

各方面の専門家による
ビジネスに役立つエッセンス

写真でもっと伝える、 もっとよくなる

『写真のチカラ』で
ビジネスチャンスを作る



「一見」で「百聞」を伝える写真

1 写真ひとつ有る・無しで大きな差が!

下の、飲食店のメニューA・B・Cの中で一番印象に残り、注文したくなるのはどれでしょうか? 3点とも伝えたい内容は同じですが、受ける印象はそれぞれ違っています。

まずはAとBを比較してみましょう。文字の情報は同じなのに、写真があるだけでメニューの印象が違います。

私たちは、毎日たくさんの情報を視覚から得ています。普段何気なく見ているチラシやパンフレット、インターネットなどを改めて見ると、文字以外にも図形やイラスト、そして“写真”が大量に使われている事に気

はじめまして、私は秋田で活動しているR-roomのフォトグラファー鈴木竜典です。これまで、様々なご依頼を頂き撮影してきました。その中で思う事が多いのは「もったいない!」という事です。素晴らしい価値を持っているのに、お客様にそれが伝わらない。期待していた程の売上げに繋がらない。なぜ、繋がらないのか。

それは「素晴らしい価値が伝わっていない」事が原因かもしれません。

付きませんか。

絵やイラスト、写真、映像など、ビジュアルで表現された視覚的情報は、脳の中に『瞬時に記憶として残る』とされています。一方、文字や言葉だけの情報は、入ってきたモノを一度頭の中で理解しなければならず、時間が掛かってしまいます。

もちろん、文章だけで伝える事もできますが、図やイラストを加え、“写真”を効果的に取り入れることによって、情報が相手により詳しく伝わり、文字だけでは比較にならないスピードで内容の理解や納得が得られるのです。「一見」で「百聞」以上の価値を伝えられるというわけです。

A アツアツおいしい!
期間限定
比内地鶏だしの
鍋焼きうどん
エビ天入り
980円(税込)
ぜひご賞味下さい。
店主

B アツアツおいしい!
980円(税込)
期間限定
比内地鶏だしの
鍋焼きうどんエビ天入り
ぜひご賞味下さい。 店主

C アツアツおいしい!
980円(税込)
期間限定
比内地鶏だしの
鍋焼きうどんエビ天入り
ぜひご賞味下さい。 店主

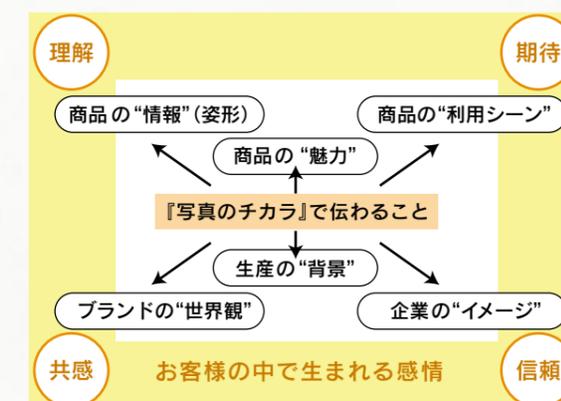
2 「写ればいい」で損していませんか? ～「情報」と「印象」～

さて、先ほどのBですが、今度はCと比較してみましょう。BとCは、どちらも写真を使っています。メニューは寒い季節にアツアツおいしい「比内地鶏だしの鍋焼きうどん エビ天入り」です。料理の写真で伝えるべき“印象”とはなんなのでしょうか? 今回の鍋焼きうどんは、「食材の魅力」「うどんの温かさ」、そして何より、料理を見て感じる「おいしそう」を伝えたい“印象”に設定し、撮影してみました。

Bのうどんはカメラのオート機能を使い、全てカメラ任せで撮影したものです。料理の写真がブレている、全体的に暗いし、色味が冷たそう。鍋焼きうどんです、という“情報”は伝わっているものの、これではあまり「おいしそう」には見えませんね。

一方、Cの料理写真はどうか? 適切な明るさと色味、そして見た瞬間に感じる温かみで“情報”に加え、誰もが思い描く“鍋焼きうどんらしさ”の「おいしい」という“印象”が表現されています。

まさに、口にするよりも先に『目で味わっていただく』状態になるわけです。また写真は、時に商品やサービスを提供する企業への印象にまで影響を及ぼします。見る人によっては、Cの写真から「信頼感」や「清潔感」が伝わり、お店に対する好感度も高くなるでしょう。これが、「効果的な写真」つまり『写真のチカラ』なのです。見た目が全てではないと思いますが、やはり「第一印象」というのは、本質を伝える大事な要素だと私は考えています。



ビジネスツールとしての写真 ～“伝わる写真”を意識してみよう～

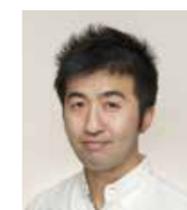
今はインターネットの普及で誰でも情報を調べ、発信できる時代になりました。みなさんも相手企業の情報や、気になる商品・サービスは、スマホやパソコンで、すぐに調べるのではないのでしょうか? そうした中で、ふと目にした“第一印象”が、実はビジネスにとっても大きな影響を与えています。

先ほどの、鍋焼きうどんのように、“おいしい食材や料理の紹介”を目的としている写真のほが、あまりおいしそうに見えないという理由で、注目されるチャンスを逃がしたり、企業の商品・サービスの印象や魅力が、正しく“伝わらない”状況を自ら生みだしているかもしれません。

昨今のデジタル機器の普及や進化により、写真は身近な存在になりました。それゆえ、ただ記録する写真だけでなく「伝わる写真」という重要な役割が必要とされています。

『百聞は一見に如かず』という諺があります。みなさんのビジネスにもぜひ、きちんと目的を持った“伝わる写真”を意識して撮影し、活用してみませんか? きっとビジネスチャンスが広がるはずです。

次回もビジネスに役立つ『写真のチカラ』についてご紹介したいと思います。



R-room 鈴木竜典写真室
www.r-room-photo.com
代表・フォトグラファー
鈴木 竜典
Ryusuke Suzuki

秋田カメラマンR-room 検索

【略歴】
秋田県生まれ。秋田公立美術工芸短期大学産業デザイン学科卒業。お客様との事前ヒアリングを大切にしながら課題を引き出し、撮影内容や写真の活用方法などを共に考え、提案する写真を得意とする。企業や商品・サービスの「価値が伝わる写真」と「心を動かす写真のチカラ」を信じて日々撮影中。

【撮影事例】
2016NAMAHAGEダリア 広告ポスター
秋田県広報誌「あきたびじょん」表紙撮影
県内外各種媒体、飲食店メニュー、会社案内など