

メディアラボ アビーズ (株式会社フジカラーサービス)

インターネットビジネス利用の現場から



デジタルと結びつくことで用途が広がり価値が高まるものは多いが、なかでも写真のデジタル化は、一般ユーザーにとっても、サービスを提供する側にとっても魅力的なビジネスとして期待されている。コンピュータの処理能力と通信回線容量の向上を楽観すれば、大きく成長する可能性を示し始めている段階だろう。今回はデジタル写真の最も新しいサービスの詳細を紹介し、ネットワークと結びつくデジタル写真サービスの近未来像を探ってみることにする。

デジタル写真の総合サービスがコンセプト

赤坂・溜池の交差点に程近いアークヒルズ界隈。終夜車の流れが絶えない東京でも最も活気あるビジネス地区の1つであるこの場所で、デジタル写真の統合サービスを提供する拠点が2月24日にオープンした。富士写真フイルムのグループ企業・フジカラーサービスの本社ビル1階に設けられた「メディアラボ アビーズ (AB-YZ)」である。同社デジタルイメージング部の村松正敏さ

急速に普及しているデジタルカメラ。デジタルという部分でネットワークと非常に親和性が高く、従来の写真システムを追い上げている。今年の2月から、デジタルカメラとネットワーク、それに銀塩写真の3つの要素が結びついたまったく新しい写真サービスが始まった。デジタル技術がまた新しい可能性を生み出すのか。

レポート 喜多充成

ん(販売部部長)は、まずこのショップの特徴についてこう解説する。

「ひとことでいうと『写真とデジタルに関わることで、現時点で可能なサービスは何でも提供しよう』というコンセプトで創設されています。店名のアビーズ(AB-YZ)も、『とにかくAからZまで、すべてやります』という意気込みの現われとお考え下さい」

富士写真フイルムグループでは、全国各地の基幹ラボ(その地域でもっとも設備の整った現像所)にメディアラボと冠したショップをすでに11か所(今夏までに15か所)開設している。フジカラーサービスの「メディアラボ・アビーズ」は、なかでも最も設備の整った拠点であり、今後のビジネ

スの方向性を探るアンテナショップの役割も担っている。

「そもそもメディアラボ構想は富士写真フイルムが以前からデジタル写真の統合サービスのコンセプトとして考えられてきたものです。これをフジカラーサービスとしてどう具体化していくかという検討のなかから、こういった店舗の形態、サービスのメニューを整えてきたわけです」(村松さん)

ここに頼めばなんでもOK

では、具体的にどんなサービスメニューがあるのだろう。

「入り口は銀塩写真なら現像、デジタルカメラならデータを取り込み、これらをデジタル化していったん蓄積します。これにデザイン製作や画像処理を施し、デジタルデータのままお渡しするなり、プリントしてお渡しするなりします。プリントの対象物は通常の写真の印画紙はもちろん、マグカップ、テレホンカード、室内展示用パネル、屋外用耐候パネル、大型ポスターや、あるいはポジフィルムにも対応しています」(村松さん)

写真を現像するならラボ(現像所)へ行けばいい。デジタルデータを高品質でプリントアウトしたいなら、いわゆる出力センターへ行けばいい。原稿となる文章や写真があって、それなりにまとまった数が必要なら、町の印刷所でも対応してくれる。品質もそこそこ、部数もそこそこいいなら、安いカラープリンターで自分でプリントアウトすれば十分だ。さまざまな選択肢を選ぶ立場のユーザーに、それでもメディアラボを選んでもらうためには、価格も品質も納期も他を上回るものを提供できなければならない。あるいは、AB-YZという名前のとおり『ここに頼めば何でもOK』と

いう総合力がアドバンテージをアピールする必要がある。

メディアラボをひとつのファンクションとして捉えると、ここまでの入力、処理、出力のプロセスのうち、デジタルとアナログのどこから入ってもいいし、どこからでも出ることができるようになっていく。これがまず強みといえるだろう。



デジタルイメージング部 販売部部长 村松正敏

ネットワークがあるからこそ出力センターとは一線を画すことができる

「加えて、ネットワークを介したサービスがデジタルならではのポイントです。当社の『デジタルトランクルームサービス』では、持ち込んでいただいた未現像フィルムを現像・スキャンしてデジタルデータとして蓄積します。お持ち込みいただいた際に発行したIDとパスワードで当社のサーバーにアクセスし、インターネット経由でご覧頂くことになります」(村松さん)

フィルムはネガ、リバーサル、APS、あるいはレンズ付きフィルムなど種類を問わない。もちろんFDやMOでもかまわない。蓄積される画像ファイルはJPEG形式なのでブラウザが何であってもまず問題はない。画像のサイズはプレビュー画像付きで1536×1024ピクセル(APSでは1536×896ピクセル)、ファイルサイズは300~500KBとなる。印画紙出力はレーザープリンターでKGサイズという大きさに、300dpiで出力される。この画像サイズは、最終的にプリントする場合、銀塩写真と変わらぬ品質が確保できるであろうということから決まったものだという。

トランクルームの画像データを蓄積しているサーバーは大手プロバイダーに置いたレンタルサーバーで、メンテナンスもプロバイダー側に委託している。ハードディスク

は当面4ギガバイトの容量を持っており、いまのところサーバー側の理由で画像提供に障害が出たことはないという。

さらに、デジタル化した写真をトランクルームサービスのサーバーに送るのは、適宜ISDN回線を用いたダイヤルアップ接続で行なっている。実作業をするための社内ネットワークと、アクセスしてくるユーザーに常時画像を提供するための、インターネットにつながったサーバーの接続は、必要などきだけに限り最小限に留める…。これは一つの見識であろう。

また、変わったサービスとして、ブラウザした写真を印画紙だけでなく、テレホンカード、マグカップ、シールプリントなどに出力してくれるようWEB上から注文することもできる。

「同窓会の写真をここに登録し、URLとIDとパスワードを参加者に知らせたというお客様もいます。『先日はお疲れさまでした。さて、記念写真は[http://www.ABYZ.com/..](http://www.ABYZ.com/)で見られます。印刷の注文もできますので..』という具合に、同窓会出席の御礼に添えてお知らせしたわけですね。いちいちプリントして発送するのはたいへんな手間ですし、全ての方が欲しいと思っていないわけでもないの、われわれもこんな使い方もあるのかと勉強になりました。実際、これでマグカップやテレホンカードのご注文もいただいております」(村松さん)





メディアラボ・アビーズのホームページ。

サーバーアドレス

URL <http://www.ABYZ.com/>

最新の画像処理設備で
いかなる注文にも対応する。



ネットワークを利用するからこそできる
サービスがある。



なるほどである。プリント代や発送費を幹事さんが会費の余りで精算するというのも面倒だ。卒業してから何年も経ってしまえば、名簿があってもどの顔が誰か分からないことだってあるだろう。現時点でメンバーのほとんどがインターネット環境を手に入れているような同窓会はまだまだ限られるかもしれないが、たしかにうまく使い方が思う。

新しいターゲットに向けたサービスを
意欲的に開発する

「このほかにもトランクルームサービスの用途として、見本市や展示会もひとつのターゲットと考えています。出張で東京にいらっしゃった方が、その日の展示会で取ったフィルムをお持ちいただければ、翌日のうちにはインターネットから見られるようになります。見本市の展示品なら見る人が見ないと分からないものもあるでしょうし、帰ってからの報告書づくりの手間も省ける。かなり需要があるんじゃないかと期待しているのですが」(村松さん)

これはすごくいい。別に他人の手を借り

ずとも、デジタルカメラ&ノートパソコンがあれば『遠くの場合にいる誰かに写真を送って見せる』ことはできない話ではないが、似たようなことをやったことがある方ならお分かりだろうが、これをやっていたら寝るヒマがなくなってしまうのだ。次の日の仕事に差し障ってしまう。

「ほかにも、この地域(赤坂)は大きなホテルが多く、結婚式などパーティーが頻繁に開かれています。おそらくこの場合はネットワークを使うよりフットワークに頼ることになると思いますが(笑)パーティーの参加者にその日の記念として会場で撮った写真をプリントしたテレホンカードをお持ち帰りいただくということも可能です」(村松さん)

近隣のホテルにそういった提案を続けたら、あるホテルの宿泊客からアシスタントマネージャー経由で『明日の学会発表資料に重大な間違いを見つけた。訂正したいが、できるか?』という依頼も飛び込んできた。もちろんこれに見事対応し感謝されたという、まるでマンガ(もちろんビッグコミック連載の石ノ森章太郎『HOTEL』)のようなシーンもあったという。

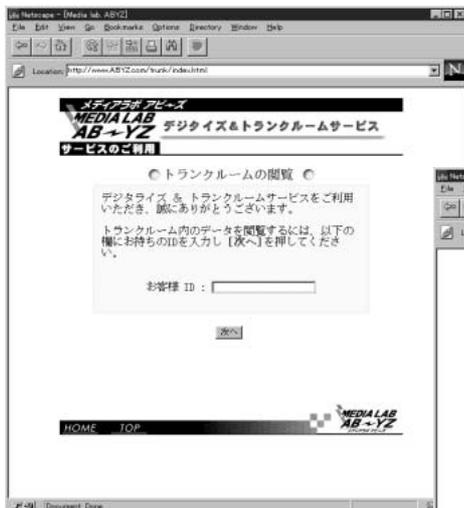
少なくともアビーズでは、現時点で最高

水準の機器とネットワークを備えている。さまざまな依頼に対して「それはできません」と返答されるケースは、他の業態や業種、つまりコピーショップや印刷屋、あるいは出力センターなどよりも少ないと思っ

デジタルと写真を結びつけ
どんなビジネスが可能になるのか

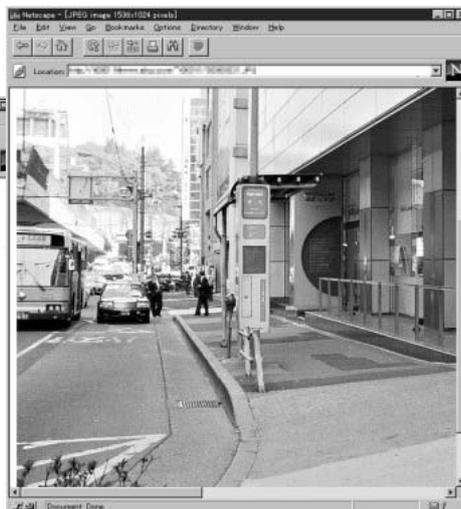
「デジタルと写真を結びつけてビジネスにする。これは、フジカラーサービスのデジタルイメージング部、あるいはその前身の映像システム事業部がかねてから取り組んできたテーマです。

たとえばアミューズメントパークやテーマパークなどの絶叫マシン。これに乗っているときの顔写真は自分たちで撮れない写真ですが、これを定位置に据え、タイミングを合わせたデジタルカメラで撮影、乗り物を降りたところでモニターに映しておいて、



IDやパスワードを入力して、送った画像を閲覧する。

プリントに関しては、サイズはもちろんマグカップやテレカなどにもプリントができる。



オリジナルの解像度で見ることできる。

欲しい人には1枚いくらかで出力して販売する。たいへんいい記念として好評ようです。当社にはこういったシステムを設置してきた実績があります」(村松さん)

24時間、スピーディーな対応が必須となるが、適当な写真から顔だけを取り出し、黒い和服を着せ、適当な家紋を配して出力 - - つまり葬儀写真の“首のすげ替え”も有望なビジネスではないか。画像処理のみをある拠点が専門に担当し、伝送はネットワークに頼るほうが効率的なシステムとなろう。あるいは報道写真の即時伝送も、拠点さえ増えれば使いたいというジャーナリストは必ずいる。またデジタル画像を扱ってきたノウハウを生かし、いわゆるフォトストックサービス(レンタルフォト業者)と提携したインターネット上のフォトカタログも検討中という。

「この場所に拠点を設けたのは、ビジネス街のど真ん中という地の利を考えたからです。ニュースリリースや商品資料など、企業ではさまざまな資料や展示物を製作しますが、その業務のアウトソーシング(外注化)が進んでおり、しかも日々デジタル化は進んでいる。そこにビジネスの芽があるのではないかとというのが、われわれが最も

期待するところなんです」(村松さん)

デジタルでやれば素人でもできる。素人でもできるが、ちゃんとしたものを作ろうとすると、デザインも、入出力のハードもそれなりのものが必要で、プロの手を借りれば借りただけのことはある。自分でマウスを動かしている人たちは気づき始めている。

このサービスは、写真を新しい革命に乗せることができるか

メディアラボ誕生を伝える今年2月の富士写真フィルムのニュースリリースにはこうある。

『画像のデジタル化により写真、コピー、といった領域にまたがる新しいサービスを提供する、新しい複合ショップが出現するなど、業態の融合も進んでいます。(中略)従来の写真プリントに加え、デジタル画像の加工・プリント、カラーコピー・大型ポスター・オンデマンドカラープリントサービスまで営業内容を拡大した、新しい映像サービスのビジネスを提案していくものです』

1826年、フランスのニエプスは、アスファルトを塗布した合金板に書斎からの眺めを定着させることに成功した。この技術を受け継いだジオラマ(風景画の見せ物)の興行師ダゲールが銀板写真術を編みだし、1839年に仏学士院で技術を公開した。これが実用的な写真術の始まりであると言われている。

銀板という高価な材料に頼っていた写真術は、ほどなく印画紙に定着させるという技術革新によって爆発的に広がり、緑や黄色や赤の看板が世界の隅々に浸透する現在につながっている。パトローネに入った35ミリフィルム(135フィルム)から、小型カートリッジに収められ、ユーザーはフィルムそのものを扱う必要がなくなった「APSシステム」も、写真史のなかでは大きな革命といえよう。が、デジタルとの親和性を高めたAPSはさらに大きな革命、デジタル革命に備えるスティッピングボードといえる。現在で170年間綿々と続いてきた写真の歴史をデジタル革命の波、ネットワーク革命の波に乗せられるかどうか。夕刻のオフィス街に煌々と明かりを灯した「メディアラボ アピース」の店舗は、きわめて重大な役割を担っているのである。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp