



研究会会報ダイジェスト

VEHICLE

JAGAT の研究会に参加しませんか？

JAGAT 研究会では、様々な立場の人が技術・ビジネスをテーマに、最新の技術動向や先進的な利用事例、標準化動向などを調査し、最新の情報を提供します。さらに、さまざまな課題にどう取り組むか、問題提起とディスカッションにより、解決策を模索します。また、研究会では専門的な立場や利用者の立場など、企業や分野を超えた交流や情報交換の場となります。ぜひご参加ください。

各研究会入会対象者

テキスト&グラフィックス研究会

最新技術の習得はもとより、印刷発注者、印刷会社、メーカー、ベンダーなど意識の違うメンバーがひとつのテーマを真剣に研究し、互いに刺激しあい、新たなソリューションを創出することも目的としています。新たな領域を開拓しようとしている方、業界の最先端技術に触れたい方には最適です。

クロスメディア研究会

業界の第一人者を招き、メディアビジネスの成功方法を模索しています。

IT ビジネスに関心のある方、事業拡大のために新しいビジネスを模索している印刷会社の方には特におすすめします。

印刷業界での CG 利用

最近では CG 大流行である。ハリウッド映画では、かつては手の込んだセットやミニチュアを利用した特撮が工夫されたり、マッド画と言われる絵を背景に使用したりしていたが、いまやそのほとんどが 3DCG に取って代わられている。理由は簡単でコストも品質も従来方法を上回るからである。そんな便利な CG が印刷に利用されないわけではないので印刷原稿としての CG が急増している。

カラーポジからデジカメ時代

印刷に使用されるカラー画像はこの 10 年間で大きな変化があった。これほど急激に画像環境が変わることを想像できた人はそう多くはないだろう。

10 年前だったら、カラー画像はリバーサルフィルム（通称カラーポジ）と相場は決まっており、カラービューアを使用さえすればだれでも色を確認できるので安定したワークフローが確立されていた。いわゆる分業体制で文字工程の最終成果物は版下としてビジュアルで確認できたし、画像入稿はカラーポジとして確認できたわけである。画像修正も含めて文字と画像の合成、いわゆる製版工程の成果物は集合ポジ（ネガの場合もあり）として目視で確認できたし、校正刷りとしてプレ印刷しても確認することができたのだから各工程の責任範囲は明確だったと言える。

しかし、よくよく考えてみると本当に正しい色カラーポジが伝えていたかということ、そのへんに関しては甚だ疑問なのである。記憶色とか心理的とかよく引き合いに出されるが、そんなレベルではないかなり作った色という場合がほとんどであった。対してデジタルカメラの色は相当正確に再現されていると言える。初期に赤外カットフィルターや CCD の性能やチューニングでトラブル

はあったが、今となっては過去の遺物と断言できる状態である。色のチェックにしても Adobe RGB 対応の液晶キャリブレーションモニタのほうがカラービューアや校正刷りより余程安定していた。

リバーサルフィルムはひと言で表現すれば、正確な色再現というより好ましい色再現を目指して色彩設計されている。その上データとして使用する場合には、カラーポジをカラーレスキャナで色分解するわけだから、カラーレスキャナで色に対する補正が大きく影響してくる。カラーレスキャナこそ印刷業でお金を取れる色再現に特化しているため、リアルな色よりも印刷発注者が満足する色作りにターゲットは絞られている。実はアナログ時代は責任分担や品質保証がしっかりされていたというのでも大いに疑問が残るところなのである。

しかしデジカメ時代も長く続かない

印刷原稿として使用される画像データがデジカメになったと思っていれば、もう既に印刷入稿されている画像データの中に CG データ比率がかなり高まっている。印刷業界では TIFF や JPEG データとして入稿されているために気づいていないが、実写ではなく CG で作成されているものが多く混ざっているのも事実なのである。

自動車などの工業製品はほぼ 100% CAD で設計されている。ゼロから CG データを作成するのは大変だが、CAD データがあれば構造に関するデータ、いわゆるワイヤフレームはできているので、後は光の当たり方さえ指示してやれば、CG ソフトのレベルによって 20 重反射や 30 重反射を計算してリアルな写真ができ上がるというわけである（CAD ソフトの会社と CG ソフトメー

カーが同じところも多いのは今後の道筋を示しているとも言える。何重反射も計算できればリアルなライティングをシミュレーションできる)。

素人のフラッシュ撮影は被写体に直接光を当てますが、プロフェッショナルは天井にバウンスさせたり、アンブレラ(傘)に反射させたり、わざと逆光にしたりと99.9%直接光は使わない。天井に反射された光が、さまざまなところに光が反射して被写体に当たり、被写体の反射光がまた天井に反射したりして再度被写体に当たったりするのが、何重反射ということだ。ここまで反射光を再現できるとかなりリアルな再現が可能になる。

急速に増えるCGデータ

「CGなんか面倒臭い。実写のほうが簡単じゃない」と言われる方も多いと思うが、実写は大変なのである。天気や光、イメージどおりのロケ地選択あたりだけに限っても、住宅カタログになると何千万円もコストが掛かったりする。空撮をしようものなら1週間セスナを待機させたなんて話も珍しくない。これに比べればCGは安いものである。ましてやクライアントの要求が、「この製品のこの質感を出したい」などという場合、実写でライティングやアングルの工夫だけで要求を満たすのは不可能に近い。しかし、CGならライティングが自由自在なこと、偏角情報という質感に関連したパラメーターが豊富なこと、CGならではのレタッチ機能を有していることなどで、今まで無理と思われていた調子再現が可能になってくる。

図1は実写とCGの合成であるが、図2が種明かして、実はバックのセットがCGで家具が実写なのである。これの発展系としてライティングを変更してやれば図3のように簡単に夕景にしたりできるところがCG化していく大きな理由である。図のサンプルは株式会社アマナでやっているバーチャルセットである。これを何種類も用意しておけば非常に効率良い撮影が可能になる。

リアル or リアルでないという議論があるが、設計図自体からCGを作り、本物の工業製品も設計図から作るのだから、リアル or リアルで

ないという議論も本来無意味なのである。色に関してもそうで、設計図にLabで色指定がされていれば、印刷物もそのLabに合わせて印刷するし、工場の製品もLabに合わせて製作されるのである。

このように印刷業界に来るCGデータは今後増えることはあっても減ることはない。車用品店のカタログにもCGのネイティブデータが入稿されていたのに驚いたくらいなのだ。

(テキスト&グラフィックス研究会)



図1 実写とCGの合成で完成した写真



図2 空間CG + 製品撮影



図3 空間CGを夕景に変更

ユニバーサルフォントの 用途とデザイン

日本のパッケージフォントの多くは、出版印刷を想定したデザインとされてきた。イワタのユニバーサルデザイン（UD）フォントは、市販フォントとして初めてUDの考え方に準じてデザインされている。イワタの水野昭氏にUDフォントの用途とデザインについて話を聞いた。

ユニバーサルデザインフォント

UDフォントは松下電器との共同開発で、松下が仕様と評価を、イワタが文字のデザインを担当し、2006年に発売した。ターゲットは、横組みで10文字程度の文章、操作表示で、シルクスクリーン印刷用、読みやすく、誤読しにくい文字作りが目標である。現在、UDゴシックが6ウェイト、UD丸ゴシックが3ウェイト、全部で9書体ある。

UDとは、年齢や障害の有無に関係なく多くの人が利用できるように考えられたデザインのこと、アメリカのメイス博士により1990年代に提唱された。バリアフリーが高齢者や障害者など、特定の人を対象にしたデザインなのに対し、UDは健常者も含めたすべての人が対象である。日本では約10年前からメーカーや自治体などが取り組み始めている。メーカーなどでは、環境やエコへの配慮とともにUDは必須条件になっている。

UDに対応した文字とは

文字のUDとは何かというと、できるだけ多くの人が見やすく読みやすいデザインと解釈している。開発当初、従来のフォントに対していろいろな要望があった。フォントを使うデザイナー側からは、印刷時につぶれやすい文字、誤読しやすい文字に対処してほしい。家電を使うユーザーからは、リモコンの操作表示の文字が小さくて見づら

い、文字が細くこすれて見えにくい、逆に太過ぎてつぶれて見えにくいといった声があった。

見えにくいという中には、弱視（ロービジョン）ということがある。矯正視力0.05以上0.3未満で、国内での障害者は35万人、潜在的には100万人以上いると言われている。

白内障は、40歳くらいから始まり、50歳で約半数、80代、90代でほぼ100%の人が、程度の差はあれ白内障になると言われている。主な症状としては、細かいところが見えないとか、かすむ、まぶしいなどである。

見えにくい文字とはどういうものか、焦点がずれた場合には、線が太過ぎるとつぶれて見える。光量が多過ぎると、線が細い場合にこすれて見える。文字デザインそのものにも、見えにくくなる要因がある。アルファベットの「S」と数字の「3」「8」は、焦点がずれた場合に判別しにくい。「O」「C」「G」も同様である。「R」「B」も、下のほうが隠れた場合に判別しにくい。「6」「9」という点対称の文字は、180度回転すると同じになるが、こういう文字はディスレクシア（読み書き障害）があると判別しづらい。

UDフォントを評価・分析するために、4つの要素に分けた。「視認性」は文字一つひとつの構成要素が見やすいかどうか、「判読性」はほかの文字と誤読しにくく、判別しやすいかどうか、「デザイン性」はシンプルさや美しさ、整理整合性、「可読性」は、単語、文章にした時に読みやすいかどうかである。

これらの要素は、必ずしも両立できるわけではない。視認性と判読性を重視するあまり、可読性が損なわれることもある。今回は家電製品の機能表示用という目的がはっきりしていたので、優先

順位を、視認性、判読性、デザイン性、可読性の順に付けている。

実際にデザインに配慮したところは、懐の広さである。字面をいっぱいデザインしている。字面率にして95%である。つぶれ対策として、濁点、半濁点などの隙間を十分に確保した。また、画線をシンプル化し、ゴシック特有のゲタも排除して部首をなるべく大きく取っている。変形にもある程度耐えられる文字となっている。家電製品で表示用に使われている文字は、7割以上が変形の文字である。また、最近の家電製品は和欧文が混植されているので、大文字の欧文と仮名・漢字の高さが揃うように、ある程度調整している。これらも家電製品では重要な要素である。

使用事例

松下製品の操作表示、銘板、品番などは松下の規定で使用が義務付けられていて、家電製品、テレビやリモコン、炊飯器、洗濯機など、すべての製品に使われている。バスの停留所の看板にも使われている。当初はシルクスクリーン印刷を想定していたが、画面でも使いやすいことから高齢者向けのテレビ電話に使われている。プレイステーション3のゲームに使われた理由は、見やすいだけでなく、和欧文や英語がたくさん出てくるので、一緒に組んだ時に高さが揃って見えるのがよいと、デザイン性で評価された。

また、長体を掛けて限られたスペースに文字をびっしり埋める百貨店の広告チラシなどに有効である。新聞は通常、新聞明朝という独特なフォントで組まれているが、ある面だけ雰囲気が変わって見えることを狙って、若者向けの紙面などにUDゴシックが使われている。

高齢者向けのパンフレットなどで、限られたスペースにたくさんの情報を書かなければいけない場合にも有効だろう。信用金庫の通帳にも採用された。信用金庫は50歳以上の顧客が65%以上のため、率先して使われている。裏面に「この通帳はUDフォントを使用しています」とわざわざ書いてあるが、最近こういった例が多い。

製品に書けないまでも、取扱説明書やマニュアルに、UDに配慮した文字だとアピールする例が特に多い。UDは、10年くらい前から用いられているが、文字フォントに適用したものはほとんどないため、こういう表記が有効と判断したのだろう。

今後の課題

現在、UDゴシックとUD丸ゴシックの2つのファミリーを出しているが、「明朝あるいは新聞明朝でUDを出してくれ」という要望があり、研究している。例えば書籍やパンフレットなどで、「ゴシックや丸ゴシックだけでは雰囲気が一辺倒になってしまうので、バリエーションがほしい。見やすい明朝を使いたい」という声をよく頂く。

新聞は読者の高齢化をにらんで大文字ブームになっており、2008年から文字を拡大するところが多い。また、以前は80%の扁平で使われていたが、それが正方形に近づいてきている。新聞社から、「大文字、太文字に対応したもの」で正方形に近い、「より見やすく、より読みやすいデザイン」の研究もしている。UD明朝については、試作を何度か繰り返している最中である。

また、UD視点におけるさらなるデザイン探求という課題を挙げている。実態調査を継続して、今後の製品にフィードバックしていきたい。現在のデザインがベストではないと思っている。また、視認性と判読性、デザイン性、可読性のバランスも、再考の余地があるだろう。例えばもっと視認性、判読性に重点を置いた、バリアフリーに近いデザインもあり得る。

例えば、アルファベット小文字の「d」と「b」、「p」と「q」、仮名の「さ」と「ち」などは、ディスプレイを考慮して判別性を高め、組んだ時にばらばらした感じにならないようにした。それから「I」も、今のUDフォントではセリフが付いていない。実際の家電製品で使った場合のデザイン性や市場性から、「I」にセリフを付けることも考えられる。濁点、半濁点も、もう少し大きめがいいと直した仮名も出している。

(テキスト&グラフィックス研究会)

テキスト&グラフィックス研究会入会のご案内

■テキスト&グラフィックス研究会とは

印刷出版分野に関連するテキスト・画像処理・プリプレス・ドキュメント管理など、最新の技術動向や先進的な利用事例、標準化動向などの情報を提供します。さらに、さまざまな課題にどう取り組むか、問題提起とディスカッションをおこないます。

(研究会ミーティングを年22回開催予定。他に有料セミナーを年10回開催予定)

研究会は専門的な立場やユーザーの方々など、企業や分野を超えた交流や情報交換の場ともなります。継続的に参加することで、印刷出版における最新技術の応用、新規事業への取り組みなどビジネスセンスを磨くことができます。

テキスト&グラフィックス研究会メンバー特典

★無料サービス

①研究会ミーティングへの参加 (年22回開催予定：1社3名まで)

②会報誌「Text & Graphics」を送付 (年間12冊とPAGEプレビュー号)

(メンバー企業限定：研究会の詳細レポートを掲載)

③研究会限定Webサイトの閲覧

* ミーティングやtechセミナー関連記事などの閲覧ができます。

研究会メンバー企業に在籍の方であれば、閲覧登録者数に制限はありません。

★優待サービス

①研究会techセミナー参加費が半額 (テキスト&グラフィックス研究会主催)

(年10回開催予定)

②PAGEコンファレンス3日間券を特別限定販売

③会報誌「Text & Graphics」の追加購読

* 研究会メンバー企業に在籍の方であれば、年間8,400円で会報会員になることができます。

毎月、会報誌をお届けいたします。

研究会参加費用 (消費税・会報郵送料込み)

①研究会年会費：JAGAT会員 126,000円、一般(非JAGAT会員) 189,000円

②会報会員年会費：8,400円 (JAGAT会員・一般会員共通)

(会報会員の入会資格は、研究会メンバーと同一企業の方です。

研究会メンバーが退会されたときには、会報会員の資格もなくなります)

研究会年会費及び会報会員年会費は、4月を期首としています。

期の途中からご入会の場合は、翌年3月までの一括前納をお願いしています。

お問い合わせ先

社団法人日本印刷技術協会 テキスト&グラフィックス研究会 tginfo1@jagat.or.jp

TEL:03-3384-3113 FAX:03-3384-3168 <http://www.jagat.jp/tg/>

〒166-8539 東京都杉並区和田1-29-11

2009.1

テキスト&グラフィックス研究会 2009 年度活動予定

開催日・テーマは変更となる場合があります。詳細は Web サイト (<http://www.jagat.jp/tg/>) をご覧ください

■ミーティング(年 22 回開催、約 2 時間、研究会メンバーは参加費無料)

4 月 9 日(木)	自動組版のための分析・設計プロセス
4 月 21 日(火)	Japan Color 2007 と印刷標準化
5 月 11 日(月)	DITA の活用と XML パブリッシング
5 月 19 日(火)	Web to print とデジタル印刷(ユーザー事例)
6 月 2 日(火)	デジタルサイネージとデジタル印刷の連動
6 月 16 日(火)	Photoshop 最新版と利用法
7 月 7 日(火)	Quark 最新版・サーバーソリューションとユーザー事例
7 月 21 日(火)	デバイス環境を超えた色再現
8 月 4 日(火)	デジタル印刷のハードウェア(インクジェット、電子写真)
8 月 18 日(火)	デジタル時代の品質管理(プリフライト、検査装置)
9 月 1 日(火)	Illustrator 最新版と利用法
9 月 15 日(火)	バリエーション編集とデジタル印刷
10 月 6 日(火)	オンライン校正による効率化
10 月 20 日(火)	デジタルサイネージのためのコンテンツ制作
11 月 2 日(月)	Web 出版サービス(フォトブック等)
11 月 17 日(火)	CAD データ(2D、3D)を利用した CG 制作
12 月 1 日(火)	InDesign スクリプトを活用したデザインレイアウト
12 月 15 日(火)	分光画像の色再現
1 月 19 日(火)	自動組版とユーザー事例
2 月 16 日(火)	PAGE2010 注目製品
3 月 2 日(火)	XML ツールの最新動向
3 月 16 日(火)	2009 年度 テキスト&グラフィックス研究会総括

■tech セミナー(年 10 回開催、3~6 時間、研究会メンバーは参加費半額)

5 月 14 日(木)	デジタル印刷とビジネス動向
6 月 11 日(木)	画像レタッチ、CG
7 月 9 日(木)	サーバー自動組版
8 月 13 日(木)	若手基礎セミナー:DTP 技術の基礎
9 月 10 日(木)	XML を活用した出版印刷ソリューション
10 月 8 日(木)	印刷標準化とカラーマネジメント
11 月 12 日(木)	広色域印刷 2009
12 月 10 日(木)	眼・色・光
2 月 18 日(木)	Web to Print
3 月 11 日(木)	カラープルーフとカラーマネジメント

■研究会ホームページ

研究会の最新の予定、研究会入会案内等は、<http://www.jagat.jp/tg/>を参照願います。

顧客が満足する Web サイトは サイトパフォーマンス改善から

Web ビジネス成功の秘けつは、多様な視点による現状分析と目的に達するまでの仮説・検証を繰り返すことにある。個別の事象にとらわれることなく、全体的かつ客観的な視点を持つにはどうしたらよいか。

クロスメディア研究会拡大ミーティングでは「仮説検証によるサイトパフォーマンス改善手法」と題して、ユーザー満足度向上による Web ビジネス成功の秘けつを探った。講師はゴメス・コンサルティング代表取締役執行役員 COO 森澤正人氏。

すべてはユーザーニーズから

Web サイトの評価・分析手法は、ユーザビリティテストからサイトパフォーマンス測定までの 15 の主要視点で整理できる。

「ユーザーを知る」「業界を知る」「自社の方向性を定める」「構築する」「運用する」というサイクルを仮説・検証ステップに乗せることが重要であり、Web サイトがユーザーに受け入れられやすく、かつ、企業に収益をもたらすものになる。

「ユーザーを知る」一環として、インターネット普及率を見ると、総務省「通信利用動向調査」によれば、ブロードバンド化が進んだ 2000 年以降、20 代・30 代は飛躍的な伸びを見せ、現状で 90 数%までになっている。それに対して 50 代・60 代以降が、この 3～4 年、2004 年、2005 年、2006 年あたりで非常に急激に伸びてきている。一方、2002 年末調査時点で 13～19 歳のインターネット普及率は 88.1% に及んでいる。2002 年で 13 歳ということは現在の大学 1 年生、つまり物心の付いた時からブライントタッチもできて、インターネットをブロードバンドで体験できて、音楽もダウンロードできて着メロもある、という

環境で育ってきた。この世代がようやく大学生、社会人になりつつあるという現状。これを理解しておく必要がある。

また少子化が進んでいることから、現在 35 歳の層は約 200 万人存在するのに対して 25 歳の層は約 150 万人、さらに 10 歳下の 15 歳の層は約 100 万人しかいない状況になっており、このあたりの数字も頭に入れておく必要がある。

競合状況を正確に捉える

「業界を知る」という意味では競合状況を適切に把握することが重要である。例えばアサヒビールの競合は麒麟やサントリーなどだが、「スカッとしたい」というニーズにこたえるのであれば、広い意味での競合は、コカ・コーラであり、ペプシである。

つまり、視野を広げて、狭い意味での同業他社だけでなく、その 1 段上、2 段上、3 段上の同業他社、競合他社というものが見えてくる。ネットレイティングス社などのインターネット視聴率調査データなども参照し、なぜそのサイトが見られているのかを検討するのも大事である。

また、海外の優秀なサイトを参考にすることも大切だが、注意点もある。外国人と日本人では色覚が異なるため、外国人は原色系で派手めの色数が多いサイトを好むが、日本人は比較的色彩数が少なく淡い感じの Web サイトが良いと感じる傾向がある。そういった人間工学的な部分も加味して考えていく必要がある。

Web サイトの目的実現に向けて

Web サイト運営者の立場で考えていることと、利用ユーザーの立場で感じることは乖離（かい

り)する傾向にある。「きれいなデザインで見せたい」「ユーザーはインターネットを使い慣れているはず」「お問い合わせなど受けたくない」などの Web サイト運営者の意識に対して、利用ユーザーは「このサイトは使いづらい」「一番知りたい情報が載っていない」「文字が小さい」などと感じている。

ユーザーにとって分かりやすいサイトとは、目的の情報に素早くたどり着いて、その内容が適切に理解できることになる。そのような、分かりやすい Web サイトを作ることによって、ユーザーの次の行動に結び付いていくのではないか。

分かりやすいサイト作成のプロセスとしては、目的・目標を設定して、現状分析をし、改善→効果検証→改善→効果検証を繰り返し行っていくことである。もし、「改善」「効果検証」を繰り返してもなかなか効果が上がらないということであれば、一番最初の目的・目標の設定の部分が誤っていたのではないかとということで、最初に立ち戻る流れも必要になる。そして、それぞれのステップに対して、ユーザビリティテストや競合他社分析を織り交ぜていくというのが、全体像になる。

サイトパフォーマンスとは

「Green IT」というキーワードには2種類の地球環境対策がある。「Green of IT (IT 自身の環境対策)」は、IT 機器や設備を低電力化したり、CO₂ 排出量を削減したりしようというものである。それに対して「Green by IT (IT による環境対策)」は、人や物の移動をなるべくなくし、オンラインで済ませるものである。

本格的な IT 化に伴い、インターネット上にある膨大な情報を発信・蓄積するルータやデータセンター、サーバなどの電力消費が急激に増えている。経済産業省の調査によれば、2006 年段階で、日本における総発電量のうち 5% が IT 関連で、2025 年には 20% にまで高まると予想されている。政府のグリーン IT プロジェクトでは、IT 機器の省エネに加え、データセンターなどのネットワークシステム全体での抜本的な省エネを実現す

るための革新的技術開発を推進している。

サイトパフォーマンスが環境に与える影響についても配慮する必要がある。サイトパフォーマンスの構成要素としては、Web サイトの表示速度と Web サイトの稼働率 (アクセスしたサイトのページが完全に表示される割合) の 2 つになる。例えば表示速度 3.250 秒は遅いサイトの部類に入るし、稼働率 66.6% は不安定なサイトと捉えられる。通常サイトパフォーマンスが悪いということは「サイトが重い」と感じることであるが、その結果サーバの増強を図ることは、消費電力の増加をもたらす。具体的にはサーバ 1 台は 12.5 トンの CO₂ 排出量を意味し、植林 55 本分に当たる。

そこでサイトパフォーマンスの改善に注目する場合、サーバ増強の手前側、つまり負荷の低いデザインおよび HTML であり、サーバソフトウェアのチューニングにある。

ハイパフォーマンス実現のための対策

対策として、デザイン中心の Web サイトの場合、ボトルネックの抽出やページ構成パーツの減少、スタイルシートの最適化などを提案。インフラ対応が不十分の Web サイトにおいては、CDN (コンテンツ・デリバリー・ネットワーク) の導入など。また、問題意識想起のため競合他社サイトを比較することが挙げられる。

アクセス数の多いサイトのパフォーマンス劣化は、非常に大きな影響を及ぼす。もし Yahoo! が 0.1 秒遅くなったら、月間 400 億ページビューから 40 億秒 = 100 万時間という計算で、100 万人分のそれぞれの 1 時間が消えてしまうことになる。

環境配慮型サイト実現への流れとしては、現状をきちんと把握し、パフォーマンス測定をしてボトルネックが何かを検出して改善策を提示、デザイン性を効果検証というのが一般の流れである。この面において、表側のデザイン・HTML でできることと、裏側のサーバ・ネットワークでできることをうまく切り分けながらプロジェクトを進める必要がある。(クロスメディア研究会)

クロスメディア研究会入会のご案内

～クロスメディア研究会は新たなメディアを使うビジネスをサポートします～

メディアビジネスで成功を収めるためには、第一線で活躍中の人々に触れることで、技術やノウハウについて知識のある人材を育成することが鍵となります。

クロスメディア研究会は、メディアビジネスに関わる企業がビジネスのノウハウについて勉強会やセミナー、会報などにより情報を提供したり、検討したりする人材育成の場を設け、貴社のビジネス戦略をサポートいたします。研究テーマはクロスメディアエキスパート認証試験制度のカリキュラムの領域にも関わっているため、資格取得を目指す方にとって入会のメリットは大きいと言えます。

クロスメディア研究会メンバー特典

★無料で受けられるサービス

①ミーティングへの無料参加：年12回開催予定（メンバー企業以外の参加費は1回1名15,750円）

②見学会への無料参加*：年間1～2回開催予定（メンバー企業限定）

*①②は毎回3名まで無料で参加できますが、内容によっては人数制限をお願いする場合がございます。

③会報誌「VEHICLE」（年間12冊発行）をお届け（メンバー企業限定）

④クロスメディア研究会Webサイトの無料閲覧（メンバー企業限定）

*ミーティングやtechセミナーの予定と関連記事などの閲覧ができます。また、研究会メンバーと同一企業（メンバー企業）の方であれば、閲覧登録者数に制限はありません。閲覧をご希望の方は、クロスメディア研究会担当者にメール(cminfo@jagat.or.jp宛)で【会社名、所属、役職、住所、氏名、TEL、FAX、メールアドレス】をご連絡ください。折り返し、IDとパスワードを発行いたします。

★割引で受けられるサービス

①クロスメディア研究会主催techセミナー（年間4～5回開催予定）（参加費半額）

②PAGEコンファレンス3日間券を特別限定販売

③会報誌「VEHICLE」の有料追加購読

研究会メンバーと同一企業の方なら、会報会員（1ヶ月700円）として会報誌をお届けいたします。

研究会費用（消費税・会報郵送料込み）

①研究会年会費：JAGAT会員 126,000円、JAGAT会員外 189,000円

◎参考：年間12回のミーティングに平均2名の方が出席された場合、
15,750円×2名×12ヶ月=378,000円 研究会に入るとJAGAT会員なら25万円以上もお得！

② 会報会員会費：JAGAT会員・JAGAT会員外どちらも1ヶ月700円

会報会員の入会資格は、研究会メンバーと同一企業の方です。研究会メンバーが研究会を退会されたときには、会報会員の資格もなくなります。

研究会年会費及び会報会員会費は4月を期首とし、期の途中からご入会の場合も翌年3月までを一括前納願います。

詳しい活動に関するお問い合わせ先

社団法人日本印刷技術協会 クロスメディア研究会 cminfo@jagat.or.jp

〒166-8539 東京都杉並区和田1-29-11 TEL:03-3384-3113 FAX:03-3384-3168

http://www.jagat.jp/cm/

クロスメディア研究会 2009年度活動予定

開催日と詳細は、Webサイトをご覧ください <http://www.jagat.jp/cm>

■拡大ミーティング 年12回 参加費：研究会メンバー無料、一般15,750円

【4月】eラーニング	eラーニングの導入・利用の実態。業務支援、モバイルとの連携
【5月】検索技術、分類	クラスタリング技術、画像認識とテキストマイニング
【6月】知的財産権、クリエイティブコモンズ、情報共有	コンテンツビジネスなどにおける知財制度、知財戦略のあり方
【7月】Webデザイン、ユーザビリティ、アクセシビリティ	WAI-ARIAとHTML5、IE8対応とRIA、ユーザ中心設計手法
【8月】モバイル（FeliCa、RIA、QRコード、ワンセグ）	最新活用事例、技術動向、クロスメディアビジネス化
【9月】デジタルサイネージ	ビジネス展開事例・ネットワーク化とソリューション提案
【10月】デジタルシネマ、4K2K	技術動向、ネットワーク配信によるコンテンツビジネス
【11月】デジタル化、ライブラリ	アセット、ナレッジデータベース、分類法およびタギング
【12月】エンタープライズ、SCM、EDI、調達、EC	業務改革、可視化、エンタープライズ2.0
【1月】クラウド	SaaSと仮想化技術、企業システムとビジネスの変革
【2月】デジタルアプライアンス、家庭内デジタル家電	アプライアンスの情報ネットワーク化、ユビキタス
【3月】Web構築、プロジェクト管理、マッシュアップ	評価基準、リニューアル事例、リスクマネジメント

■techセミナー 年5回 参加費：研究会メンバーは半額に割引、一般21,000円

【5月】フォークソノミー、CGM、Wiki、SNS、ブログ	集合知の活用による、Web3.0的ビジネスの潮流
【7月】動画配信、CDN、DRM	コンテンツビジネス変遷と市場ニーズ、フォーマット技術情報
【10月】モバイル（LTE、WiMAX、Android）	技術動向、ユーザエクスペリエンスの進化と価値の多様化
【12月】セマンティック、意味解析	日本語解析技術とマッシュアップ事例、サービスへの応用
【3月】クロスメディア展開、ビジネス、人材	2009年度トピック総括、クロスメディア関連動向、人材育成

■見学会 研究会メンバー限定、参加費：無料

企業・大学の研究所、放送局、デジタルコンテンツ制作会社など、開発の現場やコンテンツ制作の現場を訪問

【予定】デジタルサイネージ、デジタルシネマ、4K2Kをテーマに開催予定

研究会ホームページ

研究会の最新の予定、研究会入会案内等は、<http://www.jagat.or.jp/kenkyu/> をご覧ください。

クロスメディア研究会は、<http://www.jagat.jp/cm/> をご覧ください。

上記活動のテーマや開催日程は変更になる場合があります。最新の情報はホームページにてお確かめください。

JAGAT 研究会入会 申込書

FAX 03-3384-3168

※ 必要事項をご記入の上、FAXにてご返送ください。

入会する研究会（○印をつけてください）

テキスト&グラフィックス研究会

クロスメディア研究会

氏名
会社名
所属部署
役職
電話
FAX
E-mail
住所

※ 上記申込書に記載された内容は厳正に取り扱い、JAGAT事業運営管理の目的で使用します。

JAGAT研究会の会費（消費税込み）2009年度（4月～3月）

JAGAT会員 ¥126,000 一般 ¥189,000

入会は随時受付中！

4月を期首とし、期中途からのご入会は、上記年会費の12分の1を月額とし、3月分までを合算して請求いたします。
※JAGAT会員の場合、月額（¥10,500）×3月までの月数

お問い合わせ先

社団法人 日本印刷技術協会 〒166-8539 東京都杉並区和田1-29-11
研究会事務局 TEL 03-3384-3113 FAX 03-3384-3168

E-mail : tginfo1@jagat.or.jp