



01 「FRaU」(講談社)  
おなか、ひっこめ!  
この写真の強い目線を見た時、  
どうしてもダイヤルみたいな動きを  
出さなくなりました (談)。

あがる、映画  
これは年末の号だったので、  
新年と言えは軽白なうらと、  
赤と白で色を変えてみました (談)。



ダイナマイト・ブラザーズ・シンジゲート  
野口孝仁

## ゴシックの汎用性を活かす

エディトリアルデザイナー、野口孝仁さんの仕事は、いつも様々な要素が混在しつつも全体のバランスは常に均整されている。しかし、「売れる本」というのは必ずしも上手にデザインされたものではないというギャップも常に感じているようだ。文字を使ったコミュニケーションを考える際、どのようにすれば多くの人に伝わるのか、これまでの仕事を振り返ってもしないが、野口さんの考えるゴシック書体の魅力について聞いた。

### 基本の作業こそが最も大切

雑誌のデザインで何よりも求められるのがスピード。そのため、デザイナーは構図と文字組みと色選別に、ほとんどの時間を割くことになる。野口さんは、そうした基本の作業にこそプライオリティを置くべきだと考えている。デザイナーとして、文字に対するこだわりはもちろんなるが、ただ読ませるだけでなく、全体のバランスも見なければならぬ。そうした感覚を養うのに一番大切なのが「現場」であり、実際に街に出て話を聞き、手で触れてみるという経験が何より大切だという。「FRaU」のような女性誌の場合、男の自分はまったくわからないことも多いんです。ただ、ストリートな女性誌というよりも、FRaUの中

性的なイメージにゴシックはすごく合うと思いました」。野口さんにとって、書体の使い分けは、塩、コショウを振るようなもの。例えばゴシックのイメージは男性。明朝は女性。という風にイメージをふくらませている。

全国のPLAZAで無料配布されている「Ans.」は、古いアメリカのイメージを打ち出したいと考えていた。そのため日本語を使用すると、どこか白けた印象を残してしまう。ゴシックを使用するのは、明朝と違い記号化されていて、欧文との相性が良く統一感が生まれるからだ。「日本語は欧文に比べて漢字、ひらがな、カタカナと要素が広くさんあり、ごちゃごちゃとしてしまいがちです。ゴシックは、文字を小さ



02 「Ans.」(マガジンハウス)  
ゴシックの中でも野口さんがよく使う書体がMB31とコプリナ。欧文はほとんどヘルベチカのみで、この二書体との相性がとてもいいという。

03 「美術手帖」(美術出版社)  
蜷川実花  
ゴシックは明朝のような顔がないので、ある意味冷たい印象もあります。名前が反復していることもあり、文字を切ってみました (談)。



くしても強弱がそれほど出ず、存在感として控え目ながら、しっかりと認識できる。同時に楽しくポップな印象も必要だ。小さな判型の中、なにを犠牲にすべきか、あるいはなにを強く出すべきなのか。全部が主

### 相反する要素を二つの書体で表現

ゴシックの使い方、とくに手応えを感じたのが、昨年のリニューアルから手掛けている「美術手帖」。時代的にも美術が身近になったという背景もあり、もっと間口を広げられるのではないかと考えた。歴史ある雑誌のため、信頼を損ねることなく、同時に楽しくポップな印象も必要だ。小さな判型の中、なにを犠牲にすべきか、あるいはなにを強く出すべきなのか。全部が主

張しすぎてしまうと、伝わりにくくなってしまふ。そこで「美術手帖」のロゴは小さな明朝で、特集のタイトルは大きなゴシックで文字を組むことにした。「通常の文字組みのセオリーには反しますが、相反する要素を二つの書体で表すことによって文字が図形のように見えてくるんです。こうした足し算や引き算をうまく使うことで、見え方が古臭くならないよう気を付けています」。普段、エディトリアルデザインは感覚で捉えることが多いという野口さん。最初に頭に思い浮かんだイメージを大事にしなが



のちこうじ  
1999年ダイナマイト・ブラザーズ・シンジゲート設立。過去には「ELLE」、「楽園」、「GG JAPAN」、「Living Design」等、現在は「東京カレンダー」、「美術手帖」、「FRaU」等。多数の雑誌デザインを手がける。最近では東京プラザのCL、ファイブスターホテルのウェブカタログ、メンズアンダーウェアのブランディングなど、グラフィックデザイン全般においても幅広く活動中。http://www.c-b-100.jp/