

株式会社アオヤマ・フォト・アート 様

**「クオリティ重視」だからこそ、それを支えるモニターにもこだわる。
広い作業領域と画面全体の色の均一性の両立が評価され、
すべてのクリエイティブワークにColorEdge CG221が使用されている。**

1959年、プロラボとしてスタートしたアオヤマ・フォト・アートの業務は、現在では各種広告のデザインや動画作成、企業イベント、博物館等のプランニング、スペースデザインなど多岐にわたる。そのすべての業務に一貫しているものは「クオリティ重視」の姿勢。この制作物のクオリティを支える機器選びにも、厳しい目とこだわりを持つ同社がモニターとして選んだのは「ColorEdge」だった。



同社が業務を始めた頃は画像はボジを利用していたため、色の基準は明確になっていないといえる。しかし業務の幅が広がり、またデジタルデータの扱いも増えてくると、その色の基準はモニターが表示する色へと変化してきた。そのためモニターの表示性能に対して、より厳しい目を持たざるを得ない。「当初使用していたCRTでは、モニター自体に個体差があるため、キャリブレーションしても微妙な色のズレが避けられませんでした。これは映像を扱う会社としては、改善すべき点だと考えていました」と同社の金丸氏は話す。

また、一つの仕事を複数のスタッフで担当する事が増え、データの共有化が必要になった同社ではMac OSX Serverを導入。ワークグループマネージャー機能を使用し、どの席に座っても同じデスクトップを端末的に使用するようになった。

「担当者がどの席に座って作業しても、同じデータを同じ色で表示出来る環境が必要になりました。つまり社内におけるモニターの基準色が必要になったのです」と金丸氏。そこで同社が選択したのが「ColorEdge」シリーズだった。



ばらつきのない、安定した色表示

工場ですら1台1台、個体差を吸収し、正確な色表示、最適な階調特性に調整されたColorEdgeだからこそ、複数台同時に

導入してもその表示色にはほとんどばらつきがない。「最初は21型、19型のColorEdgeを導入しました。CRTから置き換えた当初は、すべてのモニターの色がそろっているということ、その個体差の無さが社内スタッフの間でも大変好評でした」と金丸氏。その後、色の安定性と広い作業領域という点からColorEdgeの22.2型ワイドタイプモデルにも関心を持った。「画面の広さだけではなく、画面全体の色の均一性を獲得した『ColorEdge CG221』を見てその性能を確信し、今回の導入に至りました。」(金丸氏)

こうして現在では17台のCG221をはじめ、ほとんどの編集作業にColorEdgeなどEIZOモニターが使用されている。



WUXGAの広い領域が 作業効率を高める

ColorEdge CG221が採用されている業務は、まずメインである出力のための画像処理、広告・雑誌広告やWebなどのデザイン、さらに動画編集や、イベントプランニング、図面作成など幅広い。これらの業務を行う上で、同社がモニターに求めるものの条件とは何か。同社がColorEdge CG221を選定した大きな理由の一つは、WUXGAが表示可能なワイドな表示領域だった。「大きな画像を取り扱うのはもちろんですが、同一画面で複数のウィンドウを開くことも多く、ツールパレットなども表示するので、広い画面は作業効率の向上に大変有効です」と部長の細谷氏は話す。



画面全体の色均一性は重要なポイント

さらに、画面の色むらがなく、色の均一性も高く評価した。「一画面でいろんな作業をするので画面全体の色むらがないことは非常に重視するポイントです。たとえば微妙に色が違う口紅の画像を並べて、比較しながら色を編集する際には、そのシビアな色の違いをモニター上で確認できることがありがたい。編集作業で色が違っているのか、モニターの色むらにより違っているのかが判断し難いのは、クオリティにも影響します。出力するまでその色の違いが確認できないとなると作業効率も悪いですからね。」(細谷氏)

微妙な肌のグラデーションも 表現できる階調表現性能

「コントラストや階調の再現性も絶対条件です」と金丸氏。同社は化粧品の広告も多く手がけており、デパートなどの売り場で使用される広告ビジュアルの画像処理、出力も行っている。化粧品会社では海外の本社から送られてきた画像データに従って忠実に制作され、厳しい色のチェックがなされる。とくに化粧品は「肌」の色が重要。肌の色を滑らかに表現するには、モニターにも相当のコントラストと階調表現性能が必要となる。また化粧品の丸みを帯びた容器を正しく再現することや、イメージ画像のグラデーション加工を正しく再現することなどにも十分な階調表現が必要となる。モニターの階調表現性能が不十分であれば、編集の段階でデータ自体が階調を正しく再現できているかどうかチェックすることは難しい。以前は出力するまで確かなチェックができないことも多かったが、ColorEdgeを導入してからは早い段階で、モニター上でチェックできるようになったこともメリットとして感じているとのことだ。

画面の広さ、画面全体の色の均一性、そして階調表現性能。「さらに照明環境が異なる場所でも適切な明るさに調整できる機能やプロファイルを変換したときにもガンマが変化しない安定した表示性能などもモニターには必要だと考えています」と金丸氏。「現時点ではCG221はその全てにおいて満足できています」と高く評価する。



Adobe RGBの色域を 使っているという安心感

さらにCG221の特長の一つであるAdobe RGBの広い色域に対しては、「正確な色を見ているという安心感があります。クライアントが来社してモニターを見ながら話しても、その性能のよさを感じていただけますし、これで制作をしているなら安心だ、と信頼してもらえる。それもEIZOのモニターを導入しているメリットの一つですね」と企画営業部の吉岡氏は話す。「外から受け取るデータも、こちらから一部の作業を外注する際にも、このオフィスで見ている色が正しいということで自信を持って話ができます。当社はプロラボから始まっているので出力物については絶対的な自信を持ってクライアントに提出できますが、最近では業務も多岐にわたり、Webなどのデジタルデータを扱う仕事も増えてきました。これらに関しても、色に自信を持って社外に出せるというのは絶対的な強みです。」(吉岡氏) 成果物への絶対の自信。それは同社スタッフたちが長年培った経験と技術が支えている。そしてそれをサポートするのは、デジタル化が進む中で必要不可欠となったパソコン、そして表示機であり色の基準となるモニターなどのツール。厳しい目で選定されたこれらツールは、スタッフの経験と技術とともに同社の「クオリティ」を支えている。

■アオヤマ・フォト・アート

1959年、プロラボとしてスタート。以後常に最新の機器を導入し「クオリティ重視」の制作を第一とし大型プリント等に力を注ぐ。その後1964年には現在のテレビ東京局内に写真室を開設し番組宣伝用のスチール撮影などを担当。1990年にMacintoshを導入してからは写真制作のほかにデザイン業務を開始。1996年には「ダースラムダ130」を日本で最初に導入し、アナログで培った「クオリティ重視」のノウハウをデジタルに移行し品質を求めるクライアントに対応。同年2台目を導入し、「ラムダプリント」という代名詞が世の中に浸透する。1997年には3D制作及びデジタル映像制作業務をスタート。TV番組オープニングCG等を多数制作。2005年に虎ノ門オフィスを開設(テレビ東京内)。現在は、企業イベント、博物館、公共施設等のプランニングおよびスペースデザインを手がけプロラボという枠を超えた多彩な業務を展開している。

導入製品 ColorEdge CG221

製品に関する情報についてはEIZOホームページで
<http://www.eizo.co.jp/>

■製品に関するお問い合わせは

受付時間 月～金 9:30～18:00(祝祭日、弊社休業日を除く)

営業1部 03-5715-2011