

映像コンテンツ制作の大原則

一何が面白いコンテンツを作るかー

2008. 6. 26/27.

東京工科大学大学院メディアサイエンス専攻教授
金子 満

問題点……

歴史は映像コンテンツの重要性を認めている
社会も映像コンテンツの重要性を認めている

しかし、教育の世界では認めていない

**認めたいにしても
その教育のやり方がわからない!!!**

人材育成事業は・・・

総論賛成・各論反対の事業領域

人材こそが持続的発展の源泉であることは総意だが

映画・放送は	感性アプローチをこのみ
ゲーム・アニメは	理性アプローチをこのみ
音楽は	自由放任アプローチをこのむ

映画分野への偏りへの批判がある

映像産業振興機構(VIPO)の2008年度政策答申委員会報告から

産業界でも・・・

教育界でも・・・

映像の作り方を「感性」や「才能」ではなく、「論理」と「技術」で教えたい！

新しい社会機構のなかの知的インフラとしたい！

コンテンツ産業 14兆円

映像コンテンツ産業 8兆円

映像コンテンツ制作産業 7000億円

国内映像産業の収益依存先

	国内	国外
映画	○	×
テレビ	○	×
ビデオ	○	×
アニメ	○	△
ゲーム	○	△
インターネット	○	×
ケータイ	○	×

映像制作産業

マダガスカル現象

華麗で特色ある

しかしひとたまりもない

映像制作産業

再生は可能か？

…yes

デジタル対応がチャンス

工学的取り組みが不可欠

合理的・論理的



芸術的・作家的

映像コンテンツ産業はデジタル技術で制作産業も含め
一変する……

4K Camera and Digitizer

- カメラ
 - オリンパス(2003/4/9)
 - 右の写真
 - JVC
 - Red
 - Dalsa
- デジタイザー
 - ARRI
 - Cintel
 - イマジカ
 - 右の写真



Network, Server and Projector

- ネットワーク
 - 既存サービス(メトローサー)
- ファイルサーバ
 - 市販製品(磁気ディスク)
- プロジェクター
 - 量産品へ(Sony SXRD、Victor)
- 著作権保護技術
 - 暗号、電子すかし、認証等は既に実用化



2003.11.5. ニューズウィーク誌



Vernon L. Smith, Nobel Prize winner in Economics, 2002

研究者や学生が行なう経済の実験(シミュレーション)
の方が専門家の予測より当たっている



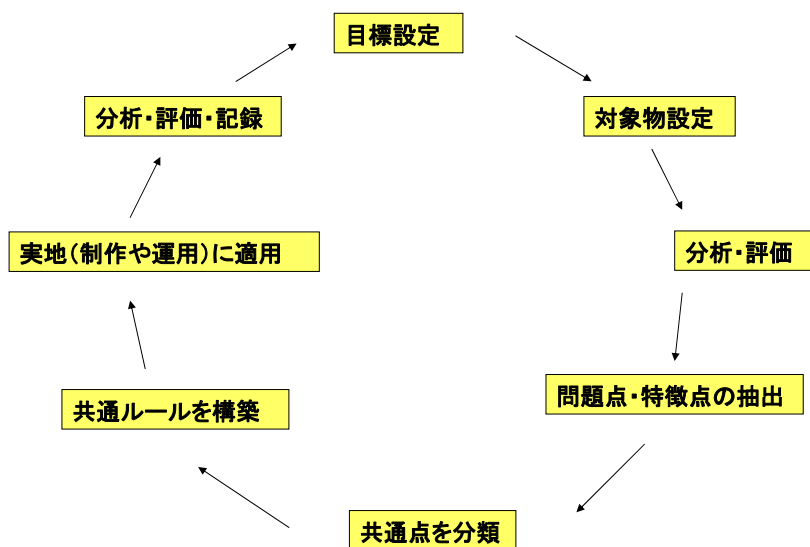
大学の出番...

End of Act I

映像コンテンツ制作の大原則

工学的取り組みの黄金ルール

(工学とは生産の質と効率と利益を最大化するための学問)



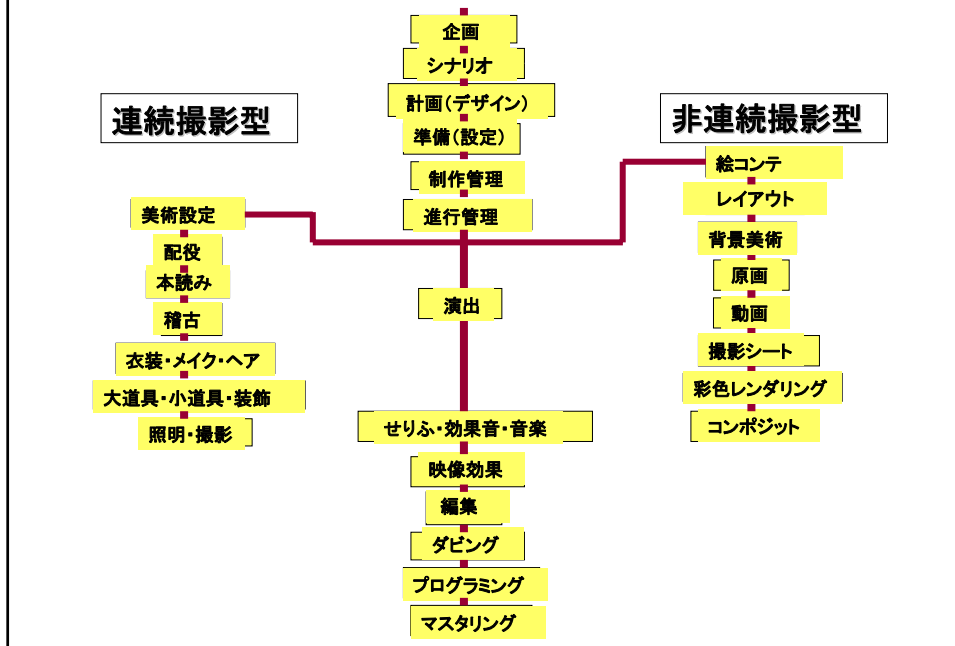
工程の分析・見直し → 再編成

作業内容の分析・見直し → 再編成

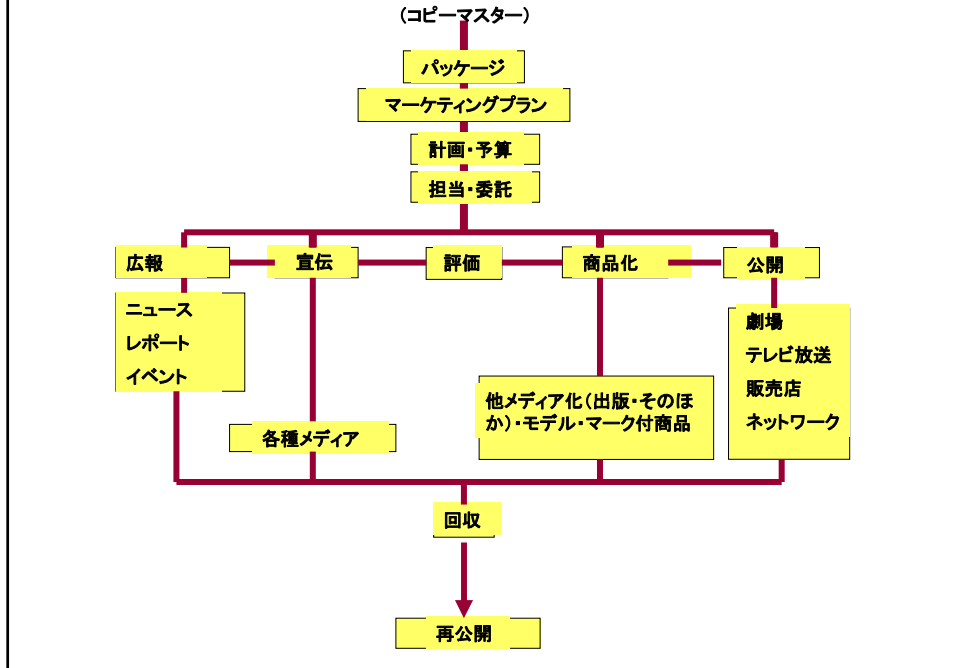
工学的取り組みとは、効率、品質、利益 を最大化すること

映像コンテンツ産業の**工程**の見直し・・・

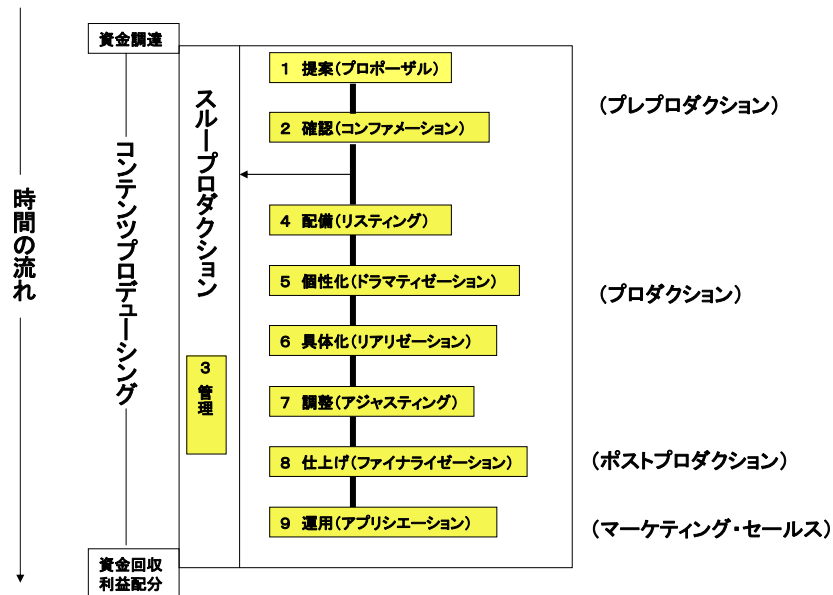
Current Process of Visual Content Production



Current Process of Visual Content Business



映像コンテンツの制作・運用(プロデュース)作業の全体図

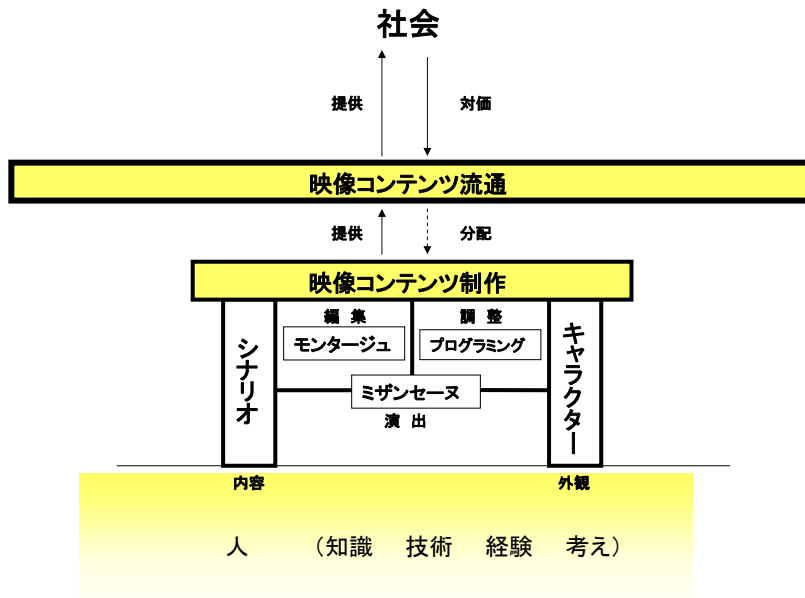


「映像コンテンツの作り方・コンテンツ工学の基礎」(ポーンデジタル)

映像コンテンツ産業の**作業**の見直し・・・

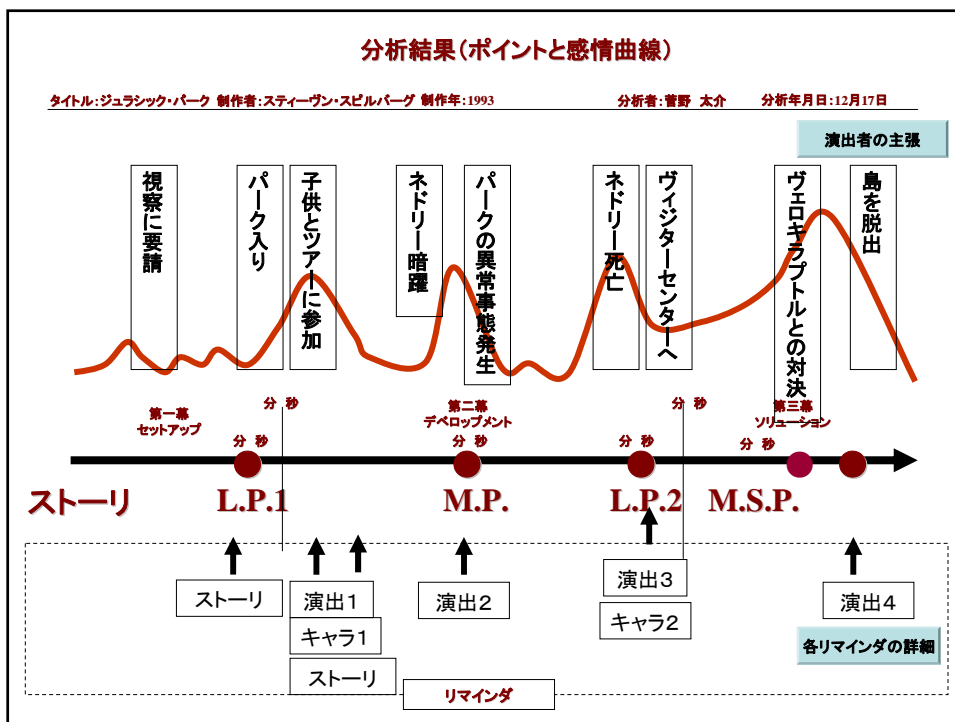
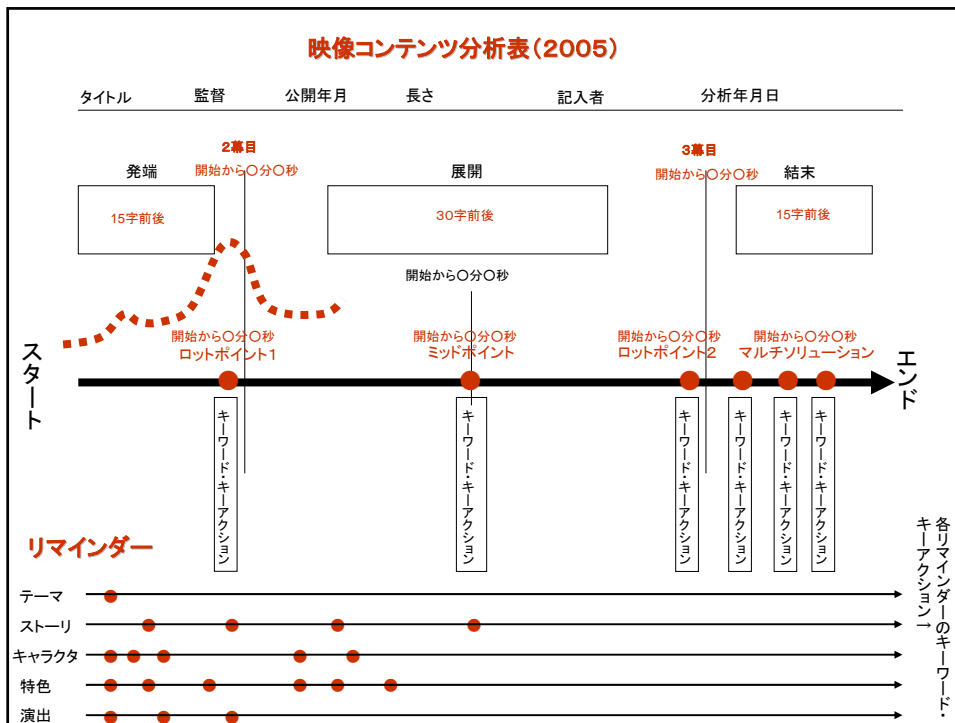
どこの作業を見直す?

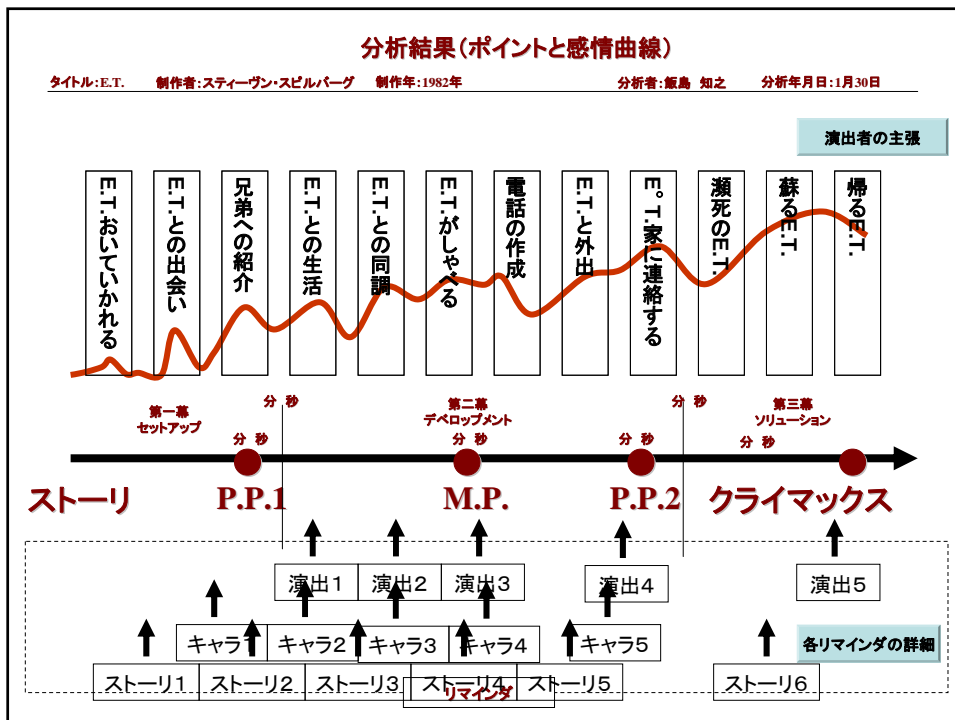
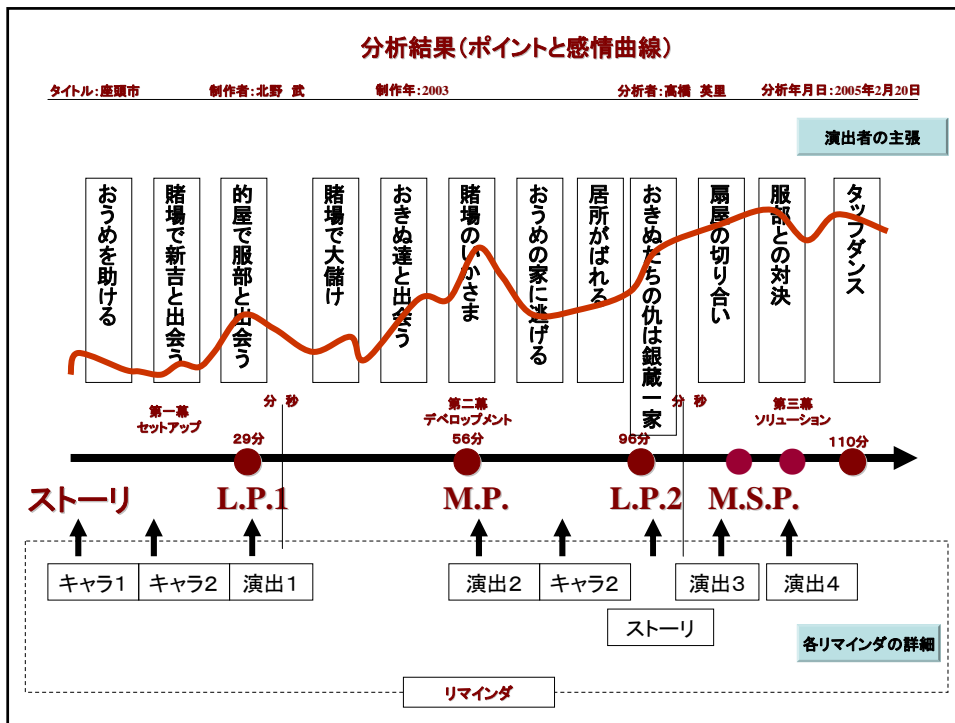
映像制作運用産業の構図

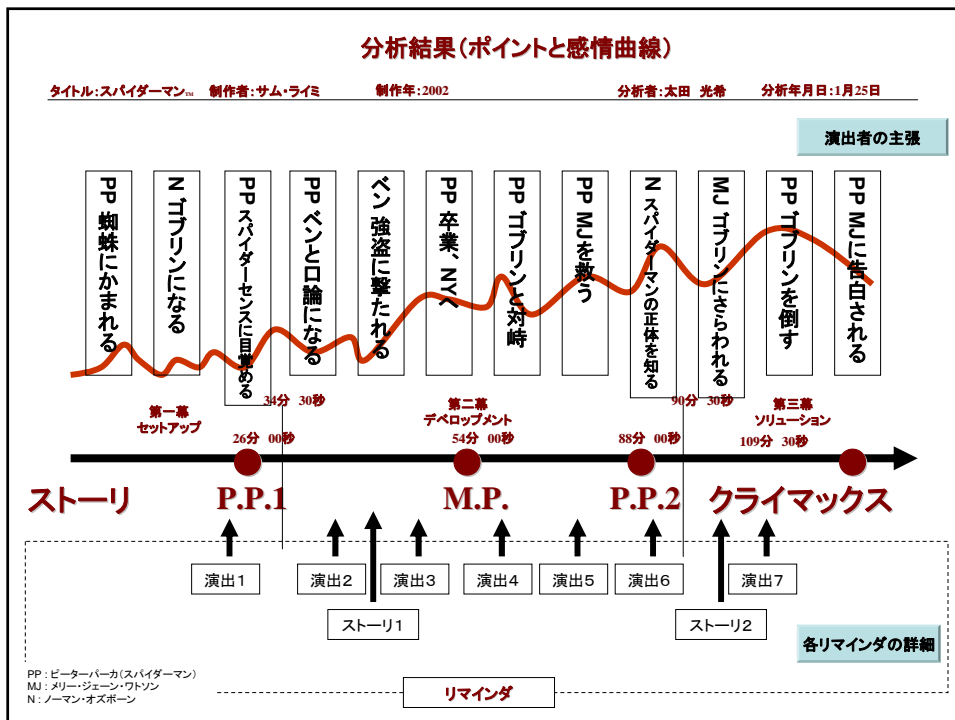
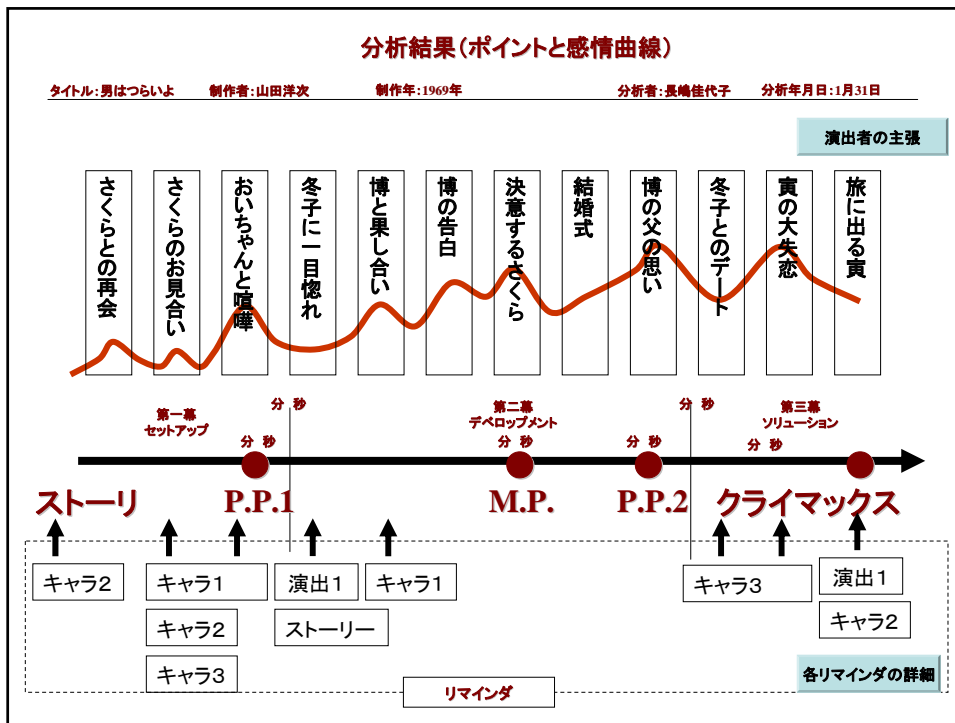


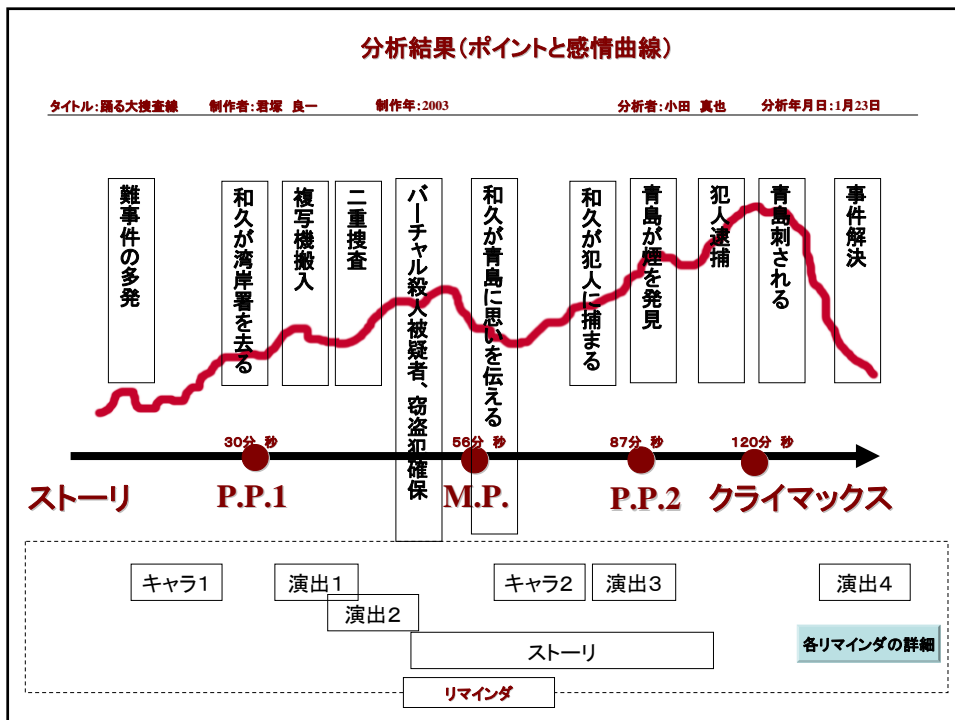
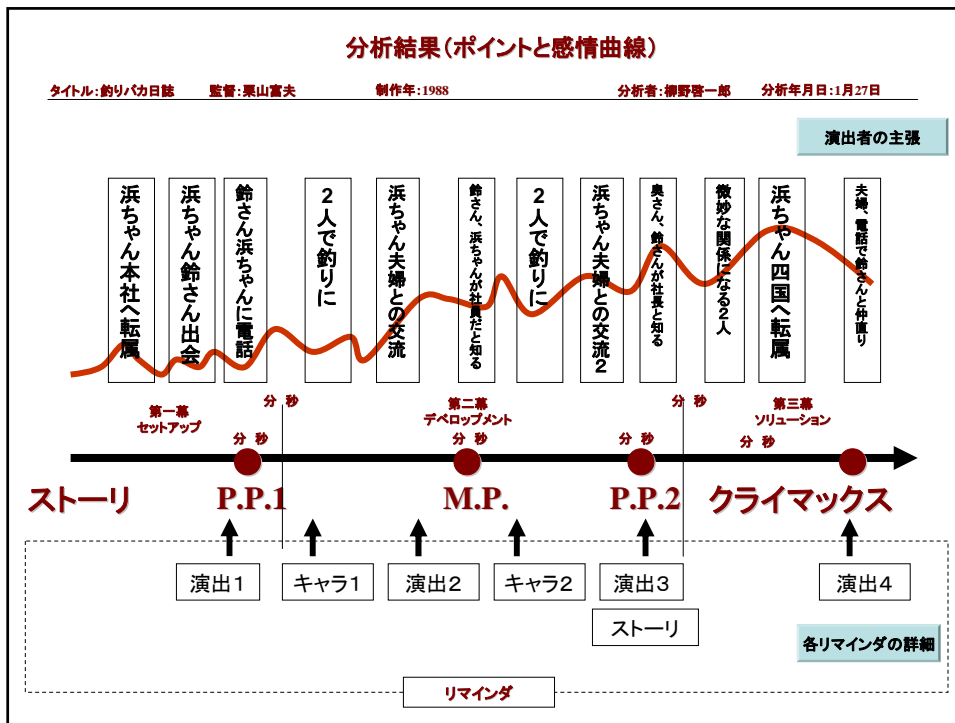
まず 完成品で分野を絞る……

そして 分析・評価する……









分析項目3

タイトル: 踊る大捜査線 制作者: 君塚良一 制作年: 2003 分析者: 小田 真也 分析年月日: 1月23日

3. ストーリーを3つの構成部分に分割し、第1幕100字、第2幕200字、第3幕100字 合計400字程度にまとめる

<第1幕>0~30分(正味30分)

- ・ 事件の耐えない湾岸署にまたも難事件が飛び交う。川沿いに見つかった水死体、ネット上で繰り上げられるバーチャル殺人、署内での盗難事件、警視庁副總監の誘拐事件。折り重なる事件に青島刑事ひきいる湾岸署の刑事達が立ち向かう。

<第2幕>30分~56分~87分(正味57分)

- ・ 本庁からの理不尽な対応に苦しめられる青島刑事であったが、水死体事件の被疑者でありバーチャル殺人当事者との接触により事件は大きく進展する。突如湾岸署に現れた被疑者を取り押さえると共に署内窃盗犯の逮捕に成功する。一報副總監の事件を単独でおっていた和久が犯人グループに捕まってしまう。難航する事件を前に青島はバーチャル殺人の被疑者に相談することで犯人像を浮かび上がらせる。そして和久が出した助けを求めるサインを彼は見つけ現場に直行するのであった。

<第3幕>87分~120分(正味33分)

- ・ ついに犯人グループの少年達を見つけ逮捕に至った青島であったが、少年の母親に腹部を刺されてしまう。彼は空井の運転する鮮血に彩られた車の中で意識をなくしていくのだが、連日の疲労によって眠りに入っただけであった。そして事件は解決し、湾岸署にいつもの日々が訪れる。



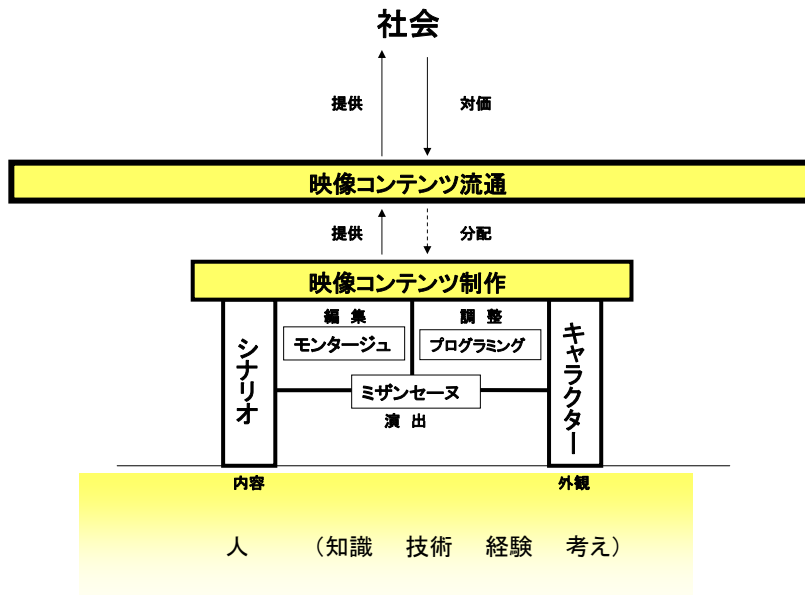
コンテンツの構造分析によって

その土台となるシナリオとキャラクターの分析が可能になった！

なぜ？……

Mid point

映像制作運用産業の構図



どの時点で完成コンテンツの リスク回避をするか……

投資金額が1000万円以下の時

投資金額が2億円に達した時

カンと度胸と経験にまかせる

シナリオとキャラクターメイキングの特色

個人的な貢献によって成立する

構成素材が安価・制作環境が場所を問わない

費用がかからない

権利保全が難しい

分析・評価方法が確立していない

伝統的にはエージェントビジネスにより機能している

(タレントエージェントとキャラクタエージェント)

まず

シナリオ……

映像コンテンツのすべてに必要であり、すべての工程で指標となる基本ドキュメント

投資金額は1000万円を超えることは少ない

シナリオの段階が最もリスクが少ない……
(ただし完成コンテンツが予想できれば)

シナリオの分析のフレームワーク完成
(私学研究高度化推進事業)



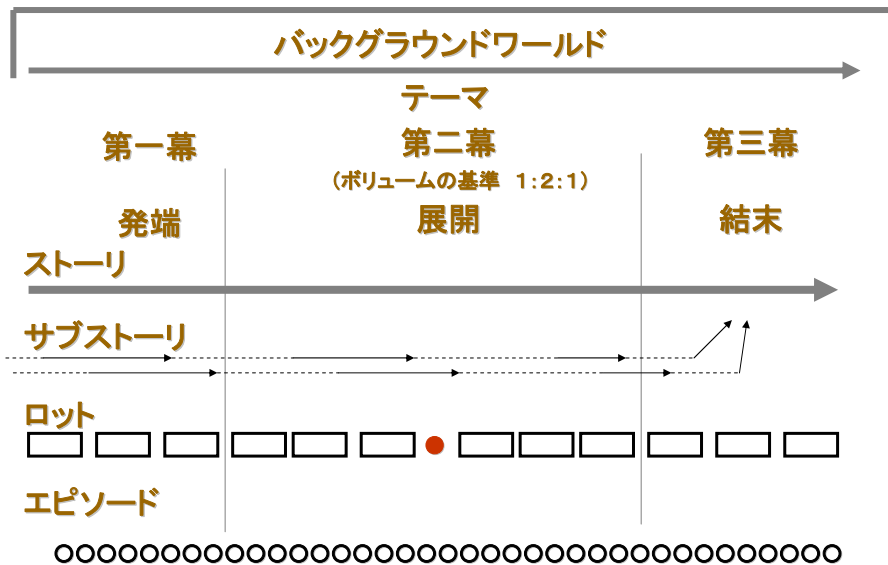
東京工科大学クリエイティブラボURL参照

シナリオの定理……

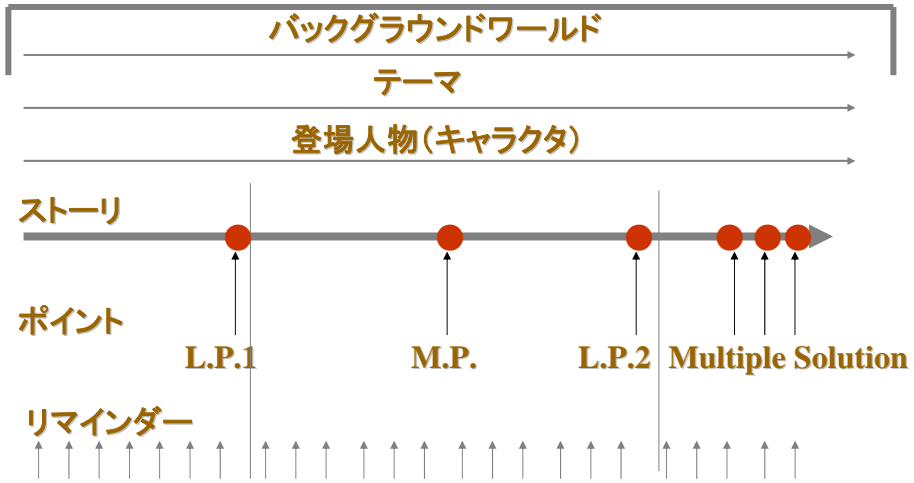
シナリオは「筋書き(ストーリー)」と「描写(テリング)」
で構成される

(「黄金則」より広く、原理に近い)

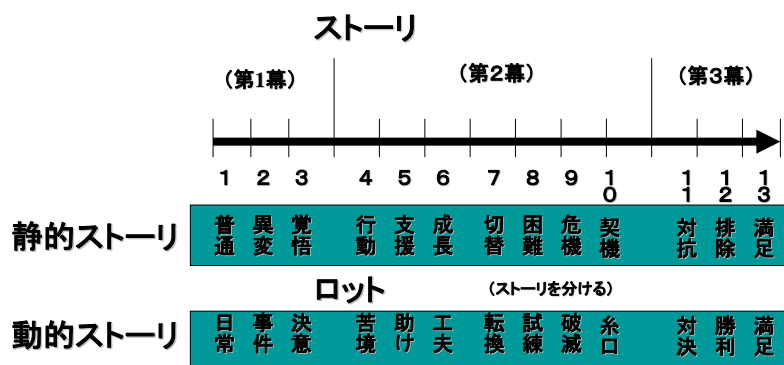
シナリオの共通構造(筋立て)



シナリオの共通構造(描写)



ストーリーとロットキーワード



VIPO(映像産業振興機構)での基本教育プランに提供……

次に

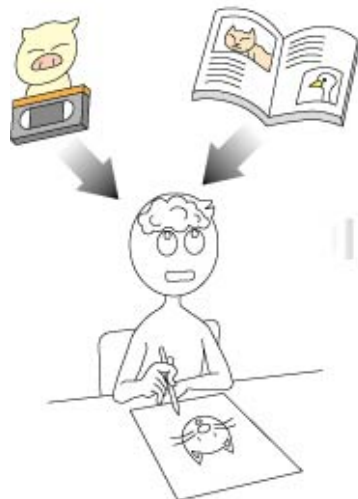
キャラクタ……

映像コンテンツでメッセージや感情を伝える
機能をもっている

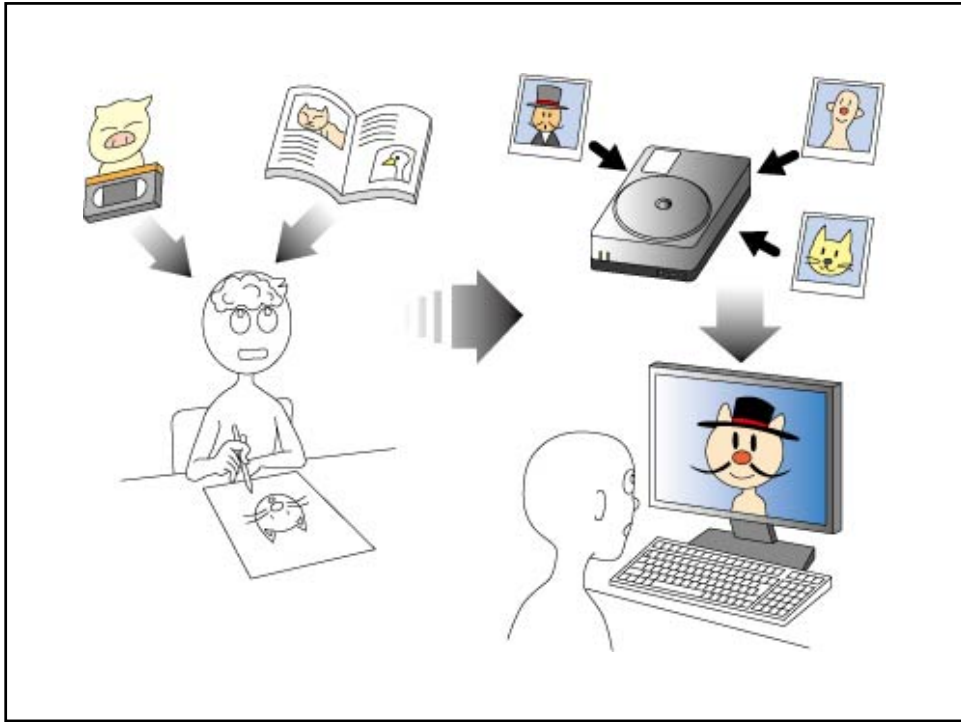
もっともビジネスに結びついている

キャラクタはどうやって生まれるのか？

頭脳とデータと感性の関係で
できあがる……




クリエイターがキャラクターを考
案するとき……



ライブパーフォーマー


俳優・イメージ



↓

ストーリー

サンディエゴの海軍航空隊基地を舞台に、世界最高のパイロットを養成するエリート学校と別名を“トップガン”と呼ばれる訓練生たちの姿を描く。



マーヴェリック トップガン(1986)

設定

性別：男
 性格：プライドが高く負けず嫌い
 年齢：
 職業：軍人（パイロット）
 特徴：-血の気が多い
 -自分勝手
 -
 -

俳優・イメージ



ストーリー

日本軍がインドシナ半島に鉄道を敷設、その最も難しい架橋工事に捕虜となったイギリス軍の技術部隊が利用され、工事は完成するが、その爆破を計る連合軍はテロチームを送る。



設定

性別：男
性格：プライドが高く
負けず嫌い
年齢：40代後半
職業：捕虜収容所所長
特徴：
- 軍規を守る
- 伝統を守る
- 命令を守る
- 合理性もある

斉藤大佐 戦場にかける橋 (1957)

クリエイティブタレント

プロデューサー

ディレクター

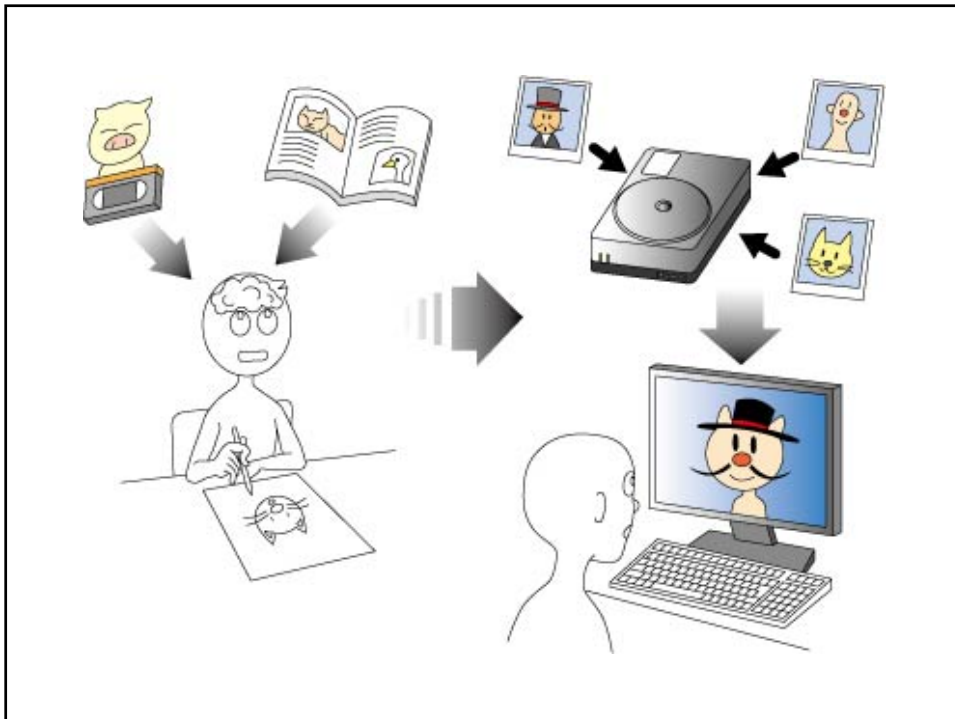
デザイナー

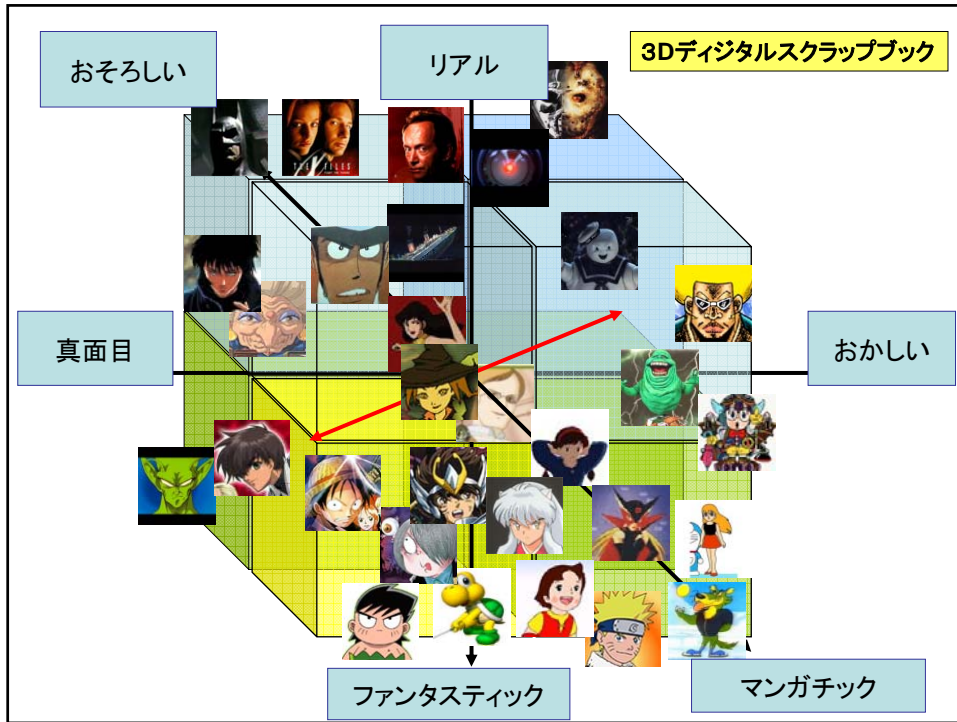
イラストレーター

漫画家

画家

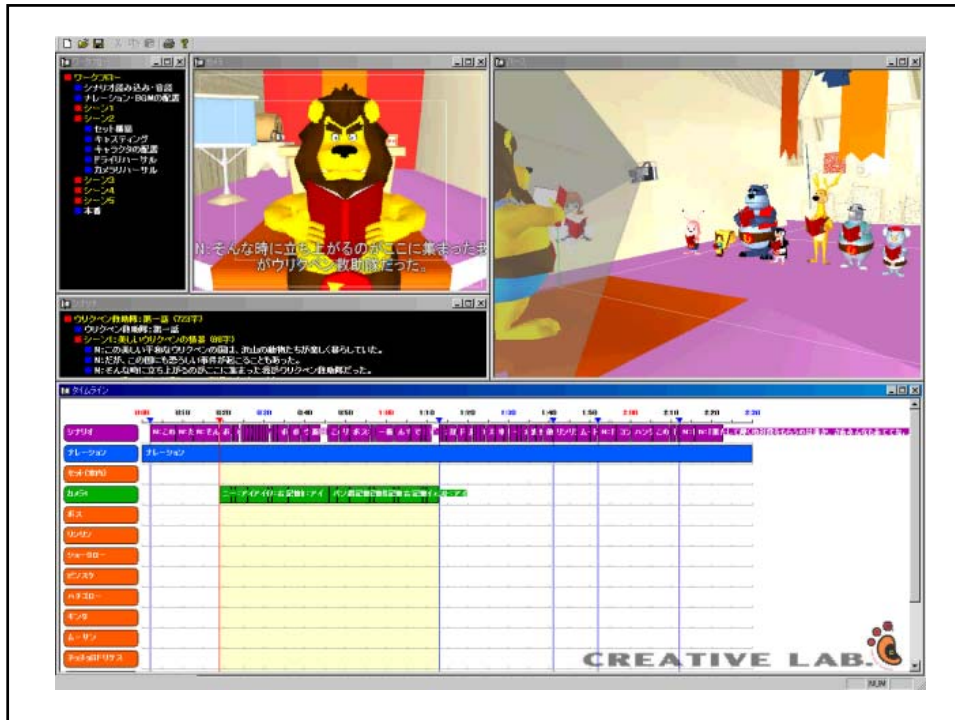
リテラル資料(シナリオ)
+
イメージ資料(デジタルスクラップブック)



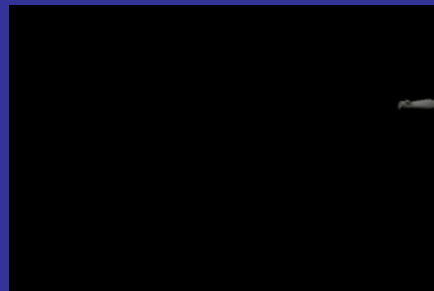


そしてミザンセーヌ……

演出の分析がすすむ



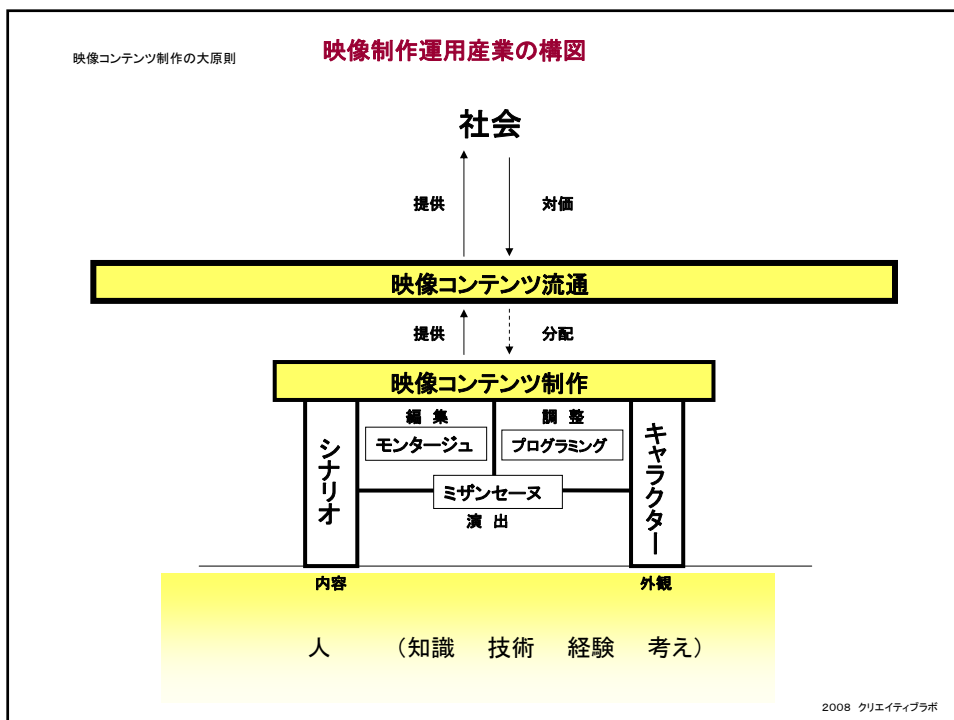
3Dデジタルモーションスクラップブック



3Dデジタルライティングスクラップブック

参考資料 ー分析表ー

番号/出展	キャプチャー画像	ライティング図	3D画像	感想	ライティング	コメント	ファイル
1) ファイル				驚愕	man : 08, fill : 04	顔の中心におもむきつけて緊張感を	
2) ファイル				恐怖	man : 04, fill : 02, back : 02		
3) ペリカン文庫				緊張	man : 08, back : 09		
4) 第三の男				緊張	man : 08, fill : 03, back : 09		
5) ペリカン文庫				緊張	man : 06, fill : 01, back : 09		



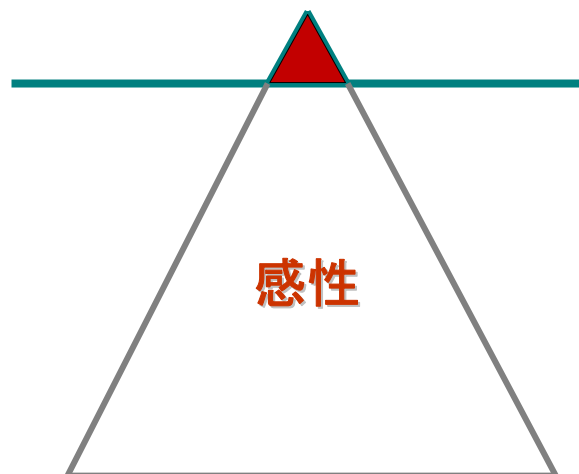
シナリオとキャラクタとミザンセーヌを知れば
アナの少ないコンテンツが作れる

ルールとデータはプロへの跳躍台

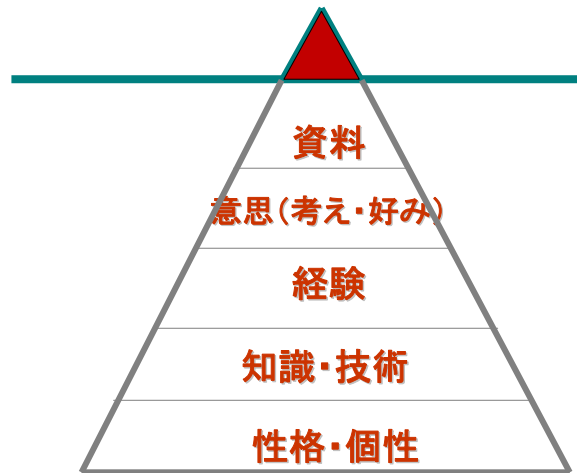
「感性」、「カン」はルールとデータの上に花開かせよう

End of Act ii

表現(映像コンテンツ)は感性で作る？



感性を構造化してみると・・・



カンと度胸にたよる映像制作は
やめましょう！

そうすれば日本の映像産業は再生する！

映像コンテンツ制作の大原則

映像産業の再生に役立つ知識と技術をシステムティックにそして工学的に
身につけること

メディア教育(出版・映画・テレビ・ビデオ・ゲーム・ウェブ)

表現教育(作文・描画・奏唱・演技)

映像コンテンツ作成の黄金則

プロットを段階的に書き上げる
(「シナリオの黄金則」ポーンデジタル社)

キャラクターをデジタル技術でコラージュする
(東京工科大学クリエイティブラボで進行中)

シナリオメイキングの講義と演習

1	オリエンテーション	準備
2	目的設定と表現内容の確定・資料収集	
3	ショートプロット・ミディアムプロットの作成	
4	ロングプロットの作成1・ロット設定1	
5	ロングプロットの作成2・ロット設定2	筋立て
6	5種基礎資料作成1	
7	5種基礎資料作成2	
8	ストーリー・エピソード分割	
9	フルプロット作成とポイント設定	描写
10	シーン設定(ミザンセース)	
11	せりふ・アクション設定	
12	リマインダー設定	
13	書き直しと評価	

キャラクタメイキングの講義と演習

1	オリエンテーション・キャラクタメイキングとその周辺	資料	Development
2	キャラクタの歴史とデジタル技術		
3	キャラクタの構造分析 価値構造 形構造(内容・外観・印象)		
4	ケーススタディ 1 (アクターの立場から)羽佐間道夫	分析・創造	Creation
5	ケーススタディ 2 (デザイナーの立場から)徳山光俊		
6	ケーススタディ 3 (プロデューサーの立場から)久保雅一		
7	デザインング 1 内容構造 ストーリー 環境 性格 行動		
8	デザインング 2 外観構造 形と色 部分と全体 他との関連	活動	Activation
9	デザインング 3 印象形成 メイクアップ(モデリング)・演技(アニメーション)・パフォーマンス		
10	発表 1 リテラル資料・ビジュアル資料・ラフデザイン		
11	発表 2 ラフデザイン マーケティングプラン	活動	Activation
12	発表 3 ラフデザイン マーケティングプラン		
13	分析評価・提出 評価表		

映像コンテンツ制作の大原則

人類の歴史・・・

言葉が人類を頂点に押し上げた

最初にキャラクタありき・・・

言葉を扱う技術が指導者を作った



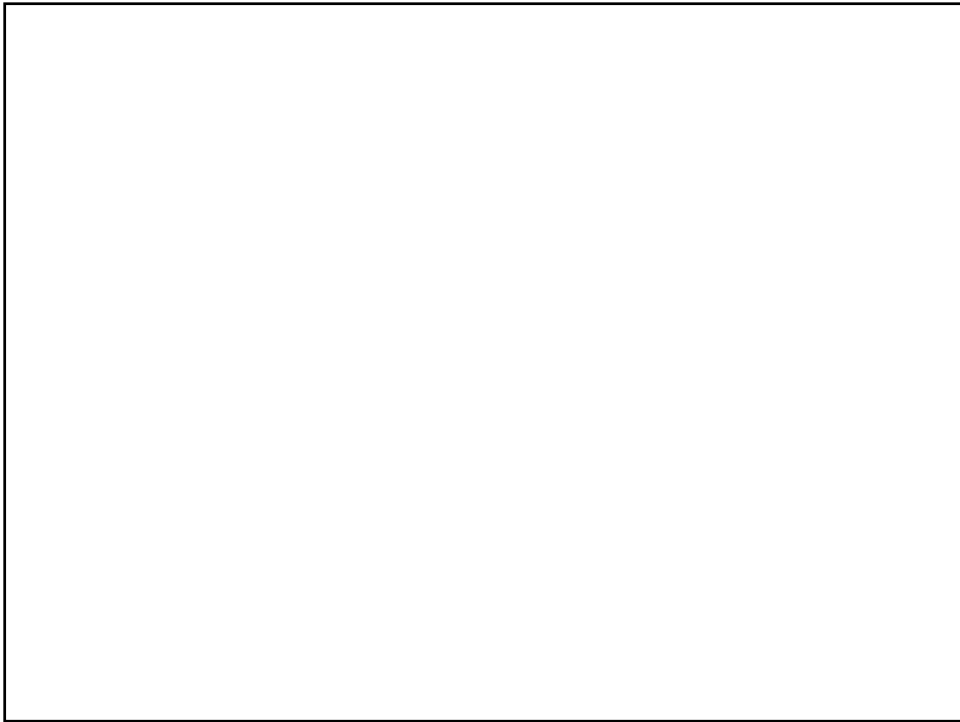
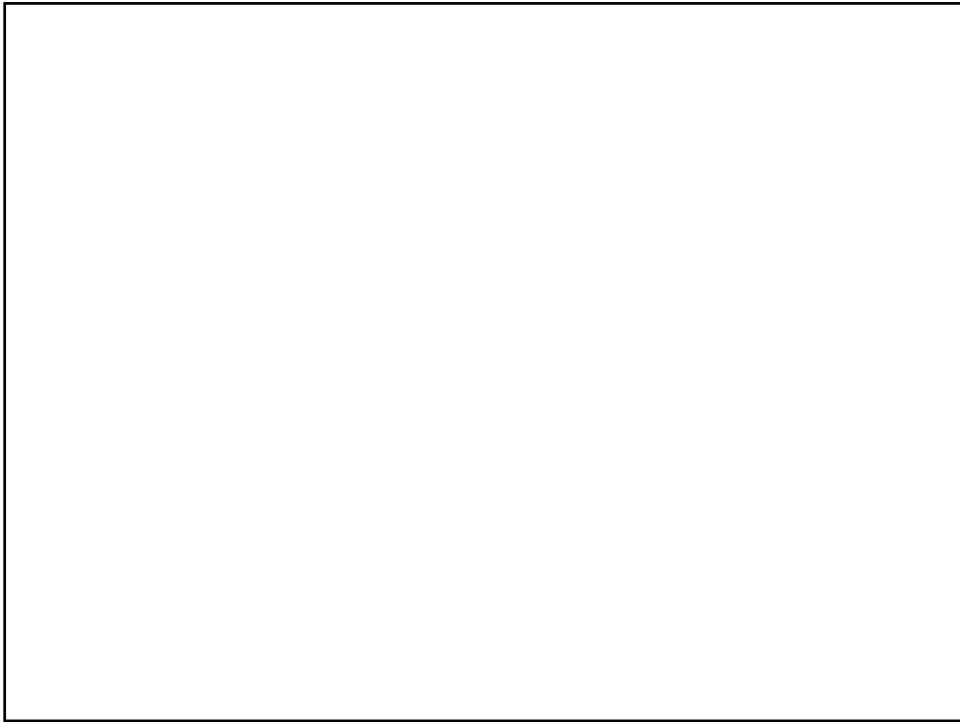
ロバートエイブル「Amazing Stories」



みなさん
現代社会のリーダーになるなら

映像コンテンツを工学的に学びましょう

終わり...



デジタルキャラクタメイキングの黄金則

- 1 キャラクターメイキングの基礎知識
 - 1-1 キャラクタと社会
 - 1-2 キャラクタとは作るもの
 - 1-3 キャラクタメイキングとは活用すること
- 2 キャラクターメイキングと専門家の歴史
 - 2-1 ストーリーテラーは人類共通のキャラクター
 - 2-2 俳優とディレクターの分化
 - 2-3 キャラクタデザイナーの登場
- 3 映像コンテンツとキャラクターメイキング
 - 3-1 プロデューサー
 - 3-2 ディレクター
 - 3-3 デザイナー
 - 3-4 アクター
 - 3-5 モデラー
 - 3-6 アニメーター

- 4 デザイニング1「内容構築」
黄金則の1 設定資料を作る
 - 4-1 ストーリー
 - 4-2 環境
 - 4-3 性格
 - 4-4 行動

- 5 デザイニング2「外見構築」
黄金則の2 イメージングツールを活用する
 - 5-1 デジタルスクラップブック
 - 5-2 2Dグラフィックス
 - 5-3 3Dモデリング
 - 5-4 3Dアニメーション

- 6 デザイニング3「印象構築」
黄金則の3 コンセプトを統合する
 - 3-1 ジャンル・種類・役割・内容
 - 3-2 発表・露出
 - 3-3 分析・評価・変更
 - 3-4 他とのバランス

- 7 レンダリング
黄金則の4 マーケタブルシーンを想定する
 - 7-1 ストーリマッチング
 - 7-2 環境マッチング
 - 7-3 性格マッチング
 - 7-4 行動マッチング

- 8 バランス設定
黄金則の5 バランスをとる
 - 8-1 他のキャラクター
 - 8-2 ストーリー
 - 8-3 マーケティング環境

- 9 ポイントとリマインダー設定
黄金則の6 ポイントとリマインダーを設定する
 - 9-1 キャラクタポイント
 - 9-2 ストーリーポイント
 - 9-3 キャラクターリマインダー
 - 9-4 ストーリリマインダー

- 10 分析・評価
 - 黄金則の7 分析・評価にもとづきリメイクする
 - 10-1 印象評価
 - 10-2 全体評価
 - 10-3 部分評価
 - 10-4 総合評価

- 11 エクスプロイテーション
 - 11-1 フランチャイズ構築
 - 11-2 変更・修正・アーカイブ
 - 11-3 メンテナンス
 - 11-4 コントリビューションレシオ構築