

## 株式会社 Eat creative

# Adobe® Creative Suite® 4の機能を追求し 世界に通用するデザインを実現する

Adobe®PDFとAdobe® Bridge®を活用したクロスプラットフォームの展開



スタジオマネージャー 陶山 智恵美氏

“世界に通用するデザインを求めて” 常に新しいソリューションを追求する精鋭クリエイター集団 “Eat creative”

アプリケーションが持つ機能を最大限に利用し、最適なソリューションを模索することがデザイナーの持つ自由な発想を実現する近道であると語る。その期待に応えてくれるアプリケーションこそ Adobe Creative Suite 4だった。



自由な発想ができるPDFというメディアに注目していると語るスタジオマネージャーの陶山 智恵美氏



チョコレートのパッケージを模したeatのユニークなカバーデザイン。カバーをずらすと、チョコレートがプリントされた本誌の表紙が現れる仕組みになっている



フォルクスワーゲン グループ ジャパンが発行するカスタマーマガジン「view」の仕事では、多くの写真が使用されるが、Bridgeはファイルブラウジングだけではなく各アプリケーションとの連携、管理を行うデータ・ハブとしての重要な役割を持つ



同社のWebサイトで配布されているPDFフリーマガジン「10x10」毎回、10をテーマとした自由なデザインとストーリーを楽しむことができる

株式会社 Eat creative ではかつて、フードとサブカルチャーをミックスさせたセンシティブなマガジン「eat」を刊行していた。その独創的なデザインは世界から評価され、2002年には世界フードメディア大賞で銀賞を受賞したほどだ。

その余熱を受け継いだ現在では、国内外における有名企業のコーポレートデザインを担当する精鋭クリエイター集団として活躍している。

“限られたバジェットの中で、如何にして最高のプレゼンテーションを提供できるか”

そのこだわりの元で Adobe 製品がどのように活用されているのだろうか。同社でスタジオマネージャーを担当する陶山 智恵美氏にお話を伺った。

**Adobe製品で意志の疎通をするデザイナー**  
現在、Eat creative のスタッフの半数が外国人だ。外資系企業の案件が多いこともあるが、とくにその事を意識して外国人スタッフを採用しているわけではないという。

「言葉や文化が異なっても Adobe 製品という共通基盤があれば、デザイナー同士が意志を疎通させることができます。むしろ異文化で育った人たちの発想が良い刺激となり、新しいものを作り出すきっかけとなっています。」

そうした環境を大切にするため、社内での共通語はすべて英語なのだそう。取材の最中にも英語で歓談するスタッフの姿を見ると、海外のオフィスに居るような錯覚にとらわれそうになる。こうした雰囲気の中だからこそ Eat creative の洗練されたデザインが生み出されてくるのだろう。

「たとえデザイナー同士の言葉が通じ合わなくても、Adobe 製品を使っている限りデザインを通じて意思の疎通を図ることができます。そうした意味では Creative Suite はデザイナーにとっての共通言語なんですよ。」

## Creative Suite はデザイナーにとっての共通言語だと思います。

Eat creative スタジオマネージャー 陶山 智恵美氏

**機能が向上し、存在感の大きくなったAdobe Bridge**  
今では、スタッフの多くが CS4 を使いこなしているが、アプリケーションの新しい機能がデザインに与える影響も少なくないそうだ。

「たとえば Photoshop の 3D 機能は、これまで専門の人に頼まなければならなかった機能が自分で使えるようになり、とても楽しいですね。あと Photoshop のスポット修復ブラシツールは、雑誌の仕事で写真の背景を拡張したいときにとても役立っています。」

新しい機能が追加されるたびに、まずはクリエイティブな観点から使ってみて、どのように使えば効果的かを探るのが楽しいと陶山氏は語ってくれた。

また、多くの点で機能アップした CS4 の中でも、とくに Adobe Bridge の存在が大きく変わってきたそう。これまでは単なるファイルブラウザとしての役割が大きかったが、CS4 になり機能アップしたことで、より多くの役割を担うようになったという。

そのひとつが海外向けのコンタクトシートの作成だ。海外のクライアントを多く抱えるデザイン会社で一番の悩みとなるのがカラーの問題だという。日本と海外では、色の規格が異なるため、プレビューを見せる段階でつまづくことも多いのだそう。

Eat creative も以前はカラーマネージメントで悩んだ時期があった。パントーンなど特色を多く使う海外の案件では、PDF を作成するのにも一苦労だった。しかし、Bridge の機能が向上したことによって、そうしたいくつかの問題が一度に解決したという。

「以前のバージョンの Bridge では、ファイルブラウジング程度にしか利用していなかったのですが、CS4 になり、Bridge でもカラープロファイルの設定が可能になったことでカラーマネージメントが容易になったほか、PDF への書き出しも可能となり、コンタクトシートの作成が楽になりました。」

また Bridge にはファイルブラウジングだけではなく、各アプリケーションとの連携、管理を行うデータ・ハブとしての重要な役割があると陶山氏は語ってくれた。

**企業データ**  
株式会社 Eat creative  
東京都港区三田  
<http://eatcreative.jp/>

**チャレンジ**  
PDF版のフリーペーパーの発行など、様々な媒体を通じて、デザインの可能性を追求する

**ソリューション**  
BridgeとPDFをうまく活用し、各アプリケーション間の連携を効率的にした

**ベネフィット**  
Bridgeのカラープロファイリング機能とPDF作成機能を利用し、カラーマネージメントやコミュニケーションの効率をあげることができた

**Tool Kit**  
・Adobe® Creative Suite® 4 Design Premium



東京三田にあるEat creativeのオフィス。外国のような雰囲気だ



同社のWebサイトではAdobe Flashによるゲームを楽しむことができる  
技術力の高さを伺い知ることができるコンテンツだ



フォルクスワーゲン グループ ジャパンが  
発行するカスタマーマガジン「view」  
同社では企画から編集、デザインに至る  
全行程を受注している

### PDFにはメディアとしての魅力と可能性がある

同社の Web サイトでは会社情報だけではなく、訪れた人たちが楽しめるコンテンツがいくつか用意されている。PDF による Web マガジン「10x10」もそのひとつだ。10x10 では 10 通りのテーマにて、それぞれ 1 から 10 までのストーリーが展開されている。ページをめくるときに驚かされたり関心させられる内容となっており、洗練されたデザインとカルチャー色の強い Eat creativeらしさがひしひしと伝わってくる。

「通常の雑誌では、まず初めにサイズありきですよ。サイズが決まってしまうとデザインもおおのずと決まったものになってしまいます。PDF にはそうした制限がありません。前のページでは A4 であっても、次のページでは A3 になってもいいんです。そこが魅力ですね。PDF にはそれ自体が独立したメディアとしての可能性が詰まっていると思います。」

紙には紙の良さがあるとしながらも、自由な発想が可能な PDF により大きな魅力を感じると陶山氏は語ってくれた。

### メディアの利点を活かしたEat Creativeの広告展開

メディアを問わず様々な展開を見せる Eat creative だが、Web へ偏りがちな昨今の広告についてどのように対応しているのだろうか。

「Eat creative では、デザインを提供するだけではなく、Web への展開を考えている企業に対するコンサルティングも行っています。以前にもお客様からの依頼でセールスツールとしてカタログを数千部デザイン・印刷したいという案件があったのですが、リーチ数を広げることが目的であったので、印刷部数を減らしてオンラインキャンペーンにしませんか?という提案をしたことがあります。」

オンラインに展開することで、印刷部数で数千部だったお客様へのリーチ数を数万まで広げることができた。また、イベントを開催する案件では、逆に印刷物である招待状をよりクリエイティブなものにし、イベントの価値を高めるなど、案件に応じた柔軟な対応をみせている。クライアントの目的に応じて様々な制作物が提案できるのが Eat creative の強みであり、それを可能にしてくれるのが Creative Suite 4 Design Premium なのだと語ってくれた。