

株式会社デジタル・アド・サービス（以下、DAS）が制作を担当した『Multi-bits 2006年8月号』は、デザインツール、デジタルコンテンツの総合通販カタログ。株式会社マルチビットが運営し、国内屈指のブランド力とボリュームを誇る。印刷業界でもおなじみだろう。

## 2週間で12万点の 画像を処理する

短納期の大量画像処理。カラージェニアスの効果を問う。

「画像の点数、素材集の誌面に掲載されているのは3万強です。ただ、実際には事前にCMYK変換をしておいて、後から指示された写真を選んで組み合わせるという工程がありますから、トータルで10万件以上変換していますね。」（松田さん）

「11～12万点は変換したはずですが。各商品に入っている元のRGBデータがすべて入稿され、最初に全部変換してから、使う画像を選んで制作側に回します。2週間弱で、その全点を変換しなくてはならず、あとからサーバーライセンスを追加しました。4台、5台のサーバーをフル稼働で変換しないと間に合わないという計算だったので。」（伊豆さん）

DASでは今回サーバー版のカラージェニアスを使い、大量の画像をバッチ処理する方法をとった。個々の画像を人間がケアする時間はないし、品質も保証しなければならない。

「これだけの分量のあるものを、実質1ヶ月弱で、なおかつ“印刷物になったときの画質を上げる”という条件を満たして処理しなければならない。本当に、ヨ

イショではないですが、カラージェニアスがあったからこそできた仕事だと思います。少人数で仕事が可能ということは、コストを落とすということでもあります。写真の品質を要求されるお客様に対しては、ある営業パターンが確立できたと感じます。」（松田さん）

## マルチビットさん側で 画像品質を上げるという 明確なビジョンがあった。

品質の違いで、クライアントとの信頼関係も強まった。

DASでVer3.0を導入するきっかけとなったのが、『Multi-bits2006年度版』で、“とにかく美しく。画像素材の良さをユーザに感じてもらいたい”という課題があげられたことである。

「カラージェニアスによる画像の変換。この提案で先方（マルチビット）の要望をクリアできましたし、最終的に受注にこぎつけるための大事な一要素になったと思います。」（松田さん）

と語る。さらに、デジタルハリウッドとのタイアップ記事の誌面も企画された。

「画像の変換にカラージェニアスを使うことは、当然のこととして話は進みました。マルチビットさんでも、カラージェニアスの変換は、印刷時の美しさを保証するための一番良い方法だと認識していただけたのだと思います。」（大塚さん）

今回の事例はDASにとっても、お客様との信頼関係を強める良い事例になったと言う。

「以前、食品関連の素材画像を処理したとき、受け取ったCMYK画像を弊社でそのまま出力したものと、顧客側で出力したもの間に相当の差があった、ということがありました。たぶん顧客側ではコンシューマレベルのインク

ジェットプリンターを使われていたのですが、その鮮やかな品質を印刷物でも期待されてしまいますよね。結果的に、期待はずれなことになってしまったのですが。今回社内でRGB=CMYK変換できたので、カンブと印刷物の品質の差をできる限り埋めることができました。スキルがあまりなくてもカンブと実際の印刷物の差を埋められるというのは、業務ワークフローに合理性をもたらすという観点で、欠かせない要素だと思います。“とにかくがんばってみます!”というのと、具体的に“印刷時の色再現性を考慮したカラージェニアスを使います”と言えるのは、雲泥の差があります。具体的な根拠というのは本当に大事なことですから。」（大塚さん）



デジタル・アド・サービス  
DAM推進部 営業企画課 大塚さん

## スキルレスで品質が確保でき、 バッチ処理が可能

DASにとって、カラージェニアスの良さとは？

「顧客の要望によってその意味合いは変わってきます。たとえば、こういったボリュームのあるカタログだと、一点一点

の画像を徹底的にきれいにしようということは、現実的に不可能じゃないですか。個々の画像もケアしなくてはならないですが、全体の調子をそろえるということも重要ですよ。だからカラージェニアスのメリットは、個別のケアなしに品質が確保でき、バッチ処理が可能であるということに尽きるのではないかと思います。もちろん、単品の商品パンフレットなどだと、ひとつひとつの写真をいかに美しく見せるかが重要です。そういう場合はカラージェニアスの使い方も違ってきますね。」(伊豆さん)



デジタル・アド・サービス 編集デザイン部  
伊豆さん

総合カタログでは各画像で満点の仕上がりを狙うより、バランスをとって全体としての調子を合わせる事が大切だと言う。また、写真の点数が多い場合はバッチ処理が行えないといけない。

「カラージェニアスサーバーは常に立ち上がっていて、共有されたフォルダーを社内の制作メンバー全員で使っています。ほとんどの画像はカラージェニアスサーバーを通して処理されるという感じですかね。日々の仕事で当然のように使われています。」(伊豆さん)

**受注側が楽になります、  
だけではダメなのは  
当たり前ですよ。**

受注側のワークフローの合理化は、顧客視点で語らなければ営業的に生きてこない。

「カラージェニアスによる変換を、通常の写真処理ソフトで同じように実現するのは、現実的には困難だと思うんですよ。できる人はいるでしょうけど、そういうスキルを持った人間ばかりではありません。社内のスキルレベルを統一できるという意味でも、標準ツールがあるというのは助かります。デジタルカメラの普及にともなって、RGB入稿の比率は当然増えていきますから、カラージェニアスなしに業務フローを設計することはもう考えられません。」(伊豆さん)

営業的な視点からカラージェニアスはどのような意味を持ちうるのか。

「制作会社・印刷会社は、効率化、コストダウン、それから品質を意識する

ことが多いと思います。それはそれで確かに重要なことなのですが、顧客の視点を持って営業活動するというのが大事だと思います。カラージェニアスに限らずですが、社内で利用しているツールや設計されたワークフローの意義を、いかに顧客の視点で語れるかなんですよね。カラージェニアスに関しては、大日本スクリーンさんからの適切な説明があったおかげで、それをうまく顧客視点の言葉に翻訳できたと思います。スクリーンさんには足を向けて寝られません。ツールの売りは機能だけではない、と改めて思います。」(松田さん)

