

平成13年10月9日

株式会社NTTデータ
株式会社アドダム
日本電信電話株式会社

**広告制作のフルデジタル化と広告コンテンツの統合管理を実現する
「デジタルアセット統合管理サービス」の実証実験を開始**

— 光を活用した新しい情報流通サービスで、光マーケットクリエーションを推進 —

株式会社NTTデータ（本社：東京都江東区、代表取締役社長：青木利晴、以下 NTT データ）、株式会社アドダム（本社：東京都港区、代表取締役社長：柳瀬眞、以下 アドダム）、日本電信電話株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：宮津純一郎、以下 NTT）の3社は、光ネットワークを用いた広告コンテンツの共有により企業におけるブランド戦略活動を支援する「デジタルアセット統合管理サービス（以下、ブランドDAM^(*1)サービス）」の実証実験を平成13年10月から約6ヶ月間、東京都内で実施します。

企業におけるブランドイメージの向上は、IT活用による企業活動の効率性や創造性の向上とともに、企業競争力の重要な要素となっています。このため、各企業はブランド戦略のもと、効率的かつ効果的な広告活動を行うことが不可欠となってきています。株式会社博報堂とNTTデータは平成12年7月に「e-Ad Platform構想」を発表し、今後の広告メディアの多様化に対し、IT活用による新しい広告制作プラットフォームを提案しています。アドダムはe-Ad Platform構想のもと、両者の出資により設立された会社です。DAMを中核とした様々なサービスを展開する中、フルデジタル広告制作やデジタル送稿などの実現と同時に、様々なメディアにおける広告表現の統一を行うことによって広告主企業のブランド戦略活動を支援するブランドDAMサービスを提供していきます。

今日の広告制作の工程は、デジタル技術の導入が進められているものの、部分的にアナログ媒体が介在することにより、素材や制作物の一元管理や協調作業が困難となっており、多くの時間と手間を要します。一方、デジタル化の進展、とりわけネットワーク環境はブロードバンド時代の到来に伴い、企業内LANのみならず企業と企業を結ぶ広域ネットワークにおいても10～100Mbpsの高速な光ネットワークの整備が急速に進みつつあります。今回のブランドDAMサービスの実証実験は、都内十数ヶ所の広告制作に関わる企業を高速・広帯域なNTTの光ネットワークで結び、これまでのアナログ媒体を介した広告制作ワークフローのフルデジタル化を実現し、広告素材の流通促

進と広告制作ワークフローの効率化を図ります。これにより、従来の広告制作期間・工数を大幅に短縮することが可能となります。

このブランドDAMサービスの実証実験は、光ネットワークを活用したBtoBサービスのビジネスモデルを確認する先駆的な取り組みのひとつであり、NTTグループが各業界パートナーと協力した光のマーケットクリエーション活動(*2)として推進しています。

今回の実験で実現するブランドDAMサービスの特徴は以下の通りです。

(1) デジタルアセットの統合管理

広告主企業、広告代理店、制作プロダクション、製版会社、印刷会社等に分散して存在するデジタルアセットをブランドDAMサービスセンタで一元管理します。ブランドDAMサービスセンタを利用することにより、広告制作関連企業間でデジタルアセットを統合管理し、その効率的利用が可能となります。

(2) 広告制作のフルデジタル化

広告制作の工程で協調作業を実現するため、上記各拠点とブランドDAMサービスセンタおよびアドダム間をNTTの光ネットワークで結び、広告制作ワークフローのフルデジタル化を実現します。これにより、広告制作関連企業間のシームレスな協調作業が可能となり、制作期間の短縮、制作コンテンツの高品質化が図られます。

(3) ブランドイメージの統一を目的とした広告素材の多角利用

統合管理されたデジタルアセットを様々な広告メディア向けに使用するワンソース・マルチユースを実現します。広告素材はその制作工程の違いから、広告メディア別に異なる制作ワークフローとなっています。ブランドDAMを核とした統一されたワークフローを構築することにより、広告メディアを問わないブランドイメージの統一が可能となります。

(4) 販社・支社との取引きの効率化

広告主企業の販社や支社等へのネットワークの拡張により、各種広告コンテンツのネットワークによる受発注、デジタル配信が可能となります。

ブランドDAMサービスセンタのサーバは、クオークジャパン株式会社の全面的な協力のもと、NTTデータがQuarkDMS™(*3)をベースに構築し、広告素材の登録、閲覧、ダウンロード、承認、リモートプルーフ等の機能を実現していきます。また、NTTサイバースペース研究所の画像検索技術(*4)を用いた広告素材の効率的な検索機能を実現します。

広告素材の流通に始まり、広告メディアに対するデジタル送稿までの広義のコンテンツ流通は、今後の広告ビジネスにおいて広告主企業と広告メディアをつなぐネットワーク上のハブ機能として重要な役割を果たすと考えられます。アドダム、NTTデータは広告業界におけるコンテンツ流通の基盤を構築し、情報ハブ機能を提供していき

ます。実証実験の結果は、各社が実験後のビジネス展開を鑑みたサービスメニューの充実に向けて、反映していきます。実験期間は本年10月から約6ヶ月間とし、NTTデータが構築したブランドDAMサービスセンタに、NTTの画像検索技術を適用し、これを用いて、アドダムが広告制作関連企業とともに、実際に広告制作の運用を行いながら評価を行います。

<用語解説>

***1 DAM (Digital Asset Management)**

デジタルデータを「生きた資産」として、実際のワークフローの中で利用することを目的として管理する手法のことを言います。広告業界においては、クリエイティブ、メディア、マーケティングの各領域が密接に連携を図った仕組みが必要です。今回はこれらの領域のうち、クリエイティブ領域におけるデジタルコンテンツに主眼を置いた実験を行います。

***2 光のマーケットクリエーション活動**

NTTが、各業界パートナーと連携して、光ネットワークの持つ「高速・広帯域」、「双方向」、「複合メディア融合」といった特長を活かした「光ならではの」新しい情報流通サービス（光ソフトサービス）を世の中のお客様に提供し評価して頂くことにより、光の需要開拓を図り新たな市場を創造していく活動であり、平成12年11月に発表しました。（<http://www.ntt.co.jp/news/news00/0011/001128.html>）

***3 QuarkDMS**

米国Quark社が開発したデジタル資産管理システム：Quark Digital Media System(tm)（<http://www.quark.co.jp/products/quarkdms/>）です。何百人ものユーザが同時に利用できるスケーラブルな三層構造を持ち、デジタルコンテンツの入力、カタログ化、保存、検索、アーカイブ機能などがあります。多様なファイルタイプに対応しており、中でもQuarkXPress(tm)との高い親和性が特徴です。

***4 画像検索技術「イメージコンパス」**

NTTサイバースペース研究所が開発した画像検索技術です。タイトルや作者といった属性情報のみならず、画像そのものの特徴で画像を検索する内容検索が行えます。本技術では、画像に写っているオブジェクトを自動的に抽出してそれらの色や形といった特徴を登録することができ、画像全体の特徴ばかりではなく、写っているオブジェクトをキーとした高速検索が可能です。（<http://www-db.isl.ntt.co.jp/~exdemo/>）

※ 文中の会社名および商品名は、各社の商標および登録商標です。

- ・ [<参考>](#)
- ・ [ブランドDAMシステム概要](#)

【本件に対するお問い合わせ先】

株式会社NTTデータ 広報部

宗像 TEL：03-5546-8051

株式会社アドラム 事業統括室 広報担当 浅井 TEL：03-5730-4622

日本電信電話株式会社 NTT情報流通基盤総合研究所

企画部 広報担当 倉嶋、佐野、池田 TEL：0422-59-3663



[NTT NEWS RELEASE](#)