

## 特-2 : イワタ UD フォントの10年

水野 昭

株式会社イワタ  
東京都千代田区岩本町 3-2-9 滝清ビル  
a\_mizuno@iwatafont.co.jp

The last ten years of IWATA UD FONT

Akira Mizuno

Takisei Bldg. 3-2-9 Iwamoto-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0032, Japan

### 概要

家電製品用として開発されたイワタ UD フォントが世に出てから10年が経った。その間、様々な業界・製品で使われただけでなく、用途に応じた様々なバリエーションのUDフォントが開発されるなどUDフォントへの需要はしばらく続きそうだ。その背景には依然として多く存在する文字が見づらいと悩む人々とUDフォントのさらなる可能性がある。今回、その一部を具体例を交えながら紹介する。

### Abstract

Ten years have passed since the Iwata UD font developed for use on home electronics was released. It was not only used on many scenes and products, but many variations of UD font were developed. It seems that the demand of UD font continues for a while. Because there are many people who worry about that the character is hard to read and UD font have more possibility. I introduce some examples in this report.

### 1. UD フォントの意義

イワタは1920年(大正9年)に「岩田活版母型製造所」として設立以来、アナログ・デジタルの違いこそあれ、文字一筋でなんとかここまでやってきた。いま振り返ってみると、あまたな先人たちの努力とお客様のご支援のもと、数々のエポックメイキングな書体を世に送り出してきたわけだが、なかでもUDフォントはその筆頭であり、イワタにとっては無くてはならない書体である。それは、単に見やすい機能を備えたという珍しさだけでなく、書体デザインのあり方に一石を投じた上に、今まで文字にさほど興味を示してこなかった業界や企業に「見やすい文字」があることを気づかせたのだ。もはやイワタという会社の枠を超え、関連業界に新たな潮流を生み出した記念碑的な書体と言っても言い過ぎではないように思う。

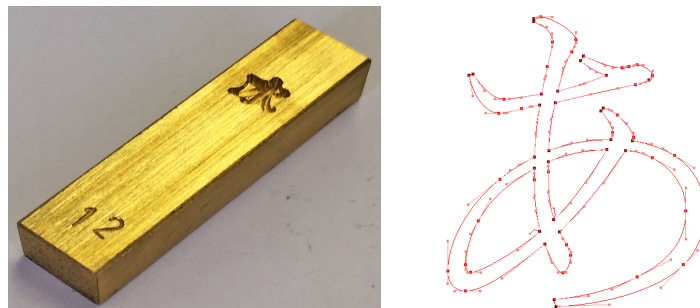


Fig. 1 鉛活字のもとになった母型と現在のデジタルフォント

### 2. UD フォント発売後の反応

イワタは 2006 年春にパナソニック株式会社（当時の松下電器産業株式会社）向けの特注フォントとして UD フォントを開発・納品し、2006 年 12 月に同品を「イワタ UD フォント」として市販化した。事実上のお披露目は翌年 2 月の展示会であった<sup>1)</sup>。当時 UD という言葉の認知度が低く、来場者一人一人に「UD とは」の説明からはじまり、様々な図版を使いながら UD フォントのコンセプトや文字デザインについて理解いただくことに時間をかけた。

当初の心配をよそに来場者の反応は意外なほど良く、多くの励ましと問い合わせをいただき、市場に受け入れられることを確信した数日であった。その展示会にはイワタ以外のフォントメーカーも来場していたのだが、彼らの反応は一転して冷ややかなものだった。「文字は見やすくて当たり前ではないか」とか「そんな書体が売れるのか」など疑問視する声が多かった。それらの言葉の裏には、「書体デザインはプロにしか成し得ない高等技能である。その芸術とも言える文字はデザイナーの血肉の結晶であり素人が口を挟む余地はない」とも言いたげな風であった。（書体デザイナーの名誉のために言うておすが、彼らはみな慎ましく分別のある紳士淑女であり大変な努力家である）

そうした書体メーカーの伝統と慣習に一部逆らう形で UD フォントは作られた。既存の書体をベースにしているものの、多くのユーザの声やテスト結果を文字デザインに反映させており、書体デザインの成り立ちが従来のものとは異なるのである<sup>2)</sup>。こうしてできた書体に対してアレルギーを示す業界人の思いもわからないではない。しかし書体の作り手と使い手との間にいつしかギャップができていたのも事実である。軽薄短小に象徴される今どきの製品に表示される文字は小さくなり、高齢化した人びとの平均視力は落ちる一方だ。そんな現代社会では、文字の見にくさ・読みにくさは多くの人びとがしばらく抱え込んでいた切実な問題だったのだ。イワタが遅ればせながらそれらの問題に気づいたのは、書体の使い手の声に直接耳を傾けてきた長年の企業姿勢と企業努力であったことも要因であったと言えるだろう。

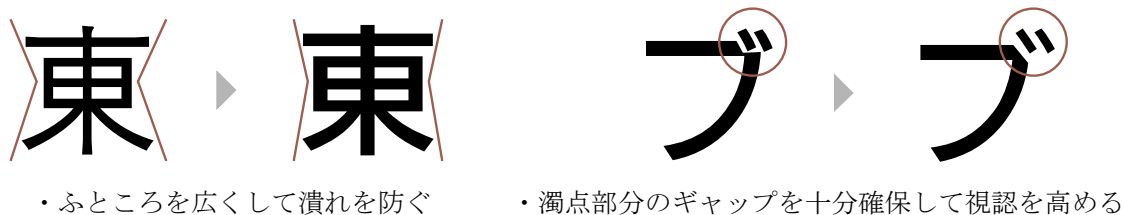


Fig. 2 UD フォントの特徴（一部）

### 3. UD フォントの広がり

発売してまもなく UD フォントは多くのユーザに受け入れられた。当初はリモコンのボタンや家電の筐体に印刷されることを目的にしていたが、UD フォントのデザインが比較的幅広い使用条件と用途に耐え得ることが世の中に認知されるにともない、電気機器以外にも、出版、サイン、食品、金融など思わぬ業界にまで広がっていった。そして発売から 3 年くらい経ったころから他のフォントメーカーからも UD フォントが発売されるようになった。聞くところによると、各フォントメーカーの顧客であるデザイナーや印刷会社から「なぜお宅には UD フォントが無いのか」と言った問い合わせが多く寄せられたそうだ。文字の UD に対しフォントの使い手の方が感度が高かったことがこんなエピソードからもうかがえる。

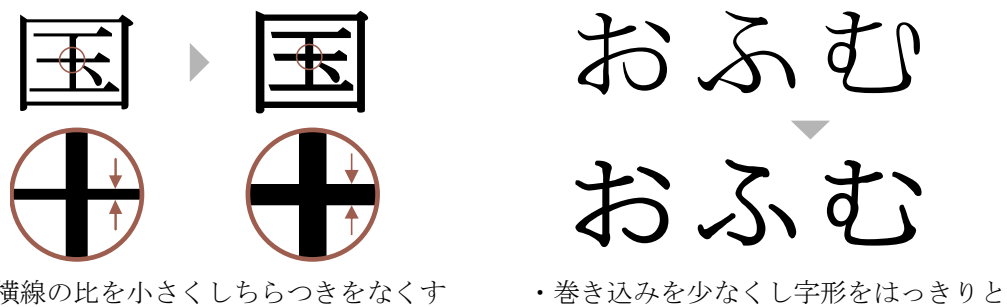


Fig. 3 UD フォントの採用事例（リモコンとタブレット）

#### 4. 新聞用 UD フォントの例

イワタは、その後ユーザの声に応じて様々な UD フォントを手がけてきたが、なかでも多くの時間を費やしたのが新聞用の UD フォント（UD 新聞明朝）であった。新聞は昔から大文字化を繰り返し、文字の見やすさに配慮してきた。しかし文字を大きくするとおのずと情報量が減る。それを記事の内容でカバーしてきたのだが、近年さすがにこれ以上情報量は下げられないとなり、文字そのものの質が問われるようになった。全国どここの新聞でも読者の高齢化は共通の事象であると同時に、文字の UD 化は読者の新聞離れを防ぐための最重要課題であったのだ。

当初イワタが新聞用の UD フォントを開発するにあたり一番の問題は印刷であった。紙の選択や印刷方法をどう工夫しても本物の新聞のようにはいかない。そのため新聞社との共同研究という形で開発を進めた。まず視認性を確保するために文字の太さや骨格、細部のデザインをある程度決めたのち、可読性を検証するために漢字と仮名の大きさのバランスを組み合わせた何百通りもの書体を試作してテストを行った。ただし可読性の判定は原始的で、複数のサンプル紙面を並べて「どれが読みやすいか」を読み手の主観により判定してもらった。書体の候補が絞れてきた後半のテストは本番さながらに新聞を組み、輪転機を使って印刷した（本番同様の印刷状態にするため 1 回のテストあたり 2 万部以上刷ったそうだ）。なぜこのような大がかりなことを行ったかという、文字の読みやすさというのは文字の大きさや書体の種類はもちろん、文章の内容、レイアウトに影響を受けることを経験上知っていたからだ（逆に言えば、どんな状況でも絶対的に読みやすい書体は無い）。UD 新聞明朝は新聞という商品をターゲットにしたものであったから、実際の商品と実際の読者を想定し、できるだけリアリティーのある状況下でテストを行う必要があったのだ。こうした苦労も奏功したのか、いまや全国で 30 以上の新聞で UD 新聞明朝が使われている。



- ・縦横線の比を小さくしちらつきをなくす
- ・巻き込みを少なくし字形をはっきりと

Fig. 4 UD 新聞明朝の特徴（一部）



Fig. 5 輪転機で出力した評価用サンプル

### 5. UD フォントの今後

もともとパナソニックが UD フォントに着手したきっかけは、「文字を見やすく」といったユーザからの声に応えることはもちろんだが、何より家電業界の中で他社製品と差別化し競争力を高めるためだったのは言うまでも無い。その狙いは的中し、いまやものづくりの世界において UD はエコと並んで必須項目になった。厳しい競争が行われている業界では常にユーザファーストであり文字はユーザの厳しい目にさらされる最初のインターフェースであるからだ。

いまや見やすい文字はものづくりだけでなく、生保や損保の申込書などの印刷物にも影響を与え、最近では官公庁や自治体の考えまで変えつつある。今まで「文字は読めれば十分」と言っていた人たちがようやく高齢化が進む我が国において UD フォントに価値と需要があることに気づき、勉強し始めたのだ。いまや巷では見やすさ・読みやすさの議論が多くなった。UD を取り上げた研究会やシンポジウムも行われたし、ユーザからも見やすく、読みやすくするための相談を受けたりユーザ自身も積極的に書体選びやレイアウトに気を配るようになった。UD フォントが誕生して 10 年経った現在、使い手の知識は高くなり、文字を見る目はますます厳しくなっている。このような状況の下、厳しい競争を勝ち抜くためにも「見やすい文字」は明らかに「使えるツール」として重要性を増している。今後は印字・表示される文字にますます質の向上が求められる上、より用途に応じた UD フォントが開発されてくるだろう。UD フォント開発の道のりはまだまだ始まったばかりなのである。

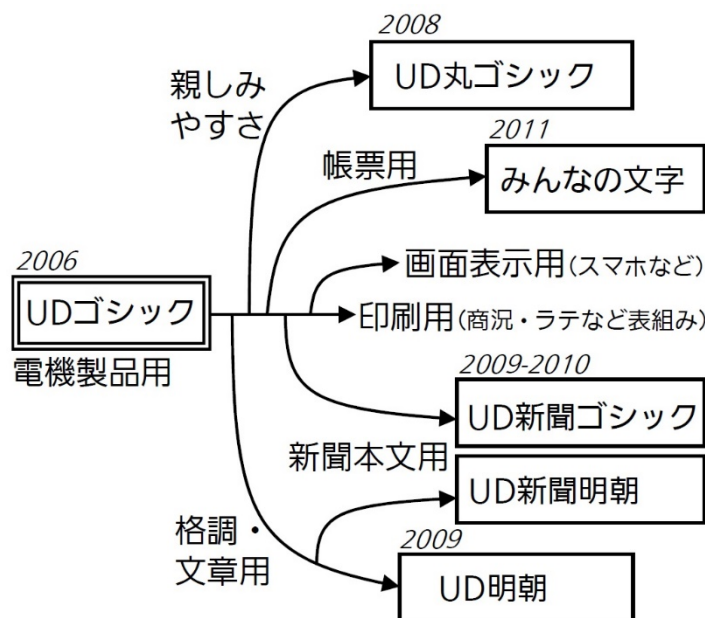


Fig. 6 UD フォントの多様化

#### 参考文献

- 1) 内山勝義：家電製品本体のユニバーサルデザインフォント研究 —ユニバーサルデザイン視点による読みやすい日本語フォント—, Matsushita technical journal. Vol. 51 No. 4, 2005 年 8 月, p. 19-23
- 2) 水野昭：イワタ UD フォントの開発経緯—, Journal of Printing Science and Technology Vol. 53 No. 3, 2016, p. 6-14