

現場報告 TVCMの現場

照明技師 トッティ

○はじめに

今回執筆の依頼を受けたときに、照明技師をしてからは9割CMの現場をしてる完全なる広告畑の人間なので、

たった15秒や30秒の作品についてたくさんの文章を書けるかいささか心配ではあったのですが、

即答で「やります」と回答させて頂きました。

今回は僕が普段CMの撮影でどのように照明の組み立てて、どのように現場に取り組んでいるのか。

そして自分なりの映像制作とライティングの原理原則を一つのCM現場を参考にお話をさせて頂きたいと思います

この文章が誰かの役に立てれば幸いです。

○CMの概要とコンテ内容

今回は風邪薬のCMの仕事を受けましたのでそちらを参考に話していきます。

本作品の監督はとてもユニークで独創的な作品を作っている方で、そういう仕事が来るととてもワクワクします。

さて、新商品の風邪薬の概要は「かぜをひいたら寝て・休んで治す」ニーズの高まり近年、「かぜのときに無理をする」ことが疑問視され、実際にかぜのときに「寝て・休んで治す」人は増加しています

(2019~2021年アリナミン製薬調べ、調査機関：株式会社クロス・マーケティング)。こうしたニーズの高まりを受け、「ベンザブロック®」シリーズから新たに寝て治したい人向けのかぜ薬「ベンザブロック®YASUMO®」を発売します。

「ベンザブロック®」シリーズは、1999年より「症状タイプ別かぜ薬」のパイオニアとして新たなかぜ薬のカテゴリーを確立した商品です。

それに伴った演出コンテの内容は、ワンカット目に綾瀬さんのぶら下がりカットがあり2カットめから一人の仕事をしている女性をターゲットに話が進んでいきます。

「かぜの時は寝て治したいのにかぜの時ほど眠れない」というキャッチフレーズと共にオフィスから女性の寝室にジャンプします。すると羊のような執事の岩田さんが商品を持ってきます。

それを飲んで横になる女性。横たわっている顔の周りにいがいがの物体がありそれには鼻詰まり、せき、喉の詰まりと書いてあります。

そのいがいがが一個ずつ羊に変わっていきます。夢の中で羊がいっぱい埋まっていくなか女性は気持ち良すぎてとんとん眠っていきます。

「ぐっすり、休もう。ぐっすり、治そう。」のキャッチフレーズがあり元気になった女性と執事の岩田さんがにっこり笑っています。

ラストカットに執事の岩田さんのぶら下がりカット。という15秒のCMです。

○TVCM制作の本質と照明の立ち位置

ここで、本編の撮影のポイントに行く前にTVCM制作の本質と照明の立ち位置についてお話しさせてください。

まず、原理原則として映像制作は監督がどのようにイメージしてるのかを具現化していくものです。

そこに「コマーシャル」という大きな要素が絡んできます。TVCMは大前提として「販売

促進」であると同時に

商品を作った人たちの思いをどのようにくみとっていけるか？そしてお茶の間の人たちにどのようにして印象を残していくのが

大事なテーマになっていきます。

ここで自論になりますが、TVCMはただの販売促進で売れてしまえば何をしてもいいというものではないと思います。

僕はいわゆるテレビっ子で小さい頃から何度もTVCMを目にしてきました。

当時のTVCMに携わっている人は、今でいう巨匠の方々が作った作品が多いと思います。もちろん予算も時間も今の何倍もかけられたと思いますが、超一流の作品をテレビで何度も見たおかげで

映像クリエイターとしての目が養われたんじゃないかと思います。

ちょっと脱線しましたが、「TVCMを見て育つ」「TVCMに影響される」「TVCMが社会現象になる」なのです。

もちろん今はYouTubeやサブスクなどでだいぶ細分化されてTVを見なくなったという声も聞こえてきそうですが、

それでもTVCMは販売促進でありそして文化であると思っています。

ですので影響を与える者としての責任、プロとしての責任と誇りを持ってCM制作にあたりたいと思っています。

なので照明部が入る現場では現場の環境づくりや段取りももちろん大事ですが一番大切なことはクオリティの担保だと思います。

昨今、世の中では機材が安価で購入できたり、映像に触れることがものすごく増えてきて素人の人でも簡単に撮影できるようになりました。そしてビデオグラファーなどの職業が増えてきています。

それに伴い映像技術のリテラシーとハイクオリティ映像のニーズの低下が問題視されます。

映像のリテラシーが低い広告主が安価な案件を出すようになり、安価で受けるビデオグラファーが増えていき、

映像の質がどんどん落ちていき、やがて積み重ねてきた素晴らしい映像の技術や文化は失われてしまうかもしれません。

そこで最後の砦が照明部だと言っても過言ではないと思うほど、照明という役職に誇りを持っています。

「照明は空気であり絵画である」ので、監督の思いや広告主の思いを具現化させる最高の部署です。

なので素晴らしい映像技術と映像文化を守っていきそして繁栄させることもプロとしてとても大切なことだと思います。

○今回の撮影のポイント

話をCM制作に戻します。今回の風邪薬でのポイントがいくつかありましたので箇条書きにします。

- ・全編カラーライティングの要素を入れてほしい
- ・部屋の設定が昼でも夜でもない空間
- ・イガイガと羊はコマドリで撮影
- ・コマドリは後日
- ・合成の設置面の懸念点
- ・撮影日が三日間
- ・セットが3つ

この撮影ではまず、監督からカラーライティングしてほしいという提案を受けました。そこでどのような光がいいのかを監督とカメラマンと自分で話し合い、カラーな光のひだまりにしよう

という方向に決定しました。セットの色は商品をイメージした紫色だったので、少し暗い印象を持つ

雰囲気背景です。ここでクライアントからの要望は、「夜に見えないでほしい」とのことでした。

理由としては、商品は睡眠薬ではないので、睡眠薬と見受けられる要素を省きたいとのことでした。

かといって昼間という要素を入れて欲しくない。との要望もあり、結局昼でも夜でもない空間という

大枠がそこで決まりました。監督も不思議空間が好きそうなので結果オーライです。

続いてはイガイガと羊はコマドリ撮影。これには特撮要素が絡んでいて、実際の撮影で人物を撮り

それに小さいコマドリした羊を巨大化させて人物のベッドのような状態になるという少々ややこしい、

でも楽しそうな撮影要素だったのですが、ここで人物の撮影日より後日にコマドリの撮影をするという事態に

なっていました。撮影順番の懸念点は、もちろん整合性です。光はもちろんのこと、どのように撮影していけば

うまく馴染むのか？を考えました。ここで大事なことは映像制作は総合芸術なので、自分の携わった作品が

どのように完パケするか？を一番大事に考えて打ち合わせに臨むことだと思ってます。

なので、チープにならないように人物とコマドリの設置面のなじみをいかに綺麗にやるのかを提案しました。

普通にグリーンバックでやると羊の光の反射が嘘っぽくなりそうですし、埋もれていくような動きをするなら

実際に一番近い形のウールを用意してもらって実際に動きをつけていくという提案をしました。

打ち合わせに本編エディターの方もいたおかげでそっちの方が整合性が取りやすいということになり

そのように撮影していくという流れになりました。なので、本編撮影での羊のウールのセットを作ることによって合計で

3つになったセットをライティングすることになりました。

その上、撮影日のスケジュールが色々諸々の関係で本編の撮影日、コマドリの撮影日、綾瀬さんの撮影日と

三日間になってしまいました。それに伴って予算のかけ方もかなりシビアになってました。

○いかに予算とクオリティのバランスを取っていくか？

プロの映像クリエイターが一番悩ましい部分でもある「クオリティの担保と予算」は切っても切り離せない関係です。

もちろん全く予算がないのは手の施しようがありませんが、なるべく節約に徹することがwin-winだと思います。

まず予算的には、技術部だけで言うと機材費と人件費と時間が特に影響します。なので

「予め練ったプランを作り、無駄弾を撃たずに早くライティングを済ます」ことが1番の節約になります。

TVCMの照明で、まず僕が心がけていることは「打ち合わせを全力でやる」です。僕の場合、打ち合わせで仕事の7割が完成すると言っても過言ではないと自負してます。僕の仕事のやり方は「80%のセオリーと概念と20%の遊び心」を念頭に置いてライティングをします。

なので、打ち合わせで監督とカメラマンと照明技師がどのような「ゴール」を目指して撮影していくかを打ち合わせで詰めることが重要だと思ってます。

監督の目指しているゴールとカメラマンが目指しているゴールと照明技師が目指しているゴールが

イコールになれば一番早いです。もちろん当日考え方が変わることも想定はしますがいかに打ち合わせでゴールを設定することが1番の節約になると思います。

○ライティングを設計するにあたって

今回は監督の要望のカラーライティング。クライアントからの要望の昼でも夜でもない空間。

カメラマンの好みのライトであるブリーズライトを駆使してライティングに臨む。

制作部からの時間と予算の制限。これらの要素を踏まえて、ゴールからの逆算でライティングプランを作っていきます。

まずはセットの入れ込みずの作成です。セットの入れ込み図をいかにうまく作るのか？も照明技師の腕の見せ所なのでこの作業は大好きです。

この作業はまず美術部さんに作ってもらった100分の1の図面をもらい、空のセットにはめ込んで行きます。

今回は、光のひだまりや人物逆トップをセット裏からのサーチライトのミラー反射で作ろうと思っているので、メインのセットを

奥のホリから1間半はなし、背景あてキーライト4Kを下手から打つので、下手のホリから2間離れたところに設置してもらいました。

今回の入れ込み図のテーマは「使い回しのライトと移動を最小限にしてライティングに臨むこと」でした。

なぜなら、ミラー反射のライトを使い回すと、絶対にもとに戻らないし時間がかかって予算がパンクするためです。

カメラが入るであろう角度とライトの起き位置の関係性がスムーズにいくように残りの2セットを図面に落とししていきます。

今回のキーライトのブリーズライトは、使い回しやカメラの真上に設置できるよう機動力重視でライトクレーンを使用しました。

ブリーズライトのサイズに関しては、むやみに大きくしないでカメラの近くでうつことによって、よりグラフィカルなライティングになるので

サイズを140にして光量は商品と人物の絞りを合わせる関係で3m離れてF16以上来るように2.5キロ玉を入れると想定しました。

格セットのトップに白い枠を釣ったのは、全体ベースの確保をしてより上質な表情になるからです。

背景当てキーライトには範囲の確保で4K。そしてクッキーを使って異空間を演出しようと思いました。

ライティングのテーマが「ちょっぴり宇宙」だったので人物トップに謎の光をサーチのミラー反射で作ろうと思いました。

人物の特撮はコマドリの合成シーンの逆算でどのように大きくライティングしたらコマドリで同じライティングができるかを計算して作りました。

○オリジナリティとカメラマンとの関係

プロの照明技師としてクオリティの担保は必須であり、正確さとユーモアさと独創的発想が求められます。

そのため、セオリーと概念に基づかないライティングは薄っぺらい光になってしまいます。

なんでここから光が来ているのか？どんな光がこのストーリーに合っているのか？どう見えた商品が欲しくなるのか？などなど

全てのカットに関して自分自身が自信を持って回答できるのがプロの照明技師だと思っています。

その中で独創的発想をいかに持てるかに真価が問われるところでもあります。ここでオリジナリティとの戦いが始まります。

まず大前提として「光は黄金比がある」のでただただ奇を衒って黄金比から脱線するのはあまり得策ではないです。

ではどうしたかという、色味にオリジナリティを出そうと思いました。そこでカラーライティングの部分にオリジナル自作フィルターを駆使したのです。

従来のカラーフィルターは色は変わりますが、いわゆる1色です。色が滲んで、より絵画のような光を演出したいと思いました。

自作フィルター通称「スタンドグラスフェイター」はその名の通りスタンドグラスのような滲んだ色の光を演出することができます。

もちろんバックアップで普通のカラーフィルターも用意しました。オリジナルを発揮する中で一番大切なのはカメラマンへの配慮です。

総合技芸術として絵作りを一緒に作っていく最大のパートナーであるカメラマンとの信頼関係は必要不可欠です。

なので打ち合わせでのゴール設定はもちろんのこと、ライティングプランを提出して安心してもらうことが一番大事なことだと思います。

当日でのライティングの要望、提案を最小限に抑えて、「君に任せる」に近い状態に持っていけると予算もかからないし時間もかからないでいけます。

もちろん今回このようなライティングをしてほしいという要望をいただくこともあります。が、言われたことだけをやるのではなく

カメラマンが言ったライティングのゴールを想像して、プラスアルファでより良い具現化をしていくことも重要なことだと思います。

○アングルチェックと撮影本番日

アングルチェック当日にいきなりアクシデントが起きました。それは大事な照明スタッフがコロナにかかってしまったのです。

他にも何人かコロナで来れないアシスタントもいて、最初に想像していた状況と変わってしまいました。

そしてアングルチェックと本番日を通して来られるスタッフがほとんどいないという前代未聞な事態が起きました。

このご時世だし仕方ないなと思いましたが、唯一良かったのがライティングプランを考えたときにキーライトのブリーズ以外は

ほとんど動かさないで作っていくという設計をしたことがこのピンチを救いました。

図面をもとになんとかアングルチェックまでにライティングは完成してことなきを得ました。

今回はキーライトのブリーズライトを三つのセットで使い回すので、どのような電源を設定したらカメラの動線とバッティングしないかを配慮して

配線しました。現場ではほぼほぼ図面通りにことは進みつつ、ニュアンス足しで私物のLEDライトのアップチャーシリーズが大活躍しました。LEDライトの機動力とレスポンスのよさは、より一層独創的でありパフォーマンスが格段に上がるなと思いました。通しでいられる照明部が少ないのでマーキングはもちろんです。ワンカットワンカットアングルチェックでの情報を自分自身で図面で起こしました。現場では段取りや香盤作成に積極的に参加して時間短縮に貢献しました。もちろん映像を作るにあたって時間をかけてはいけないというわけではないので、監督の目線になって光を提案することも積極的にしました。本番日はテンポもよくスムーズにストレスなく撮影が進んでいきました。後日特撮シーンのライティングを人間から人形サイズにスケールダウンして撮影しました。完パケを見てなじみもよくてホッとしました。

○最後に

映像制作は総合芸術であり、一人ひとりの力を合わせてどう完成させていくのかが醍醐味であり、難しいところでもありそしてとても楽しいことだと思います。総合芸術の一つの照明部として素晴らしい作品を作るためにいろんな要素を駆使して撮影に臨んでいることを紹介させていただきました。いささか断言が多い文章になってしまいましたが一人の照明技師の哲学として聞いていただけたら幸いです。先ほども述べましたが、撮影機材が発達して安価で誰もが映像を撮れる世の中になった今、いかにプロの映像クリエイターが一流の映像を提供し続けていけるられるのかが今後の日本の映像の向上と繁栄、そして社会貢献にもつながっていくんじゃないかなと思ったりします。「映像は人を豊かにする」映像に魂や想いをのせられる映像クリエイターで居続けるために勇往邁進していきます。