

働く機械を世の中に紹介する

世界各地の現場で、建設機械が黙々と作業する姿をとらえたコマツの企業広告シリーズ。現場の空気感をそのまま封じ込めた迫力ある写真に、新聞を開いた手を思わず止めたことがある人も多いのではないだろうか。

「毎回国内外を問わず、コマツの建設機械が実際に稼働している現場へ行きます。安全靴とヘルメット姿で担当の方にお話を聞き、そこで感じたことを、私もクリエイティブチームは真摯に写真とコピーで表現する。そうすることで、コマツという企業の本当の姿が見えると思うんです」

そう語るのは、電通のクリエイティブ・ディレクター・中澤真純さん。コマツの企業広告シリーズを、新入社員の頃から20年の長きにわたって手がけている。

今年4月に新聞に掲載された広告は、千葉県袖ヶ浦の現場で働くハイブリッド油圧ショベルが主役。ポディーが回転して止まる時に電気を蓄える、最新のエコな建設機械だ。

「トラックの作ったわだちを写真のポイントにしよう」ということばはいは事前に決めていました。でも、基本は、撮影時の現場の状況がすべて。狙いを絞った上でありのままをカメラマンの目線でとらえればどこでも絵になるという考え方です。光や空の様子がいけないじゃなければいけないとかそういうことはあまり重要ではありません」

雲仙普賢岳で災害復旧に尽力する建設機械を紹介した広告では、火砕流の再発生を警戒しながら撮影を敢行した。

「火砕流が起る恐れのある火口の反対方向へ向けてクルマをとめるなど、現場の防災ルールに従いながら、通常は立ち入り禁止の場所へ入りました。大勢の人の命を奪った雲仙普賢岳の威圧感に、微力かもしれないけれど、一日も早い復旧を目指して建設機械が対峙している」。

その様子をなんとか表現しなかった。どの現場で働く方々も、機械の稼働時間をさいて、取材に応じてくださいます。そのお話がとにかく興味深い。ですの

で、担当コピーライターも

お話を聞くのを楽しみに、どんなロケ先であろうとついて来ます」

狙いを絞った写真で本当の姿を伝える

チリの高地にある鉱山では、高山病の可能性を調べる事前の健康診断にスタッフが引っかけかかってしまつたらブルを乗り越え、まるで3階建てのビルが走っているような巨大大なダンプロックが活躍する様子を撮影。関西国際空港では、旅客機を牽引する機械を撮影すべく、滑走路・ターミナル間を移動する旅客機と機械を追いかけた。ウイングの端から端まで、カメラマンといっしょに何往復も走った。「よへある話です」と



建設機械がハイブリッドになる。未来の話ではなく、今日の話です。

コマツ 2009年4月27日付朝刊掲載



中澤真純さん
なかざわ・ますみ/1962年茨城県生まれ。(株)電通第1クリエイティブ局 クリエーティブ・ディレクター。茨城大学卒業。東京藝術大学大学院修了。88年電通入社。95年度朝日広告賞(第2部)、01年度朝日広告賞(第2部)ほか、受賞。

中澤さんは笑うがすべては、本当の姿を表現しようという狙いのためだ。

「本当の姿を伝えるには、一定量のことは必要です。そして、土にまみれた機械の写真とことばがうまく溶けあえば、写っている機械がただの機械ではなく、血の通った何かに見えてくるのでは?と思います。たぶん、それが本当の姿です。やっぱり私は新聞広告が一番好きです」

当然の話だが、この広告を見て一般読者が油圧ショベルを買うわけではない。だが、人の目につかないところで、建設機械が社会のために尽力している事実はあまり知られていない。それを声高に語るのではなく、真摯に世の中へ伝えていければそれでいい。そんな思いを、コマツと中澤さんたちのチームはずっと共有してきた。

「伝えたい思いがぶれない。きっとそれが、20年もこの広告が続いている理由なんだろうね」

文/大田聡 写真/星野章