

広報担当者必読！ 失敗しない写真撮影のポイント

仲村明子 株式会社アネティ 代表取締役

株式会社日本リクルートセンター（現、株式会社リクルートホールディングス）退職後、約10年間日本語・英語教育ビジネスに携わる。株式会社パソナソフトバンク（現、ランスタッド株式会社）広報室長代理を経て、企業団体の広報PR代行・コンサルティングを行う有限会社アネティ設立、現在に至る（2011年株式会社化）。

法規

労務管理

税務

人事教育研修

助成金

リスクマネジメント

ICT

健康管理

CSR

広報

最近では取材時にカメラマンが同行せず記者が撮影するケースも増えて、広報担当者の気遣いがより重要になってきました。自社サイトや社内報に載せる写真など、どうしても撮れるかという点もよく受けるようになりました。そこで今回は、プロカメラマンとして多数の経営者ポートレートを撮影している善本喜一郎さんに、写真撮影のコツを聞いてみました。

1. 取材同席時のポイント

(1) 対応者の服装

取材が決まったら、取材の目的、伝える対象、ねらう効果に対応者と共有し、服装や表情をイメージします。

服装は基本的に、どの季節に見ても違和感のないもので、派手な腕時計、メガネ、アクセサリは良い印象を与えないので避けます。戦略上、個性的に見せたいときは、とことん個性的に。中途半端がいちばん良くありません。

男性の場合、基本的には体に合って落ち着いた色のスーツにシャツ、ネクタイを合わせ、ポケットチーフを使う場合はあまり華やかになりすぎないように。女性の場合、派手すぎず、肌の露出が多すぎない服装で、スーツやワンピースなどが無難でしょう。

(2) 部屋の準備

①自然な光が部屋全体に広がる部屋を選ぶ。直射日光が入る場合はブラインドを下げ、顔に影がでないように。

②背景に余計なものが入らないよう、絵画や額、観葉植物などは除く（ただし、その会社のストーリーを示すものは積極的に入れることもあり）。

③取材中の気遣い
①くし、あぶら取り紙、エチケットブラシなどを準備して、ヘアスタイルが乱れたり、顔がテカったり、ほこりが目立たないように注意する。

②ジャケットの前がだらしく開いていないか、ポケットのふたが両側出ているかなどを確認。ポケットが膨らんでしまっていたら、全部出してもらおう。

③着席時に服が浮いたりしわが寄ったりしないよう、襟や袖などを整える。

④手元に余計なものが写り込まないように注意。

2. 写真撮影のポイント

(1) 撮影の環境

①できるだけ直射日光が入らない部屋で、天候にかかわらず窓から入ってくる自然光のみで撮影できるとよい。一つの光源で撮影するのがきれいに撮るポイント。

②夜の場合は、白熱灯より蛍光灯で撮影するのがよい。

③人物撮影は被写体とカメラマンの関係性が写る。初心者はストロボなどの照明機材に頼らない方がよい。機材に頼ろうとすると、被写体を見ずに道具に気を取られてしまう。

④最近のデジタルカメラは優秀なので、充充分きれいに撮れる。使用サイズが小さければ、コンパクトカメラでISO 3200くらい、一眼レフでISO 6400でも許容範囲。

(2) 撮影の仕方

①実際の使用サイズを確認し、小さく使う写真は顔が判別できるようにアップ気味にトリミングすることを想定して撮影する。

②真正面を向くと自然な写真にならないため別の人と話しながら撮った方が、カメラを意識せず自然な表情になる。

③両手を広げて話すなど、動きのあるカットを撮るのはプロでも難しい。初心者中級者は話を聞いているところ、笑顔で答えているところなど、動きが少ない場面の方が撮りやすい。

④左側の表情の方がいい写真になるので、話しているシーンなどは被写体に向かって右側に回り込んで撮る（善本さんプロフィール写真の向きと同様）。

「産官学勤労言」の連携で
日本創生・地方創生を
ビジネスチャンスに!

ビジネス思考の 日本創生・地方創生 協創力が 稼ぐ時代

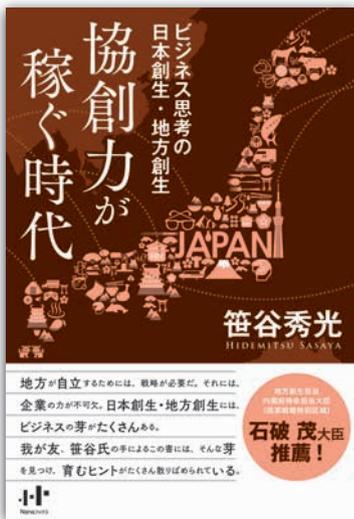
地方創生担当
内閣府特命担当大臣
石破茂大臣
推薦!

菅谷秀光 著

株式会社伊藤園 常務執行役員 CSR推進部長

30年以上の行政経験を持ち、企業人として現場を知る著者だからこそその視点で、日本創生・地方創生で「稼ぐ」秘訣を示す。

★好評発売中★



Nanaブックス 定価1,500円+税

お問い合わせ
ウィズワークス株式会社
☎03-5312-7473 (販売)

- ⑤ レンズを向ける角度で印象が変わる。基本は被写体の目の位置で撮る。
- ⑥ 視線と顔の向きは合わせる。アゴの角度にも気を付ける。
- ⑦ 会社のロゴマークなどと一緒に撮影する場合は、ロゴが目と同じか少し下くらいになるように撮る。
- ⑧ 座ったときの手は、そろえて指先を重ねるのがソフトな印象。手を重ねず少し開き気味でテーブルに軽く乗せると、より熱心に話を聞いている感じに。
- ⑨ 立ったときの手は、置き方のちよつとした違いで印象が変わる。通常は自然にまっすぐに下ろし、手のひらは軽く握る。少し胸を張ると服もきれいに見え、手が安定し自信がみなぎる。接客業な

どでは体の前で手先を重ねたり、経営者や講師業など自信を表したいときは胸で腕を組むこともあるが、表情とのバランスに注意すべき。

(3) 写真の選び方
同じ社長でも投資家やクライアントに向けたページに掲載する顔、新入社員募集ページに掲載する顔は違います。ターゲットを定めたイメージ戦略が重要でしょう。写真の良さは、比較しないとわかりません。必ず複数枚撮影し、比較して選びましょう。

◆
いかがでしたか？ 基本的な知識の有無で、結果に大きな差が出ます。ぜひその違いを実感してみてください。



善本 喜一郎さん
公益社団法人 日本広告写真家協会 業務執行専務理事、株式会社ヨシモト(スタジオ KIPSY) 代表取締役
ヨシモト・キイチロウ●マガジンハウスにて平凡パンチ特約カメラマンを経てマガジンハウス各誌(ブルータス、ホバイ、ターザン、リラックスほか)で活躍。2004年に広告写真家としての登竜門「年鑑日本の広告写真」に入選掲載(以後3連続入選掲載)。これを契機に日本広告写真家協会会員となり、現在は同協会理事としても活動。