

←wired→

活用事例

Autodesk® 3ds Max®

たとえば3ds Maxで作ってmental rayでレンダリングし、その仕上がりを社内のカメラマンに見てもらえます。どんな風にライトを当てているか、3ds Maxの中の作業を現実に置き換えて説明すると、「質感を出したければ、もっと角から光をあてるんだよ!」とか、いろいろアドバイスがもらえます。これをまた3ds Max内の作業に置き換えて応用していくわけで……「ライトの前にトレペを敷け」とか言われたりして難しいんですが、それを3ds Maxでチャレンジするのが楽しいです。

←wired→

3D CG Designer
西田知広 氏

広告グラフィックスのノウハウを活かし 3ds Maxの導入後わずか1年で Visualization Contest 最優秀賞を受賞



「ワイングラス」Autodesk Visualization Contest 2010 最優秀賞



←wired→
(株式会社たき工房へ出向中)
3D CG Designer
西田知広 氏

3ds Max歴1年のCGデザイナーがグランプリを受賞

2010年12月、2010年度の「Autodesk Visualization Contest」の結果発表が行われた。3D CGユーザを対象にオートデスクが開催しているこのデザイン・ビジュアライゼーション随一のコンテストは、CGに関わる多くのクリエイターの注目を集めている。そして今回、応募総数160点から最優秀賞を受賞したのは、3D CGデザイナー・西田知広氏の『ワイングラス』という作品だった。窓辺に置かれた4つのワイングラスを3ds Maxで描いたこの作品は、高度なフォトリアルを実現しながら同時にファンタジックな雰囲気にあふれ、技術・センスともに審査員から高い評価を得た。しかし、その作品同様に審査員たちを驚かせたのが、グランプリ受賞者のキャリアである。実は西田氏は、3ds Maxを使い始めてわずか1年という新人クリエイターだったのだ。

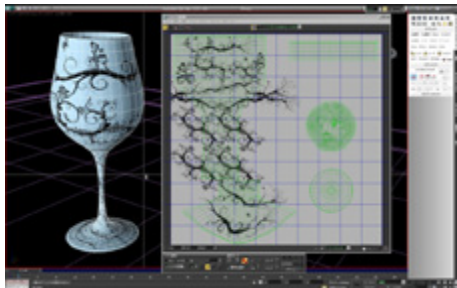
「最優秀賞作品は、実は3ds Maxの勉強の一環として造った作品なんです。3ds Maxを使い始めて1年くらいの頃、ちょうど勉強していたUVマップを使い、何か作りたいと考えたのが出発点。リアルなばかりでは面白くないので、ありえないものになろうと“見えないグラス”を考えました」。実際、西田氏が3ds Maxに触れたのは、広告制作プロダクションであるwiredに入社した2009年春のこと。それまで同氏は設計事務所でCADや建築系CGソフトを使って図面やパースを作っていたが、デザイン・ビジュアライゼーションの魅力に惹かれて転職を決意。wiredへの入社試験で、初めて3ds Maxに触れることになったのである。

「腕時計の写真を渡されCGで作ってこいと言われまして(笑)。それまで使っていた建築系のCGでは作り難い形状だったので、3ds Maxの体験版を試してみることにしたんです。……その時3ds Maxを選んだのは、参考書が豊富で分かりやすかったから。敷居が低く感じましたよ」。その時作った作品は“とても他人に見せられません”と笑う同氏だが、初めて触れた3ds Maxで激しい競争を勝ち抜き入社を決めたのは、紛れもない事実だ。しかも、そのわずか1年後にはトップレベルの作品を作りあげるほど長足の進歩を遂げたのである。無論それは西田氏の努力の成果にほかならないが、同時に広告制作現場ならではの独特な業務環境に鍛えられた面も大きいようだ。——では、同氏が勤務するwiredの業務環境とはどのようなものだったのだろうか。

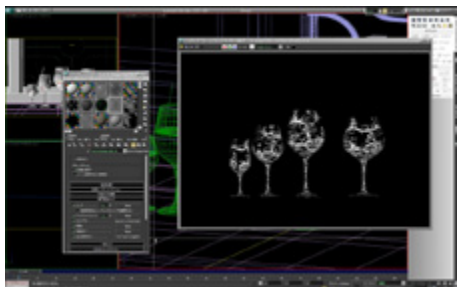
Autodesk®



西田氏は同時応募の作品「人工衛星」で奨励賞も受賞



「ワイングラス」のグラス模様のUVマップ作成。3ds Maxのこの機能が使いたかったのが制作動機



さまざまな質感を生み出す3ds Maxの機能を駆使して、合成用の特殊な画像素材を制作する



レンダリング1発で仕上げるより、多種多様な合成用マスクや素材を組み合わせて作ることが多い

徹底してこだわり抜いた

“一枚の絵”としての完成度

「実はwiredは広告写真のプロ集団・日本コマースラルフォトが創設したデジタル画像処理部門なのです。ですから、私はカメラマンやデザイナー、レタッチャー等のクリエイターと机を並べ、日々そうした“眼の鋭い”人たちの仕事に触られる業務環境なのです」。そうやって最前線の制作現場から広告グラフィックに関する多彩なノウハウを豊富に吸収し、ビジュアルライゼーション作りのセンスを磨いていったのだ。

「たとえば社内カメラマンからライティングの助言をもらい、それをそのまま3ds Maxのバーチャル空間内に置き換えて使うことができます。つまり、ここなら3ds Maxで熟練したプロのワザを思い通りに活かせるんです」。同様にレタッチャーから加工のノウハウを、ディレクターから表現のポイントを学んで、多彩なプロの技を3ds Maxの作業へダイレクトに生かし、広告グラフィックとして完成度を限りなく高めていけるのである。

「従来のCG制作会社のメイン業務は既に動画に移りつつあります。今回のコンテストのように徹底して“一枚の絵”の完成度にこだわって作り込むクリエイティブは広告制作の手法であり、当社のような広告制作プロダクションが担うことになるのかもしれない」。ただし、広告グラフィックスにおける3D CG導入は始まったばかりであり、解決すべき問題も多い。西田氏に言わせれば、特に制作現場のクリエイターの3D CGに関する認識はまだ充分とはいえない。

「昔、広告写真業界で、技術的問題で埋もれていたアイデアをPhotoshopが実現していったように、今3D CGは表現の幅をさらに広げています」。既にクライアントやディレクターは画像処理技術を当然の前提としてアイデアを練る。3D CGへの認識が業界全体で高まれば、より新しいアイデアが生まれるかもしれない。「私たち技術者には3D CGを業界に広める役割もあります。受賞作の制作意図はそういう意味もあるんです」。業界での認識が進めば、撮影するか合成するか、あるいはCGで造るか。最適な作り方をジャッジしてもらえるようになる。そうやって初めて3D CGが実力を発揮できる——と西田氏は考えている。

「写真や合成では表現し難いグラフィックはもちろん、初期提案で使うカンプ制作等にも3D CGは多いに活用できるでしょう。それには私自身、3ds Maxユーザとしてさらにステップアップしなければ……。最近ではもうほとんど3ds Max1本で対応するようになりましたし、豊富なプラグインの使い分けも勉強し、表現の幅を広げたいですね。そうすれば、きっと作品1つ1つの“一枚の絵”としてのクオリティも向上できるでしょう!」

導入製品／ソリューション

- Autodesk 3ds Max

導入目的

- 広告グラフィック制作のツールとして
- 3D CG制作部門のメインツールとして
- 限られた期間・予算での効率的なCG制作のため

導入ポイント

- 豊富な参考書や関連情報による学習しやすさ
- 多種多様なプラグインによる幅広い機能拡張
- ユーザの要望に着実に応えるバージョンアップ

導入効果

- 広告グラフィックへの3D CGの多角的な活用
- 広告グラフィックにおける表現の幅の拡大
- 写真、合成などの表現の補完

今後の課題

- 広告業界における3D CGへの認識の促進
- 部門全体への3D CGに関わる正しい知識の普及
- 各種プラグイン等の活用による表現の幅の拡大

会社概要

株式会社日本コマースラルフォト(←wired→)

設立年月日: 1966年3月26日

資本金: 1,100万円

スタッフ: 32名

代表取締役社長: 大久保晴視

取締役: 根本英則

業務内容: 広告写真企画制作、デジタル画像制作業務

©2011 wired. all rights reserved.

Autodesk®

オートデスク株式会社 www.autodesk.co.jp

〒104-6024 東京都中央区晴海1-8-10 晴海アイランドトリートメントスクエア オフィスタワー-X 24F

〒532-0003 大阪府大阪市淀川区宮原3-5-36 新大阪トラストタワー 3F

TEL: 0570-064-787 (オートデスク インフォメーション センター)

Autodesk 3ds Maxは、米国および/またはその他の国々における、Autodesk, Inc.、その子会社、関連会社の登録商標または商標です。

その他のすべてのブランド名、製品名、または商標は、それぞれの所有者に帰属します。

オートデスクは、通知を行うことなくいつでも該当製品の提供および機能を変更する権利を留保し、本書中の誤植または図表の誤りについて責任を負いません。

©2011 Autodesk, Inc. All rights reserved.

M&E420-1101(P)