



ペーパーエンジニア  
立体絵本作家

## さくらい ひろし氏

PROFILE 1967年、東京生まれ。高校のデザイン科を卒業後、「飛び出す絵本」などのポップアップを専門にデザイン・制作する会社に入社。2001年、フリーランスとなり、2008年に株式会社PASFを設立する。各出版社の飛び出す絵本や、企業の販売促進物、テレビCM、テレビ番組などで使用されるポップアップ作品を数多く手がける。さらに、児童雑誌の付録デザイン、ペーパークラフト指導、人形劇などの演出アドバイス、ワークショップの主宰など、現在、多方面で活躍中。

## 多くの人に“飛び出す”驚きを。 子供たちに“知る喜び”を伝えたい。

### 予備知識なく入社した制作会社で 「ポップアップの達人」と運命的な出会い

**編** 外見は一般の住宅と変わりありませんが、玄関を入ると、黒く塗られた板張りの床や黒光りした太い柱など、シックな室内空間が広がっています。このような落ち着いた環境の中で、飛び出す絵本などのポップアップ作品を創作なさっていると意外でした。現代的なマンションの一室で仕事をされているとばかり思っていたので(笑)。

**さくらい** 生まれも育ちもここ荒川区町屋なんです。15年ほど前までは、練馬、板橋、船橋、そして浅草と、自分の気に入った場所を見つけては転々としていました。友人と連れ立って、場合によっては一人で、お酒を飲み歩くのが好きだったんです。とくに浅草は、気に入った飲み屋さんが何軒もあり、とてもいい街でした。

**編** それがどうして、再び生まれた街へ？

**さくらい** 父が亡くなり、家を継ぐことになって生家に戻ってきたんです。父はこの場所でずっと珠算塾を経営していました。

**編** この古風な雰囲気は、いかにも“昭和の塾”という感じがすね。

**さくらい** 祖父が大工の棟梁をしていて、この家を建てたのも祖父なんです。築70年以上経ってかなり老朽化していたのですが、取り壊してしまうのはもったいないと、できるだけ柱や梁などを残してリフォームしました。柱には、子供の頃に私がつけた懐かしいキズも残っています。私はソロバンにはまったく興味がなく、珠算塾を継ぐ気持ちもありませんでした。むしろ、祖父がやっていた大工の仕事に憧れていましたね。

**編** 安直な発想かもしれませんが、飛び出す絵本などのポップアップ制作も、どこか建築の設計に似たところがあります。さくらいさんが現在のお仕事に就かれたのも、潜在的にはお爺様の影響が大きかったのかもしれませんがね。“飛び出す作品”の前には、当然、平面のアートの世界を経験されていると思いますが。

**さくらい** 子供のころから美術に興味があり、絵やイラストを描いたりすることが得意だったので、高校はデザイン学科のある学校に進みました。商業デザインの分野で仕事してみたかったです。

**編** 就職活動は、デザイン会社を中心に？

**さくらい** まずは何となく玩具メーカーを受けてみたのですが、こちらがあまり真剣でなかったせいか、採用されませんでした。

ちょうどそのあと、学校に、飛び出す絵本などのポップアップを専門に制作する会社の社長さんが訪ねてこられて、直接お話をすることがあったんです。面談で社長さんが私のことや作品に興味を持ってくださり、学校の先生からの推薦もあり、とんとん拍子で話が進みその制作会社に入社することになりました。ですから、当初はポップアップについて何の知識もなく、特別深い関心があったというわけでもなかったんです。

**編** それで、仕事を始めてみたら面白くなったと。

**さくらい** 会社の先輩社員の中にポップアップづくりの達人がいて、その方の手がけた作品が素晴らしかったんです。柔軟な発想と巧みな設計に、理屈抜きで、とにかく感動しました。絵の動かし方や場面の構成などもみごとで、しかもいち場面がよくできているだけでなく、それらが自然につながっていき、1冊の本として説得力があった。何度も開いたり閉じたりして読み返したくなるような、とても素敵な絵本だったんです。この先輩作家はいまも現役で活躍されていますが、この方が制作した飛び出す絵本は、名前を伏せていてもすぐにわかります。私にとってはそれぐらい影響力のあった方であり、密かに創作の師と仰ぎ、いまでも大きな目標にしている人なんです。

### 予算や仕様の制約があることで 新たな発想や工夫が生まれてくる

**編** ところで、飛び出す絵本のルーツはかなり古いものらしいですね。

**さくらい** 14世紀に出版された、羊皮紙に描かれた占星術の本が元になっていると聞いています。日本にも江戸時代に『立版古(たてばんこ)』という、絵を切り抜いてジオラマのように見せる、飛び出す絵本に似たものがありました。飛び出す絵本が現在のようになつたのは、20世紀になってからのようです。アメリカの出版社が、ページを開くに連れて絵が立ち上がる仕組みを考案して『ポップアップ』と名付けました。作家としては、ローター・メッケンドルファーやアーネスト・ニスターなどがポップアップの黄金期をつくり、現在では、ヤン・ピエンコフスキーやロバート・サブタといった人たちが活躍しています。サブタは『紙の魔術師』と言われる作家で、10年ほど前、彼が『不思議の国のアリス』の飛び出す絵本を制作して話題になり、そのときに来日して紹介されたことがきっかけで、日本でも飛び出す絵本がブームになりましたね。

**編** さくらいさんが注目している海外の作家は？

**さくらい** 私が好きなのは、デビット・A・カーターです。仕掛けが意外性に満ち、絵本としての美しさやユーモアに溢れているところに魅かれます。

**編** 飛び出す絵本がブームになり、書店で買える絵本ばかりではなく、1点物の作品をコレクションする人もいそうですね。

**さくらい** ポップアップ作家は、大別すると、1点物の作品を



創作して個展などで発表する芸術家タイプと、主に出版社や企業からの依頼によって絵本や販促物をつくる商業的なクリエイターに分かれています。私は、依頼を受けて制作するタイプ。大人も子供も含め、一人でも多くの人たちにポップアップの“驚きの世界”を体感してほしいと思っているからなんです。

**編** 出版社や企業からの注文の場合、1点物の制作とは違い、さまざまな制約があるかと思います。それが創作の足枷になるということはありませんか。

**さくらい** 確かに1点物の制作では仕上がりサイズやコストに制約がありませんから、自由な発想で個性を発揮できるということはあるでしょう。一方、絵本などの出版物となると、ページ数や本のサイズ、紙の厚さなどが決められることで、絵や仕掛けの設計にも制約が出てきます。でも、それらの制約は創造力を阻害するものではないと思っています。むしろ制約があることで新たな発想や工夫が生まれてくる。“やってみよう”という意欲も沸き、かえって、自分ならではの個性を発揮できると思うんですね。

**編** 出版社などからのオーダーに対して、一番注意されているのはどんなことですか。

**さくらい** 出版や印刷に関わっている皆さんはよくご存じのことでしょうが、実際の制作にあたっては、事前のスケジュール管理が最も重要になります。飛び出す絵本などの出版物は、



クリスマスなど特定の記念日の商材として販売されることが多く、その発売日を見越して全体のスケジュールが組まれます。つまり上流部で仕事をしている私たちの責任は重大で、絶対に仕事を遅らせることはできません。とにかく自分の締め切りを守る。幸い私は今まで一度も締め切りに遅れたことはありません。これだけは自慢できますね(笑)。

## ビルを立ち上げるなら縦目 ケーキを飛び出させるなら横目

**編** 1冊の絵本をつくるとき、実際、どのような流れで制作が進んでいくのですか？

**さくらい** 制作にあたっては、まず、どんな絵本にするのか、全体のテーマ、コンセプトづくりから始めます。私が温めていたテーマをこちらから提案する場合と、前もって編集者から提案される場合があります。テーマの設定と同時に行なうのが、ストーリーづくり。そしてそのストーリーに合ったイラストレーターや画家の選定に入ります。

**編** たくさんのイラストレーターの中から、大変な作業ですね。

**さくらい** 絵のタッチはとても重要なんです。同じ設計のポップアップでも、描く人が違うと、まったく別物のように見えてしまうんですね。この段階で、編集者と徹底的に意見を交わします。絵本づくりでは、編集者とイラストレーターの存在がとても大きいんです。

**編** 絵のタッチが決まったら、さくらいさんの実作業が始まると。

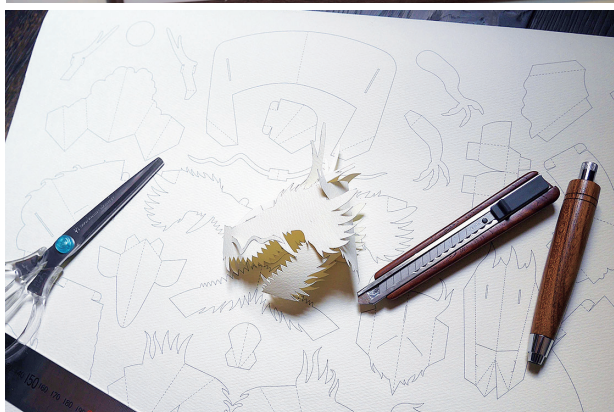
**さくらい** ストーリーに沿って、いよいよポップアップの設計に入ります。簡単な仕掛けはパソコン上で行ないますが、複雑なものは、やはり実際に紙を切り、折り込んだり、立体をつかって動かしてみたりします。このときの試行錯誤から新たなアイデアが湧いてきて、私だけのオリジナルな仕掛けが生まれることもあります。

**編** パソコンの画面や頭の中での作業だけでなく、やはり手を使うというのは大事なんですね。そうしてあれこれ考え設計が決まったら、そのあとは？

**さくらい** 仕掛けの設計を展開図に起こし、その展開図に合わせてイラストレーターに絵を描いてもらいます。そして、絵が入った展開図を元に抜き型を、いわゆる“刃型”というのを製作します。

**編** 最終的にはリアルな紙の本となるわけですから、紙質や斤量も大切な要素になりませんか。

**さくらい** 重要ですね。紙の厚さは、本の判型やページ数に基づいて決めます。紙厚によって、仕掛けの立ち上がりがよくもなり悪くもなるので、絵本の仕上がりを想定して慎重に選びます。同時に、“紙目”にも注意します。例えば、ビルが飛び出す設計をしたとすると、そのパーツの紙目は縦目でないといけません。逆に、ケーキのように円形に丸まって横に広がる場



「龍」



『ポップアップ絵本 おしゃかさま』鈴木出版



合は、横目の紙を使います。そうすると変に突っ張らず、自然な丸みを帯びて広がってくれるからです。そうした効果の面にも、コストの面にも大きく影響してくるので、使用する紙は、編集者と打ち合わせながら、ときには印刷会社からアドバイスをいただいて、慎重に選定します。

**編** 絵が入った展開図が印刷されると、次はいよいよ加工ですね。

**さくらい** 絵柄がパーツごとに断裁されページごとに組み立てられ、製本されていきます。パーツの設計や絵柄の切り抜きなどは自動化できても、各パーツを貼ったり組み立てたりするのは、人の手で行なうしかないんです。1ページずつ、1冊ずつ、作業を分担しながらいいに手仕事でつくられていきます。

**編** そうして完成した飛び出す絵本は、超アナログな仕掛けなのに、ページを開くたびに、ついつい大人もわくわくしてしまいます。

**さくらい** CGによるバーチャルな3D画像などに比べ、直接多くの人の手を介しているぶん、作業をする人たちの思いや温もりが、紙や印刷を通じて読者に伝わりやすいということがあるのかもしれないね。

**編** 各パーツを貼ったり組み立てたりする作業は、国内で行なわれるのですか？

**さくらい** やはり人件費の関係で、海外で制作されるケースが増えています。しかし品質的にはまったく問題ありません。以前、中国の工場を視察したことがあるんですが、きちんとチームをつくり、1冊の絵本を、効率のよい流れ作業で組み

立てていました。見開きの場面ごとに、みなさん凄い集中力で黙々と作業しているんです。各チームには責任者がいて、仕上がりをきちんと検査し、合格・不合格の判断を下していました。これら一連の作業は機械で行なうことができませんから、まさに1冊1冊、場面場面、熟練した手業によって仕上げられるわけです。

## 動く物すべてが仕掛けのヒントに 大好きな動物園はアイデアの宝庫

**編** ポップアップの仕掛けを“発想する技術”みたいなものはあるのでしょうか。

**さくらい** ポップアップを制作するにあたっての知識や技術は、これまでの経験によって蓄積されているので、あまり気を遣うことはありません。ポップアップでは、動きを生み出すための基本的なパターンがあり、それに則して進めていけば、ある程度まではつくることができます。あとはその基本形を、いかに効果的に組み合わせるか。この組み合わせがうまくいくと、それほど複雑でないのに斬新な仕掛けに見える場合があるんです。

**編** 武術ではありませんが(笑)、必殺技的なものはあるんですか。

**さくらい** ポップアップ作家はたいてい独自に創作した仕掛けを持っています。私もいくつかオリジナルのパターンを考案しました。そんなオリジナリティーを出せるようになるには、単に経験を積むだけでなく、毎日の試行錯誤の繰り返しが必要に



『ポップアップ絵本 おしゃかさま』鈴木出版



なります。それで独自の仕掛けを考案できたからと言っても、それだけではいけません。仕掛けありきではなく、肝心なのは使いたいところ。絵本のストーリーに沿って、その仕掛けを、どの場面でもどのように使うかが重要なんです。

**編** そうした発想を磨くために、何か努力なさっていることはありますか？

**さくらい** ポップアップを創作する上でキーになるのは“物の動き”です。だから私は、身近な家電製品や、クルマを始めとするあらゆる物の動き方に、つねに目を向けるようにしています。とくに動物には、ポップアップをつくる上でのヒントがたくさんありますね。私は元々動物園が好きでよく出かけるのですが、キリンの首やゾウの鼻の複雑な動きなど、見ていてまったく飽きません。無意識のうちに、絶えず変化し続ける彼らの動きを、紙の上での動きに置き換えながら眺めているのかもしれません。

### 子供に“子供だまし”は通用しない シンプルで面白く、心に残る作品を

**編** お仕事を始めた頃に比べて、いま現在のさくらいさんが、制作過程で、より気を遣うようになったことはありますか？

**さくらい** ポップアップ作品の中でも最近はとくに、幼児や子供たちを対象とした飛び出す絵本をつくる機会が増えてきました。そんな中で実感しているのは、子供に“子供だまし”は通用しないということなんです。先ほどもお話したように、ポップ

アップには基本形があって、それを上手に組み合わせればある程度のカタチにはなるので、ついつい、もう少しもう少しと装飾を派手にしたり複雑な仕掛けを多用したり、見る人の気を惹くことにとらわれてしまう危険性があるんです。企業の販促物ならともかく、絵本で、子供たち相手にそんな過剰な表現は通用しません。私が目指しているのは、仕掛けが複雑であろうと単純であろうと、一目見て面白く、子供たちの心に届き、いつまでも記憶に残るものをつくること。また、見た目のシンプルな面白さだけでなく、仕掛け自体に耐久性があり、何より安全であることを心がけています。子供たちに、いつでも何度でも安心してページを繰ってもらいたいですからね。

**編** ポップアップ作品を通じて、どのようなことを伝えていきたいとお考えですか。

**さくらい** 私は、飛び出す絵本を、知育教材の一つと考えています。ポップアップは、子供たちに、驚きを通して“知る喜び”を伝えるのに非常に有効な手段なのではないかと思います。それで私はいま、出版物の制作だけでなく、各地でワークショップなども積極的に開催して、ポップアップの素晴らしさや楽しさ広める活動をしているのですが、今後はそちらの活動にもさらに力を入れていきたいですね。

**編** 印刷物に驚きや感動を与え付加価値をアップしてくれるポップアップ作品は、印刷業界にとっても心強い存在です。これからも、この“古くて新しい”立体表現を一つの文化として、守り、広げていってください。本日はありがとうございました。



「私たちだって」と、取材中、元気に“飛び出して”きた二匹のワンちゃんたち