにオランダから蘭書植字版、印刷機を買い入れ、1851年に流し込み活字を案出。辞書『蘭和通辯』を刊行する。1854年にはペリー2度目の来日に伴い、下田でロシア使節の通訳を務める。翌年は海軍伝習所の伝習掛となり、甲比丹ドンケル・キュルシュス、医師のファン・デン・ブルグについて、分離、測量、算術、石炭から鉄製造などを学び、活字判摺立方摺立掛を命じられる。同年、造船・海運の由緒書を提出する。1856年に文法書シンタクシスを刊行。翌年、英和対訳商用便覧を出す。また、活版技師のインデルマウルが新製植字の仕法を伝授する。その後も数々の

書籍を刊行し続けた。そして、1869年に活版伝習所を設立。ウイリアム・ガンプルを招き、電胎鑄造母型による活字鑄造法を習得する。1870年には、日本初の民間活版事業となる新町活版所を創業。明朝鑄造活字を使用し、『保健大記』を刊行する。この年に長崎新塾出張大阪活版所、横浜の活版所、京都の『點林堂印刷所』を相次いで開設。翌年、東京にも木幡活版所を開業した。

同氏の足跡を振り返ると、出版、文字文化とともに活版印刷があることが分かる。こうした歴史を踏まえて、活版TOKYOに見られるような活版印刷の新しい魅力の探求、価値の創出が期待される。



豆本「雨ニモマケズ」(挿絵、製本 赤井都)と原版