

<参考資料>

2009年9月10日

博報堂

**博報堂、より多くの人に伝わるユニバーサルデザイン仕様の書体「つたわるフォント」  
を開発。2009年9月より、「つたわる広告」と同時サービス開始**

博報堂は、高齢者や障害者をはじめ、より多くの人に情報を伝えることを目的としたユニバーサルデザイン仕様の「つたわるフォント」を開発、9月中旬より販売いたします。

また、「つたわるフォント」の販売と同時に、このフォントを使用した独自ノウハウによる「つたわる広告」をクライアント向けのサービスとしてあわせて開始いたします。

高齢者や障害者だけでなく多くの人が、商品パッケージや取り扱い説明書、商品パンフレットなど、文字が小さく、読みにくいと感じています。また、数字や暗証番号、時刻、価格表示、決算数字など、単純な入力ミスや読み間違いが、企業活動に大きなリスクをもたらす可能性もあります。

2009年6月に新設した専門組織「博報堂ユニバーサルデザイン」では、ユニバーサルデザインの発想に基づき、株式会社タイプバンク、慶應義塾大学と共同で、「つたわるフォント」を開発しました。「つたわるフォント」は、誤認を防ぐこと、可読性を高めることを目的に開発された書体で、これまで慶應義塾の中野泰志教授による学術的な実証実験や、自主評価調査<sup>\*1)</sup>も行っており、9月中旬よりクライアントである企業や自治体に販売を開始いたします。

「博報堂ユニバーサルデザイン」は同時に、より多くの人に伝わる広告制作を展開するための「つたわる広告」も同時にサービス開始いたします。

「つたわる広告」は、高いデザイン性でクライアントのブランドイメージを保ちながら、一方で読者の不満やストレスを取り除き、読みやすく理解しやすいを形にしたユニバーサルデザインをコンセプトとした広告です。誤認を防ぐ、可読性の高い「つたわるフォント」を使用し、専門性の高い社内クリエイターが、レイアウトデザイン、カラーマネジメント、絵文字、コピーライティングなどの独自のノウハウを活用し制作いたします。

「つたわる広告」により、個々の印刷物だけでなく、雑誌・新聞広告、中吊り広告、チラシ、ポスター、小冊子、取扱説明書など、生活者とのすべてのタッチポイントをユニバーサル仕様にし、より多くの人が情報の認知、理解を一層高め、クライアントのコミュニケーション・ロスを最小化いたします。

今後も、博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」を持ち、より一層の質の高いサービスをご提供してまいります。

■ ロゴ：

・ つたわるフォント

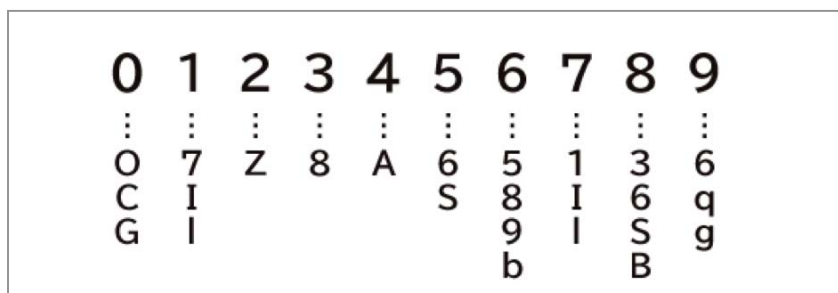
・ つたわる広告



■ 書体ラインナップ：ゴシック系、タイポス系、丸ゴシック系、明朝系 15種類

■ フォント例

類似数字、欧文の差異化…文字自体のもつ形状を保ちながら、間違いやすい形状の識別がしやすいデザイン



※1

「つたわるフォント」「つたわる広告」自主評価調査

従来型のフォントとの比較調査では、「つたわるフォント」を使った場合、約7割(参考値)の人が「読みやすくなった」と評価しています。

調査時期：2009年9月2日・3日

調査方法：インターネット調査

調査対象：首都圏在住 20～60代男女 500名

本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室 西尾・大野  
TEL 03-6441-6161  
FAX 03-6441-6166