



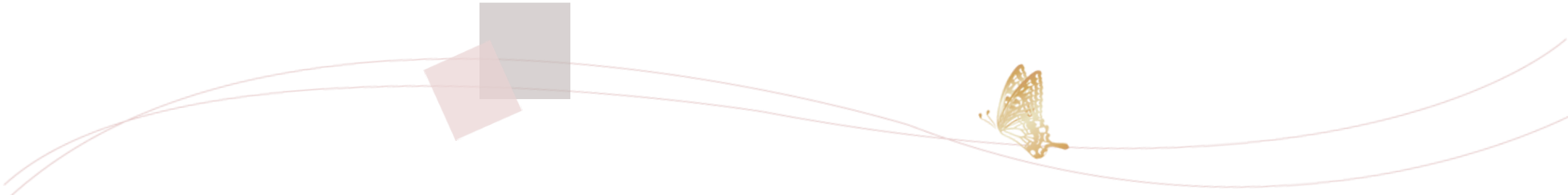
Kano H. photography

—動画で学ぶ—

ブランディング撮影

Presented by
Kano Hayasaka





1 ブランディング撮影 Step1

2 ブランディング撮影 Step2

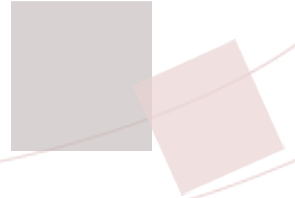
3 ブランディング撮影 Step3

4 ブランディング撮影 Step4

5 ブランディング撮影 Step5



なぜ写真で集客が叶うのか？



写真が『集客』において大切な4つのポイント

- ① 写真は文章よりも一目で、一瞬で伝わる
- ② SNSでは、アイコン(プロフィール) 写真はお店の看板
- ③ 写真で理想の客層を集められる(客層を操作できる)
- ④ 写真は自分の望む未来を最速で叶えてくれる。



①写真は一目で伝わる

写真の効果とは……

一瞬で伝わる。



1枚の写真はどんな言葉より、伝える力が大きい
→ブランディングに有効活用しましょう！



②SNSアイコンはお店の看板

- SNSアイコンの役割と効果

SNSでプロフィール写真が重要なのは
プロフィール写真はお店の看板だから！
大切なのは…

「目を留めて」もらって
「この人からサービスを受けたい！」
と思ってもらおう事！

ポイント1:一目で何屋さんか分かる
ポイント2:人柄が伝わる





③写真で客層を変えられる

ターゲットや路線にあったものを

子ども・家族撮影
ターゲットはママ



同一人物

反対にしたら、ターゲットの
お客様は集まらない

アー写撮影
ターゲットはアーティスト



どのようなお客様を
集めたいと
思っていますか？

ニモクエック！！





④望む未来を最速で叶える

- 未来を先取りしてアイコンを変えてしまう！

子ども・家族撮影
ターゲットはママ



ブランディング撮影
ターゲットは起業女性



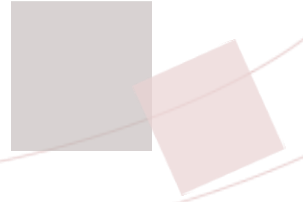
【引き寄せの法則】

望む未来の姿をビジュアル化して
毎日眺めることで夢を叶える

理想の未来の姿を先取りして撮影。
毎日そのアイコンで眺め、周りから
そのアイコンのイメージで認識され
ることで、実現が加速する。



キャッチコピー×写真＝鬼に金棒



キャッチコピーの効果

＝「人目を惹きつけ、ボディコピーを読んでもらう！」

これと、写真のイメージがパーフェクトマッチだったら？！？！

鬼に金棒の訴求力がある



写真もキヤッチコピーと同じ



誰

に

何を

伝えたいか？

目的を
考えないとだめ！

ターゲット
(ペルソナ)

提供価値
(コンセプト)





大切なポイント

【状況に応じた適切な使い分けが必要】

- 優秀な人材を採用する採用ページの写真
- 仕事内容が一目で分かるSNSの写真
- 信頼感を出したいHP用の代表者写真

目的・ターゲットに応じて変えていきます！





ブランディング撮影で最重要ポイントは・・・

撮るな！

まずはグイグイ聞け！！



使用用途を明確に！



• SNS用

①youtube アイコン写真・サムネ画像・ヘッダー画像

②Instagram アイコン写真・文字投稿用？・日常ライフスタイル発信？

③FB アイコン写真・ヘッダー写真

• HP用 代表者挨拶・イメージカット

• パンフレット用

• 名刺用

• 外部セミナー用

→場面ごとに**使いやすい・効果的な写真は異なります！**

インスタなら正方形を意識、youtubeのサムネなら文字入れ前提。
Clubhouseなら、並んだ時にいかに目立つかも重要になります。






使用用途を明確に！



- 一目で目をとめてもらって、クリックしてもらうのが目的か
例) SNSアイコン・・・写真のみで表現しなきゃいけない
例) Youtubeサムネ・・・文字も入れられるからキャッチコピー×写真
- 申し込みを後押ししてもらうのが目的か
例) HP代表者挨拶
- ファンになって興味を持ってもらうのが目的か
例) SNSの日常投稿





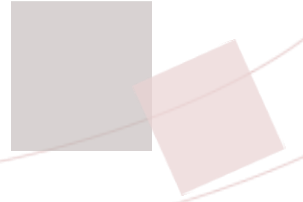
1. ブランディング撮影の流れ

Step1





ブランディング撮影の5つのStep



ブランディング撮影5つのステップ

- ✓ Step1: 事前準備
- ✓ Step2: ヒアリング
- ✓ Step3: ライティングイメージづくり
- ✓ Step4: 撮影
- ✓ Step5: アフターフォロー



Step1: 事前準備

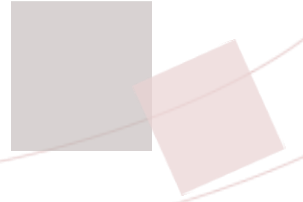


事前準備～お客様のSNSやHPをチェック～

- ✓ 仕事内容
 - ✓ ターゲット(例20代女性、30代男性など・・・etc)
 - ✓ どんな想いをもって仕事をしているか(使命は何か?)
 - ✓ 人柄や好み
 - ✓ どんな世界観を持っているか(ブログデザインや色等)
- ※普段の投稿から、雰囲気や傾向を掴む!**




Step1: 事前準備



事前準備から導かれるアドバイス

- 媒体によりバラバラな人
→ブランディングの世界観統一をアドバイス
- 何をやっているのかプロフィールが不明確な人
→分かりやすく「誰をどうする」サービス明確にアドバイス
- 投稿が見にくい人
→見やすくなる写真的工夫などアドバイス
- 導線ができてない人
→マーケティングのアドバイス

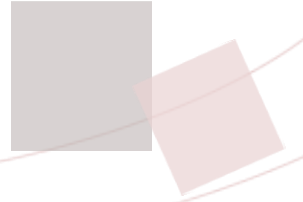


2. ブランディング撮影の流れ

Step2



Step2:ヒアリング



オンラインヒアリング

ZOOMで30分～1時間程度

事前に記入してもらったヒアリングシートを利用し、
お仕事内容や撮影の希望について聞きながら、撮影内容を決めていく

- 使命・志、お仕事への思いは何か？
- なりたいイメージ、目指したいものや目標
- ターゲットのお客様層（ペルソナ）
- 希望する写真の詳細、イメージ、用途
- 着てくる洋服や一緒に撮りたい小物など。



Step2:ヒアリング

ナチュラル美的 フォトブランディングシート	フリガナ	
	お名前	

※あなたの大切な情報が含まれるため、あなたに許可なく他者に公開することはありません。

早坂華乃が撮影に当たり、あなたのことをより理解し、あなたの魅力を最大限に伝えるためのヒアリングシートになります。

事前資料をご覧頂いた後でご記入いただくとスムーズかと思えます。

STEP 1 あなたのプロフィール情報を教えてください。

1. 全般的情報

	回答欄
お住まい（都道府県・市区町村）※ 任意	
職業	
お仕事内容	
ブログの URL	
HP の URL	
Instagram	
趣味	
好きな食べ物	
現在はまっているもの	
自分のチャームポイント	
自分の強み	
周りの人からよく褒められること	
Kano の撮影を知ったきっかけ	<input type="checkbox"/> ネット検索 <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> 紹介（紹介者： _____）

2. 現在の仕事で、どんな時に充実感ややりがいを感じますか？具体的にどんな人と何をどのようにしている時ですか？

--

3. 仕事上のポリシー、価値観、こだわりがあれば教えてください。

--

2. どんな写真が必要なのか、どんなふうに撮ってもらいたいのか、お客様にどんなふうに見られたいのか、できるだけ詳しく教えてください。特にサロン撮影ご希望の方は、希望のカットを詳しく書いていただけましたら幸いです。

※参考になる画像やイメージなどがあればぜひ教えてください。早坂の撮影事例の中からでもOKです。

例) 対面セッションしているカット。きっちりしたバストアップのプロフィール写真、etc.

スタジオライティング事例（フォーマルなプロフィール写真にも使える写真や、アーティスティックな写真が撮影出来ます）



自然光のイメージ（対面セッション、ズーム風景など）

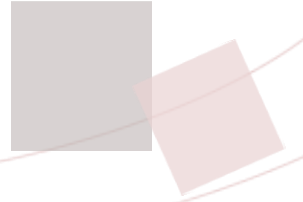


切り抜き用（バナーやインスタ文字投稿に便利です。YOUTUBE のサムネにも使えます）





Step2:ヒアリング



オンラインカウンセリング 注意点

きちんと情報を共有して、希望を聞き出すこと。

「可愛い」は人により千差万別。言葉を過信しないこと。

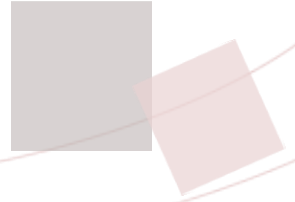
具体的な画像を共有して確認しあうこと。

芸能人の事例は当てにしない事。

【ポイント】 お客様本人は何が必要かわかってないため、こちらから提案できるようにしておくこと。



Step2: ヒアリング



- SNSアイコン写真の目的は、興味を持ってもらうこと



職業が分かりやすい
服装や小物で



Step2:ヒアリング

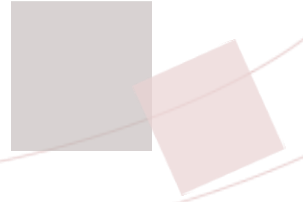
- アイコン写真は、顔回りで切り取られるから小物のフレーミングに注意

小物を持つなら顔回りで！





Step2:ヒアリング



- プロフィール写真は、仕事内容がわかる背景をうまく利用する



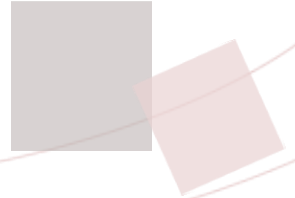
お仕事内容が活かせる背景を！

左の例：犬のセラピスト・ヒーラー
開放的なロケーションが似合う

右の例：歯科衛生士さん。
サロンである歯科医院を背景



Step2:ヒアリング

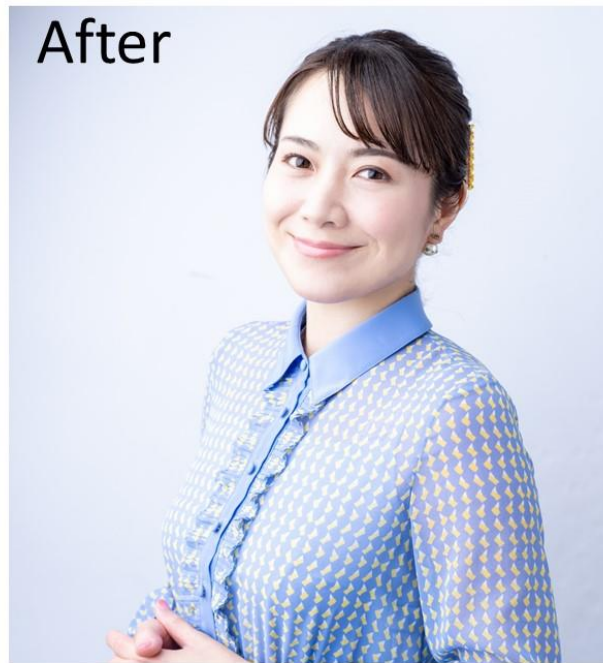


SNSアイコン・プロフィール写真

Before



After



ライティング写真を進める理由

肌色がとても綺麗で
きちんとプロが撮影した！という
印象を与えることができ、
ビジネスの本気度も伝わりやすい！

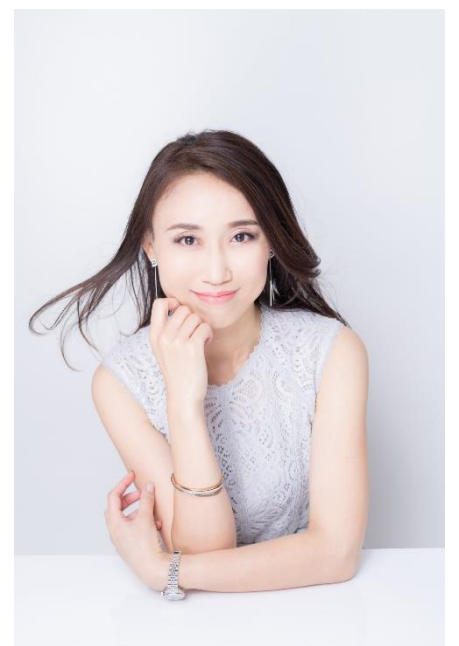


Step2: ヒアリング



SNSアイコン・プロフィール写真事例

- ライティングした写真がプロフェッショナル感がでる。



Step2: ヒアリング

メインビジュアル・ヘッダー

キャッチコピーが何か
デザインの路線は何か

きちんとヒアリングして、
そのイメージに合った写真を撮る。

デザインの好みを把握するのが
1番難しい!!!!





Step2:ヒアリング



メインビジュアル・ヘッダー事例

- キャッチコピーは「ファッションのチカラで人生を豊かに」
- テーマカラーはピンク
- イメージは華やかに人を惹きつけ引っ張る

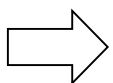
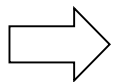




Step2:ヒアリング



切り抜き用のカット



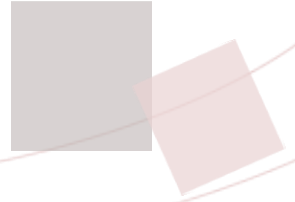
どんなところに使えるの？

- 公式LINEリッチメニュー
- 各種バナー
- Instagramの文字投稿
- テキスト
- パンフ・チラシ





Step2:ヒアリング



アイコン・プロフィール以外のイメージカット

- 普段の投稿用、バナー用など
 - ✓ オンラインの様子
 - ✓ 対面セッションしている様子
 - ✓ お仕事をしている様子（お洋服選び、施術など）
 - ✓ お仕事道具のイメージカット
 - ✓ ライフスタイル的な発信 などなど



Step2:ヒアリング イメージカット作例(自然光)





Step2:ヒアリング

- お仕事小物のイメージカット
手を添えるのがおススメ





Step2: ヒアリング

サロン撮影の場合



外観・内観・施術風景・プロフィール・お客様とのカウンセリングシーン、その他イメージカット があるとよいです。



Step2: ヒアリング



写真の使用用途事例

● SNSアイコン

早坂 華乃		...
	早坂 泰彦 共通の友達575人	...
	今井しのぶ 共通の友達307人	...
	三浦沙矢香 共通の友達668人	...
	渡辺 そら 共通の友達247人	...
	Hiroko Aso 共通の友達97人	...
	笠井 裕子 共通の友達119人	...
	狩野 玲子 共通の友達193人	...
	平塚麻美 共通の友達191人	...
	道端竜也 共通の友達58人	...
	田中 克成 共通の友達183人	...
	大倉 誠司 共通の友達3人	...
	瀬上 真由 共通の友達229人	...



1,119
投稿

1.4万
フォロワー

4,630
フォロー中

フォトグラファー養成 | 早坂華乃 | 東京・埼玉

写真家・フォトグラファー

写真の撮り方・魅せ方配信中

集客が叶う♡♡ フォトブランディング

📷 『写真ライフ』 フォトコン審査員

📷 lensebaby カタログ撮影... 続きを読む

lit.link/kanohayasaka

Step2: ヒアリング

写真の使用用途事例

● ブログヘッダー



なりたい未来は自分で作れる。
自分の人生の主人公になる

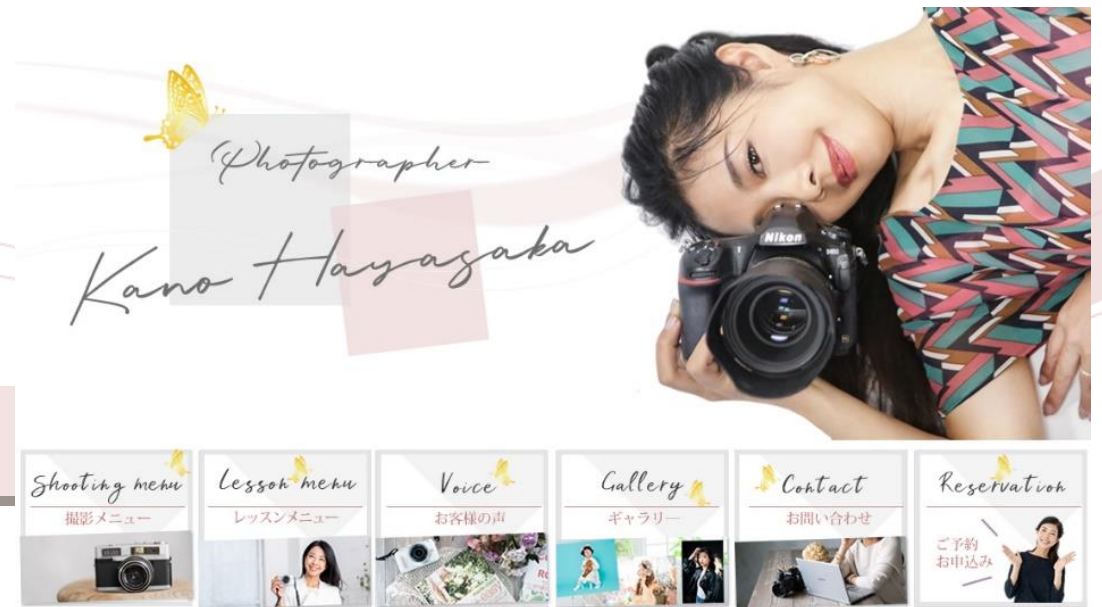
Brilliantlife

深いところにあるあなたの才能を引き出して、
脳科学（×心理学×コーチング）
で大きな夢を最速で叶える
自己実現プロデューサー 大和田明子

公式ライン LINE
サンプル sample
サンプル sample



● バナー



Step2: ヒアリング

写真の使用用途事例

● 公式LINEリッチメニュー

無料メール講座
誰でもセンスのいい
写真が撮れる！
魔法の7つのステップ



フォトレッスン



カメラストラップ



撮影メニュー



Stilista
スティリスタ
詳細は公式HPへ



Instagram



Facebook



公式LINE

すぐに登録!





Step2: ヒアリング



写真の使用用途事例

● Instagram 文字投稿





Step2: ヒアリング

写真の使用用途事例

- YouTubeサムネイル



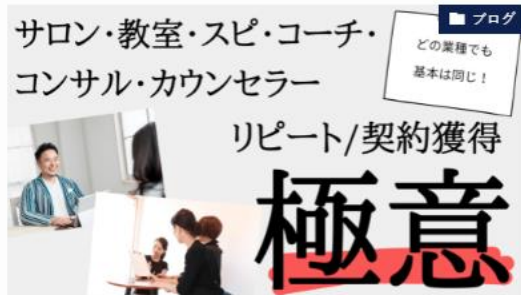


Step2: ヒアリング



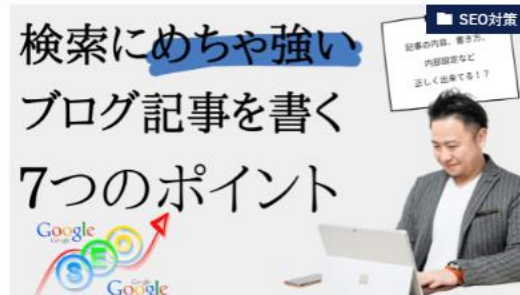
写真の使用用途事例

● HP. ブログのサムネイル



サロン・教室のリピート、コンサル・コーチの契約獲得のコツ

© 2021.07.21



検索に強いブログ記事を書く！SEO対策7つのポイント

© 2021.07.02



セミナーやサービス販売の募集・集客力を上げる発信のコツ



起業初期にお金をかけて良いこと、ダメなコト！

© 2021.06.19



Step2:ヒアリング

服装選びのポイント

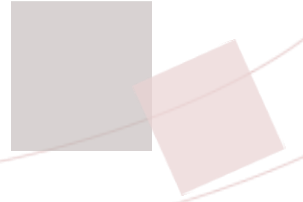


- ✓ キャッチコピーとマッチする写真にする
 - ✓ テーマカラーになじむ色を選ぶこと。
- 白い服はオールマイティに使える





Step2:ヒアリング



服装選びのポイント

- ✓お仕事が分かりやすい制服などある方は制服
- ✓季節感があまり出ないもの(長袖ブラウスなど)
- ✓首まわりがすっきりあいているもの
- ✓大きめの服やサイズがあっていないものは避ける





Step2:ヒアリング



ヘアメイクのポイント

※ヘアメイク付き撮影をお勧めしますが、ご自分で準備する場合

- ✓下地でしっかりと立体感を出すこと(これがないとのっぺり映ります)。
- ✓チークや眉毛は飛びがちなので気持ち濃い目にしっかりと。
- ✓アイメイクはいつもよりしっかりと。見た目より素颜に近く写ります。
- ✓いつもお客様にお会いする時の髪型をベースに整えること。
- ✓耳周りが出ていた方がすっきりと見えます。
- ✓ヘアのトップのボリュームを出しておく方がバランスよく撮れます。
- ✓ストレートで、結ばない方もアイロンなどで伸ばしておくといいです。



Step2:ヒアリング



オンラインカウンセリングをやる理由

撮影当日「初めまして！」を避けられる。

撮影側のメリット

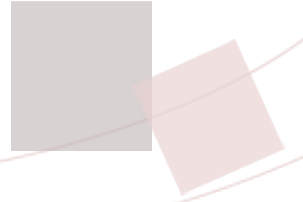
- 話し方の癖、綺麗に見える角度など事前に把握できる

お客様側のメリット

- 一度話しているなので、初対面ほど緊張しないから安心できる



Step2:ヒアリング



オンラインカウンセリングをすることで

以下のようなことを決定。当日までに準備をしておく。

- 写真の用途は何か(HP? SNS? ヘッダー用? チラシ?)
- 撮りたい具体的なイメージ
- 撮影時の洋服や小道具
- ヘアメイク

→どんなライティングで撮るかイメージを固めておきま



Step2:ヒアリング

カウンセリングシート

テーマカラー・イメージ等

●テーマカラー



●希望イメージ

- ・柔らかさとしなやかさを表現したい
- ・大人可愛いおしゃれな雰囲気

●伝えたい思い

- ・話すことが苦手でもファッションの力で道は切り開ける
- ・なりたい自分をファッションの力で作っていける



撮影レシピ

ライティング撮影



ビューティー系
ライティング



切り抜き用カット


自然光撮影



お洋服選びの
シーン



小物など
イメージカット



3. ブランディング撮影の流れ

Step3



Step3:ライティング



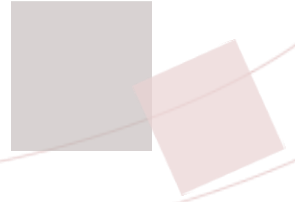
ライティングイメージ例

ライティングによりイメージが大きく異なります





Step 3: ライティング



ライティングイメージ: 大きく3パターンで

オーソドックス

ビューティー

アーティスト



クールビューティー

オーソドックス

ナチュラル

明るい・爽やか
(ライト)



ビューティー



フレッシュ



エレガント

アーティスト系

写真全体のイメージ



重厚・高級感
(ヘビー)



かっこいい
(クール)


顔のイメージ

かわいい
(キュート)

🦋ライティングマスター講座

誰でも2灯以上の多灯ライティングが組めるようになる4回集中講座





4. ブランディング撮影の流れ

Step4




Step4:撮影

撮ると喜ばれるカット

- シンプルなプロフィール写真(無難な1枚も)
- ヘッダー用の写真(希望者)
- バナー用・サムネ用(余白を考えて)
- その他イメージカット(インスタグラム)





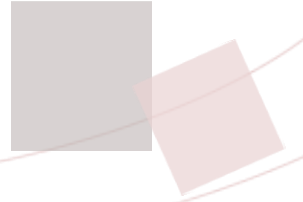
5. ブランディング撮影の流れ

Step5





Step5: アフターフォロー



写真選びのアドバイス

自分が満足するためのものではなく、ビジネスに役立てるもの

- 迷ったら、周りに人に聞く(※お仕事を踏まえて)
- 用途に合わせて選ぶ
- カメラマンセレクトも提示



6. 指名されるために

質疑心答



Kano H. Photography

Kano Hayasaka Photo Studio

PRICELESS MOMENT

Kano Hayasaka

ホームページ

<http://kano-hayasaka.com/>



youTube



Line@でお得な情報配信中



Instagram

