

2015-2017 年度フィールドワークの活動報告

—映像制作の実践教育と展望—

Report on a Fieldwork of Practical Education Through Film Making Workshop 2015-2017.

早川 渉¹

Wataru Hayakawa²

要 旨

本稿は2015年度から2017年度にかけて実施されたサマーセッション科目「フィールドワーク A」で展開された映像実践教育の報告である。

2015年度と2016年度は、筆者が本学就任以前から手がけてきた「札幌もいわ山ロープウェイ」のテレビCMを題材に取り上げた。各年度で3本ずつの15秒CMが制作され、その中の何本かは実際にオンエアされ、参加した学生たちの満足度も高かった。

2017年度は、この年に開催された「札幌国際芸術祭2017」の映像ルポルタージュを制作。2組のグループが芸術祭をめぐり、10分程度の作品にまとめた。作品は芸術祭の事務局で披露され現場から高い評価もいただいた。

地上波テレビで実際に放送されることを念頭に置いた現実的なCM制作から、個人の体験をベースにした映像ルポルタージュまで、映像制作の実践教育の場として行われた3年間の取り組みは、学生の経験値を上げることにつながり、実践教育の効果や重要性を再認識させるものとなった。

キーワード：映像教育，実践教育，フィールドワーク

Keywords: Film Making, Practical Education, Fieldwork

1. はじめに

筆者は2015年度に本学に就任した。前職はフリーの映像制作者であり、北海道内を中心に劇場用映画や様々な種類のテレビCM、企業のPR動画、自治体のプロモーション動画など幅広いジャンルの映像を手がけてきた。その現場での経験を大学の授業にいかに関与させるかは、筆者の大きな教育テーマである。現場の経験を授業で伝えるためには、理論を教えるだけではなく実際の作品制作を経験させることが重要である。計画を立て、準備をし、様々なスタッフとのディスカッションを経ての本番撮影、ポストプロダクションと呼ばれる編集作業など、多くの手間と時間をかけて作品は完成される。しかしながら、大学内での15回の通常講義ではこのような現場のプロセスを経た展開を指導するのは難しい。しかし、サマーセッション科目「フィールドワーク」であれば規模の問題はあれ、学外に飛び出し実際のプロセスに則った行

¹ 東海大学国際文化学部デザイン文化学科，005-8601 札幌市南区南沢5条1丁目1-1

E-mail: w-hayakawa@tsc.u-tokai.ac.jp

² Department of Design and Culture, School of International Cultural Relations, Tokai University, 5-1-1 Minamisawa, Minami-ku, Sapporo 005-8601, Japan; E-mail:w-hayakawa@tsc.u-tokai-ac.jp

程で作品制作の指導ができると考えた。

本稿では、まずフィールドワークに対する「前提条件」となる筆者の教育指針を示したのち、本論を【事前学習・プリプロダクション】【本番撮影】【ポストプロダクション・事後学習】という3項目に分け詳細を記し、その成果と今後の課題や展望を述べたい。

2. 前提条件となる「商品であること」へのこだわり

前述したように、筆者の前職は映像制作者である。多くの企業や自治体などのクライアントに対して、自身の「作品」ではなく相手のオーダーに沿った「商品」としての映像を制作してきた。その経験をもとに、このフィールドワークにおいても「商品」であることへのこだわりを前提条件とし、以下のような教育方針を設けることにした。

① 《地上波テレビでオンエアされることを前提のクオリティ》

実際にオンエアされるためには様々な技術的な規定があり、その一つ一つを正確にクリアしていかななくては「商品」とはならない。この細かな規定は講義で学ぶことよりも実際の制作過程で学び、身につくことだと筆者は考える。また「実際にオンエアされる」という前提条件を掲げることで参加する学生の本気度が高まることにも期待した。

② 《機材やスタジオは、プロ用の機材を使用》

当たり前のことだが、クライアントに提供される「商品」はクオリティを担保できるプロ用の機材を使用することが望まれる。今回のフィールドワークにおいても機材はプロ用の機材を使用した。幸いなことに10年前に比べると安価な機材が増え、導入に関するハードルはかなり低くなっている。

③ 《サポートスタッフとして、プロの技術者を起用》

プロ用の機材を導入しても、それを使いこなす技術がなければ意味がない。また、その道を仕事としているプロの話を実際に聞く機会も重要であると考え、機材だけではなく技術者も必ず参加してもらうことにした。

3. 2015年度は自由提案型の「札幌もいわ山ロープウェイ」TVCM

「札幌もいわ山ロープウェイ」は札幌を代表する観光地である藻岩山にある施設で、株式会社札幌振興公社が管理・運営を行っている。藻岩山は本学からも近く、フィールドワークの舞台として条件がとても良い。また、筆者が数年前より株式会社ノヴェロ³を通じてTVCMの制作や藻岩山でのワークショップ講師などの業務を受託しているなど関係が深いこともあり、2015年度は学生たちの自由な企画でロープウェイ施設と藻岩山をPRするTVCMを制作するテーマとした。この年度は、2年生から4年生まで21名の履修者であった。この21名を3つのグループに分けてフィールドワークはスタートした。

3.1 事前学習・プリプロダクション

撮影本番に向けての準備を「プリプロダクション」（以下プリプロと省略）と呼ぶが、今回のプリプロと事前学習の流れと内容は以下になる。

³ 札幌の広告代理店。本学の卒業生も多数在籍。札幌もいわ山ロープウェイの運営会社である（株）札幌振興公社から広告業務委託を受けている

3.1.1 対象となる「もいわ山ロープウェイ」の情報収集・研究など

はじめに筆者が今まで制作した TVCM (図 1,2) を見せ、制作のポイントやその特徴をレクチャーした。



図 1 2014 年度の TVCM (筆者制作)

図 2 2015 年度の TVCM (筆者制作)

3.1.2 企画と絵コンテ

各チームが企画を考え絵コンテ化する。TVCM の企画は初めての学生がほとんどなので、筆者の過去作の絵コンテなどを参考例に企画のポイントや 15 秒という短い時間内に必要な情報をまとめるコツを指導した。

この段階で、3 チーム中 2 チームは、新規の企画提案をまとめることにし、残り 1 チームは毎年夏に開催される「もいわ山自由研究博覧会⁴」というイベントの告知 CM の提案をまとめることにした。前者 2 チーム (以下、A チーム B チーム) は、藻岩山やロープウェイ施設の認知度を上げるための企画を学生目線で行うことを基本に、斬新な企画を考えた。残りの 1 チーム (以下 C チーム) は、イベントに参加する小学生たちをキャストとして使うことを前提に、

⁴ (株) 札幌振興公社による藻岩山のイベント。毎年 8 月に開催され、札幌市内の小学生を対象に、企画の一つ「CM 制作ワークショップ」というものがある。

イベントの楽しさをダイレクトに伝える企画を考えた。またCチームのCMは次年度に必ずオンエアされるCMの原型となることが決まっており、そのためにもオンエアを前提にした完成度が求められた。3チームの絵コンテ(図3)は、デザインを学んできた学生らしく、わかりやすく見やすい絵コンテに仕上がりがクライアントの評判も上々であった。

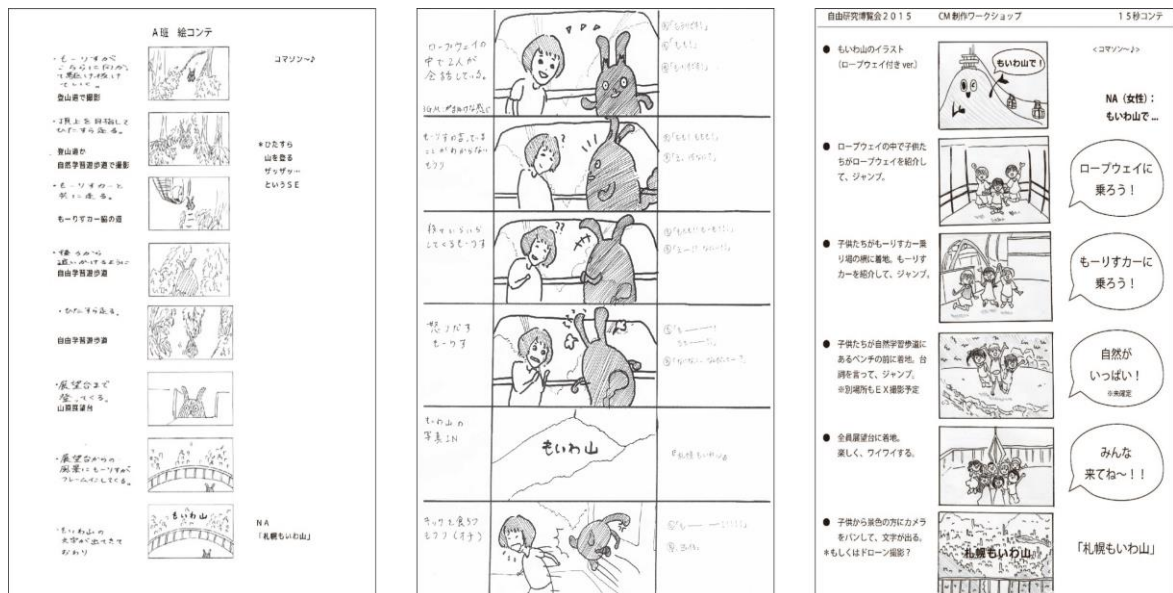


図3 各チームの絵コンテ

3.1.3 ロケハン

企画が絵コンテとしてまとまった段階で、次は撮影場所や撮影方法を実際に検討するためにロケハン(ロケーション・ハンティングの略称)を行った(図4)。この作業はプリプロの中でも重要な項目の一つで、この結果を踏まえて撮影当日のスケジュールの検討をし、また絵コンテではわからなかった現場の詳細を確認して問題点を洗い出す。学生たちは自分たちで作った絵コンテを見ながらほぼ終日、撮影プランの具体的な検討や不明な点がないか確認作業に追われていた。



図4 ロケハンの様子

3.2 本番撮影

撮影は、8月5日(水)のイベント開催日にCチームが、8月10日(月)の午前と午後にそれぞれA.Bチームの撮影を行った。

3.2.1 Cチームの撮影

主な使用機材は、以下の通りである。

- ・カメラ デジタル一眼レフカメラ CANON7D (筆者所有)
- ・三脚 ソニー製 (型番不明: 大学所有)
- ・特殊機材 スライダー (レンタル)
- ・モニター アトモス SHGN2 (レンタル)
- ・録音機材 ゼンハイザーMKH416 他 (レンタル)

プロのサポートスタッフは、カメラマンと録音技師各1名に参加していただいた。学生たちはプロの指導のもと、撮影や録音の実習を行った(図5,6)。また、この日は小学生15名が参加してCM制作のワークショップが行われたため、学生たちは時折子供たちと触れ合い楽しく制作現場を体験することになった。



図5 サポートのプロカメラマンと筆者



図6 プロの録音機材に触れる学生

3.2.2 A.Bチームの撮影

主な使用機材は、以下の通りである。

- ・三脚 ソニー製 (型番不明: 大学所有)

- ・特殊機材 ジンバル DJI RONIN-M (レンタル)
- ・モニター アトモス SHGN2 (レンタル)
- ・録音機材 ゼンハイザーMKH416 他 (レンタル)

午前中にまずBチームの制作を進めた。Bチームは学生がメインキャストを務め、藻岩山のマスコットキャラクターである「もーりす」のぬいぐるみと掛け合うシンプルな構成である。シンプルであるがゆえにある程度タイプ数がないと意図が伝わりづらいということで3タイプ制作した(図7)。サポートスタッフとしてカメラマンと録音技師が参加してプロの技術を学ぶ機会となった。



図7 Bチームの制作した「ロープウェイ」篇「山頂」篇「もーりすカー」篇

午後はAチームの撮影を行った。Aチームは「もーりす」の着ぐるみが藻岩山を歩き回る少しコミカルな内容(図8)である。カット数が10カット前後あり、日が暮れるまでに効率よく撮影する必要がある。そのためにカメラの揺れを抑えるジンバルという特殊機材を使用している撮影となった(図9)。同時録音の必要がないので、サポートスタッフはカメラマン1名のみであった。

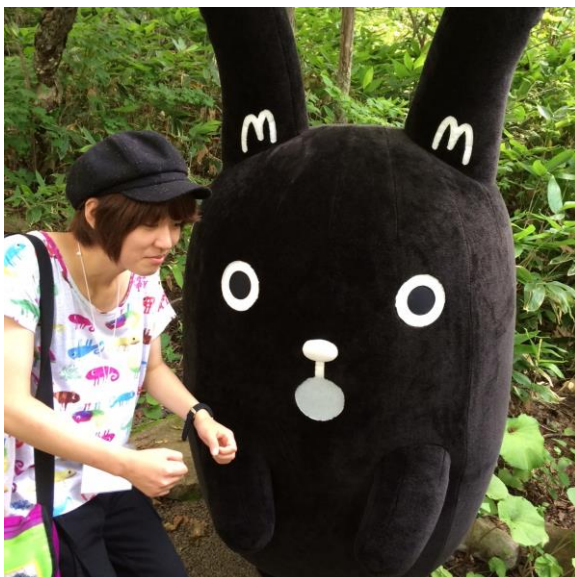


図8 着ぐるみ(中は学生)撮影



図9 ジンバルでの撮影

撮影は、特に大きな問題もなく終了した。これは、事前学習やプリプロがうまく機能した成果に他ならない。学生たちは事前準備がいかに重要かをしっかりと学んだようであった。

3.3 ポストプロダクション・事後学習

撮影終了後、映像の編集や音声の仕上げなど完成に向けた作業を「ポストプロダクション」(以下ポスプロと省略)と呼ぶ。今回のポスプロは、編集作業を筆者指導のもと各チームが行い、音声の仕上げ作業を外部の録音スタジオにて行った。

3.3.1 編集作業

簡単な編集作業は春学期開講の筆者担当の授業「映像メディア」で指導済みであるが、今回はテレビでオンエアできるクオリティを保つ必要があるため、筆者が所有する映像編集ソフト「Final Cut Pro」「Edius Pro」大学の「Premiere Pro」を使用して筆者指導のもと編集作業を行った。

3.3.2 音声の仕上げ作業

オンエアできるクオリティの映像作品を仕上げる際に一番重要で、プロの技術と機材が必要になるのが音声の仕上げ作業である。映像編集に関してはプロレベルの仕上げができるソフトが比較的安価に入手可能で、技術的にも少し勉強すればある程度のレベルまでは到達でき指導もしやすい。しかし、音声に関してはソフトの問題ではなく、録音環境や再生環境にかなりの設備が必要で、少なくともパソコン上のモニターやスピーカーで対応できるものではない。そこで今回は、筆者が映像制作の際によく使っていた中央区の録音スタジオで仕上げ作業を行い、ナレーションに関してもプロの声優に協力をお願いし、限りなくプロの環境で仕上げ作業を行った(図10,11)。



図 10 録音スタジオでの作業



図 11 プロの声優からの指導

録音スタジオでの作業は、学生たちにとって体験したことのないものだった。声優の細かい発声技術に驚き、何も手をかけない時とスタジオワークを経た時の音質の違いはもちろん、出来上がった音のクオリティに感動した様子が窺えた。映像制作の過程で注目されづらい音声の仕上げに学生が注目し関心を寄せてくれたことはとても有意義な機会であった。

3.3.3 クライアントの評価と事後学習

完成した3タイプのCMはすぐにクライアントの(株)札幌振興公社で試写が行われた。

結果は上々で、中でも A チームが制作した着ぐるみの「もーりす」が藻岩山を巡るコミカルなタイプの CM に高い評価をいただいた。この CM は若干の修正とテロップの追加を施したのち、9 月半ばから札幌の民放 4 局でのオンエアが決定した (図 12,13)。学生たちにもすぐに連絡し喜びを分かち合ったことはいうまでもない。確かにオンエアレベルのクオリティを確保し妥協ない制作体制を敷いたものの、正直オンエアが実現するにはかなりハードルが高いと思っていた。初年度からこのような成果を得たことは驚きであったが、既述の教育指針が十分に機能していることを確信した。



図 12 A チームのオリジナル



図 13 実際にオンエアされたバージョン

9 月末に秋学期の授業が始まり、筆者は 10 月に事後学習として、完成作品の鑑賞会とディスカッションを行い、授業全体のアンケートを実施した。重ねて成果物として授業ノートの提出を求めた。以下、ディスカッションの中で出た意見、アンケートに見られた意見の抜粋である。

<良かった点>

- ・作った作品がテレビで流れて驚いた、嬉しかった
- ・学生が作った CM には見えない！
- ・プロの技を実際に見られて良かった

- ・ CM の制作の流れがよくわかった
- ・ 高価な機材を実際に触れるとは思わなかった
- ・ チーム全体で考えて作り上げていくのが良かった
- ・ 大学から近いのによく知らなかった藻岩山のことをよく知ることができた

＜悪かった点＞

- ・ 編集作業をもっと自分たちでやりたかった
- ・ 企画が内輪受けになってしまった。もっと考えれば良かった
- ・ チーム内での温度差があった
- ・ もっと自分たちで撮影がしたかった
- ・ 撮影日が暑く、大変だった
- ・ 企画を考える時間がもっと欲しかった
- ・ スタジオの日の都合が合わず行けなかった。残念！！

3.4 まとめと次年度以降への改善点

初年度から望外の成果が出たフィールドワークの授業だが、学生の評価も概ね高くある程度の手応えも感じることもできた。しかしながら改善すべき点、問題点も数多くある。全体のまとめとともに、次年度以降への改善点を上げておく。

＜まとめ＞

- ・ 実際の企業の CM を作ることで全体的に緊張感があり、学生の満足度も高かった。
- ・ プロの仕事を見ることで、将来を含めた「仕事像」が少し見えた。
- ・ 短い期間にもかかわらず、制作の流れを一通り体験できた。

＜改善点＞

- ・ 企画の時間をもう少し取る。
- ・ 編集作業も出来るだけ学生の手委ねる。
- ・ スケジュール管理の徹底。

3.5 最大の課題は予算措置

このフィールドワークの授業ではオンエアクオリティにこだわり、随所でプロ機材を使用し、プロのサポートを受けることが必須となる。初年度の場合、特殊撮影機材と録音機材のレンタルが発生し、プロのサポートとしてカメラマンと録音技師を発注。さらに音の仕上げでスタジオを2時間レンタルし、プロの声優にも協力を仰いだ。いずれも正規の料金よりも格安で請け負っていただいているものの、学科から配算された予算では到底賄えない。実際には筆者が同時期に同じクライアントから受託したワークショップの講師料や別タイプの CM 制作費から幾らかを充当することにしていた。要は筆者の「自腹」だ。実際には A チームの CM がオンエアされることになったので、そのための経費がすべて追加予算としてクライアントから出ることになり、限りなく自腹を切ることにはならなかった。しかしながら、次年度以降もこのような僥倖が続くとは考えづらい。

クオリティと予算のバランス。次年度以降の大きな課題である。

4. 2016 年度はクライアントからの提案で「夜景」をテーマに

2015 年に大きな成果を上げたフィールドワークであったが、2016 年度も引き続き「札幌もいわ山ロープウェイ」の TVCM を制作することにした。前年度は学生の自由な企画で挑戦したのだが、この年度はクライアントである（株）札幌振興公社から CM のテーマ「夜景」が与えられた。

札幌市は 2015 年 10 月に「日本新三大夜景」に選ばれ、藻岩山も夜景の名所として幅広い層に PR を始めていた。今回のフィールドワークで手がける CM にはより具体的な商品性を求められることになった。しかしながら「夜景」とは、かなりハードルの高いテーマである。理由は後述するが、とにかく「夜景」の魅力を伝える CM の制作に取り掛かることになった。今年度の「フィールドワーク」は、1 年生 1 名 2 年生 15 名 3 年生 2 名計 18 名と前年度に引き続き多くの履修者が集まった。

4.1 事前学習・プリプロダクション

前年度の反省点を受けて、今回のプリプロと事前学習の流れと内容は以下のように設定した。

4.1.1 対象となる「もいわ山ロープウェイ」の情報収集・研究など

2015 年度のワークショップ作品や筆者が今まで制作した TVCM を見せ、制作のポイントやその特徴をレクチャーした。

4.1.2 企画と絵コンテ

2015 年度には『企画を考える時間がもっと欲しかった』という学生の意見があり、さらに今回のテーマが「夜景」というハードルが高いものであることから、2016 年度は事前学習の時間を多めに取り、企画に時間をかけることにした。参加する学生たちには「夜景」の企画の難しい点として

- ・夜間の撮影は大掛かりな照明が必要となるので予算的に難しい
- ・照明が少ない場合は画像がかなり荒れる可能性が高い
- ・夜景が美しい夜間は観光客も多く、スムーズな撮影が困難

などのポイントを説明し、より現実的でなお魅力的な企画を考えるよう指導した。今回は、参加学生 18 名にラフコンテを 1 案ずつ考えさせ、ロービングプレビュー方式で全員が検討・投票。その結果、3 つの企画に絞り込み 3 つに残らなかった学生は自分が参加したい企画のチームに入る方針とした。3 チームの企画概要を以下に記す。

《細田チーム》

アニメーションと夜景写真の合成で制作する。キラキラ光る夜景の下で若い男女のデートシーンをロマンチックに表現。実写撮影だと莫大な予算が必要だが、アニメーションと写真素材なら安価でクオリティレベルも高いまま制作可能な企画である。

《山下チーム》

写真が趣味の女性主人公。彼女の部屋に飾られた美しい夜景写真がそのまま実写の夜景映像に変わり、主人公が現地でシャッターを切る姿となる。学生投票でナンバーワンの企画であつ

たが、15 秒という短い秒数で狙い通りの表現ができるかが勝負である。

《堀口チーム》

若い男女のデート設定で、女性の一人称目線で展開。気の利いたコピーと少しシュールな映像表現が若者らしい。キャストの面白さを内輪だけでなく万人向けに表現できるか？

4.1.3 素材撮影・ロケハン

《山下チーム》《堀口チーム》は実写での現地撮影が必要なため、通常通りロケハンを実施(図 14)。強風とかなりの寒さに震えながら、観光客の邪魔にならない限られたカメラアングルを決め、現地の照明の具合などを細かく確認した。

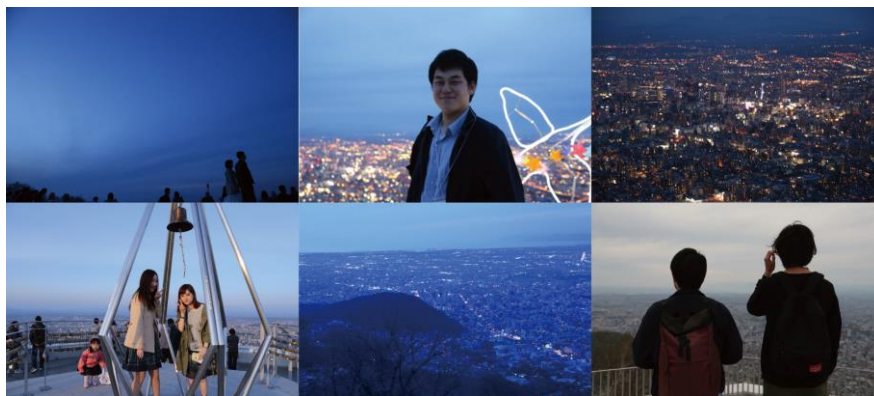


図 14 薄暮から夜にかけてのロケハン

一方、アニメーションがベースの《細田チーム》は、アニメの背景になる実写の夜景写真を事前に撮影。筆者の指導のもと素晴らしい夜景写真を何枚も撮影した。

4.1.4 美術セット制作

《山下チーム》は女性主人公の部屋シーンが必要で、その場所をどうするかが検討事案となっていた。考え方は「ロケセット案」と「美術セット案」の二つあった。

「ロケセット案」

ロケセットとは、既存の場所を撮影場所として使用すること。今回の場合は学生の自室を撮影場所にする。メリットとしては元々が部屋なので、小物を足す程度でイメージに近い空間を作ることができる。反対にデメリットとしては、部屋の空間に制限が出る。狭い部屋の場合思い通りのカメラアングルを作るのが困難な場合も出てくる。

「美術セット案」

スタジオなどの広い空間に撮影に必要なだけの部屋や建物の一部を仮に建て込む手法。メリットとしては、絵コンテに沿ったアングルを自由に設計できること。デメリットは広い空間が必要になることと、セットを組むために予算がかかる点。結論から言うと、今回は「美術セット案」を採用した。理由は何点かある。

- ・メンバーの学生で撮影に適した部屋を有する者がいない。
- ・撮影は夏休み中なので、大学の広い教室が利用できる。
- ・セットの作り込みに大きな家具や大道具が必要なくお金がかからない。
- ・撮影のために美術セットを組むというのは、映像制作ならではの行為でなかなか経験できることではなく、デザインや美術・建築関係の知識も必要でデザイン文化学科のフィールドワークにふさわしい。

《山下チーム》は現地のロケハンの後、今度はスタジオとして使用する N212 教室で、どのようなセットを組むか？どのような小道具が必要になるかを綿密に計画することになった。

4.2 本番撮影

撮影は、8 月 10 日（水）に行った。筆者はサポートスタッフと共に午前から午後にかけて《山下チーム》の美術セット部分の撮影を N212 教室で行い（図 15）、夕方から藻岩山に移動し、《山下チーム》の夜景部分と《堀口チーム》の全編を撮影した。

主な使用機材は、以下の通りである。

- ・カメラ デジタル一眼レフカメラ CANON6D（筆者所有）
- ・三脚 ソニー製（型番不明：大学所有）
- ・モニター ブラックマジック ビデオアシスト（大学所有）
- ・照明 バッテリータイプ LED ライト（筆者所有）
ARRI タングステンライト 3 灯キット（筆者所有）

プロのサポートスタッフは、カメラマンのみ 1 名に参加していただいた。

今回は 1 日のみの撮影でサポートスタッフもカメラマン 1 名のみである。《堀口チーム》の企画内容では同時録音が本来必要で、録音技師と録音機材が必要となるが、今回はスタジオでのアフレコ（アフターレコーディングの略称）対応とした。レンタル機材は一切なく、これは前回の予算的な反省点を踏まえたものである。

ロケハンや美術セットの準備などに時間を充分割いた結果、撮影は順調に進行し、懸念していた藻岩山頂での夜景撮影も恙無く終了した。後はポストプロを残すのみである。



図 15 山下チームの「美術セット」撮影風景

4.3 ポストプロダクション・事後学習

今回のポストプロは、前年度の反省を踏まえ、なるべく多くの編集作業を各チームが行い総監

修を筆者が行うスタイルにした。ただし、音声の仕上げ作業は外部の録音スタジオにて行った。

4.3.1 編集作業

基本的な編集作業は大学の Mac にインストールされている映像編集ソフト「Premiere Pro5.5」を使用した。時折筆者がサポートしたが概ね学生主体の編集作業を進めることができたと思う。ただし《山下チーム》は高度な合成処理が必要で、その作業を行うソフト「After Effects」のレクチャーが必要となり外部から講師を招き半日講習を行った。また、前年度の反省を踏まえ、より多くのメンバーに仕事を与え全員が参加者意識を持ってグループワークができるように心がけた。具体的には各チーム内で以下の分担作業に取り組んだ。

- ・「藻岩山ロープウェイ」のオリジナルロゴを制作する（図 16,17）
- ・CM に使用する音楽や効果音も自分たちで著作権処理された楽曲を用意する
- ・テロップのフォントやデザインにも挑戦する



図 16 堀口チーム使用ロゴ



図 17 山下チームロゴ候補 3 点

4.3.2 音声の仕上げ作業

前年度同様、外部の録音スタジオで作業を行った。今回はアニメーション CM を手がけた《細田チーム》がオリジナルの楽曲を用意した。楽曲は素晴らしくクオリティの高い仕上がりであり、高く評価できる。また、《堀口チーム》のアフレコにはメンバーの演劇仲間のセミプロが無償で協力した。その実力は学生たちをうならせるものだった。

4.3.3 クライアントの評価と事後学習

完成した 3 タイプの CM（図 18）はクライアントの（株）札幌振興公社で試写が行われた。結果的には、今回は地上波でのオンエアは見送られ、クライアントのウェブサイト上での放映のみとなった。原因はいくつかあげられる。

- ・CM のターゲットが若者層に寄りすぎ、クライアントが想定していたオールターゲットからずれてしまった
- ・「夜景の魅力」をダイレクトに表現するよりも間接的な表現になってしまった
- ・15 秒という短い時間で表現しきれなかった＝伝わらなかった

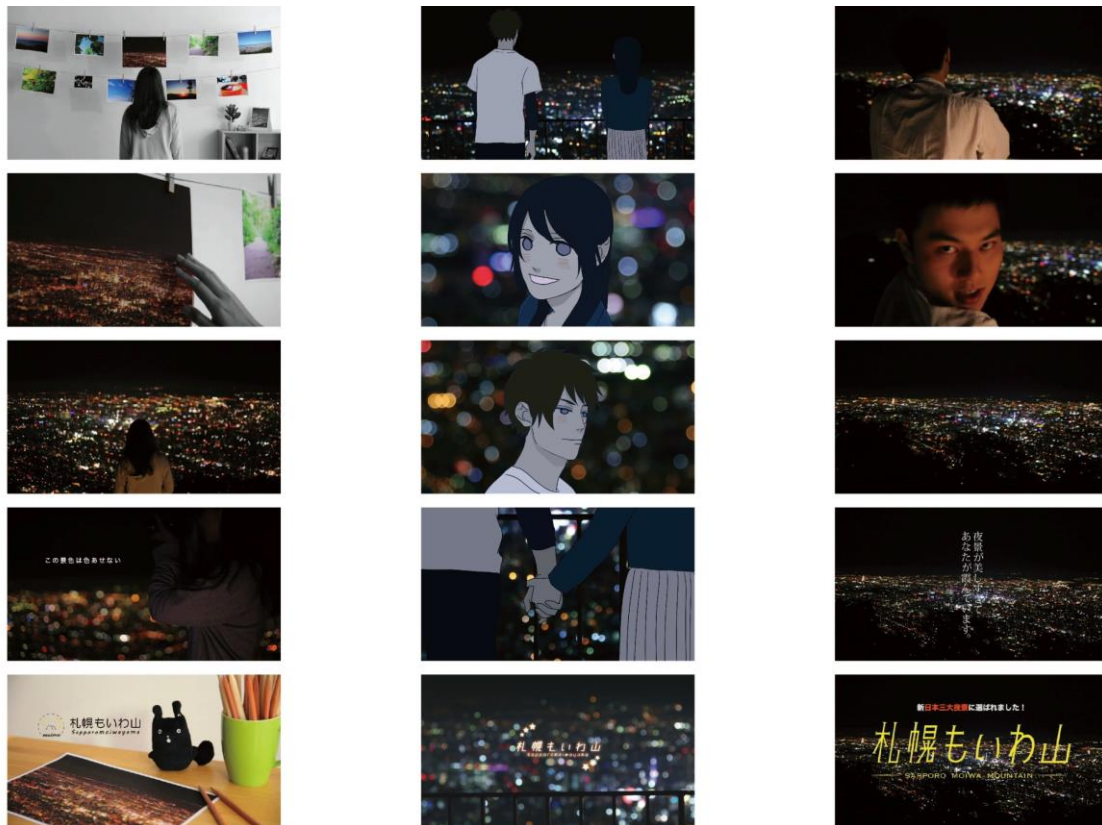


図 18 《山下チーム》《細田チーム》《堀口チーム》完成 CM 抜粋

筆者は10月に事後学習として、完成作品の鑑賞会とディスカッションを行い、授業全体のアンケートを実施した。重ねて成果物である授業ノートの提出を求めた。以下はディスカッションの中で出た意見、アンケートに見られた意見の抜粋である。

<良かった点>

- ・程度の差はあったが、チームでの分担がうまくいった
- ・レベルの高い作品を作ることができた
- ・プロの技、特にナレーションがすごかった
- ・CMの制作の流れがよくわかった
- ・美術セットを組むのが楽しかった
- ・藻岩山の夜景があんなに美しいとは！

<悪かった点>

- ・編集作業のレクチャーがもっと欲しかった
- ・内輪受けの企画になってしまった
- ・企画が難しかった
- ・夜景の撮影が難しかった
- ・クライアントに直接プレゼンしたい
- ・コンテの書き方をもう少し詳しく教えて欲しい

4.4 まとめと次年度以降への改善点 「夜景」というテーマはやはり難しかった

クオリティと予算のバランス。

2015 年度の大きな反省点だった上記のキーワードが今回も浮かんできた。ただし今回反省するべきは、「予算」ではなく「クオリティ」の面である。

このフィールドワークではオンエアクオリティにこだわってきた。今回も随所でプロ機材を使用し、プロのサポートを受けてきたが、「夜景」という題材をハイクオリティに扱うには、もう少し贅沢な機材、特に照明機材を用意する必要があったことは否めない。また、企画の方向性にも様々な制約が増えてしまい、結果的に前年度にオンエアされた企画のような万人受けする企画を生み出すことができなかったことも悔やまれる。改めて、自由な企画ではなくクライアントも要望に沿った「商品」を生み出すことがいかに難しいかを痛感した。

5. 2017 年度は「札幌国際芸術祭」をテーマとした映像ルポルタージュ

2015,2016 年度と成果を上げた中、2017 年度のフィールドワークは題材と表現方法を変えることにした。「藻岩山ロープウェイ」を題材にしたオンエアを前提とした CM 制作ではなく、この年度の夏から秋に開催される「札幌国際芸術祭 2017」(以下 SIAF2017 と略称)を見学し、そこで感じた思いを映像ルポルタージュとしてまとめるというものである。変更の理由は二つある。

<SIAF2017 に学生を積極的に関わらせなかった>

デザイン文化学科の学生であれば、このようなアート・デザイン系イベントには積極的に関わってもらいたい。SIAF はトリエンナーレ(3 年に一度の開催)なので、この機会を逃したくなかった

<藻岩山ロープウェイの CM 制作のマンネリ化>

内々に 2017 年度のフィールドワークの内容を例年通り行なった場合のテーマをクライアントに打診したところ、前年と同じ「夜景」という回答を得ていた。前年度の反省を踏まえ新たな挑戦を行う考えもあったが、前年度制作の学生 CM がいつまでたっても約束の WEB 公開がされないことなどもあり、一度冷静に距離を置くのも良いのではという考えに至った。

オンエアを前提としたクオリティの高い CM 制作から見学が主体の映像ルポルタージュ制作に変わり、履修者の数にも変化が見られた。2 年生 3 名、3 年生 4 名、4 年生 1 名の計 8 名で 2017 年度のフィールドワークはスタートした。

5.1 事前学習

今までのような「映像制作」が中心のフィールドワークではなくなったため、プリプロというほどの準備は行わず、事前学習の中で基本的な撮影手法のレクチャーを行った。

5.1.1 対象となる SIAF2017 の情報収集・研究など

3 年前に開催された SIAF2014 の記録映像や、他都市で開催された国際芸術祭の映像などを

見せ、芸術祭のようなイベントを映像で表現する制作ポイントやその特徴をレクチャーした。

5.1.2 企画のポイントは「学生目線」であること

SIAF2017 のキャッチコピーは「芸術祭ってなんだ？」である（図 19）。この一風変わったコピーは、SIAF2017 のゲストディレクターである大友良英の思いが込められたものであり、「なんだ？」という問いかけには、人によって様々な解釈ができる「アート」の根本的な自由さに言及しているのではと考えられる。そこで、今回のフィールドワークではこの「芸術祭ってなんだ？」というコピーを念頭に徹頭徹尾「学生目線」でのルポルタージュの制作をテーマにした。最終的に履修者 8 名はそれぞれの学年ごとのチームを組み、3 チームの企画案ができた。以下、それぞれの概要を記す。



図 19 SIAF2017 のポスタービジュアル

《2 年生チーム》

3 人のメンバーが、様々な展示会場をめぐる。おおきく 3 エリアに分け、それぞれのエリアで一人が主人公となりめぐる様子を他の 2 人がそれぞれのカメラで主人公を撮影する。これを 3 箇所 3 通りにつくり編集して繋げるという内容。映像だけではなく「音」にも着目し、各会場で IC レコーダを回す予定。作品のタイトルは「芸術祭ってなんだ？ってなんだ？」

《3 年生チーム》

水先案内人をメンバーの一人が演じ、各エリアを撮影。その他にメンバーそれぞれが各自の思いで撮影した素材を繋げる。

《4 年生チーム》

一人なのでチームとは呼べないかもしれない。完全に一人称の視点で会場を回り湧き上がった感情を素直に表現する。

5.1.3 撮影レクチャー

今回は、各チームのメンバーが所有のデジタル一眼レフカメラで撮影を行う。撮影に先駆け、ごく簡単な撮影機材の技術レクチャーを行った。重要なのは全員のフォーマットを統一するこ

とである。フレームレートを 29.97fps にすることと、画像サイズを 1920×1080 ピクセルにすることを確認させた。

5.2 本番撮影

撮影は、8月8日(火)にモエレ沼公園会場で、9日(水)に芸術の森会場で行った(図 20.21)。朝、全員で集合し、その後は午後の時間帯まで各チームが会場を回りながら撮影を敢行した。



図 20 モエレ沼で撮影する学生



図 21 芸森会場の参加者

筆者立会いのもとでの会場見学・撮影はこの2日間で終わりだが、SIAF2017の会場はこの他にも街中エリアを中心に数多くある(図 22)。そのため、各チームにはそれぞれが会場を回りルポルタージュを厚いものにするように指示を出した。後に完成した作品を見ると各チームが工夫しながら撮影をしていたことがわかり、とても興味深かった。特に2年生チームは、当初からの企画にあったように映像だけではなく音声にも着目した素材の収集を行っており(図 23)着眼点の良さが際立っていた。

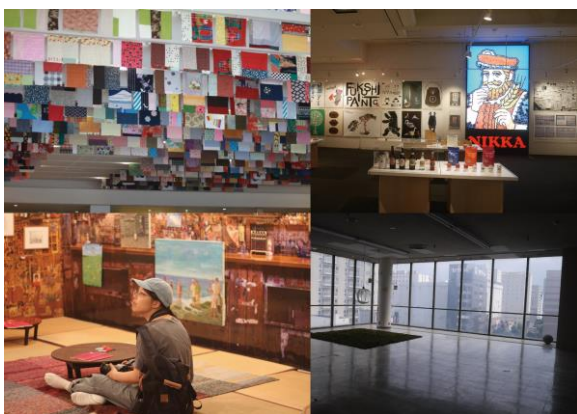


図 22 様々な会場



図 23 会場の「音」を収録

5.3 ポストプロダクション・事後学習

今回のポスプロは、編集に関しては前年度と同様なるべく多くの編集作業を各チームが行い総監修を筆者が行うスタイルにした。音声の仕上げ作業は今回オンエアを伴うものではないので、外部のスタジオは使わず編集ソフト上で全て行った。

5.3.1 編集作業

基本的な編集作業は前年と同じく、大学の Mac にインストールされている映像編集ソフト「Premiere Pro5.5」を使用した。今回は素材の量が多く、各チームともマシンパワーが少ない中かなり編集には苦労したようである。

5.3.2 音声の仕上げ作業

前述したように、今回は外部スタジオを使わず編集ソフト上で音の仕上げも行った。留意点は基本レベルを一定にすることのみで、大きな問題は見られなかった。

5.3.3 外部の評価と事後学習

完成した3タイプの作品は、SIAF2017の事務局広報担当者に見てもらい、評価が高ければSIAFの公式YouTubeチャンネルで放映してもらえるよう交渉する予定であった。しかしながら、提出された3作品のうち、3年生チームの作品は、撮影のクオリティや視点に注目すべき点があるものの編集と音の仕上げクオリティが低く完成作品とするためにはもう少し時間が必要と判断した。また4年生チームは、素材の撮影にとどまり、適切な編集を施した作品に至ることができなかった。そこで2年生チームの作品(図24)のみをプレビューする方針とした。広報担当者からは、特に「学生らしい」視点を高く評価され、現在事務局サイドとこの作品の公開方法などを検討中である。



図 24 2年生チームの完成作品抜粋

筆者は10月に事後学習として、完成作品の鑑賞会とディスカッションを行い、授業全体のアンケートを実施すると共にレポートの提出を求めた。ディスカッションの中で出た意見、アンケートに見られた意見の抜粋である。

<良かった点>

- ・このフィールドワークがなければ芸術祭に関心が持てなかった
- ・全員で撮影しながら会場を巡るのが楽しかった
- ・札幌の知らない場所をいろいろ知ることができた
- ・グループでかなり頑張った作品ができた
- ・編集の仕方をかなり覚えることができた

<悪かった点>

- ・編集作業のレクチャーがもっと欲しかった
- ・外部のスタジオも見なかった
- ・企画が難しかった
- ・編集ソフトが重くてPCがちゃんと動かない
- ・グループワークの意味はあまりなかった
- ・昨年までのようにプロの指導も欲しかった

5.4 大幅な路線変更は果たして良かったのか？

筆者が担当する「フィールドワーク A」の初年度（2015 年度）に掲げた 3 つの前提条件
 《地上波テレビでオンエアされることを前提のクオリティ》
 《機材やスタジオは、プロ用の機材を使用》
 《サポートスタッフとして、プロの技術者を起用》

は、TVCM を制作する内容を意識したもので、今回のような学生のパーソナルな視点で映像ルポルタージュを制作する上ではさほど重要視されなくても良いと考えてきた。さらに 2 年間 CM 制作を続けてきて常に問題となる予算的な部分も、今回は健全な運営ができたと考える。

しかし、同時に 3 チーム中 2 チームが満足な作品に仕上がらなかった。「映像制作」という当初の目的であったが、あいにく今年度に関しては反省点が多く残された。

6. まとめ これからの展望

以下、3 年間のまとめを「成果」と「課題」に分け列挙する。そこから今後の映像制作を主体としたフィールドワーク学習の展望を考えていきたい。

<成果>

- ・外部に披露される作品作りを前提にすることで学生の真剣度が高まった（全年度）
- ・映像制作の基本的スキルが高まった（全年度）
- ・映像制作における、企画から完成までの基本的な流れが理解できた（全年度）
- ・藻岩山をはじめ身近な札幌というまちへの理解が深まった（全年度）
- ・外部のプロスタッフやプロ機材、スタジオに触れることで学生が大きな刺激を受け、職業意識が高まった（2015.16 年度）

<課題>

- ・作品クオリティと予算のバランス
- ・外部との関わり方

- ・作品の発表方法とアピール方法
- ・取り上げるテーマの公共性

これらの項目を反芻しながら、筆者の心にまず浮かんだことは、「このフィールドワークでは、オンエアの有無にかかわらず、常にクオリティにこだわるべきだ。」ということである。言い方を変えれば、「プロセスも大事だが、フィニッシュにこだわる。」ことに重心を置きたい。そのためには、2015,16年度に行ったようなプロのサポートや機材、外部スタジオの使用など、普段経験できないことを経験させていきたいし、作品という成果が公共性を持った形で公開されることも重要だろう。これらの事項を軸に今後の展望として以下を挙げたい。

- ① 地上波あるいはデジタルサイネージなど公共性のある場で公開されることを選定とした題材を取り上げることが重要
 - ② 映像の種類は制作の負担を考えると15～30秒程度のCMが望ましい
 - ③ ジャンルは問はず、最低1名のプロのサポートと機材、録音スタジオでの実習は必要
 - ④ 従来の学科予算以外での予算措置を考える必要がある
 - ⑤ 大学広報とのマッチングなどを模索できないだろうか
 - ⑥ タイミングが合えば公共性の高いコンペへの参加も検討
- 今後は以上の事項を考慮しながら進めていくべきだと考える。

7. さいごに

本稿の冒頭で述べたように、筆者の本学における大きな教育テーマは「現場での経験を大学の授業にいかにか還元するか」である。幸いなことに、2015年度にフィールドワークの授業で制作した「札幌もいわ山ロープウェイ」のTVCMは未だにマイナーチェンジを繰り返しながらオンエアされ続けている。また、2017年度に制作した2年生チームの動画も札幌市のウェブサイトからのリンクを通して多くの人に見てもらえる可能性が高い。このように「学生の満足度」「高い教育成果」などを今後も生み出していくために、筆者は次年度以降もこの「フィールドワーク」の場において、学生たちがプロセスの理解とともにフィニッシュのクオリティにこだわった作品（商品）を制作できるような「講義設計」「環境づくり」を継続的に行っていくつもりである。