ISSUE 11

モリサワのいまをお届けする［モリサワマガジン］

Morisawa Magazine

2022 | SPRING

インタビュー

モリサワUDフォントが毎日のビジネスにもオススメな理由

P.6 使用事例でみるモリサワフォント
P.7［FONT COLLEGE Vol.8］を開催
— 大里浩二氏、伊達千代氏をお招きして —
P.8 モリサワのSDGs貢献

モリサワUDフォントが毎日のビジネスにもオススメな理由

公共ビジネス課 野村 陽香氏インタビュー

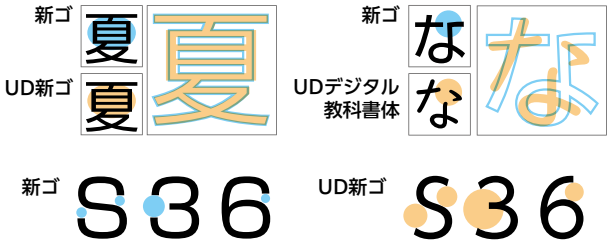
「より多くの人にとってわかりやすく、正確に情報を届けたい」そんな想いが込められたモリサワのUDフォント。年齢・国籍や障害に関係なく、あらゆる人が快適に利用できる書体として、広く活用されています。今回は、とくにビジネスシーンにおける有用性について、UDフォントの普及に携わる公共ビジネス課の野村陽香氏に語ってもらいました。

UDフォントは「より多くの人に伝わる文字」

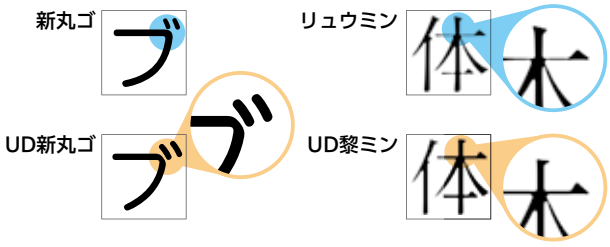
UDフォントとは、ユニバーサルデザインの考え方で作られているフォントです。モリサワのUDフォントは「文字のかたちがわかりやすいこと」「文章が読みやすいこと」「読み間違えにくいこと」の3つをコンセプトに開発されました。具体的にいうと、まず、線と線の隙間が広く空いていること。これによって、たとえばその数字が「3」なのか「8」なのかといった違いが明確になります。また、「ふところ」と呼ばれる、画と画が構成している内側の空間を広くとることで、大きく見やすい字形に。そのほか、線がかすれて見えてしまうことを防ぐために、明朝体の横線をやや太くすることで視認性を高め、濁点や半濁点は、かなとの間にスペースを設け、濁点や半濁点を少し大きく配置することによって、それぞれの違いを判別しやすくしています。こうした細かな工夫によって、たとえば老眼や弱視のような、さまざまな事情から読むことに困難さを抱えている方にとっても、正しく読みやすいと感じていただけるフォントになっています。このような文字一つひとつの可読性や判別性は、文章全体の読みやすさに直結します。「UDフォントには、多くの工夫が施されています。文字がくっきりと見え、読みやすさが格段に変わるということがお分かりいただけると思います」と野村氏。同じ文章であっても、他のフォントと比べてみると、その違いは一目瞭然です。

●UDフォントのコンセプト

文字のかたちがわかりやすいこと



読み間違えにくいこと



文章が読みやすいこと

新ゴ

満天に散在する星の一群を綴り合せて、いろいろな形を想像して出来たのが星座である。星座は人間の詩的空想の産物であ

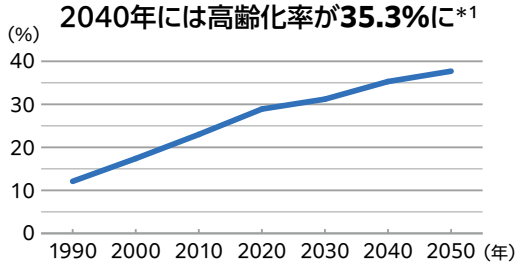
UD新ゴNT

満天に散在する星の一群を綴り合せて、いろいろな形を想像して出来たのが星座である。星座は人間の詩的空想の産物であ

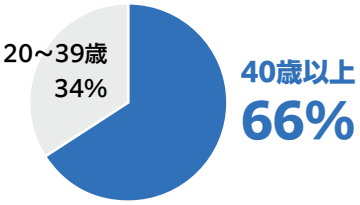
●UDフォントのビジネスシーンでのメリット

働き方改革
顧客・従業員の
高齢化に対応

顧客の高齢化
2040年には高齢化率が**35.3%**に*1



従業員の高齢化
6割超が40歳以上*2



健康経営
従業員の健康確保
（新型コロナウイルス）

新型コロナウイルス対策により
テレワークが普及

- テレワークによりPCの使用時間が増加傾向
- 目の疲れや不調を感じる方も多い

SDGs経営
多様な働き方の確保

UDフォントの有益性の検証結果
検証協力者：294名（20~60歳の男女）

誤認回避率（文字の誤りを見つける確率） 平均 **5.34%**

読みの速度（40歳以上） **3.3%**

▼UDフォント

新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金について（制度要綱第1 関係）新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金（以下「交付金」という。）は、

▼一般的なOS標準フォント

新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金について（制度要綱第1 関係）新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金（以下「交付金」という。）は、

*1…出典：令和元年版高齢社会白書（全体版）第1章 高齢化の状況（高齢化の推移と将来推計）より　*2…出典：総務省統計局 平成30年 労働力調査年報 統計表 I-A-第2表

検証に基づいた高い有効性。ビジネスシーンでのメリットとは?

より多くの人にとって読みやすい、正しく情報を伝えられる、といった観点から、UDフォントは教育や行政といったシーンで利用されることも多く、野村氏の所属する公共ビジネス課でも、日頃より、教育現場や地方自治体で働く方々と連携をとることで、現場の声に向き合い、より良い製品開発に活かしています。そうした中で見えてきたのは、UDフォントが数値的にも有効であるという事実。パブリックなシーンだけでなく、ビジネスという文脈においても、UDフォントが人々に重要なメリットをもたらすということが言えそうです。

少子高齢化が進む日本において、「従業員の高齢化」は多くの企業が抱えている重要な課題の一つです。平成30年の総務省統計局が示したデータによれば、労働人口の6割以上が40歳以上。40歳代といえば、ちょうど老眼を自覚し始める方が増える年代とも言えます。また、昨今の新型コロナウイルスによる労働環境の変化により、テレワークやオンラインでのやり取りが主流になった企業も増えました。その結果、PCを見る時間が従来に比べて増え、目の疲れや不調を感じている方も多いのではないでしょうか。現代の日本において、労働環境での文字の見え方は、向き合わざるを得ない重要なテーマであるということがわかります。

「こうした問題に対して、UDフォントはきっとお役に立てると思っています。ただ、デザイナーがどれだけ考えて作ったフォントでも、一人ひとりの見え方には違いがあります。実際に見ることに困難を抱えている人から得られた数値的なエビデンスによって、さらに説得力を感じていただけるのではないでしょうか」と野村氏。今回、ある二つの検証実験のデータを見せてくれました。一つ目は、慶應義塾大学の中野泰志教授による、「デジタルデバイスにおける可視性・可読性に関する比較研究実験」※というもの。フィルターをかけた低視力条件で、通常のフォントとUDフォントが、それぞれどれくらい読みやすいかを比較した実験ですが、縦組みでも横組みでも、モリサワのUDフォントがもっとも読みやすいという結果が出たそうです。二つ目は、モリサワが独自に行った検証実験です。実際にモリサワのUDフォントを導入されている方々にご協力いただき、業務で利用する文章のサンプルを、一般的なOS標準フォントとUDフォントの両方で用意。20~60歳代の男女294人を対象に、それぞれの文章を読んだ時の読みの速度と、誤認回避率について調査しました。すると、UDフォントは全ての年代において、文字の誤りを見つける確率が5.34%高く、また、40歳代以上の世代において、OS標準フォントよりも約3.3%速く読めるということがわかりました。

※ 出典：モリサワ「UDフォント」カタログP8より https://resources.morisawa.co.jp/uploads/tmg_block_page_image/file/7982/2110_UDcatalog_web.pdf

▲「UDフォントの有益性」検証の様子。

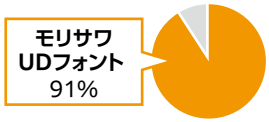
●UDフォントが創出する価値（従業員1,500人の会社の場合）

およそ **13,330時間/年**

およそ **3,320万円/年**

※40歳以上、読みの速度で試算（読みの速度＝労働時間＝人件費）

●日経225選出企業の「株主総会招集通知」を調査



9割の企業でモリサワの
UDフォントが活用されています

「**UD新ゴNT**」が
とくに多く使用されています

40歳代以上、つまり、労働人口の6割以上の読みの速度が上がるということは、全体の労働時間の削減にも繋がります。これを企業の人件費に換算して算出。すると、従業員が1,500人の会社の場合、年間で約3,000万円以上の削減につながる可能性があることがわかりました。文字の効果や価値を数値化するといった試みは珍しく、お客様の反響も大きいと言います。従業員の年齢比や労働人口も企業ごとに異なるため、それぞれの企業に合わせて数値を出してみることも試みているそうです。「人件費削減のデータを見てメリットだと感じてくださる方が多い印象です。やはり一般企業となると、公共団体とは導入背景が異なり、社内で納得してもらうための材料として、金額面の紐付けはとても大きいポイントとなるようです。検証結果が活きているなと感じています」

情報の読み取り速度が上がることで、短時間で効率よく仕事に集中できるようになり、さらに一人ひとりの業務効率やパフォーマンスもさらにアップ。このように、UDフォントを取り入れることが、従業員の働きがい獲得の一助となります。そして長い目で見れば、企業収益アップやイメージアップへとつながる可能性が高まります。「働き方改革」、また現在謳われている「SDGs経営」や「健康経営」といった側面からも、十分なメリットをもたらすと言えそうです。

野村氏は、企業がUDフォントを導入することの有用性について、次のように述べています。「とくに、『SDGsにどう取り組んだらいいかわからない』と悩まれている声を耳にします。そういった時には、企業の健康経営サイクルを回すための一つのきっかけとして、UDフォントを選択肢に入れていただければうれしいです。社会や経済に貢献できるという認識が少しずつ広まることを期待しています」

UDフォントを使うには？ 導入企業からの声と見えてきた課題

UDフォントは、多くの人に正確に情報を届けなくてはいけないシーンに非常に効果的です。「情報」の意味合いは、企業において大きく分けて二つ。一つは、経理・事務書類、売り上げなどの数値管理や報告書といった、内部向けの資料。そして二つ目は、IR・CSR情報、営業で使われているような各種プレゼン資料、顧客向けのダイレクトメールやカタログなどといった、外部向けの資料です。UDフォントを導入いただいた企業によっても、外部向け、内部向け、それぞれの目的に応じて活用されています。業種で例を挙げると、近年では、投資や法律の分野で注目を集めています。文字情報が多い資料を正確に発信することへの問題意識から、外部向けの資料に活用されている例として、2021年には、日経225選出企業の9割の企業で株主招集通知のフォントとして活用されているということがわかりました。また、消費財メーカのクラシエホームプロダクツ株式会社ビューティケア研究所様では、研究業務の作業効率化を目的としてUDフォントを導入いただいています。さらに同研究所では、外部向けの資料だけでなく内部でやりとりする資料にも活用するために、従業員がUDフォントを正しく使い分けるためのガイドラインを作成しているとのこと。PowerPoint上での使い方、メールの文面に適したフォント、など、アプリケーションごとのおすすめのフォントや設定方法がまとめられており、社内周知が進められています。「このように、社内の情報発信に問題意識を抱えている方が熱心に取り組んでくださるケースがあります。UDフォントが業務改善につながると感じてくれており、嬉しくなります」と野村氏。

「MORISAWA BIZ+（モリサワビズプラス）」という定額制サービスでは、全55書体のモリサワUDフォントがお使いいただけます。企業全体での包括契約プランもありますが、もし少人数で使いたい場合や、特定の部署で試してみたい場合は、1ライセンスから契約可能な個人契約プランがあります。導入事例を見ても、まずは担当者がお試しで個人契約をするという企業も多く、実際に使ってフォントの良さを感じてから運用を検討できるプランとなっています。

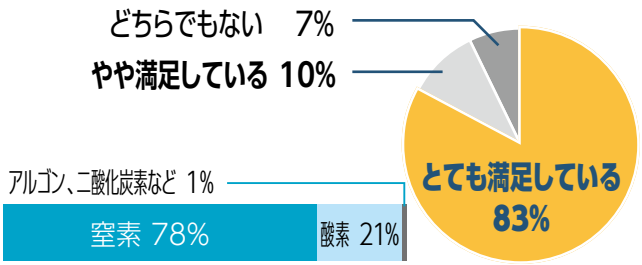
高い有効性を持ち、認知度をさらに増していくUDフォント。導入が進む一方で見えてきた課題もあります。たとえば本文でコンデンス書体が使われていたり、ウエイト（文字の太さ）が不適切に太くなっていたり、適切な書体の使われ方がされていないケースを見て「もったいない」と感じることがあるようです。また、包括契約で導入いただいた企業にてフォントの使い方に関する研修会を行った際、「UDフォントの良さは分かったけれど、どこでどのフォントを使ったらいいのかわからない」という声があがることも。そこで公共ビジネス課では、多くの方にUDフォントを導入し「正しく使っていただく」ために、研修会やセミナーを開催し、最近ではYouTubeなども活用しながら、資料作成のポイントを積極的に発信。UDフォントを使うだけでなく、ウエイト、文字間隔や行間、資料全体のレイアウトなどにも気を配ることで、もっと伝わる資料になるということを伝え続けています。

あらゆる企業が、それぞれ「伝えたい情報」があり、届けたい相手や情報の種類によって、もっとも適した表現方法は異なります。明確な数値によって読みやすいと立証されたモリサワのUDフォントを正しく使うことによって、確実に「伝わる」ことを実感していただけるはずです。UDフォントの正しい理解は、加速する情報社会でますます求められていくでしょう。

最後に野村氏は、「公共ビジネス課では、『場面ごとに応じたフォントを、選んで使うことが当たり前になる』というテーマを掲げています。使い方をしっかりお伝えしないと、本当の良さを実感していただけません。フォントにあまり興味や関心がなかった人にも使っていただける書体になるように、今後もあらゆる方向からアプローチしていきたいです」と、UDフォントに対する熱い意気込みを語ってくれました。

野村陽香　のむら・はるか
株式会社モリサワ 営業企画部 公共ビジネス課所属。2019年モリサワに入社。主に地方自治体などの行政や教育に携わる方に向けて、UDフォントと伝わる資料作成について普及促進する活動を行っている。

●UDコンデンス書体の使用例



▲コンデンス書体はあらかじめ横幅が狭く設計されている。限られたスペースにも多くの文字数を入れられるため、グラフなどに使用すると効果的。

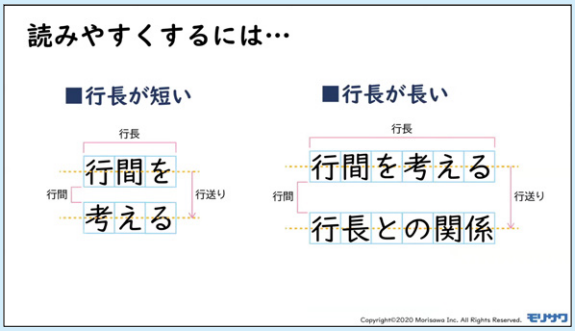
●MORISAWA BIZ+はoffice製品で活躍

企業の情報は内部向けと外部向けの2種類ある
⇨UDフォントはどちらに対しても効果を発揮

内部向けの情報
- 報告書
- プレゼン資料
- 経理、事務、売上など数値管理

外部向けの情報
- IR・CSR情報
- カタログや顧客への通知（DMなど）
- ホワイトペーパーなどの営業資料

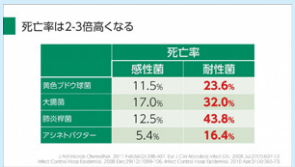
YouTubeで資料作成のポイントを解説しています



▲『「UDフォントをもっと知ろう」～HOW TO 番外編～行間って、とっても大事!』より

モリサワ公式YouTube
「UDフォントをもっと知ろう!」シリーズ ▶

「プレゼンのプロ直伝!伝わるプレゼン資料デザインセミナー」を開催しました



セミナーレポートはこちらで読めます ▶

使用事例でみるモリサワフォント

あらゆるシーンでデザインを彩るフォント。
モリサワのフォントも印刷分野にとどまらず、さまざまな製品やコンテンツで導入いただいています。
ここでは最近の導入事例を紹介します。

ファミリーマート プライベートブランド「ファミマル」 パッケージ

社名：株式会社ファミリーマート/The Breakthrough Company GO
使用書体：A1ゴシック、A1明朝

ファミリーマートの新しいプライベートブランド「ファミマル」の商品名に親しみやすく見やすい「A1ゴシック」が利用されています。また、和風表現が必要な商品には「A1明朝」が使用されています。

▲A1ゴシック

▲A1明朝

詳しくはこちら ▶

羽田空港リムジンバス 発券案内板 案内板（サイン）

社名：京浜急行バス株式会社
使用書体：和文…UD新ゴNT R/M/DB
UD新ゴ コンデンス60 R/DB
欧文…UD新ゴNT R
ハングル…UD新ゴ ハングル DB
中文…UD新ゴ 簡体字 R/DB

羽田空港発のリムジンバス発券案内板（サイネージ）にモリサワフォントが採用されています。
日本語の下に欧文、韓国語、中国語がループ表示されます。

永見さんの平安フォント道 Web漫画

著者：森 飛鳥
掲載媒体：オリジナル新作マンガ配信サービス「GANMA!」（ガンマ！）
使用書体：新ゴ、プリティー桃　など

オリジナル新作マンガ配信サービス「GANMA!」（ガンマ！）にて連載中の「永見さんの平安フォント道」にモリサワが協力しています。

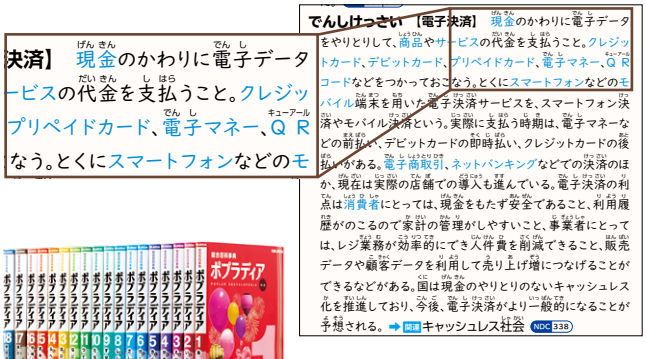
▲新ゴ（加工）

詳しくはこちら ▶

総合百科事典ポプラディア第三版 書籍

社名：株式会社ポプラ社
使用書体：UDデジタル教科書体

昨年、10年ぶりに全面リニューアルされた「総合百科事典ポプラディア」。解説文などに読みやすい「UDデジタル教科書体」が採用されています。



詳しくはこちら ▶

［FONT COLLEGE Vol.8］を開催

― 大里浩二氏、伊達千代氏をお招きして ―

「伝える」というデザイナーの仕事を、フォントで支えるMORISAWA PASSPORT。
1,500以上の多彩な書体から、目的に合ったフォントを選び出すために
知っておきたいフォントの役割や選び方の基本などをまとめたセミナーを
2021年11月30日（火）、MORISAWA PASSPORTユーザに向けてオンライン開催しました。

（左）第三部での対談の模様　（右上）ワークショップに挑戦する参加者
（右下）左から、講師の伊達千代氏、大里浩二氏

2021年11月30日（火）にMORISAWA PASSPORTユーザを主な対象としたオンラインイベント、「FONT COLLEGE Vol.8 フォントの教科書　～書体選びの基本とデザインのしくみ～」を開催しました。講師に記事の監修・執筆を担当した大里浩二氏と伊達千代氏を迎え、「+DESIGNING Vol.52」に掲載された特集記事「フォントの教科書」を掘り下げた内容となりました。

第一部は、「フォントのあり方から現代デザインの潮流」と題した大里氏の講義。人類の持つ「概念化」という能力をキーワードに、私たちは思いのほか幅広い形を「文字」として読める、だからこそ文字を使うときは冒険して良いと大里氏は説明します。一方で、フォントを選ぶことは組むことと一体であり、実際に組んで試すことが大切であることも強調されました。

第二部では視聴者参加型のオンラインワークショップを開催。「昭和と令和」「ドラマのタイトル」「書影」という3種のお題に挑戦しました。時代感や心情、作品の世界観といった複雑な情報を文字で表現することを通じ、組むこととフォント選びが一体となった、「文字を使う」仕事の流れが体験的に理解できる時間となりました。一部作品は配信中に講評されたほか、配信終了後に改めて全作品の審査が行われ、入選作品はモリサワnote※で紹介されました。第三部は、大里氏と伊達氏の対談です。2021年モリサワ新書体の注目株や使ってみたいシーンの話題に始まり、「+DESIGNING Vol.52」でも紹介されたフォント選びのセオリーがより深く解説されました。活躍中のデザイナーの談話も紹介され、「パッケージデザインに新書体を取り入れる意味」「個性的なフォントの使い所」「フォント選びは決めつけず、多くの書体を実際に組んで試す」といった、すぐにでも参考にしたい実践的な情報の詰まったセミナーとなりました。

※モリサワ公式noteでの詳しいレポートはこちら
https://note.morisawa.co.jp/n/n6e04dbe3a184

モリサワのSDGs貢献

モリサワは、文字を通じて社会に新しい価値を提供するとともに、SDGs達成に貢献することを宣言しました。
今回は、さがみはらSDGsパートナーでもある相模原市様の事例をご紹介します。

相模原市 Sagamihara City

潤水都市 さがみはら

～72万人の市民のための「正確に伝える」「正確に伝わる」情報発信
「誰一人取り残さない社会」の実現を目指す相模原市～

さがみはら SDGs パートナー

▶豊かな自然と高い都市機能を持つ相模原市

相模原市は、神奈川県で第3位の人口の政令指定都市です。都心からも約1時間でアクセスできる利便性の高い都市機能と、川や山など豊かな自然を併せ持ちます。さらに、首都圏では珍しく市内に5つのダムがあり、休日には観光放流や自然の感じられるスポットに多くの人が集まります。また近年、宇宙航空研究開発機構（JAXA）相模原キャンパスは、さまざまな宇宙科学研究の拠点として注目され、施設見学に多くの人が訪れています。

▶SDGs未来都市としての相模原市

相模原市は内閣府より2020年度「SDGs未来都市」に選定されています。SDGs未来都市は、経済・社会・環境の三側面の統合的取組みにより、新たな価値を創造する提案を行った自治体が選定されるものです。相模原市のSDGs推進の取組みと、発展を続ける都市部と雄大な自然の調和や共生社会の推進などが評価されました。また、相模原市SDGs推進室の運営するSDGsを楽しく学ぶメディア『SDGs one by one』Webサイトは、月30万PVを超えるなど市民の間でもSDGsへの関心が高まっています。

▲『SDGs one by one』サイトを案内してくれるイメージキャラクター（左から、えすでぃーくいずちゃん、えすでぃーちーずくん、サラリーディーズくん）

▶モリサワとのパートナーシップ

モリサワは、2020年11月に相模原市の主催する「さがみはらSDGsパートナー」に参画し、SDGsの達成や地域課題の解決、SDGsの普及啓発に取り組む企業としてパートナーシップを結びました。相模原市の目指す「誰一人取り残さない社会」の実現に向けて、相模原市の広報紙『広報さがみはら』やWebサイト『SDGs one by one』にUDフォントが採用されています。制作をご担当されている方からは、UDフォントの視認性や可読性について「行政が発信する情報は正確に伝えることが重要なので、誰もが読みやすく、情報の質を向上できることに大変意義がある」と評価されています。

本インタビューの全文はこちら

UD FONT by MORISAWA　モリサワUDフォントはSDGsへ貢献します

- ■弱視や高齢者にも見やすい、読みやすいフォントを提供
- ■読み書きが苦手なディスレクシアの子どもたちに配慮したフォントを教育現場に提供
- ■各種文書・資料、プレゼンテーションや看板、公共物の情報を正しく分かりやすく伝える情報のユニバーサルデザイン化を支援
- ■言語に関わらず、正しく情報提供ができるように文字情報の多言語化を支援
- ■文章を読む速さの向上、誤読の削減によって、業務の効率化を支援

Morisawa Magazineは「Catalog Pocket」で配信中!

デジタルブック「Catalog Pocket（カタログポケット）」にてMorisawa Magazineを毎号配信中です。このアイコン→がある記事には、誌面未掲載の画像などが追加されています!

フォント男子！ FONT BOYS

業界初!? フォント擬人化コメディ漫画開幕!
Webコミックサイト「ヤングエースUP」にて無料掲載中!

お問合せ・ご要望は
ブランドコミュニケーション部広報宣伝課 E-mail：pr@morisawa.co.jp

WebサイトでのMorisawa Magazine閲覧は
www.morisawa.co.jp/about/morisawa-news

次号は 2022年6月発行 です

●今号のフォント

表　紙：秀英にじみアンチック B / 秀英にじみ角ゴシック銀 B / 秀英丸ゴシック B / 秀英にじみ丸ゴシック B / はせミン B / すずむし
本　文：UD黎ミン R、UD新ゴNT（AP版）L / R / DB
見出し：見出ゴMB31、黎ミン B、UD新ゴ（AP版）DB、Lutes UD PE Bold

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 名古屋市中区丸ノ内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 下田平ビル2F Tel：099-252-2255

※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。