

広告はよいコラボレーション
によって作られる

現場で悩みながら
積み重ねていく

ダイナミックな雲。遠くまで延びる滑走路。飛び立つ飛行機。迫力あるシンメトリーの構図が印象的な全日本空輸(ANA)の広告。撮影したのは、広告写真家の白鳥真太郎さん。

「その場で新しいと思える絵を、あまた見てきた中から探っていく」

ANAの協力のもと、滑走路の延長線上のはるか海上での超望遠撮影が実現した。

与えられた条件の中で、何をすべきか、何ができるかを考える。「現場で悩みながら積み重ねていくのが好き」という白鳥さん。これまでの経験がものを言う。「若手の頃、先輩が撮影したライティングを覚えておいて、仕事が終わると自分でも試していました。だけど、イメージどおりに撮ることができない。方向性は似せられるんですけどね」

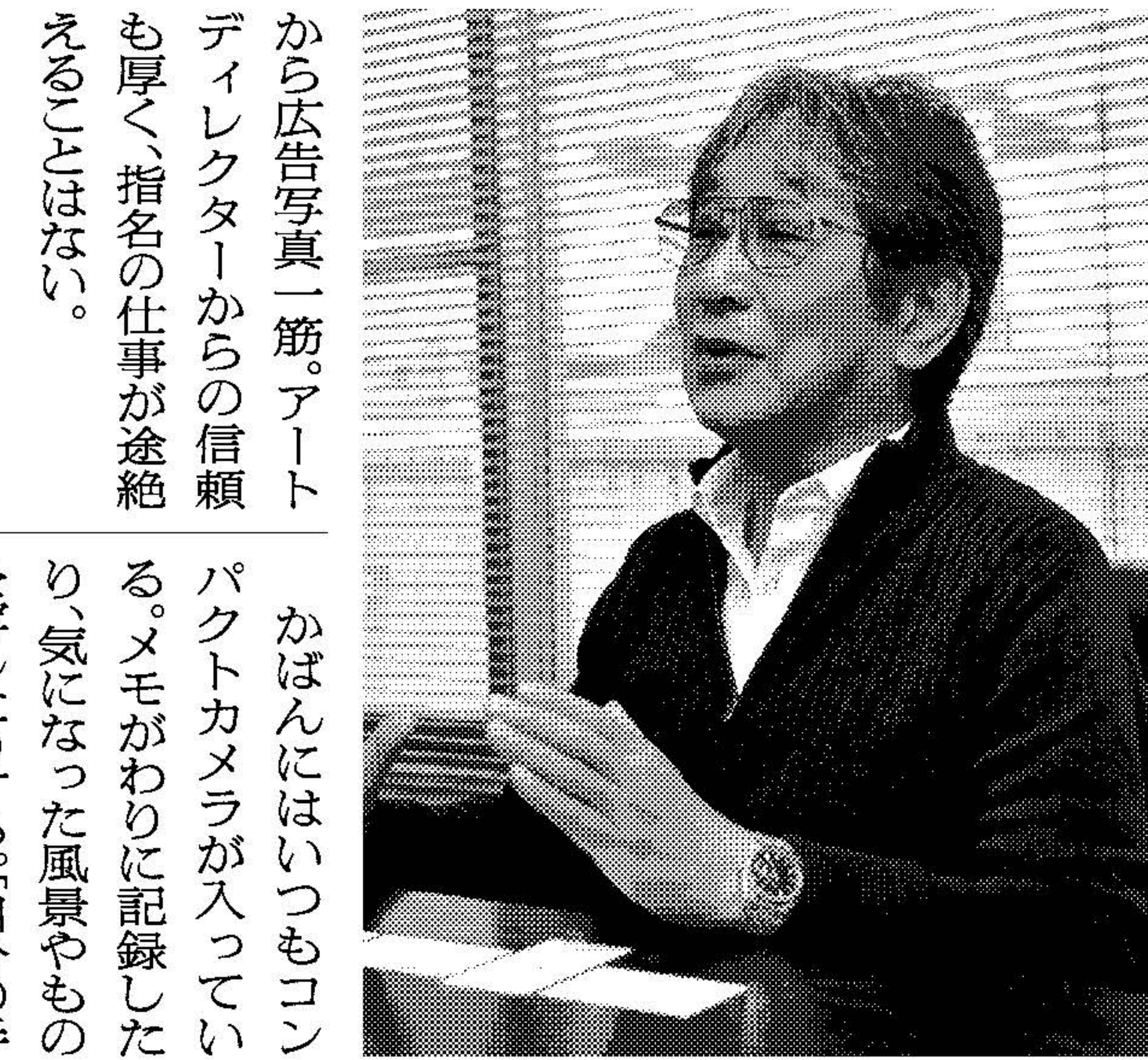
資生堂の広告写真にあこがれた

実家は4代続く写真館。幼い頃から「跡は継がなくていい」と言われていたが写真の道へ進んだ。「家の隣が資生堂を扱う化粧品店で、そこに貼ってあるポスターがカッコよくて広告写真に憧れるようになった」

大学では写真工学を学んだ。「授業は理論がほとんど。実技はわずかだったんです。僕がやりたいのは子どもの頃に見た資生堂のポスターのような写真の撮影だと思っていたら、個人で作品撮りをしていました」

大学卒業後、念願の資生堂写真部に助手として採用され働きはじめた1年目、日本広告写真家協会(APA)公募展に応募し入選。2年目には特選を受賞し、頭角を現す。その後、博報堂写真部を経て1988年に独立した。

アートディレクターの大貫卓也氏と手がけた「しまえん」や「ラフォーレ原宿」など、話題となった広告も数多い。広告独特の、けれんみあふれる絵づくりが習性になっていくという。深みのあるポートレートも得意とし、作品集『貌 KAO 白鳥写真館』も出版した。1970年代



から広告写真一筋。アートディレクターからの信頼も厚く、指名の仕事が途絶えることはない。

企業の信念や思いを、見えるかたちにして伝える

「広告は良いコラボレーションによって作られる。写真だけが良くては駄目。写しだけが良くては駄目。写真家、コピーライター、アートディレクター、それぞれの仕事がうまく重なりあって、はじめて成立するものです。広告の中でも新聞は、じっくり読み込ませることが出来る媒体だと思います。企業の信念や思いを、見えるかたちにして伝えることが広告の役割のひとつ。それに最適な広告媒体は、やっぱり新聞だと思います。かつては、企業の心意気を感じられるような新聞広告がたくさんありました。そういう広告をこれからも見たいですし、作り手としても関わっていききたい」

かばんにはいつもコンパクトカメラが入っている。メモがわりに記録したり、気になった風景やものを写したりする。「自分の手からカメラを離れたのは、祖母とおやじの葬式のとぎらい。カメラを持っていないと、落ち着かないんです」。写真家になってから、ずっと撮り続けている。一流である理由を垣間見た。

文/山下薫 写真/星野章



白鳥 真太郎さん
しらとり・しんたろう/千葉大工学部写真工学科卒。資生堂宣伝部写真部、博報堂写真部勤務を経て1989年に白鳥写真事務所を設立。2008年から公益社団法人日本広告写真家協会(APA)会長。APA賞をはじめ国内の主要な広告賞を毎年のように受けている。写真集に『貌 KAO 白鳥写真館』(グラフィック社)など。

何もしなければ何も起きない。
行かなければそれはやってこない。
飛び出さなければ世界は変わらない。
すべてのひとの心に翼はある。
使うか、使わないか。
世界は待っている。
飛ぶか、飛ばないか。
海をこえよう。
言葉をこえよう。
昨日をこえよう。
空を飛ばよう。

ココロツバサ。ANA 60th

2012年9月7日付朝刊掲載