

2018.8

- ▶ 第23回モリサワ文字文化フォーラム「文字とデザイン Vol.8」
- ▶ 事例紹介：モリサワ製品 運用事例を一気に紹介!!
- ▶ フォント あ・ら・かると：「明石」
- ▶ DTP人生相談室：InDesignの「次のスタイル」機能について
- ▶ イベント情報



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

今月の
フォント

- 本文：新ゴ(L) + ネオツディ(L-KS)
- 見出し：花蓮華-B

第23回モリサワ文字文化フォーラム「文字とデザイン Vol.8」

2018年6月15日、株式会社モリサワは、第23回モリサワ文字文化フォーラム「文字とデザイン Vol.8」を開催いたしました。

モリサワ本社4F大ホールに定員を超える約250名のご参加をいただき、第1部前半は植原亮輔氏に「文字とデザインについて」、後半は渡邊良重氏に「絵とデザインについて」、第2部は「KIGIの活動について」、お話しいただきました。

2012年に共同でデザインユニット「KIGI」を設立。企業やブランド、製品などのアートディレクションのほか、オリジナルブランド「KIKOF」、プロダクトブランド「D-BROS」、ファッションブランド「CACUMA」などのデザインコンテンツを手掛けています。

2015年には東京・白金にギャラリー&オリジナルショップ「OUR FAVOURITE SHOP」をオープン。

グラフィックデザイン、プロダクトデザインのほか、プライベートワークとして作品を制作し発表するなど、ジャンルの枠にとらわれないう新しいクリエイティブのあり方を表現し続けているお二人。創作の原点ともいえる幼い頃のお話から現在の仕事、それにまつわる考え方など3時間を超える大変貴重なフォーラムとなりました。

第1部

「文字とデザインについて」植原 亮輔氏

◆レタリングの面白さ 手で描く充実感

文字と出会ったのは小学4年生くらいの頃。父の仕事先で桑山弥三郎氏の『レタリングデザイン』を見て、「レタリングの文字のルールみたいなことに魅かれ」急に文字が好きに。このときに基本的な明朝体のルールをマスターし、小学校高学年には見なくても描けるようになっていた。中学生の頃は壁新聞のコンクールでデザインを担当、タイトルや見出しを下書きなしで描き、文字について目覚めていった。

その頃、雑誌『FM STATION』には鈴木英人氏のイラストがデザインされたカセットレーベルが付録について、「収録アーティストをイメージし、タイトルを描いて使っていた」という。手描きの次はインスタントレタリングを使用し「揃えることでデザインは完成し見栄えが良くなる」と学んだ。色や文字に触れ、デザイナーになるという選択肢もできたそうだ。

◆『文字』と『デザイン』について

植原氏が2000年から始めたD-BROSのカレンダーは毎年趣向を凝らした斬新なデザインで注目を集めている。

「最近パソコン上のデザインが多く世の中のデザインアプローチが似ている」と感じ、今年版POPsでは手書きのPOPのイメージでカレンダーを作ることに挑戦。「POPはプロに頼まず、自分で習得するのがいいと思い何枚も自分で

書く」ことから始めた。2006年に発売したペーパージャムというカレンダーは、まずカレンダーを一回デザインしそれを解体、さらにくっつける、いったんコラーージュしてからデータで処理し表裏を合わせて印刷。「手作りのコラーージュがよく聞かれます。印刷と加工技術によって重なっていますが、印刷物です」。5年間続いたROLL12というシリーズは、カレンダーをめくる行為の途中で起こる、湾曲した紙の形を留めた姿をカレンダーのカタチとしてデザインしたものの。9月に発売する来年度のカレンダーは大きな横位置のカレンダー、これも文字の整列がアバウトになっている。完成させ過ぎない完成形がここにある。

次に現在の仕事、ロゴのデザインについて話が移った。

まずは『TODA』という栃木県那須にある文化施設について。『TODA』の安心感を感じるロゴは、粘土細工を思わせる施設の建物からインスピレーションを受けた。質感のある、ほどよい温度を感じるロゴや書体は自然と那須の森に溶け込んでいる。

D-BROSは二人が在籍していたDRAFTが持っているプロダクトブランド。その商品ロゴは同じ形を3つ並べ「D」「B」を表現。GINZA SIX内のD-BROSと伝統工芸の職人がコラボした日本のプロダクトの店には、家紋のようなグラフィックを作成、単純に丸と四角を折り曲げて「D」「B」を表現した。「この仕事に関わって改めて日本の美意識の高さを感じ誇らしくなった」という。

2015年にオープンした『OUR FAVOURITE

SHOP』は3社が協力して作った店。ブルーストラクトを青、KIGIを緑、丸滋製陶を金茶という各社をイメージした色をOUR FAVOURITE SHOPの3つの“O”に当てはめ、「思いを一つにする」という意味でその“O”を串刺しにしたロゴにした。さまざまなロゴに植原氏の感性が光る。

「絵とデザインについて」渡邊 良重氏

◆草花に囲まれた幼い頃

渡邊氏は自分の絵に生い立ちが関係しているのか、よく聞かれるそうだ。

実家は山の中にあり、自然しかないところで、野の花は咲き乱れ、山桜や山つつじなどを見ながら学校に通っていた。「小学生の頃は図画工作が大好きで、小学6年生のときに見た少女漫画の主人公がデザイナーで、「私達が図画工作でやっているようなことを職業にしている人」を知り胸が踊った。それから地元の山口大学教育学部に進み、大学1年生のとき授業で女性と花の油絵を描いた。それが先日ルンドン展を観に行ったとき「同じような花束を抱えた女性の絵が飾られていました。構図も似ていて、あの頃に影響されていたのかな」と驚いたという。

◆結びつく『絵』と『デザイン』

DRAFT入社後のきっかけは、雑誌で見た宮田識デザイン事務所に出した手紙。面接にはポップアップカードと魚の形をしたチョコレートのパッケージを持参し「運よく入社することに」。平日はDRAFTで広告の仕事、休日は個展の活動や、雑誌『太陽』『Esquire』のイラストや装丁の仕事をしてきたそうだ。

それから数年後、LACOSTEの連載広告にイラストを掲載することになり、広告とイラスト、平行だった二つの仕事で初めて交わる。1995年にはD-BROSが発足、最初のカードとカレンダーの仕事にデザイナーとして携わった。「そこでデザインの仕事とイラストの仕事が一つに結びつき」現在に至る。

◆ イラストレーションを昇華させて物語を感じるデザインへ

洋菓子店『AUDREY』の母と女性のパッケージデザイン。

「最初、なかなかOKがでず苦労した」という。ようやく後ろ姿の女の子の絵に決まり、いま多くの女性を魅了しているパッケージに広がっていった。「この社長はデザインが好きで、商品が売れる落とし所をよくわかっていて、一緒にやって行けると思わせてくれる魅力的な方」。上品で可愛くなりすぎない視点、イラストレーションに傾きすぎずデザイン的にまとめ上げた仕事が多くの人を虜にしている。

祖父の名前が由来のファッションブランド『CACUMA』はmina perhonenの皆川明氏に、いまの仕事以外で何の仕事がしたいかと尋ねられ「いままで洋服に感じていた疑問、たとえば夏なのに洗えない服は着たくないなど、些細なことを一つひとつ解消して、そこに自身のグラフィックをのせた洋服をやってみよう」と話したところ、糸井重里氏が主催する『ほぼ日』から「洋服を作りませんか」と依頼が。「基本は自分で着たい服。でも着てみると反省もできるので、次のシーズンにはそれを改善して作っている」という。

第2部

◆ 文字にこだわらない『KIGIの活動』

KIGIのデザインは個から面、空間へと広がり、人を巻き込む現象になっていく。

独楽にもなる杯『酔独楽』のデザインは、天狗の面を盃にした土佐『べく杯』の現代版という解釈だ。酒を飲み干した後、杯を両手でクルッと廻して楽しんでもらう。『酔独楽』でドリンクを提供するスタンディングバー『酒BAR 酔い独楽』を企画したり、今年は新潟県の越後妻有『大地の芸術祭』で作品として展示したりするという。

トータルブランディングする、ということがなかった当時、DRAFT宮田氏の指示でグラフィックデザインだけでなく店のすべてをプロデュースするプロジェクトがスタート。二人で手掛けることになる。

1999年7月にオープンした仙台のベーカリーカフェ『Caslon』のプロジェクトは1998年の秋からスタート。店名は、宮田氏がCaslon書体を好きだったことからきているそう。その頃パソコ

ンのCaslon書体に良いものがなく、本からトレースしてFontographerというソフトでフォントにしたりと苦労も多かったが「(渡邊)良重さんはまだ入社2年の僕にも対等に接してくれて嬉しかった。作るときは一緒に考えていく、それがカタチになっていく喜びがあった」この仕事その後『KIGI』として活動するきっかけになったという。

◆ 考えるだけで終わらせない、販売できる力

立命館大学の佐藤典司先生が滋賀県の伝統工芸の職人たちと『Mother Lake Products Project』を立ち上げ、その活動の中で『KIKOF』というブランドが生まれた。

“琵琶湖は大きな器”であるという考え方をともに、まずみんなが手に取りやすい器から作り始めた。自分たちの得意な考え方を活かそうと、紙が立ち上がっていくような陶器を考えた。分厚い陶器を得意とする信楽焼の産地で薄く軽い陶器が作れるのか、このKIKOFでデザインされた角形というのは信楽焼でいままでにない形だった。職人は「本当にやったことがない新しい技術だけれど、これが上手くいけば、これから20年30年経ったとき、この技術が当たり前になっているかもしれない。信楽の未来のためにもやってみようと思ったし、いままでにないことを言われるのを期待していた」と言ってくれた。柔軟な職人の考える力とやる気があるからこそ、この形は完成したと語る。

器の端に印字している数字は琵琶湖の表面積を示しており、色はNoon white、Morning blue、Sunset pink、Moon night、すべて湖面の色にたとえている。

この陶器の製作で難しい部分は釉薬の付け方。通常はバケツに入れた釉薬に陶器を手で持って潜らせ乾燥させるが、このKIKOFの陶器は薄いので釉薬をすぐ吸収してしまう。そこで回転テーブルに乗せ、釉薬をスプレーのように吹き付ける方法をとっている。大きな信楽焼には以前からこの方法をとっており、「信楽焼だからこそ考えついたアイデア」だという。

陶器の展覧会を開催したあとの2014年11月に、ダイニングテーブルと椅子のセットが完成。これも陶器のデザイン同様、紙を切ったり折ったりしてデザインを考え、滋賀の杉の木を使い、上面は琵琶湖の波を思わせる木目を剥出しに使っている。天板が分厚いデザインは重くて発送できないので避けるそうだが、これは天板の厚いデザインに。しかし運よく杉の木は軽く、逆に薄いと柔らかくて成り立たなかった。その柔らかさも側面にウレタン塗装をすることで補強。このデザインに杉の木はとても合ったものだった。麻では八角形のランチョンマットなどをデザイン。職人の数も限られているので、「ゆっくり成

長している感じ」でKIKOFの活動は続いている。

展示会をしたあとショールームも兼ねて『OUR FAVOURITE SHOP』という店をオープン。

プロダクトを作ったら、その次は売らなければいけない。「僕達はグラフィックデザイナーなので宣伝物も作れます。プロダクトもグラフィックもできることは僕たちの強み」だという。ここではイベントや展覧会、映画の上映など毎月のようにやっていて「僕達にはとても重要なこと」だという。

◆ 『仕事』と『作品』

昨年、宇都宮美術館で『仕事』と『作品』を見せる『WORK & FREE』という個展を開催したお二人。

入ってすぐに、風鈴の作品がある。長い廊下に短冊のついていない風鈴が置いてあり、KIGIから期間中毎日短冊を郵送、それを付けて風鈴を完成させ飾っていく「160km離れた東京のKIGIから思いを届けるという作品」だ。以前D-BROSで江戸風鈴のプロダクトを作り、その考え方を発展させ、空間や時間軸、ストーリー等を追加したのだという。

『時間の標本』という作品は、古い本を開くと水彩絵具で忠実に描いた蝶が立ち上がる。『時間の標本 2』ではラムネの瓶に鉱石を閉じ込めた。

バラバラの手拍手が、だんだん一つになり、またバラバラになる、「ライブに行ったときのアンコールの手拍手が面白い」と、秩序と無秩序が入れ替わる瞬間を切り取った作品も展示した。

◆ 木から森になる、まずは2本のKIGIから

木の複数形『KIGI』という名前は、ブランディングの視点から考え出したという。

ブランドを作るということは「一本の木を植えること」。ブランディングするクリエイターの存在は木を育てる職人、とたとえて解説した。「さまざまなプロジェクトや作品を作り、それを増やして森にしていきたいと思っています。森は無限に広がります。まず2本から始めようということで名前を『KIGI』にしました」という話で講演は終了した。



▲KIGI 渡邊 良重氏(左)、植原 亮輔氏(右)

事例紹介

モリサワ製品

運用事例を一気に紹介!!

東京ビッグサイトで開催されたIGASは盛況のうちに幕を閉じました。この展示会で、モリサワは未来の創造、現代のビジネス価値の再認識、そして多様性をテーマとした多くのセミナーを実施、さらにモリサワ製品のさまざまな運用事例をご紹介します。

◆ MC-Smart (エムシー スマート) (株式会社アイワード/株式会社日本臨牀社)

アイワード様は、他社の電算写植からの移行として『MC-Smart』を導入され、学術誌などの制作工程の効率化を実現されています。

「アイワード・スタンダード」と名付けられた品質、案件ごとに作成される「書籍別カルテ」、さらには自動組版プログラムの開発など、クライアントと心を合わせ、互いにメリットのある進捗を提案し、それを実現されているアイワード様の事例紹介は、発注側である日本臨牀社様のコメントとともにまとめています。

(福岡印刷株式会社)

明治16年の創業以来、「誠実・責任・協力」を社是に掲げる福岡印刷様は、福岡県を拠点に大卒関連の仕事を多く受注されています。

『MDS-Smart』の導入により、従来は前工程で処理していた入稿データの加工も制作現場で対応できることになり、作業効率の向上のみならず、組版への取組み方に改革を起こしました。

「高品質・短納期・正確性」を追求する姿勢は、『MVP』の可変印刷の仕事で始まった案件が書籍制作の受注を生み出し、『MC-Smart』の活用がさらに企業力を高めていることを紹介します。

◆ LayoutSquare (レイアウトスクウェア) (プリントネット株式会社)

2005年から印刷通販業を営まれているプリントネット様では、昨秋から『LayoutSquare』を採用いただいています。

組版処理とPDF生成に特化したエンジン『LayoutSquare』は、Webサービスシステムとの連携が容易で、進歩的な発想を実現する柔軟性を高く評価いただいております。印刷通販での新たなサービス・商材展開の一翼を担っています。

◆ TypeSquare (タイプスクウェア) (大村印刷株式会社)

「印刷物は多くのメディアのなかの一つ」と捉え、新しいデジタルツールやコンテンツ制作に取り組む大村印刷様は、印刷で培ったノウハウをデジタルサイネージで活かされています。

約200台の大村印刷様が運営する大学生協の学食でのデジタルサイネージは、『TypeSquare』の利用で、紙のメニューではできなかったタイムリーな対応が可能になりました。さらにUD書体での表示は、誰にでも、また離れていても見やすく、正確に情報を伝えています。

◆ UD書体 (株式会社イー・トラックス)

受講生の多くがビジネスマンと主婦や高齢者というハローパソコン教室を全国で展開されているイー・トラックス様では個別指導スタイルを重視されています。指導教材における見やすさとわかりやすさへのこだわりが、「UDデジタル教科書体」の試験的採用を生み、その際の「読める」「理解できる」の声も、今では「UDデジタル教科書体」の積極的な使用に繋がっています。

.....

その他にも、株式会社ココカラファイン ソレイユ様(MVP)などの運用事例をご紹介します。

永 フォント あら・かると

明石

▶ 今月のあらかるとでは、真夏の8月にこそ似合う、涼しげで爽やかな明朝風デザイン書体「明石」を紹介します。

「明石」は、明朝体に楷書体や宋朝体の筆勢を加味したオリジナリティ豊かな書体です。優しいタッチの流麗なエレメントと自然な構成で、華奢でエレガントな表情を生み出しています。わずかに右上がりの横画をもち、縦組みでも横組みでも読みやすく、すっきりと透明感のある印象に仕上がるので、詩歌集や小説など本文はもちろん、繊細なイメージを大切にしたい広告のキャッチフレーズや見出しなどの用途に最適です。夏の爽やかな演出にぜひご利用ください。

「明石」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。『MORISAWA Font SelectPack 1 / 3 / 5』、およびWebフォントサービス『TypeSquare』でもご利用いただけます。

●使用例

太陽の光がコップの中で反射する
氷が溶けてランコロンと音が鳴る
蝉の鳴き声や風鈴と相まって
奏でられる夏の音楽

ひんやり麦ホップ

ランタン祭り
森澤商店街

飯田橋の母が斬る!

DTP人生相談室

人生相談師「飯田橋の母」こと武蔵野ふみ子先生が印刷会社勤務時代の経験を活かし、迷える現代人のお悩みをDTPの力で解決します。



今回のテーマは — InDesignの「次のスタイル」機能について

お悩み「やりがいを感じない仕事がある」

ペンネーム：背油

こんにちは。私は中堅のサラリーマンです。仕事そのものは好きですし待遇も悪くないと思います。ただ、日常のちょっとした雑務や、いくつかのルーティンワークの業務が多く面倒で、いま一つ日々のやりがいを感じることができません。どうすれば毎日やりがいを感じ、イキイキ仕事をするのでしょうか？ 転職した方がいいのでしょうか？

現代社会でもしそんな生き方ができるなら、それは蜘蛛の糸をつたって地獄を抜け出すくらいに快挙だわ。それに「毎日イキイキ」って、健康状態とかプライベートとかローンの残額とか、仕事以外のいろんな要素が関わるから、問題をしっかり見極めないと転職しても解決は難しいわ。

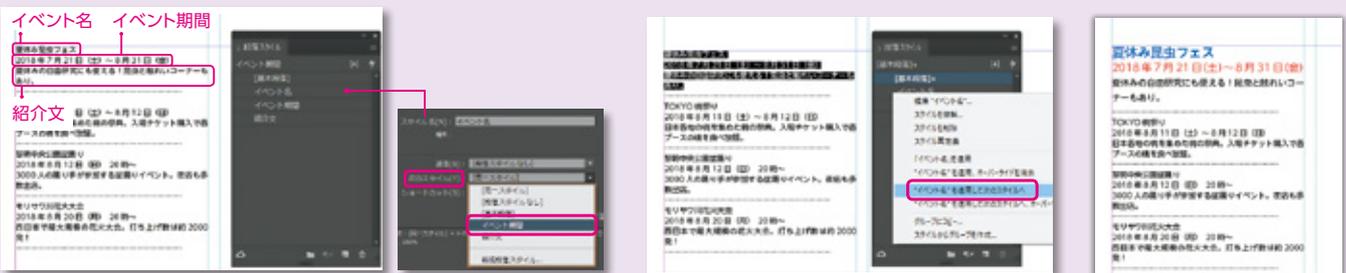
でも確かに、雑務やルーティンワークはやりがいを感じにくいよね。でもね、人生って一冊の本みたいだと思うの。一文一文は何気ないの文章でも、それがたくさん集まって物語になったときに、人に大きな感動を与えるものになる。雑務やルーティンワークも同じで、一つひとつの重要度は低くても、長い目で見て積み重なったときに成果が現れるんじゃないかしら。つまり、その瞬間その作業にやりがいがあるかを考えるよりも、一つ大きな仕事が終わったときに、それを成し遂げるためにどれだけ面倒な作業をこなしたか、その積み重ねがどんな効果を発揮したかを振り返ってみると、大切さがわかって、やりがいにつながるんじゃないかしら。



さっき人生を本にたとえたけれど、私は前職で本をつくる側だったわ。本づくりにには大量の繰返しの作業があるの。そこでよく使ったのがInDesignの「次のスタイル」機能よ。この機能では、**段落スタイルを作成するときに次の段落に適用するスタイルを登録できる(図①参照)**。情報誌やカタログみたいに、コマごとに同じ体裁が何度も繰返すようなときに便利よ。適用するときは、**スタイルを当てたい段落を選択して、最初の段落につくスタイルを設定(図②参照)**すれば、**ドミノ式に選択している段落にスタイルがつくわ(図③参照)**。

こういうのも一個一個はやりがいの感じにくい作業だけど、紙面全体ができあがったときの達成感は一とおお。いま思えば嫌いじゃなかったわ。

とまあ、話がちょっとそれちゃったけど、ポイントは長期的な視点でいかにやりがいを実感できる方法を見つけるかだと思うわ。参考にしてみてくださいね。



① ふみ子's ポイント

段落スタイル設定の中に「次のスタイル」という項目があって、他の段落スタイルたちが選べるわ。このデータでは「イベント名」には次のスタイルで「イベント期間」、「イベント期間」には、次のスタイルで「紹介文」を設定しているわ。

② ふみ子's ポイント

適用するときは、まず当てたい範囲を選択してね。続いて、スタイル名の上で右クリックして「〇〇」を適用して次のスタイルへ」を選んでね。自動的に「次のスタイル」を設定している段落にスタイルがあたっていくわ。

③ ふみ子's ポイント

選択していた3つの段落にスタイルがついたわ。

イベント情報

HOPE2018
(HOKKAIDO PRINT EXPO)

会期：8月31日(金)・9月1日(土) 10:00~17:00
会場：アクセスサッポロ(札幌市白石区流通センター4丁目3-55) テーマ：新しい印刷産業へのリ・デザイン

SOPTECとうほく2018
(Solution of Printing Technology Conference)

会期：9月28日(金)・29日(土) 9:30~17:30
会場：サンフェスタ(仙台卸商センター 産業見本市会館) テーマ：お役立ち産業への道

編集後記

今回、モリサワ製品をご活用いただいているお客様数社を回り取材いたしました。その内容は、事例紹介という形で紙面にまとめてありますが、お話を伺って気づいたことは、それぞれの会社が「効率化」を考え、「品質」にこだわって取り組まれていることです。それらを追求するためにモリサワ製品を活用し、データ処理や自動化、あるいは案件の分析や記録、そして情報共有と連携を実践されています。日々の仕事の充実を図ることが、次の案件や新規受注に繋がっているようです。

✉ E-Mail: m-news@morisawa.co.jp

発行：株式会社モリサワ 企画・編集：プリンティング事業部 営業企画部
※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。

モリサワ www.morisawa.co.jp

株式会社モリサワ

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 東京都新宿区下宮比町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
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 下田ビル2F Tel:099-252-2255