

アルバム 写真関連特集

入稿しやすさが選ぶ基準に

結婚式を振り返るための欠かすことのできない婚礼アルバム。毎年新商品が登場し、その都度時代の潮流を掴んだものが出品されている。しかし、最近では、データによる納品も増加。商品自体での差別化が難しくなってきたとの声も聞く。加えて、ARやスマートフォンを使ったサービスも続々と登場。そこで、今号では、付帯する各種サービス商品を追うだけでなく、フォトグラファーの意見をもとに、今後の潮流を探る。

「アルバム自体での差が年々少なくなってきました。だからこそ、こだわるのは、質の高さです」と話すのは、マリーマール（東京都中央区）の代表取締役西多由智氏。

年間3500組以上の婚礼撮影を行なう同社では、国産アルバムにこだわり取引。製作を行なっている。

こんな意見も。「データ入稿が当たり前になっているからこそ、入稿のしやすさは大事です。使いやすさ=入稿のしやすさに繋がっている」と話すのは、アンズフォト（東京都世田谷区）の安澤剛直氏だ。

彼自身4社とのアルバムメーカーと取引。そのなかで、入稿のしやすいメーカーがメインで

のアルバムとなっているという。

また、アルバムメーカーであるアークレイ代表取締役の黒茂氏は、「もっと手にとってもらいやすい商品をつくらせたり、メディアの受け渡し専用のアルバムをつくらせたりと、様々な工夫をしています。今夏には、手に取りやすいサイズとして文庫本サイズの商品発売を予定しています」と話す。

さらに、アスカネット（広島県広島市）フォトパブリッシング事業部事業部プロフェッショナル営業グループ次長の塚本隆氏は、「今後は、いかに利用するシーンを提案できるか

が、売上につながっていくと思います。だからこそ、アルバム単体だけでなく、“+αの商品”がカギになるのでは」と話す。

商品力だけでなく、いかにして、フォトグラファーとの連携。及び+αアルファでの提案ができるのか。そこが、今後のカギになりそうだ。



フォトグラファーの声

アップロードのしやすい商品を使用

アンズフォト



代表取締役社長
安澤剛直氏

「現在、使っているアルバムメーカーは、4社。そのうち、よく使っているのが2社です。その差となっているのが、入稿データが入れやすいか、そうでないかの違いです」と話すのは、アンズフォト（東京都渋谷区）代表取締役の安澤剛直氏。

特にメインアルバムには、サイト上ですぐにデータをアップロード、作成できる企業の商品を使っている。その他の企業に関しても、よりスム

ーズにデータ入稿できる企業を中心に取引しているのだという。

現在、主に60ページ、80ページのものを使用。結婚式前夜から当日までをストーリーで綴る“ストーリーウェディング”をアルバムで表現するため、より多くのカットを使用したいという方向けには、100ページのアルバムを使うこともある。

また、他との差別化のために取り入れているアルバムも。多くのフォトグラファーが一度はそのアルバムで自身の写真集を作りたいと憧れるカスタムメイドアルバムの最高峰ブランド「Brewer-Cantelmo（プリュワ カンテルモ）」のアルバムも取扱う。

アスカネット



フォトパブリッシング事業部
プロフェッショナル営業グループ
次長
塚本隆氏

「各社によるアルバム商品の差が分かりにくいなか、弊社が強化しているのは、新たな写真利用シーンの提案、使いやすさの追求です」と話すのは、アスカネット（広島県広島市）フォトパブリッシング事業部事業部プロフェッショナル営業グループ次長の塚本隆氏。

特に強化しているのが、2013年から展開している「オンデマウント」シリーズを使っている提案。見開き中央部分に切れ目が無い印刷技術と、完全にフラットになる製本技術によって、これまでにない大きな表現力ができる特徴を生かし、昨年10月から今年1月末まで、「赤ちゃんの等身大フォトアワード2015」

簡単リサイズで2・3冊目を制作 単価アップへの提案力を強化

を開催。4月には、その結果が発表される。

「単なる新商品のアナウンスだけでなく、使い方、利用シーンの提案を行なっていきたい。そうすることで、様々なシーンでのアルバム需要の喚起ができるはずだ」（塚本氏）。

独自の入稿WEBページを持つ同社では、ページ上でクリックするだけで、制作したアルバムデータのサイズ変更ができる。そこで、通常の大判のアルバムを新郎新婦用にリサイズして小さいものを両家にプレゼントできるようにと、提案。また、ブライ

ダルだけでなくマタニティー、お宮参り等のシーン利用を案内しているという。

「オンデマンドの場合、2枚の写真レイアウトをつくるだけで、アルバムの制作ができます。家族内での利用であれば、同じデータを使って、3冊のアルバムが簡単にできるため、少しの手間での単価アップが見込めます」と塚本氏は話す。



▲マタニティー等様々なシーンでの利用を提案

こんな商品が欲しい!

フラッシュメモリ専用ケース

婚礼写真においてここ最近新郎新婦からのニーズが多いのが、データによる受け渡し。今後、その上で欲しいと考えているのが、写真データを保

存したフラッシュメモリの専用ケース。本体に2人の名前、またケースに当日の写真がデザイン加工できる等の商品が欲しいと考えている。

自分の思いを表現した一冊を作成

アトリエCARACALA倉吉



大塚健一朗氏

昨年開かれたジャパンウェディングフォトグランプリ（JWPG）で見事グランプリを獲得したアトリエCARACALA倉吉（鳥取県倉吉市）の大塚健一朗氏。

彼が愛用しているアルバムは、台紙のデザインからこだわってつくったオリジナルの1冊。A4ブックタイプ。20ページに85カットが掲載できるもの。1ページ1ページのレイアウトにもこだわって作り上げられたものだという。

「2人の特別な世界観を表現するために、表紙・裏表紙も含め、全て主役である新郎新婦を掲載できるアルバムをつくりました。特にこだわったのは、台紙に書いた英語の詩。私の結婚に対する想いを、ポエムにし、英文でレイアウトしました」（大塚氏）。

大塚氏の場合、アルバム購入者のほとんどが、前撮りから撮影する。そのため、アルバムの内容構成も、前撮りだけで1冊つくりあげることも約8割もあるという。

「エンゲージメントフォトの場合、2人の様々な表情を1日中撮り続けることがほとんど。先日も海外に同行し、撮影しました」と話す大塚氏。独自のアルバムをつくることで、他社との差別化にもつながっているという。

こんな商品が欲しい!

各社共通のレイアウトシステム

アルバム構成において重要な要素となるレイアウト。そこで、各社共通で使用できるレイアウトソフトが欲しいと語る。基本的なレイアウトが

でき、そのままアルバムづくりができる。その1つのツールがあることで、様々なアルバムが購入・使いやすくなると考えている。

見開き状態でディスプレイ 販売アイテムとしても利用可

トヨテック

アルバムの製本・加工を行なっているトヨテック（千葉県野田市）は、5月より新商品「ページdeフレーム」を販売開始予定だ。

「180度開くレイフラットのアルバムを見開いた状態で飾ることができる、革製のアルバムのハードカバーケースです。見開きやレイアウトをアピールすることで、購入者である新郎新婦に差別化を図れます」（営業部長 豊田啓氏）。

新郎新婦への、式場やスタジオでのアルバム制作の販促アイテムとしても活用できるのではとのことだ。

カラーは茶と白。同社で製本する際の人気のサイズは20cm×20cmのスクエアに合わせてフレ

ームを制作した。見開き40cmまで収納可能。長方形等より大きいサイズの商品展開も検討しているという。

同社にて、アルバムを製本した場合の購入特典として考えている。



▲長方形タイプの販売も今後予定

ジャパנקリエイト

ジャパנקリエイト（東京都千代田区）は、3月にテンプレートを写真にはめるだけで、簡単にアルバムが制作出来る編集ソフト「Selpii（セルピイ）」をリリースした。自社アルバムへの取引増を目指し、無料配布する等、利用者向けサービスとして展開していく。アルバム事業部責任者の

編集ソフト「Selpii」リリース 豊富なテンプレで作りやすく

大澤祐介氏は、「1つのソフトでアルバム制作から入稿まで簡単にできます。予め用意されたデザインテンプレートや、フレーム、背景、スタンプ等を使うことにより、容易にデザインアルバムが制作できます」と話す。



▲簡単にオリジナルアルバムを製作できる