

ユーザープロフィール

"「知らせたい」と「知りたい」を結びます"をコンセプトに企画・プランニング・商品撮影、デザインから印刷までを手がける総合印刷会社。主要7拠点、地域オフィス8拠点を結ぶ高速回線ネットワークを生かし、旬の情報を消費者に届ける。

ジャパンプリントシステムズ

全拠点通じた色基準確立

ハイクオリティで新規開拓へ挑む

新鮮味あふれた食材の色、生地のような質感……。チラシは商品のクオリティを伝え、消費者の購買欲をそそる力を持つ。同時に求められるのは、できるだけ敏速に情報を伝えるというメディアとしての役割だ。
時間と距離を越え、生き生きとした情報伝達をサポートするため、ジャパンプリントシステムズ（東京・羽村市）では北海道から九州まで、全拠点における印刷色の統一を目指している。

■商品の豊かな色彩を消費者へ届ける

ジャパンプリントシステムズは日本企画印刷とセントラルオペレーションサービスの合併により1994年に設立した。現在、関東、札幌、大阪、福岡など主要6カ所に制作拠点をもち、食品や衣料品のチラシ、カタログの制作を中心に手がけている。

どの拠点で出力しても同じ色を再現できるように、全国レベルでの色環境の統一化へ取組み始めたのは2007年5月のこと。画像の色をキャリブレーションされたモニターで正確に再現する必要があったため、ColorEdge

CG241W 14台の導入に踏み切った。関東3拠点に10台、主に食品の撮影を行っている高輪スタジオに4台、カラーマネージメントを総括する経営企画室に1台を割り振っている。

「2005年から印刷現場ではDDCP、印刷機のカラーマッチングを行っていましたが、拠点ごとのバラツキは避けられなかった。どこで受注し、どこで印刷しても同じものが再現できれば、仕事の幅も広がり、品質も上がる。色への信頼性を向上させ、新たなクライアント獲得の強みになればと考えました」と経営企画室システム推進グループの中平法仁氏は話す。



制作部の東氏（左）と経営企画室の中平氏

第一ステップは、各拠点の制作環境を整え、DDCP出力の色を合わせることだった。色環境の統一には、環境光も含め、どの拠点であつても同じ色をとらえられるという前提が必要だった。

「お客様から『この色をもっと薄くしてほしい』というような注文があつた時、データ処理に問題があるのか、平台校正の状態が悪いためののか、原因がつかみきれない場合があ



ColorEdgeCG241Wで全社的なカラーマネージメントに取り組む

りました。何が足りないのか、どこを修正すればいいのか。状態を正しく把握するには、まずはモニター上での正確な再現が必要でした」(中平氏)

■柔軟なネットワークを武器にさらなる敏速・高品質対応へ

同社が強みとしているのは、高速通信で結ばれたデジタルネットワークだ。全拠点を通じた色統一により、各拠点への仕事の割り振りの効率化も期待できる。

「チラシは地域によって食品などの掲載商品が異なります。例えば、衣料品を表面に、食品を裏面に印刷する場合であっても、共通する衣料品面の制作を関東で、食品面を各拠点で制作するという分散化した仕事の流れになる。

食品では肉の赤みが、衣料品では素材の色や肌色の再現が難しい。全拠点での色の統一により、品質を向上できることは大きな強みになります」(中平氏)

また、高輪に構えた撮影スタジオのほか、各拠

点で撮影からの請け負う仕事も多い同社では、ColorEdge CG241Wの導入により、カメラマン自身が撮影現場で色を調整、仕上がりに近い形をイメージできるようになった。

「CG241Wを使用すれば、実際の商品の色と合わせ込め、シミュレーションできるため、カメラマンの間でも非常に好評です」と制作部写真画像課の東浩樹氏はいう。

色環境の統一、維持を行うため、同社では各部署を集め、定期的に制作会議を行っている。具体的には独自に制作した色の管理チャートを各制作部門に配布、チャート出力を定期的に発行してもらい、そのチャートを測定する。測定データは、東京の経営企画室でブレがないかを常にチェックする体制を作っている。

現在、各制作拠点で色の調整を順次行っており、年明けには全拠点でモニター、DDCP、印刷機の色統一を達成できる見通しだ。

今後の展開について中平氏は「第2ステップとして、DDCP以外のレーザーやインクジェットプリンタについても色の合わせ込みを強化していきたい。各拠点で同じ色を出すことができるようになれば、全社的な色統一が達成できる。品質安定を営業的な強みに新規のお客様にアプローチできるように、色環境の維持に一層、力を入れていきたい」と語った。