

- ▶ 『LayoutSquare』 2/14より先行リリース!
- ▶ PODiニュース: 「Web-To-Print」に関する質問
- ▶ 世界漫遊記: チェ・ジョンホ チェ・ジョンスン 誕生100周年記念展
- ▶ フォント あ・ら・かると: 「UD新ゴ 簡体字」
- ▶ メンズDTP!!: Adobe Photoshop CC 2017
- ▶ イベント情報

今月の
フォント

- 本 文: 新ゴ (L) + タイプラボN (L) + CrearTone SG (Light)
- 見出し: 隷書101

www.morisawa.co.jp/about/morisawa-news

サーバ上で良質なコンテンツを生成できる 『LayoutSquare』 2/14より先行リリース!

『LayoutSquare』は、モリスワが得意とする「フォント」と「文字レイアウト」、この2つの技術が活躍するクラウド対応のレイアウトエンジンです。端物やバリエーション印刷などの用途で利用可能なレイアウト機能をモジュール化し、SDK (ソフトウェア開発キット)としてシステム開発会社 (Sler)、およびシステム開発が可能なWebサービス事業者に向けて先行リリースします。

Webサービス開発会社は、『LayoutSquare』を組み込むことで必要なときに必要なだけ高品質なPDFや画像コンテンツを生成できます。そして、レイアウトに関するノウハウがなくともWebシステム上で簡単にコンテンツを受け取ることが可能になります。ファーストリリースでは、レイアウト方法が記述されたテンプレートとデータベースを組み合わせ、可変処理された高品質なコンテンツを生成する機能がAPI (Application Programming Interface)を介し

て利用できます。また、レイアウト機能では、多言語フォントと組み合わせられたレイアウト処理、バーコードや画像の可変など、端物で求められる多くの機能を実装しています。たとえば、事業規模の拡大にあわせて複数の拠点でコンテンツ生成が必要な場合、品質のばらつきを防ぎ、安定したレイアウトの品質や効率化が求められます。そのような場面では、『LayoutSquare』を自社のWebサーバやASP、SaaSといったクラウドサービスに組み込み、誰もが共通のプ

ラウザを通してレイアウトすることで課題が解決されるでしょう。コンテンツの価値をさらに高めるフォントについても、専用フォントライセンスをオプション (別売) でご用意しています。

Webサービスを構築する際に直面する、フォントと文字レイアウト処理の課題を解決し、「サービスの付加価値創出」や「取引コストの低減」を実現したい方は『LayoutSquare』にご期待ください。

製品特徴

1. 機能特長

- ▶ **バリエーション印刷で必要とされる機能を搭載**
 - ・DBと連携したテキストや画像、バーコードの可変処理が可能
- ▶ **テキストボックス内のレイアウト処理機能**
 - ・自動変形、詰め組、インデント、ハイフネーション、禁則処理や組版ルールに基づいた処理が可能
- ▶ **制作物の表現力を豊かにする機能**
 - ・縦組、囲み罫、アンダーライン、ルビ、縦中横、文字の回転、字下げ、異体字 (外字)、透明画像の対応
- ▶ **多言語レイアウト処理**
 - ・多言語フォントとの組み合わせによるレイアウト処理を実現 [対応言語] 日本語、中国語、韓国語、英語

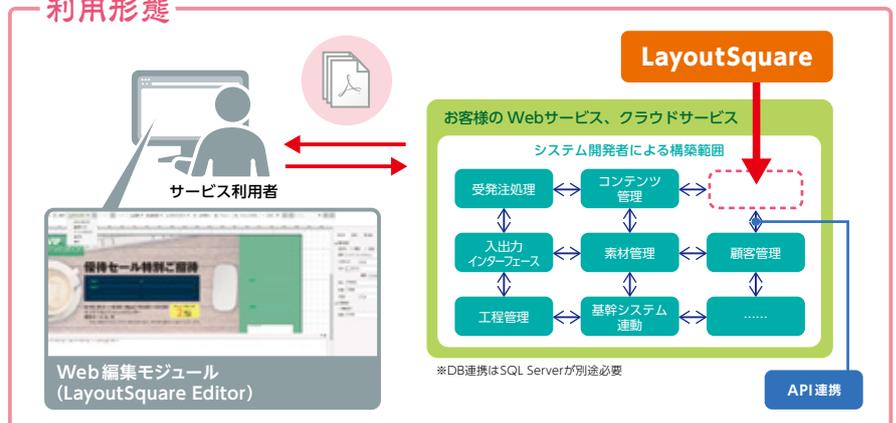
2. 印刷機能の対応

- ・面付け処理、PDF/X規格への対応

3. Web編集機能を用意

- ・テンプレートのレイアウト編集がクライアントソフト無しで簡単に行えるモジュールを提供

利用形態



▲制作例

DMやプライスカード、POP、多言語メニュー、店舗別クーポン、多言語チケットや招待券、オリジナルカードやノベルティ、オンラインストア納品書、契約書、名刺、薬やパッケージの成分表記、年賀状など

ご提供プラン (年間契約)

年間処理数 (大規模、中規模、小規模) によって、3段階の年契プランを用意しています。

LayoutSquare Standard Edition	年間処理数30万件未満
LayoutSquare Premium Edition	年間処理数30万件以上
LayoutSquare Enterprise Edition	年間処理数300万件以上

※システム開発期間 (サービスインまで) のサポートを行う「デベロッパーパック」をご用意しております。

※各エディションご契約に際しては、別途保守契約が必要です。

※処理数は生成するPDFのページ数です (面付け後を含む)。

利用環境

Windows Server

「Web-To-Print」に関する質問

Web-To-Printはセルフサービスのひとつであり、ほとんどの顧客が期待しているサービスである。今回の記事ではWeb-To-Printに関してよく聞く質問について紹介する。

1. 効果的なWeb-To-Printのプログラムを構築するにあたって、もっとも重要な点は何か？

リーダーシップだ。技術や機能の数、プリプレスチームの技能レベルといった課題ではない。明確な目標に向かってプロジェクトを前進させるビジネスリーダーシップである。技術的な人間がリードすると、技術的なプロジェクトとなる。技術的に完璧なWeb-To-Printソリューションを実現されても、結局、誰も利用しない結果となり得る。ビジネスリーダーは次の2つの要因にプロジェクトが合致しているかを、常に念頭に置いておく必要がある。

- ① セールsteamと結び付いて賛同を得ること
- ② 顧客からの賛同と利用への期待感

Web-To-Printのプログラムのためのリーダーシップはクロスファンクショナル(組織横断型)でなければならない。なぜなら、プログラムの成功はさまざまな社内の従業員、そしてもっとも重要なことは顧客が活用してくれるかどうかにかかっているからである。

2. Web-To-Printのサービスに対して、いくら請求すれば良いか？

無料にしてはいけない。値引きをしてはいけないことはないが、Web-To-Printのソリューションの構築に常に定価をつけるべきであろう。定価をつけた上で値引きすることは構わない。とくに可変データのプログラムが多くある場合であれば、そのセットアップにどれぐらい工数が掛かるのかを顧客に理解してもらうことが重要である。セールスプロセスの間にそれを適切に伝えないと、永久に無料でこのサービスを提供させられることとなり、さらに顧客にとっては、何も費用がかからないだけに、システムを変更することに何の躊躇もないであろう。

無償は印刷会社が犯しがちな最大な誤りだ。顧客の重要な資産を預かり集中管理し、厳しいブランド管理のもとで、その資産を活用可能とする価値を提供しているのだから、しっかりとその対価を請求しなければならない。

3. Web-To-Printと管理システム(MIS)の統合についてどう思うか？

一言でいうと、トランザクション(処理)の量による。非常に多くの印刷会社が、十分な処理量が無いにも関わらず、システムの統合のために膨大な費用と時間を掛けてきたのを見てきた。もちろん、Web-To-PrintやMISを購入する際に、統合が可能かどうかは重要な購買の決定要件である。

上得意先には、セルフサービスの選択肢を提供しないとイケない。しかしシステムの統合は簡単ではなく、細部にわたって検討しなければならない。ただ基本は単純である。Web-To-Printが印刷MISに発注データを渡せるか、そして印刷MISがWeb-To-Printにジョブのステータスを戻せるか？ もっとも好ましいのは、製品のセットアップを印刷MISで行い、そしてWeb-To-Printから公開することである。印刷MISが本格的な記録管理システムとして維持されていれば、それが望ましい。さらに顧客はジョブに関する高度なステータス情報、およびフルフィルメント(発注から納品まで)を提供している製品の在庫情報などを容易に得られることであろう。

4. なぜ、Web-To-Printのシステムを複数にすることに反対するのか？

二つ目、三つ目のWeb-To-Printのソリューションを構築する際には、慎重の上にも慎重を期さなければならない。特定の顧客の要求に対応するため、多数の印刷会社がさまざまなWeb-To-Printのソリューションが必要と考え過ぎていて、単純に考えた方がよい。課題をしっかりと捉え、対策を工夫すれば解決できると考えた方がよい。新しいソフトを購入することは容易で、自社のソリューションを売りたいセールスマンは大勢並んでいる。しかし新しいシステムを追加すると、技術的な負債を増加させることになる。会社の技術的な負債とは、運用の継続、アプ

グレード、メンテナンスを維持し続けなければならないシステムの数である。そしてもっとも過小評価されているコストとは、そのシステムを利用できる従業員を雇うコストである。ほとんどのWeb-To-Printのシステムはクラウドから提供されているため、あまり感じないかもしれないが、一つの顧客のための二つ目のシステムは、間接費を増加させ、長期的には大きなコスト増となる。

5. Web-To-Printの立ち上げはなぜ辛く、多くの時間がかかるか？

Web-To-Printのビジネスの目標は、顧客からの受容、発注の量、浸透することによって、顧客との繋がりを強めることである。しかし、セールsteamは頻繁に、立ち上げのお膳立てに失敗する。Web-To-Printのデモンstrーション中にセールスマンが「このサイトは、お好みに合わせて、どのようでも変更できます」と言っているとしたら、そのセールスマンを叱ってほしい。絶対に好ましくないのは、顧客がボタンの色などにこだわり、関心がそこに集中することである。

顧客は、もっとも頻繁に注文するアイテムを提示し、その後はそのアイテムを素早くサイトに上げて、最初の注文を速やかに入力することに集中してもらわなければならない。

提案書のさまざまな細かいところを調整することに何週間も費やしてはいけない。顧客がそれを期待しているなら、次回は違う期待をさせられるようにセールsteamを教育すべきである。そしてWeb-To-Printの立ち上げにあたっての評価基準を明確にしなければならない。たとえば、その評価基準の一つは、システムの出注から最初の発注までの経過時間である。ビジネスの目標である、トランザクションの開始に向けて、チームの活性化を図りましょう。

本記事は、
一般社団法人PODi(代表理事 亀井雅彦)の
ご協力を得て掲載しております。
さらに詳しい情報につきましては、
下記にてご確認、お問合せください。

www.podi.jp

編集長から ひと言

クラウドの浸透でWebサービスは、これまで設備負担の大きかったサーバ型の課題を解決し、今後大きく拡大することが予想されます。それに伴い、Web-To-Printの利用も増加し、サービスの本質に加え、スピード(納期)や出力品質などの付加価値が問われます。今後は『LayoutSquare』の採用が、必ずみなさまのWebサービスの価値向上に貢献することでしょう。

現代ハングル書体の礎を築いた原図設計者のチエ・ジョンホ(崔正浩)とチェ・ジョンスン(崔貞淳)。二人の業績は今日のデジタルハングル書体の根幹となっています。その二大巨匠を称える「崔正浩と崔貞淳 誕生100周年記念展示-原図、二人の文字職人の話」が2016年10月5日から11月17日まで国立ハングル博物館で開催されました。

これまでバラバラに保管されていた二人の作品が一つの空間に集まったのは初めての試みです。展示は2部で構成されており、1部を「原図活字」とし、1950-1990年代の印刷技術の変化とその中心にあった原図が紹介され、2部「二人の文字職人の話」でその人生と作業が紹介されました。

公開されたチエ・ジョンホ制作書体の原図、青焼き写真、マスターフィルムなど合計12種57点はモリサワの所蔵コレクションからの提供です。

モリサワと崔正浩氏との交流は1960年代まで遡ります。時は、活字から写植へと急速にシフトした時代です。写植は新聞や教科書への活用が大きく見込まれ、出版社や印刷所が争うように写真植字機を導入しました。それに伴いモリサワの写真植字機も多く導入され、ハングル原盤が必要になりました。当時のモリサワは、「書体に流れる土地固有の美意識や感覚は、その文化の民族によって継承されるべき」と考え、ごく自然な流れで崔正浩氏に14のハングル原図制作を依頼しました。崔正浩氏はモリサワフォントのデザインセクションであるモリサワ文研を訪れ、文字盤の作成までの一連の工程を習得し、これらの原図をデザインしました。

崔正浩がハングルの普及や向上を願い制作された現代ハングルの礎はモリサワによるデジ

タル復元*という形で今日に引き継がれています。

今回のモリサワからの展示協力に対し、国立ハングル博物館より館長賞が授与されました。



▲(左) Morisawa Korea CEO 森澤武士に贈呈された館長賞表彰状。“貴方はハングルの文化的価値を大いに広げ、国立ハングル博物館の発展に寄与した公を称え、ここに表彰いたします”
(右)シニアキュレーターのリュ・ホソソ女史と森澤CEO

*デジタル復元書体は、TypeSquare Koreaよりご使用いただけます。 <http://typesquare.com/ko>



▲展示会場風景



▲(左)写真植字機(MC-6型)とマスターフィルム、(右)写真活字原図

永 フォント あ・ら・か・と

UD新ゴ 簡体字

「フォント あ・ら・か・と」では
毎号、ひとつの書体を
ご紹介します。

今回は「UD新ゴ 簡体字」です。

2016年の新書体としてMORISAWA PASSPORTに加わった「UD新ゴ 簡体字」は、和文書体「UD新ゴ」をベースに設計された簡体字*書体です。だれにでも読みやすく、読み間違えにくいモリサワUD書体のコンセプトに基づき開発され、ふところを広く設計するなどの工夫をして視認性を高めています。多くの人が目にするサインなどはもちろん、医薬品の成分表示など小さな文字サイズでの表記にも適しています。すでにリリースされている「UD新ゴ ハングル」も同様で、「UD新ゴ 簡体字」と合わせると、日英表記に加え、訪日外国人の約半数を占める**中国

人・韓国人に対応する4ヶ国語の表記を、同じデザインコンセプトのUD書体で制作することが可能になりました。

東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、さまざまなインバウンド施策が話題になる中、多言語表記はどの分野においても必須の課題と言えます。優れたデザインが競争力になるのはみなさまもご承知の通り。制作物を多言語化する際には、統一したイメージやデザイ

ン展開ができるモリサワUD書体をぜひご活用ください。

* 中国で使われる漢字。簡体字は簡略化された漢字で、中国全土のほかシンガポール、マレーシアなどで主に使用されています。
** 出典：日本政府観光局(JNTO)

「UD新ゴ 簡体字」は、『MORISAWA PASSPORT』をご契約のお客様はいつでもインストールしてご利用いただけます。

▼UD新ゴ、UD新ゴ ハングル、UD新ゴ 簡体字 使用イメージ



GK Graphics Incorporated



イケテル&ルーキーの メンズDTP!!

イケメンの「イケテル先輩」と
勘違い系新人「ルーキー君」のドタバタ制作室

今回のテーマは — Adobe Photoshop CC 2017について

ルーキー：先輩！ この間はInDesignの話をお聞きありがとうございました。



イケテル：おう。役に立ったか？

ルーキー：はい！ で、今日はPhotoshop CC 2017の話をお願いします。

イケテル：ああ、当然そうなるよな。

■Photoshop CC 2017の新機能とは？

イケテル：まずは、前回のバージョンアップで「顔立ちの調整」機能がついたのは覚えているか？

ルーキー：はい。ゆがみフィルターを顔の補正専用にしたやつですよ。すごく使い勝手が良いので、人物絡みの仕事にはほぼ毎回使っていますよ。



イケテル：その機能が強化された。というのも、前回では目の補正の項目で、左右の目に対し同じ内容の補正しか掛けられなかったんだ。でも、人間の顔ってそもそも左右対称じゃないだろう？

ルーキー：確かに！ 左目は一重で右目は奥二重の人ができた時なんかは、あのツールだけで補正しきれなかったです。

イケテル：今回のバージョンアップでは、その部分が強化されて、左右それぞれ別々の内容で補正を掛けられるようになった。もちろん左右対称の処理も行えるから、より便利になったと言えるな(図①参照)。



ルーキー：おー。これはますます使える機能になりましたね。

イケテル：それから「包括的な検索」機能が良さそうだ。

ルーキー：「包括的な検索」ですか。どんな機能なんですか？

イケテル：Photoshopの画面、右上の方に虫眼鏡マークがあるだろう。そのマークをクリックすると、Photoshopの機能やStockの素材、Webを通じての情報収集まで、いろいろなことが検索できるダイアログが立ち上がる(図②参照)。

ルーキー：えっと？ ああ、なるほど、Photoshopの画面上でいろいろなことが検索できるということですね。

イケテル：そう。ライブラリパネルやブラウザ、ヘルプなんかをそれぞれ開きなおさなくても良くなったということだな。

ルーキー：あー、慣れるとこれ無しではいられなくなりそうな機能ですね。

イケテル：Ctrl (Command)+Fでも同じことができるからな。

ルーキー：はい！ ありがとうございます。ほかにはどうですか？

イケテル：そうだな、Opentype SVGフォントや絵文字フォントが付属したのは面白いんじゃないかな。



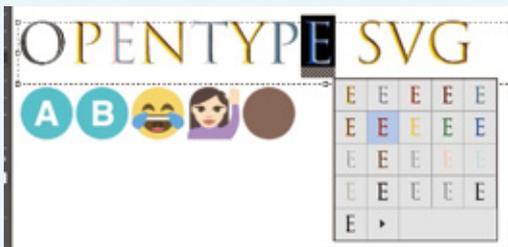
ルーキー：えー、なんですかそれ？

イケテル：Opentype SVGフォントとして「Trajan Color Concept」、絵文字フォントとして「EmojiOne」がそれぞれ付属している。実際にどんなフォントなのかは、使ってみたらわかる。どちらも操作が若干独特になるが、使いこなせば面白いぞ(図③参照)。

ルーキー：おお、確かに、なんか面白いですね。使ってみます！



①「顔立ちを調整」機能
個別、または対照的に目の設定を変更できるようになった。チェーン型のリンクアイコンをクリックして、対称と個別を切り替えられる。



③ Opentype SVGフォントと絵文字フォント
「Trajan Color Concept」は字形パレットから色・柄の異なる字形を使用できる。「EmojiOne」は字形パレットからさまざまな絵文字を入力できる。



②「包括的な検索」機能
画面右上の虫眼鏡マーク、編集→検索、Ctrl (Macの場合はCommand)+F、いずれかの操作によって「包括的な検索」ダイアログが開く。

イベント情報

page2017

会期：2月8日(水)～10日(金) 10:00-17:00
会場：東京・池袋 サンシャインコンベンションセンター

主催：公益社団法人日本印刷技術協会(JAGAT)
テーマ：ビジネスを創る～市場の創出～

モリスワース
No. D-39

編集後記

「爆弾低気圧」「爆弾寒波」。耳慣れない言葉ですが、何となく意味は伝わってくるような気がします。正月三が日を穏やかな気候で迎えた2017年も、その前後には強烈な寒波が列島を襲いました。言葉や文字で情報を正しく伝える、そこに表現力を加えて印象付ける(感性に訴える)ことは、コミュニケーションの上で重要です。新語・造語・略語が日々現れる昨今、「伝える」「伝わる」ということにも想いを込めたいものです。

✉ E-Mail: m-news@morisawa.co.jp

発行：株式会社モリスワ 企画・編集：経営企画部 マーケティング課
※記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

モリスワ www.morisawa.co.jp
株式会社モリスワ

本社 〒556-0012 大阪市浪速区敷津東2-6-25 Tel.06-6649-2151
東京本社 〒162-0822 東京都新宿区下高井町2-27 Tel.03-3267-1231
仙台支店 〒984-0051 仙台市若林区新寺1-3-8 Tel.022-296-0421
名古屋支店 〒460-0002 名古屋市中区丸の内1-5-10 Tel.052-201-2341
札幌営業所 〒001-0010 札幌市北区北十条西2-6サウスシティ2F Tel.011-700-0112
広島営業所 〒730-0805 広島市中区十日市町1-6-27広島印刷会館1F Tel.082-296-1114
福岡営業所 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東1-3-25 Tel.092-411-5875
鹿児島営業所 〒890-0051 鹿児島市高麗町11-3 下田平ビル2F Tel.099-252-2255