

RGBワークフローを促進

色の共有化でさらなる品質保証へ

DNPメディア・アート 画像処理センター

入稿されるRGBデータの色みを印刷に再現していくためには、社内における色の共有化のみならず、クライアントとの色の共有化も必要になってくる。DNPメディア・アート画像処理センター（東京・新宿区）では、デジタル化の効用を最大限に利用し、最適な状態で印刷工程へと送り出すため、ColorEdgeを標準モニターとして使用。モニタープールの精度と利便性を多くに活用している。

■デジタル化のメリットを生かす

DNPメディア・アートは、2007年10月にDNPトータルプロセスとDNPアートとの合併より設立。DNPグループで扱う印刷物を中心に、撮影から画像処理、製版までを手がけている。

高い色再現が要求される画像処理を数多く手がけてきた同社では、美術品の現在の姿を後世にまで残そうと進められているルーヴル美術館の所蔵作品のデジタル化なども手がけ、本国フランスからも高い評価を得ている。これらの高いレベルの画像処理を、安定した色

環境の中で行えるよう、画像処理センター内だけで90台のColorEdgeが導入されている。

同社でCMSの運用が本格化したのは4年ほど前のこと。デジタル化の先駆けとなったプリプレス部門から他部門へと積極的にCMSに対する要望を伝え続けた。結果、ワークフロー全体でデジタル対応への技術革新が進む中、色管理の起点となるプリプレス段階からの一貫した色基準が確立された。また、ワークフロー間でよりスムーズな色の共有ができるように、プリプレス出身のPD (Printing Director) とプレス出身のPDの双方がクライアントの立ち会いに同席し、それぞ



松井匡課長（左）と三宅勝一係長

れの観点から色に対する意見交換を行うケースもあるという。

こうしたDNPの各セクションやクライアントとの打合せの場で、ColorEdgeを利用した色の共有化はコミュニケーションの土台となっている。

「RGB入稿が一般的になってきましたが、RGBデータの色みを印刷に正確に再現するために、まずは入稿データの状態を知る必要があります。RGBデータの色を正確に再現

ユーザープロフィール

'07年10月、旧DNPアートと旧DNPトータルプロセス市谷が統合し、DNPメディア・アートが発足。デザインから製版の一貫生産、フォトオリティービジネスやオンデマンドビジネスといった新しい事業にも取り組む。



するColorEdgeは、出来上がった印刷物の「色の品質保証」という点でも大きな役割を担っています」と画像処理第1課課長の松井匠氏は語る。

■最適素材をより高い技術で

ColorEdgeの導入とCMSの運用により、工程間のやり取りにかかる時間とコストも大幅に削減した。出力結果を参照してデータへのフィードバックを繰り返し従来の方法に代わり、モニターで出力結果を即座にシミュレートできるようになったためだ。

「通販カタログの製作などでは、撮影用商品



ColorEdgeの操作風景

の搬入、搬出が繰り返される慌ただしさの中で、現物と画像との色合わせをしていかなければなりません。スタジオにColorEdgeを導入した後は、撮影写真を確認することでカメラマン自身が印刷イメージを予測できるようになり、全体のロスが半減しました」と同課の三宅勝一係長は語る。

しかし、クライアントとは出力紙を通じたコミュニケーションがまだまだ主流。今後の課題は、モニターを通じたクライアント側の色の共有化である。

「印刷色の基準がポジフィルムからデジタル写真へと移るにしたがい、クライアントの要



モニターブルーフの運用が工程間のロスを大幅に減らした

望も高度になっています。人物の写真であれば、髪の毛1本、まつげ1本から細かな色の再現を求められる。出力見本を付けていたことが一般的ですが、出力紙の色は蛍光灯一つで変わってしまいます。クライアント側のプリンターが7色や8色という彩度の高いものの場合、色のマッチングのために新たなプロフィールを作らなければなりませんし、そもそも出力見本が必ずしもデータの状態で一致しているわけでもありません。

重要なのは、RGBの状態でいかに色を正しく認識できているかということです。キャリブレーションされたモニターで正確な色の状態を認識してさえいれば、印刷のプロの我々は技術を総動員して色を再現することに全力を尽くすことができますから。

これからはRGB画像のままできるだけ最終工程まで持つていくRGBワークフローがますますスタンダードになっていき、印刷のための版づくりだけがCMYKの主な役割になっていくでしょう。プリプレス側で良い素材を良い状態で加工し、さらにプレス側で高精度や広色域印刷などの印刷技術を使用すれば、印刷のクオリティはさらに高まります。色の管理についてはDNPの内部に留まらず、クライアント様にもご協力いただき、よりクライアント様の利益となる印刷物をご提供していきたいと考えています」(三宅氏)