

# フォント使用上の注意

書体（フォント）デザインは出版コンテンツにおける重要な要素です。  
デザイン・組版の専門業者である当社の制作現場から、  
フォントに関する昨今の動向や注意点についてご案内いたします。

## ■フォント環境を揃える

以前、フォントは一点一点パッケージ販売されてきました。制作会社や印刷会社は、各社それぞれにフォント見本帳を用意し、所有フォントが多いことは会社のアピールポイントでもあったのです。

現在では、フォントはモリサワやフォントワークスなどの大手フォントメーカーからサブスクリプション形式で購入することが一般的になっています。年間契約することでほぼすべてのフォントが使用できるようになるため、印刷物の製造に関わるデザイン、組版、製版といった各工程のフォント環境を一様に揃えることが容易になりました。

ですが、大手メーカー以外にも数多くのフォントメーカーが存在しており、様々なフォントを販売しています。コンテンツのイメージに合った個性的なフォントを使いたい、そのようなデザイナーや編集者のニーズに支えられている人気フォントも、その中には少なくありません。

もし使いたいフォントを制作会社や印刷会社が所有していない場合、対応方法は下図のようになります。

印刷会社に当該フォントがなくても、制作会社で完成したデータからPDF/Xを書き出せば、印刷は可能です。フォントのトラブルを避けるため、PDF/X形式での入稿を希望する印刷会社もあります。

制作会社にもフォントがない場合は、デザイナーが文字を画像（アウトライン）化することで解決できます。ただし、アウトライン化してしまうと制作会社でその文字を修正できなくなってしまうので、使用頻度の低い見出しなどであればともかく、本文書体すべて

をアウトライン化するのは現実的ではありません。特殊なフォントを使う際は、やはり事前に後工程の担当者とすり合わせをしておくことをお勧めします。

## ■フォントの権利関係

当然のことですが、商品であるフォントを使用できるのはその購入者だけです。フォントデータを第三者に渡すことは多くの場合禁じられています。

反面、インターネット上では多くのフリーフォントが配信されています。様々なフォントが簡単に、しかも無料でダウンロードできるのですから使いたくなるのも無理はありません。しかし、最近ではフリーフォントによるトラブルが増えてきています。

フォントは著作物であり、著作権者によりその利用規約が厳しく定義されています。フリーフォントといえど利用規約の範囲を超えて使用すると使用料等が発生します。書籍を作って販売するのは許諾範囲内だが電子化など二次利用は許可していない、印刷物で使用する場合にはクレジットを入れるなど、それらの条件の確認を怠ると後々トラブルになる可能性があります。

さらに気をつけなければならないのは、その規約を著作者が任意に変更できるということです。制作した出版物やウェブサイトが、知らぬ間に規約違反の状態になってしまう恐れがあるのです。

フリーフォントの「フリー」とはダウンロードが無料という意味であって、自由に制限なく使えるという意味ではないことを理解しておく必要があります。

## ■バージョンの問題

各工程で同じフォントを持っていればそれで問題がないかという、そう簡単でもありません。

フォントは必要に応じて改変が加えられます。それがバージョンの違いです。フォント名が同じでもバージョンの違いにより、収録字数や字形、字詰めが変化

デザイナー	制作会社	印刷会社	対応方法
フォント有	フォント有	フォント有	OK (対応不要)
フォント有	フォント有	フォント無	制作会社でPDF/X書き出し
フォント有	フォント無	フォント無	デザイナーがアウトライン化

しており、それが原因で文字が欠落してしまうといったトラブルが発生しています。

下図は、デザイナーが作成したデータを印刷会社で出力した際に起きた事例です。

事故を防ぐためには徹底したバージョン管理が必要です。大手メーカーのサブスクリプション型フォントなどはバージョン情報が詳しく公開されていますが、フリーフォントは不特定多数のユーザーが自由にダウンロードし、改変することもできるという特性上、その管理は困難です。

障害者雇用7割の会社に行ってみた④

障害者雇用7割の会社に行ってみた④

文字が抜け落ちた例。古いバージョン(下)には文字が存在しないが、マシンは同じフォントとして認識してしまう。

## ■Adobe Fontsについて

Adobe Creative CloudのサービスのひとつにAdobe Fonts(旧名Typekit)があります。Creative Cloudに契約することで多くの和文、欧文フォントが使用できる非常に便利なサービスですが、DTP業界では利用できる環境が整っていないのが現状です。

Adobe Fontsを利用するためには端末がインターネットに繋がっていることが前提となりますが、セキュリティの観点からすべての印刷会社や制作会社のDTP端末がインターネットに繋がってはいません。

また、例えばAdobe Fontsでアクティベートしたモリサワの「新ゴB」と、すでに端末にインストールされた「新ゴB」とが別の書体として認識されてしまうといった技術的制約があります。

これらの問題から当社ではAdobe Fontsの使用を控えています。

## 人気フォントランキング

最近の雑誌、書籍で使用頻度の高いフォントのランキングです。



### 明朝系

#### 1 A1明朝

墨だまりの再現が特徴。やわらかな印象と自然な温かみ。ジャンル問わず使える書体。本文よりはタイトル向き。

#### 2 筑紫明朝

長文本文に適した明朝体。リズムカルで心地よい可読性がある。歴史書や時代小説などの本文にも合う。

#### 3 游明朝

小説を組むために開発された書体。標準フォントとして広く採用。縦組み書籍の本文としてジャンル問わず使える。

### ゴシック系

#### 1 A1ゴシック

A1明朝と同じく、墨だまりが特徴。丸みを帯びていて温かみがある。柔らかいイメージの女性誌にも向いている。

#### 2 游ゴシック体

端々に少し丸みがあり、やわらかさがある。スタイリッシュなのでファッション誌とも相性が良い。

#### 3 ヒラギノ角ゴ

W1~9の幅広いウェイト。明るさがありつつオーソドックスな印象。視認性が高いため、ポスターやチラシにも良い。

### 欧文

#### 1 Futura

根強い人気がある。幾何学的なフォルムで、綺麗な造形が特徴。パソコンなど理工系書籍にはベストマッチ。

#### 2 DIN

ドイツ生まれのクールな書体で直線が基調の無機質な形状が特徴。旅行ガイドブックなどでも多く使われている。

#### 3 Helvetica

どんなデザインにも適応できる汎用性が魅力。和文と混植しても違和感なく、本文からタイトルまで万能の使い勝手。

ファッションと同様、フォントにもトレンドがあることはご存知でしょうか。

フォントにはそれぞれに個性があります。明朝体は「繊細、上品、知的」。ゴシック体は「信頼感、親近感、視認性」。その中にも、強くガッシリとしたもの、和の風合いを感じさせるもの、華奢でスラッとしたもの、手書きのような温かみがあるもの…。

また、漢字とかなの大きさの比率も印象を左右します。普通、かなの方が漢字よりも少し小さく作られています。その差が大きいほど繊細で可憐なイメージに、小さいほどダイナミックになります。

昨今のトレンドとして、本文書体は視認性の高いゴシック体が人気です。スマートフォンや電子書籍の普及により、小型のディスプレイでも読みやすいフォントとして、よく選ばれているようです。反対に、あえて細く繊細なイメージの明朝体をタイトルに使うことが増えています。

君の名は。

君の名は。

映画「君の名は。」のタイトル書体として使用されているモリサワの「A1明朝」(左)。右は同じ級数で「筑紫明朝」にしたもの。線が細く優さを感じるA1明朝は映画の印象とも合っているが、筑紫明朝は上品ながらもやや押しが強い印象を受ける。