

# フォトプロデューサーの仕事って？

制作現場ではフォトグラファーとアートディレクターを結ぶ役割として  
フォトプロデューサーという人々が存在する。  
彼らは一体どういった業務の中で、企画にあったマッチングを行なっているのか？  
横浜スーパー・ファクトリーに話を聞いた。

横浜スーパー・ファクトリー（以下、YSF）には現在13名のフォトプロデューサーが在籍している。YSFと聞くと、撮影スタジオというイメージを抱きがちだが、6年前にあらゆるジャンルの撮影に対応する汐留フォト事業部が新設された。彼らが所属する汐留フォト事業部は多くの広告フォトグラファーを輩出した電通写真部に由来して発足。15名の所属フォトグラファーの他、当時は5名ほどだったフォトプロデューサーも現在は徐々にスタッフ数を増やしている。

近年、広告制作のスピードが速くなる中、予算内でよりスムーズに良いものが作れるよう撮影に関する全てを取り仕切る撮影責任者の役割がさらに重要視されているのだ。電通グループで扱う「写真の仕事」の多くの情報がこのYSFで集約・整理されることになっている。

彼らの仕事は大まかに分けて“フォトグラファーの選出”“予算・スケジュール

管理”“撮影現場管理進行”の3つ。

まず、ADが作ったラフを元にイメージ、予算、タレント撮影可否などを考慮し、企画に最も適しているフォトグラファーを数名選出。その後ADへ提案する。写真や仕事歴はもちろん、人柄、得意分野、担当ADとの相性も検討材料になる。

フォトグラファーが決定した後は撮影内容の打ち合わせ、その他スタッフの手配、スケジュール管理から撮影現場での段取りなどその役割は実に幅広い。広告写真に関する“よろず相談処”的な存在だ。

## 絶対失敗できない役割

広告写真のプロフェッショナルである彼らに若手フォトグラファーをどう見ているかを聞くと、持ち込みを受けてすぐに仕事を依頼するケースはほとんどないという答えが返ってきた。

広告はクライアントの商品をアピール

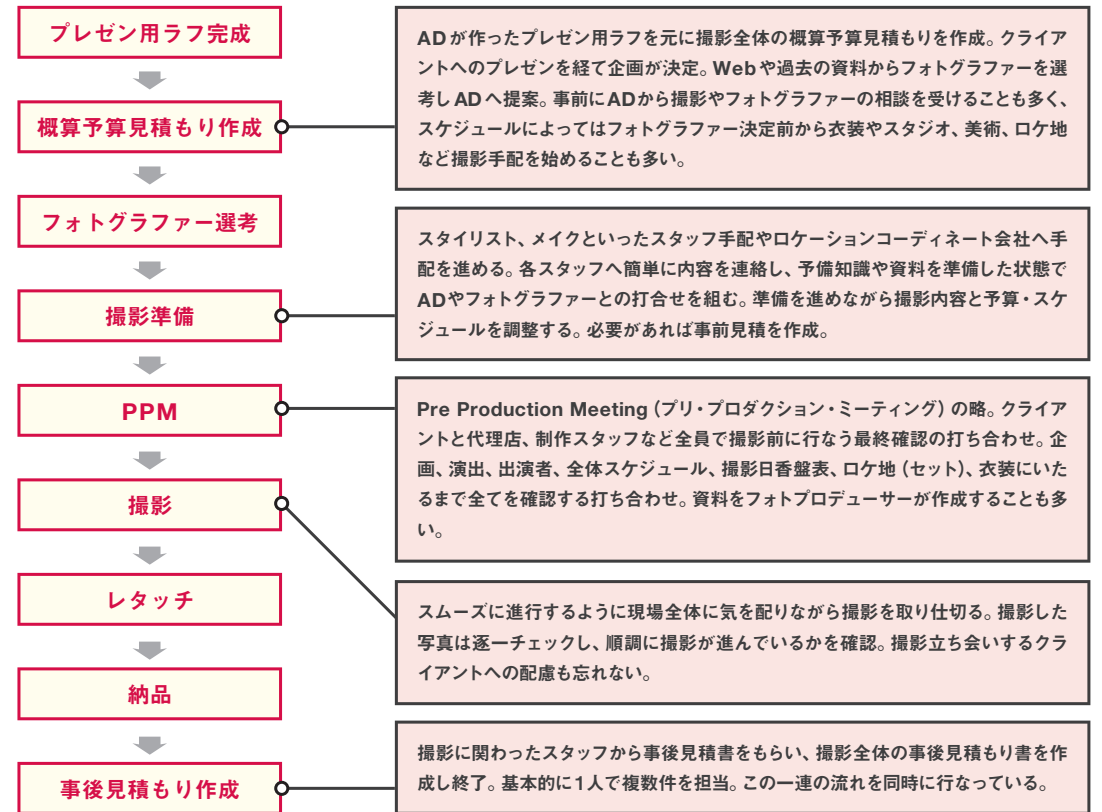
するのが第1のミッションであり、大きな金額が動くビジネスでもある。グラフィック完成までの過程にはADの指示の下、数多くのプロフェッショナルが関わる。その意思を受け、最終的に写真に落とし込むのが広告フォトグラファーの仕事。プロジェクトのアンカーのような役目であり、当然その責任は重い。

「フォトグラファーを決定するまでにはさまざまな行程があります。ADと我々だけでフォトグラファーを決定するわけではなく、営業担当者やクライアントも納得できるフォトグラファーでなければ企画は実現しない。現実的には広告の仕事実績がないと二の足を踏まれてしまうケースも多いです」。

## コミュニケーションもテクニック

若手にとってはなかなか厳しい状況だが、どういうアピールをしたらいいのかを

## ■フォトプロデューサーの仕事



聞いた。「やはりポートフォリオブックは必須。中でも作品は重要な判断基準になります。どういう個性を持っているのかを見せて欲しい」。広告の仕事実績の他、得意分野、スタジオ撮影やロケーションワーク、ライティング技術、タレント撮影経験も判断材料になる。

写真の技術以外、コミュニケーションもフォトグラファーテクニックの1つ。「一流と言われるフォトグラファーはAD、営業担当、クライアント、スタッフに対して、筋道を立てて作り手の意見を説明できる人が多いです。ラフを見ながら打ち合わせができるかどうかポイント」だという。

その他には撮影中の被写体への指示の出し方も。笑顔の写真が欲しい時に、爆笑なのか、ニコパチなのか。コミュニケーションでどこまで被写体から引き出せるのかを見られる場合もある。

## 近道は業界研究か!?

雑誌から広告写真の世界へトライしたいという若手も多いがハードルは高いのか? 「そもそも広告と雑誌の写真はフィルターが違う」と話す。雑誌では撮影した中から一番いいカットを選んで掲載することが多いが、広告の場合、基本的に企画ラフを形にすることが多い。前述の広告の役割も含め、根本的な違いをまず理解することだ。

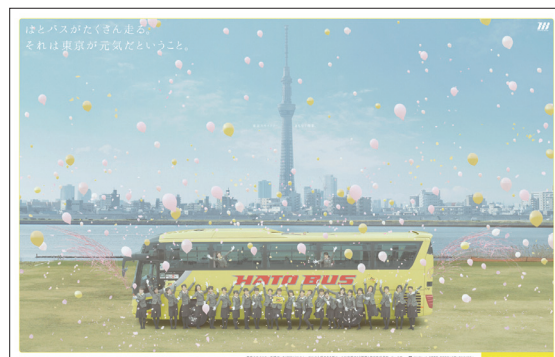
また、「このクライアントやADと仕事をしたいという意識はあった方が、絞って売り込みができるし、目標ができますよね。フォトプロデューサーとしてもADと縁をつなげやすい」と話す。ただ「広告の仕事がしたい」とアピールするより、まずビジョンを持つことが重要だ。

制作スピードの変化、サイネージなど

新しい広告媒体の出現、予算の問題など広告業界も変化している。一方、フォトグラファーの世界もプロを目指す若手は減ることはなく、また次々と新しい機材が登場し撮影環境も変化している。その上で広告の世界で活躍するには突出した作品の魅力・技術力・コミュニケーション力が必須なのだ。



グラフィックが話題になった「行くぜ、東北。」シリーズ。画像は2012年冬篇  
企画制作=ジェイアール東日本企画+電通+dof+CREATIVE POWER UNIT+  
YSF ECD=大島征夫・高崎卓馬 AD=八木義博 P=市橋織江



YSF所属フォトグラファーが撮影した新聞30段広告。  
はたバス 企画制作=電通+YSF CD=上田智幸 AD=田頭慎太郎・渡辺祐  
P=松木康平



横浜スーパーファクトリー  
撮影スタジオ運営、照明機材レンタルなど撮影サポートを行なう。2009年、グラフィック撮影に特化した汐留フォト事業部を設立。www.y-s-f.co.jp/