

いまどきのUDフォント

株式会社 **イワタ**

技術部 水野 昭

a_mizuno@iwatafont.co.jp

1. UDフォントのおさらい

1.UDフォントのおさらい

UD(ユニバーサルデザイン)とは

年齢や障害の有無に関係なく、できるだけ多くの人が利用できるように考えられたデザイン

- ・ 米国ノースカロライナ州立大学のロナルド・メイス博士 (Ronald L. Mace) が、1990年代に提唱した概念 (欧州では「Inclusive Design(包括的デザイン)」の呼称が一般的)
- ・ 日本でも10年以上前からメーカーや自治体などが取り組み始める
いまや物づくりにおいては「環境」とともに「UD」が必須条件

文字のUDとは

できるだけ多くの人「見やすく・読みやすい」デザイン

1.UDフォントのおさらい

なぜ、いまUDフォントか

- ① 社会の高齢化による平均視力の低下
- ② 製品の軽薄短小と多機能による文字の小サイズ化
(企業の説明責任によるメッセージ増加も)

つまり、

目が悪くなっているのに表示文字が
どんどん小さくなっている不便な社会



必然的に、見やすい文字が求められる

1.UDフォントのおさらい

きっかけはお客様の声

< 家電製品のユーザーから >

- ー リモコンの操作表示の文字が小さくて見づらい
- ー 文字が細くかすれて見えにくい
- ー 文字が太すぎてつぶれて見えにくい
(画数の多い「電源」など)
- ー 6と9、3と8など間違えやすい

1.UDフォントのおさらい

きっかけはお客様の声

< デザイナー（ものづくりの現場）から >

- ー 印刷時につぶれやすい文字、誤読しやすい文字に個々に対応している
- ー ベタ打ちだけではバランスの悪い文字がある
- ー ものづくりの拠点ごとに、それぞれ異なる書体を使用しており不統一
- ー UDを訴求していくにあたり、しっかりと検証された書体を使いたい

1.UDフォントのおさらい

株式会社 **イワタ** × **Panasonic**
ideas for life

■ 2006年12月にパッケージフォントとしては初めて
「UD（ユニバーサルデザイン）フォント」を発売

■ 電器メーカー（パナソニック）と共同開発

パナソニック製品の操作表示・銘板・品番にすべてこのフォントを
使用することが社内規定で義務づけられている

■ UDフォントのターゲット

- － 横組み
- － 短い文（概ね10文字以内）
- － 操作表示（シルク印刷用）

これらにおいて

「ひと目でわかりやすく」「誤読しにくく」

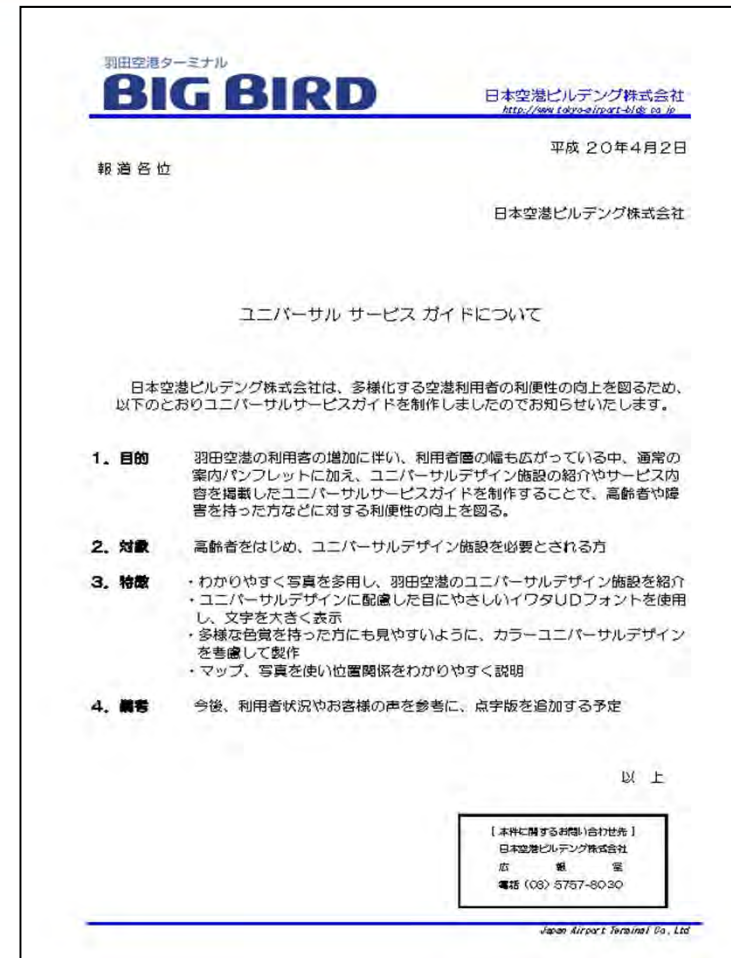
「シンプルで美しく」「読みやすい」文字

をつくることを目標とした

2. 採用事例

2.採用事例

公共機関の案内



ユニバーサルサービスガイド（羽田空港）

2.採用事例

商業施設のサイン

イオンモール太田のUDへの取り組み



「迷わない」ために取り組んだコト



●床のデザインによる誘導

通路の奥にあるトイレやエレベーターを、床のデザインで分かりやすく誘導しています。また、エスカレーターの乗り口には、乗り込む方向がわかりやすい表示をしています。



●エレベーター

施設内各エレベーターのドアの色と駐車場のゾーンカラーを合わせています。現在地の確認やお帰りの際の目安として、お役立てください。



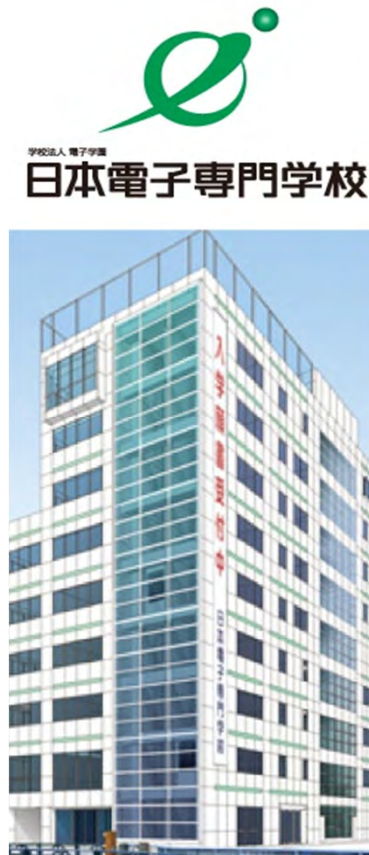
●館内サイン

誘導サインは、お客さまがスムーズに目的地への移動を行えるよう、お客さまの視界に自然と入り込む位置に設置しました。またトイレでは各入口を色分けし、どなたでもわかりやすいようにしました。

イオンモール太田

2.採用事例

教育機関



日本電子専門学校（東京・新宿）

学生向けの講義に、ユニバーサルデザインを取り入れています。

2.採用事例

CSRレポート



CSRレポート 2009
2008.4.1—2009.3.31
Kao Corporation



本レポートの対象範囲など

対象範囲
花王グループを基本としています。
ただし、「環境への取り組み」は、国内グループ会社を対象としています。
掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。

対象期間
実績データは、2008年度(2008年4月1日～2009年3月31日)。ただし、労働安全および海外グループ会社に関するデータは、2008年(2008年1月1日～12月31日)となります。また、活動は、一部2009年度の内容も含まれます。

第三者検証
2003年から継続して第三者検証を受けています。本年は日本レスポンス・ケア協議会 レスポンス・ケア検証センターによる第三者検証を受けています。

対象分野
花王の事業分野(▶P.5)に記載した事業内容にかかわるCSR活動の内容。
経済パフォーマンスデータ詳細は「Annual Report 2009」(2009年7月下旬発行予定)をご参照ください。

発行時期
前版発行 2008年7月
次回発行予定 2010年7月

参考にしたガイドライン
* GRI-G3「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン 2006」
* 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」/
「環境会計ガイドライン2005年版」
* (社)日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」

※ 花王株式会社および関係子会社。
が全体的な範囲にわたって掲載しています。
 http://www.kao.com/jp/corp/csr/r09_bou.html

CSR報告の方針

「冊子」と「ウェブサイト」の2つのメディアを活用してご報告しています。

編集の基本方針

CSR活動の方針や進捗状況の報告を基本としています。

花王は、1998年から「環境・安全報告書」の発行を開始しました。また、2005年からは、事業活動を企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR)の観点から紹介する「CSRレポート」に内容を改め、多様なステークホルダーの皆さまの関心に応える情報開示・情報提供に努めてきました。

報告にあたっては、企業理念「花王ウェイ」に則って推進している日々のCSR活動の方針や内容を、その進捗状況とともに開示することを基本としています。

本レポートの基本構成について

3つの柱を柱に構成しました。
本レポートでは、花王グループの「CSRマネジメント」、主要なステークホルダーの皆さまとのさまざまな取り組みをご紹介する「ステークホルダーへの責任」、環境保全活動の考え方や活動パフォーマンスをお伝えする「環境への取り組み」の3柱を柱として構成しています。

なお、より多くの読者の皆さまにとって読みやすい誌面となるよう、ユニバーサルデザインフォントを使用しています。

「特集」の掲載について

花王グループが、重点的に取り組む活動テーマの中から、2つのテーマを「特集」としました。

花王は、2008年度から、中長期的な経営戦略およびステークホルダーの関心事項を踏まえて、重点的に取り組む活動テーマとして「エコ」「グローバル」「人づくり」をキーワードとする「企業価値を高めるCSR」に取り組みしています。2009年は、この中から2つのテーマを選び、「特集」として編集しました。

一つは、「環境視点を根本に据えた「よきモノづくり」

花王株式会社

2.採用事例

商品のパッケージ



■甘辛度／日本酒度+2.0（標準値）

甘口 やや甘口 **中口** やや辛口 辛口

■飲み頃温度

冷／10℃～15℃



冷蔵庫から出して
約5～10分後

果実のような香りがし、
なめらかな旨みと後口
に心地良い余韻が広が
ります。

燗／45℃～50℃



熱湯につけて3分程度
（徳利の底に指が
ふれられてやや
熱い位）

木の香り、フルーツの香
りがおだやかに調和し
さらりとした甘味、酸味
が味わえます。

■清酒のタイプ分類図

【味が芳醇】	【香りが高い】		【味が濃醇】
	香りの高いタイプ	香りとコクのタイプ	
	軽快なめらかタイプ	コクのあるタイプ	
	【香りおだやか】		

■アルコール分／14.5度

■原材料名／米・米こうじ

■精米歩合／麴米65%・掛米75%

■酸度／1.5 ■アミノ酸度／1.4

■栄養成分表示（100mlあたり）

エネルギー	93kcal	たんぱく質	0.4g
脂質	0.0g	炭水化物	3.1g
ナトリウム	4mg		

沢の鶴株式会社

2.採用事例

パンフレット

色々おいしい健康ごはんをお届けします

セブンミール

セブン-イレブンのお食事配達サービス

注文受付 4月26日(月)より

参加期間 5月2日(日)～6月5日(土)

ご入会&ご利用感謝キャンペーン!

セブンミールの全商品が
合計 最大 **1,200円** 分
割引!!

詳しくはP.3をご覧ください

さらに 宅配料無料キャンペーン!

第1週 限定
5月2日(日)～5月8日(土)



お届け地域 | 茨城県 | 栃木県 | 群馬県 | 埼玉県 | 千葉県 | 東京都 | 神奈川県 | 

セブンミールは365日年中無休です!

はじめての方は登録が必要です。
最寄りのセブン-イレブン店頭またはサービスセンターへのお電話、インターネットからのご登録手続きをお願いします。
約1週間後会員カードとカタログをお届けします。

お店で注文、お店で受取に際した場合は
会員登録しなくても「おためし注文」としてご注文いただけます。

注文方法

24時間受付
ご利用者カードと注文票をお持ちください。
サービスセンター 午前7時～午後8時
電話 **0120-736-014**
携帯電話・PHSからもご利用いただけます。

FAX サービスセンター 24時間受付
0120-736-080

インターネット 24時間受付
<http://www.7meal.com>

お電話での注文は1週間先のお受取までの受付となります。
※お惣菜おまかせ6日間メニューは登録月曜から土曜日の受付。

注文締切
受取日の前日 午前11時まで
ただし、お惣菜おまかせ6日間メニューは
受取日の前週 土曜日 午前11時まで

注文前に必ずご確認ください!

- 商品のお受取について
お受取指定日を通じた場合、商品はお返しできません。万が一、商品のお引取りがない場合は、当日キャンセルの扱いになり、商品代金(宅配料含む)をお支払いいただきます。また、宅配をお選びいただいた場合、ご不在時は、「不在票」を投函させていただきます。午後8時まで再配達を承っておりますので、不在票記載の電話番号にご連絡をお願いします。なお、午後8時以降は、担当店に持ち帰りますので担当のセブン-イレブン店舗でお受取願います。その場合にも宅配料は加算されますのでご了承ください。
- 返品
配達間違い、商品の品質に問題(カタログ掲載の写真と比較して著しく相違していると判断された場合を含む)があるなど、当方が当該商品を実際確認して、当方に責任がある場合のみ返品をお受けいたします。サービスセンターまでご連絡ください。
- 商品の保存について
カタログや商品本体に、「冷蔵保存」と書いてあるものは冷蔵庫(10℃以下)で、「常温」または何も書かれていない場合には直射日光及び高温多湿を避けて保管してください。消費期限・賞味期限は各ページまたは各商品欄に記載しています。受取商品にも記載されておりますので、必ずお守りください。賞味期間・賞味期限はカタログ上では「賞味目安」と表示しています。これはセブンミールがお約束する賞味期間です。実際の商品はこの期間より長い場合がありますので、商品に表示されている期限をお確かめください。

※消費期限・傷みやすく早めに食するもの。製造日から5日以内

UD Font 読みやすいイワタUD(ユニバーサルデザイン)フォントを使用しています。

宅配料:200円 ※5/2(日)～5/8(土)受取分は宅配料無料
※一部宅配できない地域がありますのでご了承ください。

お支払い

商品と引き換えにお支払い
お店で受取
お電話でお支払いの方
1ヵ月分まとめてお店でお支払い
(月末締め、翌月20日払い)

宅配で受取
金融機関口座振替でお支払いの方
1ヵ月分まとめて引き落とし
(月末締め、翌月27日引き落とし)

※QUICPayは、お支払い先は各々の親カード会社に
お申し込みが必要です。
※nanacoのご
※お電話で
※QUICPay(の
※7&共通商品
はできません。

UD Font 読みやすいイワタUD(ユニバーサルデザイン)フォントを使用しています。

セブン-イレブンでは未成年者にお酒・たばこの販売はいたしません。

お問い合わせ専用ダイヤル **0120-736-313**

セブン-イレブン
セブン・ミールサービス
〒102-8426 東京都千代田区二番町6-8
(株)セブン・ミールサービスは、このお食事配達サービスを企画しています。

店印 

セブン・ミールサービス株式会社

2.採用事例

マニュアル



冷房・暖房兼用セパレート形(インバーター)

仕様		形名	MSZ-ZXV220	MSZ-ZXV250	MSZ-ZXV280	MSZ-ZXV280S	MSZ-ZXV360	MSZ-ZXV360S	MSZ-ZXV400S	MSZ-ZXV560S	MSZ-ZXV630S	MSZ-ZXV710S
			-W(クリアホワイト)						-T(クリアブラウン)			
冷房※1	電 源		単相100V	単相100V	単相100V	単相200V	単相100V	単相200V	単相200V	単相200V	単相200V	単相200V
	能 力 (kW)		2.2	2.5	2.8	2.8	3.6	3.6	4.0	5.6	6.3	7.1
	消 費 電 力 (W)		380	450	525	525	855	855	900	1785	1910	2690
	運 転 電 流 (A)		4.03	4.78	5.58	2.78	9.05	4.53	4.78	9.45	10.15	14.30
	室内側運転音 (dB)		43	45	48	48	48	48	49	50	51	55
	室外側運転音 (dB)		42	44	46	46	47	47	48	50	51	52
	面積の目安 (m ²)	鉄筋アパート南向洋室	15	17	19	19	25	25	28	39	43	49
		木造南向和室	10	11	13	13	16	16	18	25	29	32
	能 力 (kW)	標準	2.5	2.8	3.6	3.6	4.2	4.2	5.0	6.7	7.1	7.5
		低温	4.4	4.5	5.6	5.6	5.6	5.6	7.1	7.5	9.0	9.1
暖房※2	消 費 電 力 (W)	標準	450	500	630	630	790	790	990	1500	1555	1710
		低温	1310	1310	1750	1750	1750	1750	2600	2800	3500	3500
	運 転 電 流 (A)		4.53	5.05	6.35	3.18	7.95	3.98	5.00	7.55	7.85	8.60
	室内側運転音 (dB)		44	46	49	49	49	49	50	51	52	52
	室外側運転音 (dB)		43	44	46	46	48	48	50	52	52	52
	面積の目安 (m ²)	鉄筋アパート南向洋室	11	13	16	16	19	19	23	30	32	34
		木造南向和室	9	10	13	13	15	15	18	24	26	27
	冷房		5.79	5.56	5.33	5.33	4.21	4.21	4.44	3.14	3.30	2.64
	暖房		5.56	5.60	5.71	5.71	5.32	5.32	5.05	4.47	4.57	4.39
	冷暖房平均		5.68	5.58	5.52	5.52	4.77	4.77	4.75	3.81	3.94	3.52
エネルギー消費効率			7.1	6.9	6.7	6.7	6.1	6.1	6.1	5.3	5.0	4.6
区 分			A	A	A	A	C	C	C	F	F	G
質 量 (kg)	室内機		14	14	14	14	14	14	14	15	15	15
	室外機		31	31	32	32	32	32	36	36	41	41
外形寸法 (mm)			高さ295×幅798×奥行313(318)									
			高さ550×幅800(+62)×奥行285								高さ630×幅809(+62)×奥行300	

三菱ルームエアコン (三菱電機株式会社)

2.採用事例

画面表示 (iPhone)



角川類語新辞典/iPhoneアプリケーション (株式会社物書堂)

2.採用事例

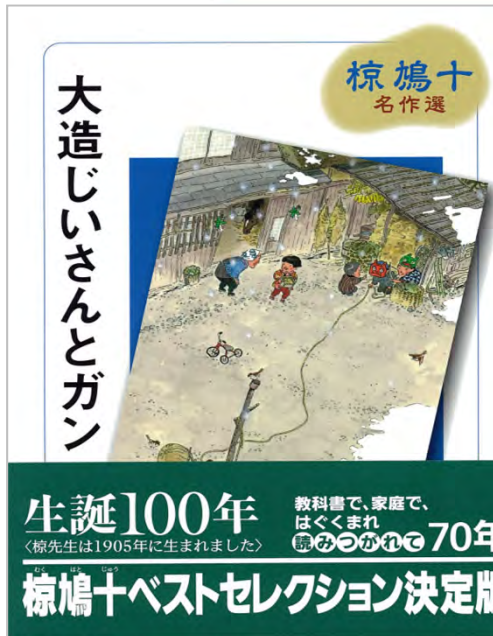
画面表示（携帯電話）



AQUA STYLE Softbank 840SC

2.採用事例

書籍



大造じいさんとガン（十名作選）／ 十 / 株式会社理論社

漢字んな話／ 前田安正・桑田 真 / 株式会社三省堂

ダリ 私の五十の秘伝／ サルヴァドール・ダリ（訳：音土知花）／ 株式会社マール社

男の絵日記／ 河村光一郎 / 株式会社マール社

3. いまどきのUDフォントにまつわる エトセトラ

1. もう一度、UDフォントの「UD」とは

色々なところでUDフォント使用されるようになったが、
「UDフォントは何にでも使える」という誤解も

「UD」とは、できるだけ多くの人が
「見やすく・読みやすい」デザイン



視力にハンデを持っている人はもちろん
健常者にも見やすいデザイン



「UD」とはより幅広い身体能力に対応するという意味
何にでも使えるという意味ではない

2. なぜゴシック以外のUDがあるのか

筆末は丸より角がベター
という調査結果からUDゴシックが誕生

△
○
ソソ

しかし、こんな要望も

ゴシックではかたい
親しみやすさが欲しい

▶ UD丸ゴシック

格調ある文章にしたい。
でも従来の明朝では見にくい

▶ UD明朝

これからは、もっと用途に特化した
UDフォントがあらわれる！？

3. 可読性を求めることの難しさ

1) UDフォントを評価・分析するための4つの指標

視認性

文字ひとつひとつの
構成要素が見やすい

判読性

誤読しにくく他の文字と
見分けやすい

デザイン性

美しさ、整理・整合性

可読性

長文にしたときに読みやすい

現在のUD
フォント

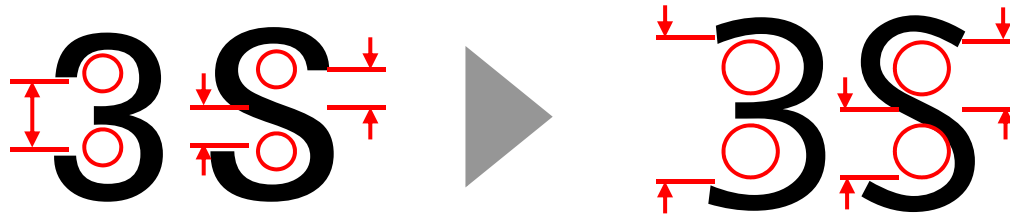
これらすべて満たすのは難しい

現在のUDフォントは視認性・判読性を重視

3. 可読性を求めることの難しさ

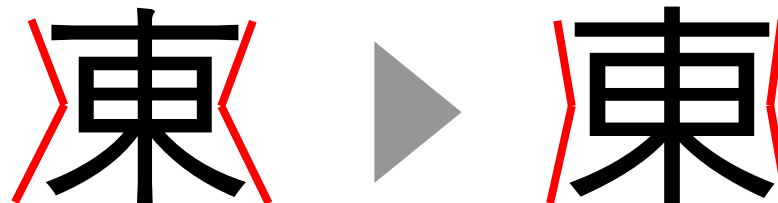
2) UDフォントデザインの特徴（一例）

- アキの確保する・潰れを少なくする



これはどんな書体にも
共通して言えること

- 文字を大きくデザインする・フトコロを広くする



可読性をあげるためには、ある程度の字間確保と
漢字と仮名の大きさのバランスが必要

これを行うと
可読性UPに逆行

3. 可読性を求めることの難しさ

3) 可読性の良否をどうやって測定するか

- 視認性の測定

割と簡単。視力検査と同じで
見えるか見えないかを判断すれば良い

- 可読性の測定

文章を読むスピードを測定？
理解度をテストする？

考え方としては正しいが、実際に行うのは難しい。

2回目以降が断然有利
文字の優劣による差が出にくい

3. 可読性を求めることの難しさ

4) 現時点でのイワタの見解

可読性を変える手法はいろいろある

- ー 字面・フトコロを調整する
- ー 漢字と仮名の大きさのバランス調整
- ー エラーを少なくする
(太さムラ・潰れ・デザインの不統一など)

しかし、

可読性をあげるための決定打は無い

(読む人、内容、組み体裁によってデザインは変わる)

3. 可読性を求めることの難しさ

5) 可読性に対する見解

朗文堂・片塩二郎氏

「文字活字とはやはり人工物の一種であって、本来けっして読みやすいものではありません。つまり書物の読みやすさをきめるのは、読者の書体にたいする馴れなのです。

読者はもっともよく読んできた書体を、もっとも読みやすい書体だと判断します。このように**可読性とは、読者の習慣や視覚の馴致と関係します。**」

（「あの一〇年、その一〇年、この一〇年 普遍のタイポグラフィ街道の十字路に佇む」アイデア53巻4号より）

3. 可読性を求めることの難しさ

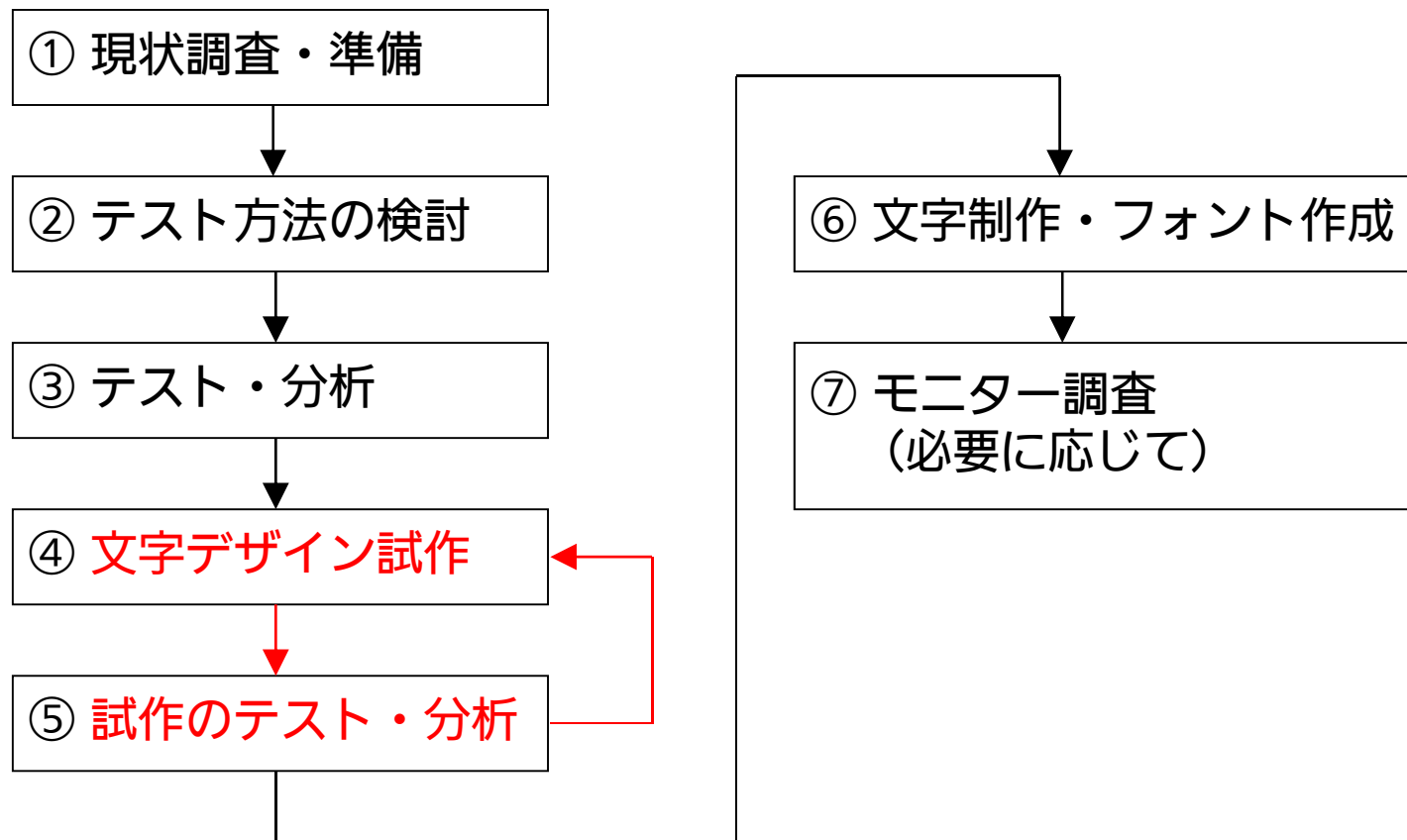
6) UD新聞明朝の可読性テスト時の体験

- 内容
複数のサンプル書体からどれが最も読みやすいかをアンケート
(漢字と仮名の大きさの違いを複数用意)
- 場所
東京・大阪・長野の3カ所
- 結果
東京と大阪はほぼ同じ結果
長野だけ字面が大きいものが高得点
- 考察
長野で多く読まれている「信濃毎日新聞」の文字が非常に大きいことによる慣れ（新聞の大文字化を競った結果）

4. UDフォントの制作フロー

4.UDフォントの制作フロー

制作フロー



4.UDフォントの制作フロー

① 現状調査・準備：書体の用途およびデザインの方方向性を明確にする

No	項目	目的	整理すべき内容
1-1	使用書体調査	どのような書体が使用されているかを把握し開発書体の方向性を探る	メーカー、明朝・ゴシックなどの分類、書体名などで整理
1-2	組み体裁調査	どのように文章が組まれているかを把握し評価方法の参考とする	文字の大きさ、行間、字間、変形など
1-3	使用目的・内容調査	どこで書体が使われているかまたその内容を把握し開発書体の用途および評価方法の参考とする	・内容による書体の使い分け ・使われているものの収集、撮影など
1-4	使用媒体調査	書体がどこでどのような条件で使われているかを把握	①紙媒体の場合、印刷機材（プリンタ機種）、解像度（dpi）、紙の種類（普通紙、再生紙、色）など ②画面の場合、表示機材（ディスプレイ、プロジェクター）、解像度、スクリーンの種類（材質・色）、表示速度、残像による影響、描画方向、表示ピクセルの大きさと形状など
1-5	不便・不満足の内容調査	書体のデザインや字種不足などの不便・不満足箇所をアンケートまたはヒアリング調査し新書体を作成する際の改良ポイントとする	・どの文字のどんな箇所が見つらいかまたは間違いやすいか（例えば濁点、特定の文字の判別） ・どのような条件で見づらいか（明るさ、文字の大きさ、具体的な使用条件） ・不足文字はないか
1-6	市場書体分析	他社・市場の書体を分析することで書体の一般的な不便・不満足の箇所を把握し開発書体を作成する際の改良ポイントとする	・各社の書体の組見本を作成と見やすさ・読みやすさを比較評価する ・結果分析しさらに良くするための施策（デザイン）をあげる ・使用頻度の高い書体、見やすいと評価の高い書体のピックアップ

4.UDフォントの制作フロー

② テスト方法の検討：書体をテスト・測定する具体的な方法と内容を決める

No	項目	目的	整理すべき内容
2-1	サンプル文章の内容	被験者がテストするサンプル文章を決める	・文章 ・文字数、大きさ、行間、字間、媒体 ・漢字と仮名の比率、和文と欧文の比率 ・縦／横組み、ポジ／ネガ ・使用書体
2-2	テスト対象・レベル	誰を対象にテストするか	レベル1 イワタ社内 レベル2 開発依頼者を含むチーム内 レベル3 ユーザー レベル4 必要に応じて一般の障害者
2-3	測定方法	どのような方法でテストするか	・サンプル文章の種類と数 ・環境（明るさ、距離、場所） ・被験者の人数、年齢、性別、障害（症状）の内容と度合い
2-4	判定方法	測定する際の具体的な設問内容	・設問の内容 ・判定方法 主観テストの場合は、点数方式（5段階テストなど）、または感想を記載してもらう 客観テストが可能な場合は、疲労度や理解度、読解スピードなどを測定

4.UDフォントの制作フロー

③ テスト・分析：現行書体を用いてテストを実施、デザインの良否となる事項を抽出

No	項目	目的	整理すべき内容
3-1	現行使用の書体のテスト	様々なメーカーや太さの書体を用いて測定することで、デザイン良否の傾向を探る	・評価の高いまたは低い書体のデザイン的な要素は何か？ ・文字のどの部分が見にくい
3-2	市販品の書体のテスト	見やすい・読みやすい文章の体裁はあるか	・明朝／ゴシック／丸ゴシック／その他 ・太さはどのくらいが適当か ・フトコロの広さの関連性 ・各社のUDフォントを使用

④ 文字デザイン試作：テスト結果を踏まえ文字デザイン

No	項目	目的	整理すべき内容
4-1	仮名（ひらがな・カタカナ）	左記の文字種ごとにデザイン試作（試作文字はテストサンプル文章に限定）	エレメントの形状、フトコロ（カウンター）の取り方、字面、太さなどの書体仕様の決定
4-2	英数字		
4-3	漢字		

4.UDフォントの制作フロー

⑤ 試作のテスト・分析：試作書体の検証

No	項目	目的	整理すべき内容
5-1	試作書体のテスト	試作した書体の優位性を確認	・従来書体と比較してどの程度改善されたかをデータとして記録する ・問題点があればさらにデザインにフィードバックする

◆ ここで文字デザイン仕様が決定 ◆

⑥ 文字制作・フォント作成：必要文字全数の制作

No	項目	目的	整理すべき内容
6-1	文字制作	試作した文字を元に必要な文字全数を制作する	・文字数とフォントフォーマットの決定 ・評価可能なレベルの第1次リリースと一般販売を視野に入れた第2次リリースに分けることも検討

⑦ モニター調査（必要に応じて）

No	項目	目的	整理すべき内容
7-1	書体の貸与	書体を実際に使用してもらい、効果と問題点を把握	・アンケート内容 ・提供先、数量、提供方法 ・アナウンスの方法

4.UDフォントの制作フロー

デザイン仕様決定までの様々なアプローチ

例 1) 線幅を維持したまま縦横に変形

縦横とも変形

東 東 東 東 東 東

横のみ変形 (長体)

東 東 東 東 東 東

縦のみ変形 (平体)

東 東 東 東 東 東

4.UDフォントの制作フロー

デザイン仕様決定までの様々なアプローチ

例 2) 仮名の字面を変えて可読性を確認

仮名100%	発車の笛が鳴った
仮名97%	発車の笛が鳴った
仮名94%	発車の笛が鳴った
仮名91%	発車の笛が鳴った
仮名88%	発車の笛が鳴った
仮名85%	発車の笛が鳴った
仮名82%	発車の笛が鳴った

4.UDフォントの制作フロー

デザイン仕様決定までの様々なアプローチ

例3) 線幅調整

細 ← ヨコ線 → 太

	車	車	車	車	車	車	車	車
細	車	車	車	車	車	車	車	車
↑	車	車	車	車	車	車	車	車
タテ線	車	車	車	車	車	車	車	車
	車	車	車	車	車	車	車	車
↓	車	車	車	車	車	車	車	車
太	車	車	車	車	車	車	車	車
	車	車	車	車	車	車	車	車

太さと仮名の大きさの シミュレーション

太



太さ



細

仮名 縦横2dot太	仮名 縦横1dot太				仮名太さ52番のまま			太さ 大きさ
漢字 縦+2,横+2dot	漢字 縦+2,横+1dot	漢字 縦+1,横+2dot	漢字 縦+1,横+1dot	漢字 縦+1,横+0dot	漢字 縦+0,横+1dot	漢字 52番のまま		
526 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	525 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	524 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	523 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	522 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	521 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	520(52番) が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	仮名100%	
533 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	532 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	531 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	530 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	529 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	528 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	527 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	仮名99%	
540 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	539 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	538 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	537 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	536 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	535 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	534 が、やがて発車の笛が鳴った。私はかすかな心の寛ぎを感じながら、後の窓枠へ頭をもたせて、眼の前の停	仮名98%	
頭をたが	頭をたが	頭をたが	頭をたが	頭をたが	頭をたが	頭をたが		

大

仮名の
大きさ

小

5. UDフォントのこれから

5.UDフォントのこれから

イワタが考えるUDフォントの2つの可能性

■ 視認性向上UDフォント

視認性や判読性に重点を置いたフォントが必要な人たちがいる。
産学協同で開発中

■ 用途に特化したUDフォント

本来書体は目的があるもの。
文字サイズや用途を限定してデザインされたフォントが現れる
UD新聞明朝もそのひとつ
可読性を考慮した帳票用のフォントも開発中