# 文字もじMOJIの世界

## 10. ヒラギノフォントのこれまでとこれから

三橋 洋一*

いま日本で最も多く読まれているフォントは何か。それは，アップル社のスマートフォン「iPhone」のフォントではないだろうか。活字離れが言われる中で，多くの人がiPhoneを日常的に持ち歩き，いつでもどこでも，LINE，Facebook，twitter，インスタグラムなどのSNSアプリを使ったり，ニュースやWebサイトの閲覧など，日々膨大なテキストをこの小さな端末の上で読み書きしている。このiPhoneの日本語表示フォントが，「ヒラギノフォント」である。

### 誕生

同フォントは1990年，京都に本社を持つ大日本スクリーン製造（現在の社名はSCREENグラフィックソリューションズ，以下SCREEN）が開発を開始したデジタルフォントである。写真製版用総合機器メーカーとして実績のあったSCREENは，当時自社で開発・販売していた文字組版システムにフォントを搭載するため，まったく新しいオリジナル日本語フォントの自社開発に踏み切った。米国発のDTP（DeskTop Publishing）化の波が押し寄せつつあり，「文字と画像の統合」が盛んに言われ始めた時代だった。

新フォントの開発パートナーには，当時まだ会社を設立したばかりの字游工房を選んだ。新フォントは，グラフィックを多用するビジュアル雑誌をターゲットとし，カラーの写真や図版などのビジュアル・コンテンツと調和しながら，くっきりと読める書体を目指した。息の長い書体として50年後，100年後にも使われることを目標に，スタンダードでベーシックなスタイルを選択した。何度も試作が行われ，微調整が繰り返された。その結果，これまでのどの書体にも似ていない，クールでスマートで，現代的で明るく，シャープで若々しいイメージの書体が完成。そのイメージとマッチする「音」を持つ京都の地名「ヒラギノ」が，この書体の名前として選ばれた。ヒラギノフォントの誕生である。

### あゆみ

企画開始から3年後，最初の書体である「ヒラギノ明朝体」（図1）が1993年に発売された。続く94年に「ヒラギノ角ゴシック体」，96年に「ヒラギノ行書体」と，現在でもラインナップの中核を成すフォントたちが次々と誕生した。そして2000年2月に幕張メッセで開催されたMACWORLD Expo/Tokyoにおけるスティーブ・ジョブスの基調講演で，最新OSである「Mac OS X（マック・オーエス・テン）」へのヒラギノフォント6書体の標準搭載が発表。これは後に「ヒラギノ・ショック」と呼ばれ，パブリッシング

永遠の美を追求した文字
永遠の美を追求した文字
永遠の美を追求した文字
永遠の美を追求した文字
永遠の美を追求した文字
永遠の美を追求した文字
永遠の美を追求した文字

図1
ヒラギノ明朝体

不断追求永恒之美的文字　不斷追求永恆之美的文字

**不断追求永恒之美的文字　不斷追求永恆之美的文字**

図2　ヒラギノ角ゴ簡体中文　　図3　ヒラギノ角ゴ繁体中文

業界に大きな衝撃を与えた。

Macでの同フォントは，プロフェッショナルな印刷物を制作するためのフォントとしてだけでなく，日本語システムフォントとしても使用され，一般のユーザがメールやWebなどの日常的なテキストを画面上で読み書きすることにも使われた。この画面表示用途における同フォントの美しさと読みやすさは，多くのMacユーザから高い評価を受け，2008年に日本で初めて発売されたiPhoneにも同フォントが採用。その後，日本国内でiPhoneが爆発的に普及し，多くの日本人が同フォントを日常的に目にするようになった。

またヒラギノフォントは，MacやiPhoneなどのアップル製品以外にも，サイン・放送・組込み機器・印刷物など様々な分野で採用されている。公共サインの分野では自治体・公共交通機関・美術館・百貨店・ショッピングセンターなどの案内サインのほか，高速道路標識への採用がよく知られている。テレビ放送では，テレビCMのほか，多くのテレビ局のニュース番組やスポーツ中継のテロップで使用されている。組込み分野では，カーナビ・テレビ・複合機などの表示用フォントの採用も多数ある。街中のポスターやサイネージ，電車の中吊り広告，雑誌広告での使用も多い。

2010年　の「MORISAWA PASSPORT」への搭載以降はさらに幅広く使われるようになり，いまやヒラギノフォントを見ない日はないほどまでに広まった。

**これから**

一般には日本語フォントのイメージが強いヒラギノフォントだが，実は2008年に簡体中文フォント（図2），2017年に繁体中文フォント（図3）を発表している。いずれも日本語のヒラギノ角ゴシック体のデザインを忠実に踏襲し，簡体中文・繁体中文に展開したものである。近年ではこれら中国語フォントの引き合いが増えており，とくにコーポレート・ブランディングを重視し始めた中国の大手企業との取引が増加傾向にある。

1993年の発売から数えて，今年は25周年という節目を迎えた。しかし，明治生まれの書体が現役で活躍しているこの業界においては，まだまだ若い書体である。100年後もスタンダードでありたい。その目標から見れば，折り返し地点にも達していない。ヒラギノフォントはまだ発展途上，道半ばである。　（つづく）

＊MIHASHI, Yoichi
株式会社SCREENグラフィックソリューションズ
事業統轄部 フォントビジネス課 課長
〒602-8585 京都市上京区堀川通寺之内上る四丁目天神北町1-1
mihashi@screen.co.jp