



「その人らしさ」があふれる写真にこだわり 200ショット撮影も

「第10回社内誌コンペティション」連載・常設部門最優秀作品に輝いた(株)ウィルの焼田さんに伺いました。

株式会社ウィル
『モーレッツ WILLS!』
営業推進グループ営業企画チーム
焼田美奈さん



失敗しない 写真術

Q4 印象に残った写真の撮影エピソードは？

社内誌コンペにも応募しました、社員全員にスポットをあてた「POWER PEOPLE」という企画の写真撮影です。「ウィルは社員一人ひとりで成り立っている！」ということを全面に押し出す「全社員が主役」の企画ということで、撮影は全社員分。全員が顔見知りです仕事ぶりも知っている間柄ですので、会話を楽しみながら、「その人らしさ」があふれる自然な表情、ポーズを追求しました。同様に、「その人らしさ」をたっぴりと伝える表紙・MVP特集の写真も毎回これでもかというほどこだわります。表紙の加藤の写真は、アングルや場所を変え、200ショットほど撮りました。きっと彼女は女優になりきっていたと思います(笑)。

Q3 被写体から豊かな表情を引き出すコツや撮影前に準備していることは？

当社は、「人」が売りの会社ですので、社内報問わず、企業広告やホームページ、物件パンフレットなど、さまざまな媒体で社員をよく登場させます。そのため社員もカメラ慣れしており、自然と笑顔がこぼれることが多いです。ポーズも自由にとってくれたり、小道具を持ってくる社員も。あえて、心がけていることといえば、リアルな雰囲気を出すことでしょうか。例えば、接客風景の様子を伝える写真を撮りたいとき。社員に着席してもらって話しているポーズをとってもらって準備ができたなら「撮りますよー、はいチーズ！」といった撮影はほとんどしません。わざとらしくたり、型にはまった感じになったりするからです。

実際に接客時に使った資料を用意してもらい、お客様役の社員をセッティングして「いつもみたいに接客してください！」とリクエストします。社員は熱心に語り、お客様役も真剣に話を聞いている。こんな演出をすることで、実際に接客をしているようなリアルな表情を撮影できるように心がけています。撮影前準備といえば、服装は明るい色を選んでもらったり、女性社員にはいつもよりメイクに気合いを入れてもらうようお願いしたり……という感じでしょうか。

Q2 撮影や写真のレイアウトで工夫したり気をつけていることは？

カメラの基本的な使い方を理解して実践するということでしょうか。明るさを調整する、画素数を高くして鮮やかに(誌面にしたときに大きさが足りず、画像が粗くなるのを防ぐため)、ピントをきちんと合わせる、映り込みに気をつける……などです。これは場数を踏んで慣れる！ということ……(笑)いちばんのこだわりは、とにかく「いい！」と思えるものが撮れるまで粘ること！多いときは1回につき200ショットほど撮ることも。想定していたポーズや構図以外にも、いろいろな角度やモードで撮影したり、連写モードで何度も撮影したりします。

また、被写体だけでなく背景にも気を配ります。余計なものが写らないよう気をつけたり、色が足りないと思えば、小物を追加して華やかさを出したり。被写体+背景合わせて、誌面を効果的に魅せる素材となるため、写真全体のバランスをよく考えるようにしています。それが、のちに誌面に落とした際にも生きてくるのかなと思います。

Q1 撮影や写真のレイアウトで参考にしている雑誌や情報は？

ジャンル別に参考になりそうな雑誌をストックしています。(社内報作成時のお助けマンということで「バイブル」と呼んでいます。笑)例えば、ポップでにぎやかな誌面にしたいときは、『KANSAI1週間』『Kansai Walker』などの情報誌。グルメレポートでおいしそうな顔をしている人やスポット紹介でユニークなポーズをとっている人などたくさん登場するので、表情やポーズの参考になるんです。また、上品で落ち着いた感じを出したいときは、『DEPARTURES』『SIGNATURE』などの会員誌を参考に。写真一枚一枚が、コンセプトやテーマに基づいてきれいに撮影されています。写真の構図や色、小物の使い方ももちろん、誌面の白場を生かしたレイアウトなどもハイセンスで、非常に参考になります。ほかにもマガジン風にしたときは『BRUTUS』とか、誌面の企画の仕方は『宣伝会議』とか……ジャンルごとに「これ、いいな！」と思う雑誌を参考にしています。

