

リムコーポレーション

リムコーポレーションが開発した Uni-Type™

間淵 雅宏

はじめに

当社が取り組んできた Uni-Type という UD 書体をご紹介します。

当社が千葉大学との共同研究により UD 書体 Uni-Type TM の商品化した背景は「ケータイなど小さな液晶表示画面で日本語を読む頻度が多くなりつつあり団塊の世代の視覚ストレスを軽減させる書体が必要になってくる」というものでした。

開発着手当時（2005年）は、まだ UD 書体というものが世の中に存在しておらず、書体デザインにおける UD の定義が重要だと感じていました。

UD の一般的定義に即して「視覚障がい者にも読みやすい UD 書体」このように説明されている書体が最近、複数発表されています。しかし当社の考えた UD の定義はこれとは異なるものです。

2005年当時、ケータイが幅広い世代に普及するようになり、小さな文字にストレスを感じるシニア世代のマーケットが拡大していく時代背景のなか、シニア世代が読みやすいように文字サイズを大きくすれば画面表示の文字情報量は減ることになります。

そこで Uni-Type と同時並行して進めていたスケーラブル文字描画エンジンと組み合わせ、小さな文字の識別性が高い書体によってこのトレードオフを軽減させることができると考えました。すなわち、情報端末のユーザーインターフェースにおける世代間格差を軽減させることが Uni-Type の存在意義であり当社の考える UD の定義だったのです。

Uni-Type を製品発表した後、ケータイで文字を読むのがメールだけでなく、ワンセグ放送、ニュース、株価情報、天気情報、SNS、電子書籍、ツイッターなど様々な情報提供サービスが発達しました。ケータイを通じてユーザーの目に飛び込んでくる文字の量はどんどん増えていったのです。こ

れに伴い、シニア世代でもケータイを情報端末機器として使いこなす人が増加していったのが2005年から2010年にかけての市場動向だったと思います。

ケータイ製品での採用事例

これまで複数の国内ケータイメーカーに Uni-Type が採用されましたが、ここに紹介する事例は当社と同じ UD コンセプトで誕生したシニア向けケータイでの Uni-Type の採用事例を紹介します。

富士通がドコモから発売した「らくらくホン」は、小さな文字への視覚ストレスを抱える世代から大きな支持を得た商品です。

富士通では世代間格差に対する UD 製品という位置づけで紹介されており当社の UD コンセプトと相通じるものがあります。

この製品のワンセグ放送用字幕に Uni-Type が採用されています。字幕放送は文字が横に流れていくため、より識別性の高い書体が必要となります。

シニア世代がターゲットユーザーならば、そのような傾向はより強くなることでしょう。このらくらくホンも現在6代目となるほど息の長い製品となっていることから、世代間格差 UD というコンセプトはケータイ製品市場で大きな存在感を示しているのです。

らくらくホン6のカタログで Uni-Type が紹介されています。

らくらくホン6

洗い流せるから安心

画面の明るさを最適化する「自動輝度調整」

光センサーが周囲の明るさを自動で感知するので、液晶画面を見やすい輝度に自動調整してくれます。

明るい環境では輝度を上げて見やすくします

暗い環境では輝度を下げてまぶしさを減らします

おまかせ画面切り替え

画面を左右に横けると自動で向きが変わる「おまかせ画面切り替え」を搭載。画面の向きに合わせて、カーソルキーも回転するので、快適に操作できます。 *ワンセグ、ビデオに対応しています。

たとえば、画面の向きに合わせてOの部分が上向きになります

視聴時間最大320分*のワンセグ対応 **easy@**

地上デジタルテレビジョン放送の「ワンセグ」が視聴できます。また、見やすさを追求し、字幕フォントには商業工学に基づいた「Uni-Type」を採用、より見やすい文字表示でワンセグを楽しむことができます。

*携帯電話の電源が切れる場合（通常視聴270分）
お買い上げ時は、充電力モードの設定が「off」になっています。
*ワンセグ放送は、利用可能地域のみでのご利用となります。受信できない場合があります。
*録画機能には対応していません。

FUJITSU

この2～3年の傾向としてハイエンドモデルでは高精細なVGAパネルが普及していますが、このくらいピクセル密度が高いと文字の表現力も高く、どのような書体でも読みやすいと思います。

しかしピクセル密度がVGAの1/4であるQVGAパネルではUni-Typeのような「1サイズ大きく見える」書体の存在意義は大きいと言えます。(シニアケータイはQVGAパネルが主流です)

その他の導入事例

千葉大学病院の総合受付の液晶パネルにUni-Typeが採用された事例を紹介します。高齢者が多く集まる総合病院では最近、このような案内ボードが普及しています。これも当社の提唱したUDコンセプトが受け入れられた一例だと思えます。



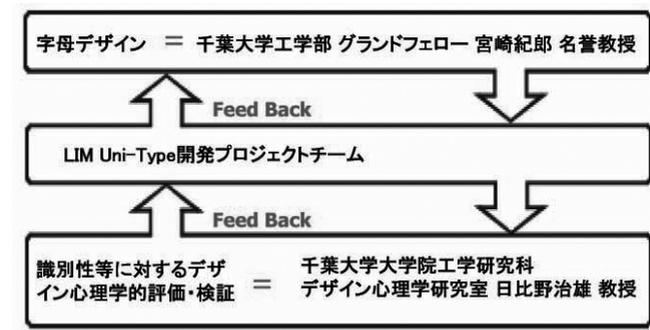
千葉大学との共同研究

UDに取り組むには製品コンセプトだけでなくその開発方法も重要であると考え、安易に自社だけの価値観で帰結できない仕組みをつくりました。

Uni-Typeが評価を受けているのはこのような開発コンセプトも含めての評価であると考えております。次の図は、Uni-Typeプロジェクトにおけるそれぞれの役割を示しています。

デザイン設計は、千葉大学の宮崎教授にお願いし、デジタル処理作業は当社が行いました。できあがった試作デザインを千葉大学大学院の日比野教授に評価実験をしてもらい、ベンチマーク書体より優位性がみられなければ白

紙からデザインを見直すという作業を何度も行ったわけです。



国内ケータイのシニアマーケットを意識してUni-Typeという製品をリリースしたのですが、これまでにケータイ以外の様々な製品分野で採用されています(カーナビ、情報端末機器、産業機械、大型空調システム表示、医療機器)。Uni-Typeのコンセプトが幅広い製品分野で支持を受けたのは間違いありません。

書体デザイン的にはきわめて個性的なこの書体ですが、今後、意外なところでその書体を目にするところがあるかもしれません。



※ Uni-Type は株式会社リムコーポレーションの登録商標です。

■ リムコーポレーション URL: <http://www.lim.co.jp/>

(2009年7月号・2010年7月号掲載)
※本文は2010年の原稿に加筆修正しています。