

# 読みやすい文字追求

## 工の国 たくみ

ものづくり・静岡

携帯電話でメールを打つ時に使ういろいろな漢字。小さな液晶画面に合うように、わざわざ作られているものとはあまり知られていない。浜松市新都田1丁目にある「リム・コーポレーション」の技術がなければ、ここまで美しく表示できなかったかもしれない。

同社は文字の字体やデザインであるフォントのメーカー。「文字を小さくした時に、きちんと読めるかがフォントの勝負」——リムの創業者で社長の竹塚直久さん(51)は言う。

竹塚さんは最初、輸出プリンター用の外国語フ

## 携帯電話のフォント開発

フォントを作っていた。当時、重要だったのは字の正確さや印字の美しさだ。だが、本格的なデジタル時代の到来に「紙ではなく、画面表示がメインになる。小さく、読みやすくできれば売れる」。印刷から画面のフォント開発に軸足を移した。91年のことだ。

初めに取り組んだのが主流の「ビットマップフォント」だった。小さな「点」を集めて文字を表現するフォント。だが、漢字を小さくすると、「点」と「点」の間の空間がうまり、どうしても字がつぶれてしまう。そこで、漢字の特性を



逆手に取って、字画の一部を省略した。象形文字のため、形が認識できれば意味はつかめる。貴族の「貴」では「貝」の横棒を一本減らす。「電」や「夏」なども一部を省いた。リムが他社より際だつのは、認知工

携帯電話に異なる大きさの自社フォントを表示してみせるリム・コーポレーション社長の竹塚直久さん。浜松市新都田1丁目の本社で

開発中の95年にインターネットのホームページで宣伝すると、すぐ反応があった。電子辞書で世界一のシェアがあり、日本語版も製造していた米国メーカー「フランクリン」からだ。フランクリンの電子辞書に採用されると、大手電機メーカーから「携帯電話にも」と注文が来た。

記憶させ、その線の内側を塗りつぶす「スケラブルフォント」を05年に発売した。

画面に多くの文字をわかりやすく表示させることを「売り」にする携帯電話では必須のフォントになる。リムは現在、国内の携帯電話フォントでは、ほぼ半分のシェアを占め、スケラブルフォントを搭載した機種に限れば、3分の2と圧倒的だ。竹塚さんは今、同じ漢字文化で、急速な経済成長を続ける中国で中国語フォントを売り込む。「コンピュータと人との間にある視覚的な垣根を低くしたい」。小さなフォントであっても、コンピュータと人をつなぐ大きな役割がある。竹塚さんのこだわりがある。