

一番言いたいことは、さりげなく

絵本の最後は、ねずみくんのチョッキを引寄せながら
運送するシーン。「ハンドドット」と思いきや、次のページを
開くと奥付の上には伸ばしたチョッキでプランツしているねず
みくんの小さなカットが。「大事なものは買込して、まいる
な片断に隠れているんです。奥付まで丁寧に絵本を見る
子どもたちは大切なことに出会えるんですよ」と中江さん。

最終
ページ



奥付



鉛筆画の濃淡の差を調整

絵は手描きの鉛筆画のため、どうしても日によって濃淡の差が生まれてしまう。そこで印刷の時点で印刷所に、どのページの色の調子もたいたい同じに仕上がるよう調整してもらった。全白になった調子が汚いのはコンピュータ処理で取り除く。

子どもは編集者以上に真剣に読んでもくれる

絵は日数をかけて制作され、さらに同じ動物が違うページに何度も登場するため、絵を描く上野さんがヒガや動物を描き入れることも、子どもたちは細かく、ところまでよく見ていた。「ヒガがな〜」などと編集部に電話や手紙が届く。校正が出てから読み忘れに気づくこともあり、汚や汗もひ、鼻息は、画面ができてあがる担当編集者が大変にチヤウウしている。



読者の心に一番届く形を編集者がアドバイス



いじや自費などの問題に対して、ねずみくんと通じて子どもたちにメッセージを届けたいと思った中江さんは、「ねずみくんのチョッキ」を企画。しかし当初の原稿は、ねずみくんの面白で展開され、文章の多い種類っぽい作品だった。「これでは取組むねずみくんのイメージが狂い、子どもたちが違和感を感じてしまうのでは」と思った村地さんと小堀さんには、もう少し物議風な内容にできないかと中江さんに相談。ねずみくんの開いた口が、ふくらみながらそれに見えるという形で中江さんの書いた絵本を伝える絵本ができた。

制作の際の大きなポイントは、話をシンプルにまとめたこと。物語は、ねずみくんのチョッキを次々と動物たちが着ていくという内容の繰り返したが、「繰り返してこそ子どもたちの興味をひく世界」と中江さん。特徴ある動物たちを登場させることで、「次のページにはどんな動物が出てくるんだろう?」という期待で子どもたちの気持ちをひきつけ、ページをめくる楽しみを生み出した。やがてこの「ねずみくん」は子どもたちの人気者となり、シリーズ化された。

これまで中江さんと一緒に「ねずみくん」シリーズを生み出してきた代々の担当編集者の一人、村地春子さんは、そんな絵本編集者の役割を「読者と作家をつなぐこと」と話す。作家とのやり取りの中で生まれた感動を、絵本でそのまま読者に伝えられるよう、時には文章や絵の見せ方を見直してもらったりすることもあるという。「作家は物語の世界にどっぷり漬かりすぎて客観的な目線を失いがち。そんな時に最初の読者である編集者の意見は無視できません」と中江さん。

ロングセラーを生み出すには、作家のアイデアもさることながら、読者と作家をつなぐ編集者の冷静かつ客観的な視点も必要になってくる。

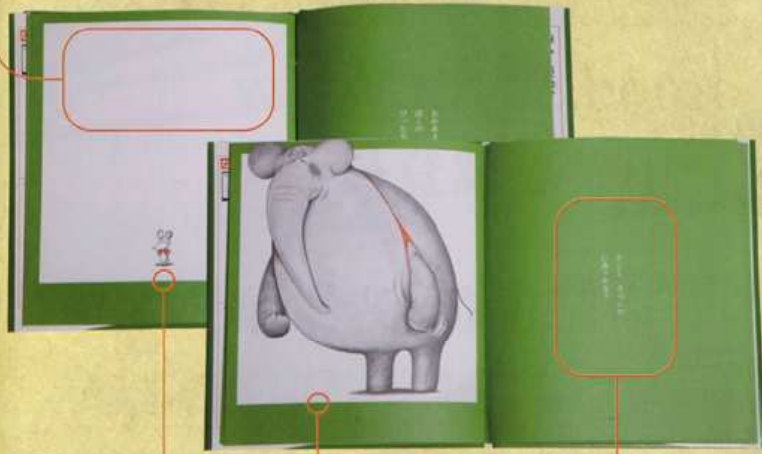
『ねずみくんのチョッキ』

なかえよしを 作、上野紀子 絵
ポプラ社

お母さんに頼んでもらった赤いチョッキを着たねずみくん。あひるくんに「ちよっときせてよ」と言われて貸しました。ところが、つぎつぎ大きな動物があらわれて……。小さなチョッキの運命やいかに。

想像するための隙間を作る

余白を生かしたデザイン。「余白とモノクロの世界は子どもたちの想像力を刺激すると考えています」と中江さん。黒と白を基調にした絵の中で、赤いチョッキが物語の重要な役割を果たす。他の色も極力控え、読者の想像力にまかせている。



絵の周りの枠は舞台

絵の周りに枠を付けたことで、決まったスペースであることを強調。登場するそれぞれの動物の大きさが一目瞭然と比較できる。さらにこの枠は舞台としての役割も果たし、ページをめくることに驚かす出てくる動物にスポットを当てた効果もある。

文字と絵は必ずセット

文章は、絵で表現できない部分を補うために必要。最終版のものにおさえている。「文章と絵は両方合わせて一つ、文けていこうとすることを意識して作品としての絵本ができるんですよ」と中江さん。

シンブルな絵と空間に隠された子どもを刺激する計算式
ポプラ社の「ねずみくんのチョッキ」は、1974年に発行されて以来の人気絵本。シンブルな画面展開、ほぼ白黒で表現された絵は、当時の絵本界では珍しい試みだったという。そんな同書の舞台裏に迫る。



中江嘉男さん(写真中)
博報堂のグラフィックデザイナーを務めた後、退社。絵本の制作を開始し、「ねずみくん」シリーズで一人人気作家となる。

村地春子さん(写真右)
ポプラ社 児童書編集局
入社後すぐに先輩について「ねずみくんのチョッキ」の編集に携わる。現在は主に絵本を担当。

小堀加奈子さん(写真左)
ポプラ社 児童書編集局
入社後から現在まで「ねずみくん」シリーズを担当し、赤ちゃん向けの絵本なども携わる。

中江嘉男さんが「ねずみくんのチョッキ」を出した1974年ごろは、余白を生かしたシンブルなデザインに鉛筆描きの白黒の世界で構成された絵本は、当時ではなかなか見られないタイプのものだった。その原点は、中江さんがグラフィックデザイナーだったころの体験にある。若き日の中江さんが心を奪われた印象的な広告。それは、新聞1ページの全面広告の中に、ポツンと小さく1台の自動車が置かれ、「Think Small」とだけ書かれたフォルクスワーゲンの広告だった。「シンプルながらも強いインパクト、これがレイアウトとアイデアの基本」と衝撃を受けた中江さん。「シンプル・イズ・ザ・ベスト」を心がけながら「ねずみくんのチョッキ」を制作した。