

# 文字もじ MOJI の世界

## 31. 小春良読体

安田 光伯\*

小さくても読みやすいUDフォント「小春良読体」(こはるりょうどくたい)の名前は、共同開発者である東京女子大学の小田浩一教授と当社開発者の頭文字に由来する。私は営業部門の企画担当者として、この文字の開発から販売までの経緯を俯瞰的に見てきた立場にあった。その経験から、本稿では、開発者の名前を冠した文字にちなみ、開発に携わった人々の取り組みを紹介する。

### 開発の部

開発の経緯は、ダイレクトメールなどの紙面に対し、「宛名や個人によって内容が異なる“可変情報”で印刷される文字が読みづらい」という声があったためである。

ダイレクトメールに使用する文字は、産業用プリンタによって管理された文字である。印刷用の文字と異なり、解像度が低く抑えられるため、くっきりとした仕上がりになりづらい。また、はがきや封書では、通知したい情報すべてを載せるスペースの確保が難しく、文字を小さくすること以外に工夫がしづらいことが背景にあった。「小春良読体」は、こうした制約条件がある紙面で、小さい文字の読みやすさを確保するために開発された。

読みやすい文字を実現するために、当社技術部門の発案者たちは、東京女子大学の小田教授

を頼った。小田教授の研究の一つである読みやすさを図る手法、MNREAD-Jを用い、文字の開発を進めることになった。

大学での検証により読みやすい文字の形状について見極めが終わると、フォントメーカーが作った文字を当社の産業用プリンタで使用できるかを検証する作業に移る。文字をはがきや封書へ出力できるようにするには、開発した全ての文字を産業用プリンタに登録し、白紙に出力するという作業を行う。産業用プリンタに関わる製造部門のメンバーが、文字の形状や文字の登録順が正しいか、数千ページにもなる紙の束をチェックし、問題がないことを確認して完成となった。

### 営業の部

販売当初は、高齢者向けデザインへの関心が高まっていた時期でもあり、「読みやすい文字」と

読みやすい  
小春良読体

読みやすい 1 2 3 4 5  
小春良読体 6 7 8 9 0

読みやすい  
小春良読体 1 2 3 4 5  
読みやすい  
小春良読体 6 7 8 9 0

いう点は受け入れられやすかった。しかし、営業は、デザインや印刷物を売り込む経験は豊富でも、文字の売り込みは初めてのこと。「他の文字との違い」や「文字だけでどのような効果が得られるのか」といった質問を持ち帰っては、技術や企画のスタッフと回答を考えることを繰り返した。

その甲斐もあり、当初ニーズがあると見込んだ金融機関だけでなく、医薬品関係、住宅関係の取引先にも採用され、現在でも継続して使用いただいている。採用まで至らなかったことも多いが、取引先の印刷物の文字を「小春良読体」に置き換えてサンプルを試作するという地道な活動を思うと、担当した彼ら・彼女らも、「文字を世に出す」という点において同志である。私を含む企画部門も、フォントメーカーと協力し展示会の説明員として立ち、慣れない営業活動を味わう経験をした。

発売から1年ほど過ぎ、大学との共同開発の状況が新聞記事に取り上げられることがあり、一般の方からの、「自分も使いたいけどどこで手に入るのか」という問い合わせが増え出した。「小春良読体」は産業用プリンタ向けの書体として開発し、法人のみに販売する方針だったが、一般向け販売を検討するきっかけとなった。とはいえ、一般向けの需要は想像しがたく、また一般販売の仕組みや体制もない。検討は前向きに始まったわけではなかった。しかし、議論に加わった中途入社メンバーから、「社外の目で見れば、一般販売は当社の取り組みを知ってもらうことにも貢献す

るはず」との意見が出たこともあり、一般販売に踏み切った。課題となった販売の仕組みはフォントメーカーと協議し、その仕組みを間借りすることで解決した。直接、購入希望者などから問い合わせを受けることに対する懸念もあったが、購入を希望される方を感じ取れる貴重な機会となっている。

## 縦に読みやすい文字と真逆

小塚明朝、小塚ゴシックの開発者である小塚昌彦氏の著書を読む機会があり、そこには新聞書体の特徴について触れられていた。新聞向けの平たい文字（縦方向に文字をつぶし横長の形をしている）が使用される経緯について、新聞の活字は戦時中の物資の欠乏により、限られた紙面にできるだけ多くの記事を載せ、かつ可読性を確保するための画期的な工夫であったと述懐されていた。

「小春良読体」は、横書きの文章が読みやすいよう横方向に文字を変形し縦長の形をしているため、縦方向に読みやすさを求めた新聞書体とちょうど反対方向に文字を変形している。一方的に親近感を覚えると同時に、先人の文字による情報伝達の工夫に込めた気概を見た気がした。

動画や音声などを使った情報伝達が普及し、紙面の文字だけで解決しうる課題自体は減りつつあり、コミュニケーションを担う企業としては次の課題に取り組まなければならない。

本稿が、通知物と文字の関係を考える一助になれば幸いである。



\* YASUDA, Mitsunori  
共同印刷株式会社  
ビジネスメディア事業部 営業企画部 課長代理  
〒112-8501 東京都文京区小石川 4-14-12  
mi\_yasuda@kyodoprinting.co.jp

現場で役立つポケットサイズの入門書!

印刷技術基本ポイント

文字・書体 編

「印刷雑誌」編集部[編]  
四六判・並製/64ページ 1,000円+税  
和文を中心に、書籍や雑誌をはじめとした印刷媒体、さらにデジタル機器の表示まで、文字の基本を解説。



印刷学会出版部 [www.japanprinter.co.jp](http://www.japanprinter.co.jp)