

FIELDCASTER

CMメイキング 活用ガイド

テレビ・ウェブで「取り上げられる」舞台裏のつくり方。
自社でニュースメディアを運営する映像制作会社が、
現場で実践しているノウハウをまとめました。

ウェブ掲載NGチェックリスト付き

PR会社・広報担当者向け



CMメイキングがPRの武器になる理由

テレビCMの本編に映るのは、撮影現場のほんの一部。タレントの素の表情、スタッフのこだわり、本番直前の緊張感。**本編に収まりきらなかった「裏側」こそ、露出のきっかけを何度もつくれる素材の宝庫**です。一度の撮影から生まれた素材は、テレビ番組への提供以外にも、いろいろな場面に二次利用できます。

1 テレビ・ウェブニュースでの露出

情報番組やウェブメディアは「CMの舞台裏」を好んで取り上げます。タレントのコメントと合わせて提供すれば、放送・掲載のチャンスが広がります。

2 プレスリリースの添付素材

リリースに「撮影の裏側」動画やオフショットを添えると、メディアの目に留まりやすくなり、記事化の確率が上がります。

3 SNS・YouTubeでの継続発信

1本のメイキングは、切り出し方しだいで何本もの発信素材に。放送前のティザー、放送後の振り返りなど、キャンペーンの寿命をぐっと延ばせます。

4 社内共有・営業資料

制作の熱量を社内で共有すればブランドへの愛着づくりに。営業や採用の場面で世界観を伝える資料としても活躍します。

「取り上げられる」メイキングの3つの条件

ただ現場を記録するだけでは、メディアには取り上げてもらえません。私たちが撮影・編集で大切にしている条件は次の3つです。

① 高品質な撮影

映画レベルの最新機材で撮影。CM本編と並べても見劣りしない画質が、そのまま「使ってもらえる素材」の条件になります。

② 情報番組向けの編集

「テレビディレクターがどこに興味を持つか」を知る元情報番組ディレクターが構成・編集。番組でもウェブでも扱いやすい形に仕上げます。

③ コメントの設計

インタビューは「何を聞くか」で決まります。メディアが取り上げたい質問を事前に設計し、クライアント・事務所の確認を経て収録します。

現場で実践しているテクニックの例

- 撮影の進行とタレントの表情を見ながら、コメントをもらえそうな瞬間を探り、その場で相談して収録の機会をつくる
- カメラ目線の「素の本人コメント」を押さえる。テレビ番組での露出を狙うなら効果は絶大
- 長いコメントはプロンプター（原稿表示装置）を現場に持ち込み、想定どおりの内容を確実に収録
- ウェブ掲載用の「テロップあり」とテレビ番組用の「テロップなし」、両方の動画を納品する

ウェブメディア掲載前のNGチェックリスト

自社でニュースメディア「フィールドキャスター」を運営しているからこそ見える、「**テレビ用の編集のまま**」ウェブメディアに渡すと使いにくいポイントを12項目にまとめました。素材をメディアに提供する前のチェックにお使いください。

編集・見せ方

- ☐ 質問と映像の間に黒い画面（カラーマット）が繰り返し挟まっていないか
- ☐ テレビ番組ではカット前提の「〇〇メイキング」見出しがそのまま残っていないか
- ☐ 質問テロップの表示時間は適切か（短すぎ・長すぎはNG）
- ☐ 質問文は簡潔か（細かい字で長い文章は読めない）
- ☐ 他媒体向けの雑感・ナレーションが混ざっていないか

音まわり

- ☐ BGMの著作権はウェブ掲載でも問題ないか
- ☐ BGMあり・なしの両方の素材を用意したか
- ☐ くしゃみ・物音など部分的な雑音は処理したか
- ☐ シーンごとの音量差は整えたか（ダンス場面と会話の差など）

条件・渡し方

- ☐ ウェブ使用可の素材に「TV用」というファイル名を付けていないか
- ☐ 尺・掲載期限・非収益化などの制限は事前にすり合わせたか
- ☐ 画面の四隅にメディアのロゴを置ける余白があるか

撮影当日に押さえない「タイトルになる」シーン

真面目に撮影しているシーンだけでは、メディア側は記事や動画のタイトルが作れません。**出演者の人柄が伝わる瞬間**こそ、記事化・SNS展開のどちらでも使いやすい素材になります。

- ★ カメラに向けたアピールやファンサービス
- ★ 本番の合間にはしゃぐ、リラックスした表情
- ★ スタッフへの丁寧な挨拶や気配りの瞬間
- ★ 共演者との賑やかなやり取り・掛け合い
- ★ 「良い人」と言われる出演者が、裏側でもその人柄を見せる場面
- ★ 撮影終了（クランクアップ）のほっとした空気



ポイント：こうした瞬間は狙って作れません。現場の空気を読みながら同行カメラを回し続け、「その一瞬」を逃さないことが大切です。撮影現場でのタレント・事務所への配慮や声のかけ方にも経験が問われます。

制作事例

※守秘義務のため、企業名・出演者名は伏せてご紹介しています。

CASE 01

大手通信キャリア | 人気アイドルグループ出演CM

撮影の合間にメイキングカメラへ向けたコメントやファンサービスを収録。メイキングならではの和気あいあいとした撮影風景など、CM本編とは違ったプライベート感のある場面を押さえました。撮影の進行やタレントの表情を見ながら「コメントをもらえそうな瞬間」を探り、その場で相談して楽屋での収録も実現しました。

日本テレビ「DayDay.」「ZIP!」などの情報番組でオンエアされました

CASE 02

大手食品メーカー | 人気女優出演CM

インタビューに加えて、店頭放映用のコメント撮影も実施。動画冒頭のタイトルデザインやコメントテロップの挿入まで一貫して対応しました。長文のコメントは自社のプロンプター（原稿表示装置）を現場に持ち込み、事前の想定どおりの内容を確実に収録しています。

CMメイキング・インタビュー・店頭用素材をワンストップで納品

納品後のフォローも：メディア送付用・プレスリリース掲載用の「現場の様子」の文言も、元エンタメコーナーのテレビディレクター目線で作成して納品できます。撮影現場で印象的な場面があれば、その場でインタビューに追加質問を入れるなど、臨機応変に「使える素材」を増やします。

納品までの流れ

お打ち合わせから納品まで、撮影から**3週間程度**が目安です。放送・公開スケジュールに合わせた進行もご相談いただけます。

01

打ち合わせ

CMの内容（絵コンテなど）やご希望の納品素材・日程を確認し、お見積もりをお出しします。

02

インタビュー内容の確認

弊社で考案した質問案をクライアント様・事務所にご確認いただき、修正があれば対応します。

03

メイキング撮影

撮影後、リリース作成用にインタビューの書き起こしデータを送付。現場の様子の文言作成も対応できます。

04

編集

冒頭デザインやテロップの有無など、ご要望に応じて編集。仮映像の送付まで1週間ほどいただきます。

05

仮映像の確認・修正

編集した映像をご確認いただき、ご希望があれば修正対応。修正ありの場合も3日ほどで対応可能です。

06

納品

完成データをお送りします。テロップなしの完パケ（白素材）が必要な場合は事前にお知らせください。

料金プラン

撮影回数・納品素材に合わせて3つのプランをご用意しています。まずはお気軽にご相談ください。

ライト

まずは1本から

¥300,000~

- ✓ 半日（1回）撮影
- ✓ 現場 or インタビュー収録
- ✓ 本編1尺（～2分）
- ✓ MP4納品

人気No.1

スタンダード

SNS～本編まで

¥400,000~

- ✓ 半日～1日撮影
- ✓ 現場＋インタビュー収録
- ✓ タイトル・テロップデザイン
- ✓ 構成のご提案つき

プレミアム

PR連動・最大活用

¥800,000~

- ✓ 1日～複数日撮影
- ✓ 現場＋インタビュー＋タレント密着
- ✓ SNS・YouTube・縦型など複数納品
- ✓ PR／メディア連携の設計
- ✓ 専任ディレクターが担当

※価格は目安です（税別）。撮影回数・納品素材により変動します。細かなレタッチは別途費用（10万円～）。

メンバー紹介

テレビの報道・情報番組、バラエティー番組の現場で経験を積んだメンバーが、撮影から編集・納品まで一貫して担当します。



代表取締役

田中 政和

早稲田大学卒業後、TBSやフジテレビのニュース番組で10年間ディレクターを担当。「スーパーニュース」のエンタメ取材班として多数の著名タレントにインタビューを実施。エンタメニュースでフジテレビ報道センター長賞を受賞。ウェブ専門の動画ニュース「フィールドキャスター」を設立。



映像ディレクター / カメラマン

小嶋 譲治

ブライダルをメインに約15年撮影を経験しフィールドキャスターに入社。人気タレント・アイドルグループが出演する大手メーカーのテレビCMなど、多数のCMメイキング映像を撮影。CMの制作会社と初見でも良好な関係を築き、動きのあるメイキング映像を撮影できるところが長所。



映像ディレクター / カメラマン

酒井 日々里

日本テレビ「スクール革命！」や「ゼロイチ」などのバラエティー番組でADを経験。2024年フィールドキャスターに入社。作り手も見てくれる方もハッピーになれる映像作りを心がけています。

フィールドキャスターについて

2014年創業。Web向け動画制作やCMメイキング撮影、生配信業務を行う映像制作会社です。フジテレビのニュース番組のエンタメコーナーを担当していたスタッフが、動画の可能性を広げるために創業しました。自社でエンタメ動画ニュース「フィールドキャスター」を運営し、「Yahoo!」「Googleニュース」「スマートニュース」と公式配信提携を結んでいます。

8,000本

自社YouTubeチャンネルの動画掲載数

3億回

動画の累計再生回数

2014年

創業・メディア運営の実績

会社名 株式会社フィールドキャスター

所在地 〒105-6029 東京都港区虎ノ門4-3-1 城山トラストタワー29階

事業内容 CMメイキング制作・動画制作・オンライン生配信・動画メディア運営

設立 2014年4月1日

代表者 代表取締役 田中政和

電話 03-4361-0583

CMメイキングのご相談は、お気軽にどうぞ。全国対応可能です。

making.fieldcaster.net
info@fieldcaster.net | 03-4361-0583