

GIVSにて撮影。右が茅沼氏、左が木原氏。

## 広告プロフェッショナル

File.13 茅沼光明氏 木原義明氏 (GIVS)

広告制作の現場には必ず、“プロフェッショナル”たちが存在する。今回は、特殊効果・操演の分野で、大掛かりな仕掛けからシズル感ある映像づくりまでを手掛けるGIVS(ギブス)が登場。視聴者の目を引く画づくりを担う、その仕事とは。

**特殊効果でイメージを具体化  
テストを重ね撮影に備える**

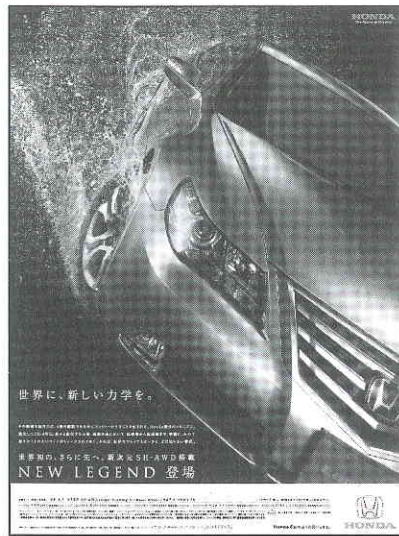
豪快な水しぶきをあげて走りぬける車、まるで無重力空間にいるかのように動きまわる人、炎の中に唐辛子が飛び散り「辛くてうまい」を表現したカット……。目を奪われる映像には、どのように撮影したのか想像もつかないような「仕掛け」が隠されている。

撮影における特殊効果、操演、シズルを専門とするGIVSは様々な仕掛けで、企画・演出のイメージを具現化させている。特殊効果の面白さに魅せられて、この仕事に就いたGIVSの茅沼光明氏と木原義明氏は、10年ほど助手として経験を積んだ後、独り立ちしそれぞれに仕事を受ける体制をとっている。

大がかりな仕掛けものからシズルカットまで幅広く手がける茅沼氏は「コンテをもとに、創造できる最大限の画作りを提案しています。視聴者に『おいしそう』『かっこいい』『面白そう』といったイメージを伝え、商品の売上につなげていくのが私たちの役割です」と話す。

シズル撮影を得意とする木原氏も「ディレクターやプランナー、クライアントが描くイメージに合う映像を作り込むのが私たちの仕事ですが、最終的には物が売れたり、企業のブランド力を高めたり、と広告として機能しているかを、常に意識しています」と続ける。

依頼を受けると、コンテをもとにどのような動きを加えたらイメージに近づけるのか、策を巡らす。「まずは、ディレクターがどのようなイメージを描いているのか、なるべく直接会って、コンテからは読み取れない微妙なニュアンスまで引き出すようにしています」と木原氏は言う。この商品ならどんなカットが撮れる



ホンダ「LEGEND」のグラフィック広告では水しぶきを作り込んだ。

## 一瞬一瞬の「動き」を 作り込む醍醐味と胃痛

のか、とコンテの完成前から相談を受け、表現の提案をすることもある。

イメージを具体化させるためのアイデアは、これまでの豊富な経験によるところも大きい。最初に簡単なテスト撮影を行ったうえで仕掛けの制作に入り、幾度もテストを重ねて改良をしていく。

茅沼氏の仕事のひとつ「新キャベジンコーワS」(興和)のテレビ

CMでは、「商品が水中を浮遊しているようなイメージ」で動きをつけるといふ依頼があった。手で商品

を動かしながら手持ちのビデオで撮影し、その映像を見ながらどの方向を軸にして商品を動かすかを思案。商品の動きをなめらかに見せるために、計10個のモーターを駆使した機械を制作し、商品を動かした。

「LEGEND」(ホンダ)のグラ

フィック広告では、コンテのイメージに合う水しぶきを制作している。どのように水に動きを加えるか、テストを重ね、最終的には3トンの水槽を2つ、AC200V水中ポンプを20個使用することに。1週間ほどかけて、しぶきを作り込んだ。

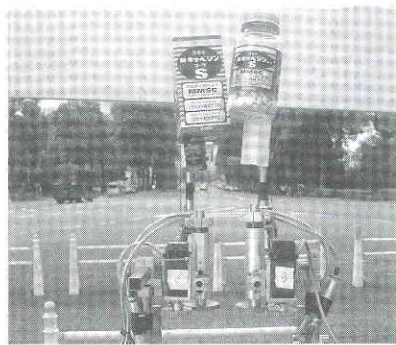
「毎回、依頼内容は異なりますから模索の連続です。一つひとつ決断しながら進めています。テストを重ねることで、現場での不具合を最小限に抑えることに全神経を集中させています。もちろん、当日の急な変更もありますから、相手の立場になって考えておき、その対処も含めて準備しておくようにしています」と茅沼氏は話す。どうしたらイメージに近づけるのか、現場での穴をいかになくすか。ときには胃痛と戦いながらも、見る人を釘付けにする画づくりに醍醐味を感じているという。

### 茅沼光明

かやぬま・みつあき  
神奈川県出身。  
「打てば響く」が座右の銘。

### 木原義明

きはら・よしあき  
1963年生まれ。  
84年GIVS入社。



興和「新キャベジンコーワS」のテレビCMで制作した仕掛け。