

- 皆さんのお気に入りのアルファベットを。(28歳・桑沢デザイン研究所)
- 小林さんが好きな和文書体は何ですか？(20歳・学生)
- どんな書体が好きでしょうか？(26歳)
- 小林さんが一番好きな書体の話をお聞きしたかったです。(20歳・東京造形大学)

AK(Akira Kobayashi): 好きな書体というのは、ひとつやふたつでなく、何千もあります。用途によってふさわしい書体というのもあるので、これだとは言えないんです。仮に、優雅なスク립ト体 Zapfino が好きだからといって、電話帳をそれで組むことはおすすりできません。逆に、電話帳に使うような書体でパーティの招待状をつくったら、役所からの通知みたいで退屈に見えるでしょうね。

- 横組の和文でも小がなが読みやすい？(29歳・編集者)
- 和(和文書体)に合った英(欧文書体)を選ぶポイントがあれば是非教えてください。
- 日本語と欧文の混植の際に違うことが多々あるので、よい規範はありますか。特に約物の用法、グリフの選択が難しいです。(33歳・グラフィックデザイナー)

AK: これは、書体の選び方にも通ずるんですが、場合によって変わってくると思うんです。だから、ひとつだけ規範があるわけでもないし、そんなもの決めても役に立たない場面がたくさんあると思います。だからご自分でいろいろ書体や書体同士の組み合わせを試して、その場合に依じて一番良いと思うものを使うのがいいのでは。

- かざりケイやかざり文字の使い方というのは、こういった時に使うものなのでしょう？(30歳・インターネット関係の制作、デザイン)

AK: 飾りたい時です ;-)。飾り罫は、書体と合ったデザインのものを選ぶことが大事です。美術館に行くと、私は額縁を見ます。絵と額縁との関係を見るんです。昔の絵は昔風の装飾がついた額におさまっている。近代の絵はステンレスかなんかの簡素な額に入っている。ちょっと前に、フランクフルトのある美術館で、ルノアールの絵に合う額縁を探しあてる苦勞話を聞きました。そういうことだと思うんです。

この方は、アンケート用紙に「かざり文字」の例として蕨の葉の模様を描いています。この使い方は言葉では説明が難しいので、『デザインの現場』2007年 2月号からスタートする新連載にスペースをとって書くことにします。

●海外の人がみて特におかしいとかんじる組み方、書体例。(35歳・自営業)

AK: 実例みたいなのがないと難しいですが、細いスク립ト体にやたらに太い飾りをゴテゴテつけるのとかって、太さが合わなくて変に感じますね。欧米では普通そういうことをしないので。何でかっていうと、細いペンで書いた文字の飾りは、同じペンで書いたんだから細くなるはずだということが分かっているから。この回答も、前と同様に良い話に結びつきそうなので、こんど『デザインの現場』で連載に書こうと。

●うちの会社は王道ロゴを作ることに苦戦しています。今、社内デザイナーが一丸となって取り組んでいるのですが、何かやったらいいコトってありますか？

(27歳・デザイナー)

AK: 手で書くことです。それもできれば自己流でなく、教室みたいな所に通って教わるのが良いでしょう。文字は手で書くところからできたんだし、手書きの流れに逆らった文字や単語は不自然に見えます。役者さんが身体を動かしたり踊ったりして練習するようなんじゃないでしょうか。不自然で不格好なかたちにならないようにするには、そういう練習が要るでしょう。私は寄席文字(演芸場などの看板やビラの字)とカリグラフィとを習いましたが、とてつもなく多くのことを得たと思っています。寄席文字なんてスゴイですよ。それまで、ポスターの文字を描くときは、下描きをして、細い筆で輪郭線を引いて、最後にその中を塗りつぶすというやりかたが当たり前だと私は思っていました。いわゆる「レタリング」のやりかたなんです。ところが寄席文字は、嘶家の名前を大きなポスターにするのに、鉛筆で字の幅の目安を大まかにとるくらいで、あとは太い筆一本でサッサッと書いちゃう。一文字何十秒でできるんです。どうでえ、って感じだった。「レタリング」なんてしゃれたこと言ってんじゃないよ、みたいな。それは痛快でしたよ。それで、習っていくうちに、レタリング方面から見えないことがいろいろわかってくるわけです。だから手で書くのは何でもおすすめですよ。

●今後、日本語での書体を制作してみたいと思いますか？(32歳・パッケージデザイナー)

AK: 日本語書体は私なんかより上手い人がたくさんいますから、その人達におまかせするのが一番良いです。謙遜とかでなく。

●今回、話の中で、写植の時に欧文を日本語にあわせて、形がおかしくなっているものがあるという話がありました。ひらがな、カタカナ等と一緒に欧文のタイプフェイスをつくる時は、ひらがなやカタカナに合わせたほうがいいのでしょうか？（19歳・女子美術大学短期大学部）

AK: どうやって合わせるか、それが問題ですね。もともと全然別の文字なんだから、別の形になるのが当たり前です。誰が読むのか、を考える。ちょっと前までは、日本の人がひとつひとつ記号として読むためのローマ字をつくっていました。それはそれで良いとして、いまは、ローマ字部分は外国に通用するようにつくらないといけなくなってきた感じがします。そうすると、点とかハライとかをそのままアルファベットに移植したら、外国の人には奇妙に映ります。合うどころかふざけたみたいになっちゃいますよね。

●既製のタイポグラフィの字間をデザイナーが変えてしまうことは、そのタイポグラフィの美しい「間」を壊してしまうことになるのでしょうか？（16歳・都立工芸高等学校）

AK: ちょっと細かいようですが、「タイポグラフィ」という言葉についてまずハッキリさせておきましょう :-)。書体がデジタルデータになって、コンピュータで使われるものは「フォント」です。「タイポグラフィ」は、金属活字とかデジタルフォントとかを使って書籍や印刷面を構成することです。たぶんこれを質問された方は、「フォント」の意味で使っているんだと思います。

さて、仮にそういうことにして、「既製のフォントの字間をデザイナーが変えてもいいか」という質問だと解釈すると、確かに書体デザイナーは字間にも慎重に気を配ってつくっています。でも変えたから悪いとか良いとかでなく、場合によります。一般的なローマン体を大文字だけで組むときは、間を少し空けて組むのが良いし、現在発売中の『デザインの現場』10月号57ページに書いたように、書体によって、サイズによっては調節した方が良い場合もあります。ちょっと前に写植の時代に流行した「均等ツメ」は、本文でそれをやられると読みにくくて困ることがありますから、くれぐれも慎重に。

●セリフ体とサンセリフ体の作り方、違いや、ポイントについて。（20歳・東京造形大学2年）

AK: まず、セリフ書体というのは、大文字だけの装飾用書体を除いて、たいていは本文を組むことを意図してつくられます。本文のサイズ（9ポイント前後）で組んだ時に読みやすいかどうかが一番だいじなことです。だからアルファベットを全文字つくって、いろんな言語で文章

を組んで、単語が変な形になっていないか見るわけです。ひとつひとつの文字の形はここではあんまり重要じゃなくて、単語の形を見るんです。

サンセリフ体は、いろいろ太さのバリエーションがあって、広告などの見出しでどれだけ使えるかという点が勝負所だと思います。ちょっとやってみると分かると思いますが、ボールド（太字）体のバリエーションをつくる時、それが本当に太く強くて、でもずんぐりむっくりに見えないようにするのが難しいんですよ。私が提案しているある書体の改刻の試作案を見た同僚が、「アキラのつくったボールド体は、筋肉がある太さに見える。今までのボールドは、ふやけたぜい肉だね」と言ってくれて、うまい言い方だなと思いました。外部のデザイナーから、新しいサンセリフ体の応募がよくあるんですが、ボールド体がうまくできない人が多い。書体の名前は Bold って書いてあるのに太くなくて、適当なところで止めちゃう。そういうデザイナーに対して、私は「もっと勇気を出して、思いっきり太くしてみてくださいよ」ってアドバイスします。そこをクリアできると、書体デザイナーとして成長するはずなんです。

●マンガのほとんどが、漢字がゴシックで、ひらがなが明朝なのはなぜでしょうか？（19歳・東京造形大学）

AK: 『デザインの現場』10月号 31ページに関連したことが書いてありますが、私の専門外なので、祖父江さんにお聞きになっては？

●新しいフォントファミリーを制作、発売されるとき企画のたてかた。すごく大きなプロジェクトなので、需要があるとか、売れるとか、の調査をするのでしょうか？ また元にする書体の選び方があれば聞きたいです。（22歳・成安造形大学）

AK: 制作に入る前に需要があるかどうかの調査まではしていませんが、「これは今までにない書体だ」ということを誰もが納得するか、改刻ならばそれをする意義があるかについては検討を重ねます。マーケティングのほうから、こういう書体が最近売れるという傾向を示されることもあります。改刻のプロジェクトの場合、元にする書体は、「すでにある程度評価が高くて知られているもの」です。つまり、もともと良い書体を冷静に見直すところから始めて、それをさらに良くするわけです。

●最近ではコンピュータを誰もが使えるようになっていて、基礎を知らなくて、タイプデザイナーが意図しない使われ方をしていることがたくさんあると思います。その点についてどう思わ

れているかをお聞きしたかったです。私も不勉強な所が多々ありますので。（24歳・webデザイナー）

AK: タイプデザイナーが意図しない使われ方だって、結果が良ければタイプデザイナーだって嬉しいはずですよ。それに、別にタイプデザイナーに気兼ねしなくて良いですよ。読者に気を遣ってください :-)。私なんかは気になるのは、読者に気遣わない組み方をしているときです。私はただのタイプデザイナーで、一般的な読者のひとりとして気づくことがありますので、それをタイプデザイナーの視点から、こうしたら良いのにということを書いたのが私の本です。ですから、タイポグラフィに関しては、初歩的なことは本にまとめましたが、私もまだまだ勉強中です！

●小林さんの本を読んで、アポストロフィの間違った使い方などを教わりました。そして今日、ルールにしばられすぎないことを学びました。遊んでいい部分と、絶対これはダメというものの徹底的な違いなどを知りたいです。本文ではいい、ダメ。見出しではいい、ダメなどいろいろあると思いますが。（20歳・東京デザイン専門学校）

AK: 組版ルールについては、「ルール」と言うとお上が定めたものみたいに聞こえて逆らいたくなっちゃいますが、そうでなくてそれは代々受け継がれてきた、出版社と読者との間の約束事です。だから、これをデザイナーが勝手に変えちゃうと、読者が混乱するので止した方がいいでしょう。もう一方を「ルールにしばられすぎないこと」というと矛盾した感じになっちゃうので、私のセミナーでの話は、「迷信や変な思いこみに惑わされないこと」という意味で受け取ってください。書体の選び方は「この書体を選ぶと社会から抹殺される」とか「大恥をかく」なんて事ないんですよ、気楽に選びましょう、ということです。気をつけてほしいのは選んだ後、その使い方なんです。

●イタリックの書体の良い使い方というのがなかなか見つからないのですが、何か効果的な組み方などあるのでしょうか？（20歳・桑沢デザイン研究所）

AK: 私の本や『デザインの現場』10月号59ページにイタリックの使用例を載せていますが、そういうふうにローマン体の文章のなかで外国語を混じるときにイタリックを使うということとは別に、イタリック単体としての使い方でしょうか？そうだとすると、例えば詩なんかは昔からイタリックで全文を組むことがあります。洋書の詩集を片っ端からめくってみましょう。

あと、手書きの雰囲気表現したい場合に使われることもあります。イタリックって手書きに近いですから。もっと洋書や海外の雑誌を見て、いろいろな例を集めてみては？

●同じGaramondでも出している会社によって微妙に違ったりしますが、同一書体での会社の違いというのは、その中でよし悪しがあったりするのでしょうか？（21歳・大学3年）

AK: まったく同じ書体 ITC Stone でもライノタイプ社からは2種類でているという事はあります。でも明らかに一方が悪くてもう一方が断然良いということは無いと思うので、ウェブサイトで試し打ちや PDF ダウンロードなどして字形をよーく確認してからどっちかに決めるのが良いと思います。

●新しく出る「nami」は、日本語の「浪」のイメージですか？（26歳・デザイナー）

AK: Nami の場合は、名前がだいふ後になってから決まりました。書体のイメージにふさわしい名前を選んだわけです。

●広告などのグラフィックの仕事はいつも時間（締切）に追われている気がします。書体をつくるお仕事（コーポレート向きなどではない場合）は、どのように締切の期日を決めるのですか？ またストレスの多そうなお仕事のような気がします。お仕事中、音楽を聴いたりすることはありますか？（もし聴いていたら、ロックな書体とかなってしまいそうな気がします。）（30歳・デザイン会社勤務）

AK: ストレス、ほとんど無いです :-)。たいてい1年とか2年とか気長な作業なので。締め切り間際になって変更がでたりということがあるとあわてますが、それでも体調を崩すほどではないです。締め切りを遅らせたりできますから。書体デザインの作業で、スペーシング（文字の字幅を決める作業）とカーニング（特定の2文字の字間の調整をする作業）はとくに数時間集中しないといけないので、周りの物音が気にならないよう音楽を聴きます。その間は気が抜けませんが、一番楽しい時間です！ 最近はドイツ語の上達が第一目標なのでドイツ語のレッスンやグリム童話のCDが多いですが、ロックや落語も聴きます。いまのところ、書体に音楽やグリム童話の影響は無いようです :-)。

●最近のIT系雑誌では、社名、製品名に欧文表記が多くあります。こうした固有名詞が行の終わりから始めにかかった場合、途中で切ることは欧米ではやっているのでしょうか。

またURLの切り方、オックスフォードルールもシカゴルールも改行の場合、スラッシュの後、あるいはピリオドの前で切れと書いてあるのですが、このルールは欧米出版界全体で知られていることなのでしょう。特にピリオドの前で切ってある組版をあまり見たことがありません。フォントというより、組版の質問になってしまいました。(43歳・デザイナー)

AK: まず、固有名詞を切ることは一般的に行われていると思いますよ。問題はどこで切るかですが、意味や読み方を間違えそうなところで切るとまずいです。適当な社名を思いつきませんが、例えば単語 readjust (リ・アジャスト=アジャストしなおすこと) を read-just というふうに切ると (リード・ジャスト) になってしまうので。

つぎにURLの質問について。オックスフォード大学出版局の『The Oxford Guide to Style』の 548 ページを読んで質問されたのだと思いますが、よく読むと、「スラッシュの後か、それがどうしても無理な場合に限ってピリオドの前で切ってもいい」というニュアンスで書いてあります。「スラッシュの後、あるいはピリオドの前」というふうに書かれると、これを読んだ方の中にはどっちでも良いみたいに受け取る人もいると思いますが、そういうわけじゃないです。本には書いてないけど、私が出しゃばっていいなら、「ピリオドの前という切り方は、最後の最後のまた最後の手段です」と付け加えたいです。電車の緊急停止装置みたいなものじゃないでしょうか。普通は、URLがスラッシュの後で改行されている例しか見ません。みんなそこでくい止めるようにしているんです。どうしてもスラッシュの後で改行できないような状況ができてしまうことは普通おこらない。非常事態なんです。もしそうなるとしたら、すでにそのページはタイポグラフィ的に相当ひどいことになってますよ。

でも、この質問をされた人は、「ピリオドの前で切れ」という部分を読んだときに、え？それってアリ？わかりづらそうだなあ、と思ったに違いないんです。だから質問したんですよ？その「わかりづらそうだなあ、読みにくいだらうなあ」という感覚は、とても大事ですよ。書物に書いてあることを丸暗記して振りかざすだけでなく、そういう感覚を持っている人って、きっと良い組み方をしてくれます。

●OpenType以前のフォントを使う場合、マクロンの書体を作らなければならないことがあります。その際、横棒の長さや位置、太さなどの決まりはありますか？(エディトリアルデザイナー)

AK: 「マクロン」というのは、文字の上につく横棒のアクセント記号ですね？文字や記号の形に、ふつうは決まりというのはありません。そういうふうに見えればいい。横棒は太く短くしすぎると「点」に見えるし、長すぎると隣の文字にぶつかる。だからその間におさまってい

ればいい。他の書体などをたくさん参考にすれば、だいたい間違いない範囲というのがわかると思います。

●学生の際はどのように文字に向き合って勉強していましたか？（21歳・東京造形大学）

AK: ちょうど質問された方と同じくらいの年齢でした。武蔵野美大の大町尚友先生のタイプデザインゼミをとっていました。大町先生には申し訳ないんですが、あまり熱心な学生でなかったと思うんです。もったいなかったなー。そのころ周りではいろいろあって、大学での勉強すべてをやる気がなくなってしまっていたので、出席もあまりせず、成績はギリギリだったと思います。でも、何となく文字を好きでいられたのは今思うと良かったですね。学内で販売していた洋書でインスタントレタリング（こすって転写する文字シート）の書体見本があったので、それをよくながめていました。

●和文書体には正式な斜体やエキスパンドがないと思いますが、そういうものはこれから開発されていくと思いますか？（22歳・武蔵野美術大学）

AK: あるよー。コンデンスは雑誌『AXIS』で使っていますよ。斜体は日本では使い道が無いので、つくる必要も無いと思います。

●日本の携帯電話「SoftBank」のロゴ欧文書体が気になります（よくないように思う）

AK: うーん、日本語書体の従属欧文みたいに見えますが、個人的な感想をここで私が言って良いものかどうかわかりません。ロゴは、クライアントが自分の会社の顔として、会社の方針やねらいなどと照らし合わせて満足したうえで決定している（と思う）わけですから、私みたいに、SoftBank がどういう会社か実際によくわかっていない者が全体的な評価はしにくいですよ。カーターさんも私もサントリーのロゴの審査の時にそう申し上げたんですが、書体デザインとロゴとは別物です。同じ文字を扱っているんですが、ロゴはグラフィック的な扱いをするから個性が求められるし、印象を強くするためにわざとアンバランスにしたりとかってあると思うんです。

●自分で調べればよいことかもしれませんが、欧文書体メーカー各社のブランドイメージ、テイスト。Monotype社やBitstream社

AK: FontShop とかなら「若さ」とか「斬新さ」とかってあるけど、Monotype社やBitstream社のブランドイメージというのは、ちょっと私も分かりません。

●Windows標準フォント Arialについて否定的な意見をどこかで読んだのですが。(43歳・会社員 デザイン系)

AK: 『The Helvetica Book』(大谷秀映著)ですね。ちょうどその原稿を大谷さんに頼まれた時、グラフィックデザイナーの集まりなどの中で自然発生的に「Arial は Helvetica の盗作で、Arial を使うのはカッコワルイからやめよう」という運動みたいなものがあちこちであったので、その時流をちょっと伝えたいっていう気持ちがありましたし、それと形の良し悪しの見分け方の話とをからめました。

書体って、A は A に見えないといけないから、どこかで似通ってくるし、Garamond が人気だからって、独自の Garamond を出したら、「真似じゃないか」と言われるかもしれない。

「でもウチのはここが良いんだ」みたいな売りがあったりします。そうやって少しずつ真似と改良とをつきまぜていって熟成してきたみたいなものが多いと思うんです。まったくの独創なんて、新しいアルファベットのシステムをつくらない限り無いんです。だから何を盗作とするかみたいな話をすると話がどんどん難しくなりますから、形についての良し悪しのことにはぼりぼります。ギリギリのところでもオリジナリティを出したり、年月を越えて結晶したみたいな良いバランスや味を持ってる書体があって、Helvetica にはそれがある。Arial には無い。だから単純に Helvetica と Arial とふたつ使える状況があって、どっちにしようかと迷う人があれば、私は Helvetica をおすすめします。Arial ってチカラがあまり感じられないので、単語を組んだときに心地良い緊張感みたいなのが生まれずに、見出しに使うとちょっとがっかりしますよ、と言いたかったんです。

●今という時代のフォントの流行ってあるんでしょうか？ もしくは今後こういうスタイルのフォントのリリースが続きそうだななどあれば、さしつかえない範囲で。(25歳・web制作会社)

AK: ここ10年くらいで、サンセリフ体がすごく増えましたね。しかも人間的な柔らかさを持ったもの。この傾向は続くと思います。

●名詞の英文のことがよくわからない、ちょっと聞き逃しました。Kasai, Kaoru、全部大文字もありか。KASAI, KAORU

AK: 姓・名の順序でローマ字表記するときは、欧米では姓のあとにコンマを打つのがならわしみたいです。それをコンマ無しで Kasai Kaoru とすると、日本人には「普通カサイというのは姓で、カオルというのは名前だ」とわかるから良いけど、外国の人にはわかりづらいでしょう。ローマ字表記するのは、外国の人も読むかもしれないので、あくまで日本式を通すのは難しいかもしれません。セミナーでは、姓だけ大文字で表記すると、今度はその姓がやたらに大きく見えるという話になって、そこからスモールキャップ（ほぼ小文字の高さにデザインされた大文字）の話が出てきたと思います。スモールキャップを使った姓名の表記の例を、『デザインの現場』2004年 4月号 41ページに載せていますから、参考にしてください。いずれにしても、名刺みたいに名前だけ組む場合のことをここでは言っているんで、読み物の文章中では、人名をすべて大文字にしないのが普通です。辞典みたいに検索機能とか兼ねてれば別ですけど。文章中に大文字だけの名前が頻繁に出ると目立ちすぎるから、文章全体が読みにくくなっちゃう。

●金属活字と比べ、デジタルフォントは弱くなったと河野三男さんが（あるいは、ある方が）おっしゃっていて、個人的にも金属活字が好きなのですが、そのあたりのことはどのようにお考えですか。また小林さん自身は金属活字に対してどのようにお考えでしょうか。（21歳・武蔵野美術大学）

AK: 話の前後がわからないので何とも言えませんが、金属活字のなかにも弱々しい活字書体はあったし、デジタル書体のなかにもしっかりした良い書体はありますよ。もちろん組版のしかた、印刷のしかたによっても見え方が違うので、金属活字だから優れているとかデジタルだから駄目だとか、そういうことは無いと思います。手前味噌ですが、長年活版で仕事をしてきたアメリカのベテランのブックデザイナーが、私に感謝の長い手紙を送ってくれた事があります。デジタルで使いたい書体を探したときに活版の風合いを持った良い書体が無くて、私の Clifford を選んだらとても良かったんだそうです。彼は他にも Miller（マシュー・カーター氏設計）とかも使っています。

●初歩的な質問ですが、サンセリフ体のスケッチは平筆でや平ペンでするのでしょうか。カタログの写真をみたところ、フルティガーさんはペンで書いていらっしゃいましたが。（28歳・デザイン、製品企画）

AK: いや、鉛筆やサインペンが多いです。書体デザインに慣れた人は、どういう筆記具を使ったらどんなふうになるかというのが頭の中に入っているんで、その道具を使わなくてもだいたい描くことができます。

●「post card」は日本ではふつうあいていますが、たしかオックスフォードのルールにone wordと書いてあるようで、実際のところはどうなのか、うかがいたかったです。（34歳・ブックデザイナー）

AK: これは、セミナーの会場で同じことを直接たずねにきた方がいらっしゃったけど、同じ方かな？ 海外では Postcard と綴るのが一般的ですよ。あと Workshop もひとつの単語です。でも、言葉は少しずつ変わってくるみたいですから、今は一つでも昔は別々の単語だったものがあるのかも。そのへんは専門外なので、かんべんしてください。

●文字に生きた男たちの熱いエピソードがあったら教えていただきたかったです。  
（23歳・アシスタントデザイナー）

AK: 熱いエピソードはセミナー数回分くらいありますよ。例えば、ヘルマン・ツァップ氏のカリグラフィを活字彫刻師のローゼンベルガー氏が鉛の版に彫って刷った『Feder und Stichel』という本があります。いまちょっとやさっとじゃ手に入らない本です。ツァップ氏から思い出話として聞きましたが、戦時中大変な思いをして作った本らしいです。ローゼンベルガー氏は、空襲警報が鳴ると彫りかけの原版をかかえて防空壕に入り、解除になるとまた彫り続け、というふうにしていたそうですし、それを印刷するときは、空襲による爆撃で屋根の一部が吹き飛んだままで雨漏りのするようなところで印刷機を回していたそうです。そんな中で、しっかりした黒みを出すために印刷インキの調合にもいろいろ工夫していたとか、きりがいいですからこのへんで。

●小林さんが開発に関わったフォントの制作の裏話を聞いてみたいです。（今日よりも詳細に）  
（35歳・グラフィックデザイナー）

AK: これも、たぶんセミナーにすると面白いでしょうね。冷や汗のでるエピソードも。ボツになったデザインとかも見せたり、何でボツになったかも説明したりしてね。