はじめに

▸コミュニケーションの変化は社会を変える

コミュニケーション学の世界では、人間のコミュニケーションのあり方の変化が社会の変化と密接な関わりを持っていると考えられています。実際に、文字の出現、印刷技術の発達、映像メディアの登場などは人間社会を大きく変えてきました。

そして、現代。

1990年代半ばに始まったインターネットの普及は人間社会を大きく変え、さらにこの変革は現在も進行していると言っていいでしょう。

インターネットの登場は当初、情報の流れ方が大きく変わったという意味で流通革命的な色彩が強かったと思います。変化の対象がもっぱら文字を対象としていたためです。

個人的なコミュニケーションについては、これまで手紙をポストに投函すると、郵便局が数日間かけて相手先まで届けてくれていましたが、電子メールの登場で、地球の裏側でもあっという間にメッセージを届けてくれます。それだけ地球が小さく感じられるようになりました。

また、新聞や雑誌から一方的に発信されていたマス・コミュニケーション情報は、インターネットを経由することで、誰もが発信者になれるようになりました。

また、「検索」という新たな情報選択概念の登場も、流通革命の一端と言えるでしょう。

ただし、とくに文章に限って、情報の「作り手」という側面に着目すれば、大きな変化はなかったと言えます。

文章表現のプロと言える新聞記者や作家以外の方でも、日常の暮

らしの中で文章を書く機会は、昔からありました。

学生は論文を書き、社会人はプレゼンテーション用の資料を作成し、あるいは仕事を離れれば、日記や手紙を書いたり、俳句を詠んだりと、誰もが普通に文章を書いていました。

また、文章を書いて自分の意思を伝える教育もしっかり行われてきました。

日本人で生涯一度も作文の授業を受けたことがないという人は皆無でしょう。小学校から高校、大学まで、それぞれの段階で作文や論文の書き方を学ぶ場があったはずです。

▸スマホの登場で映像の“作り手革命”が始まった

ただ、最近では変革の対象が映像へと移ってきたことから、流通革命の部分はもちろん、作り手革命とも言うべき大きな変革期に入ったと言えます。

2010年代に入り、“スマートフォンという名のビデオカメラ”（ビデオカメラ付きスマートフォン、以下スマホ）が普及し始めました。

このことにより、映像の作り手のすそ野が飛躍的に拡大することとなり、文章表現にはなかった大きな変革（＝作り手革命）が起きています。

これまで映像については、基本的に、テレビ局や映画関係者といった映像制作のプロだけが作るものでした。一般の世界では、8ミリビデオというものがありましたが、編集はアナログでやらねばならず（現実にフィルムを切ったり、貼ったりの世界です）、あくまでマニアの世界といった感がありました。

90年代以降、ビデオカメラの家庭への普及や編集作業がパソコン上でできるようになったことで、徐々に一般の世界でも映像制作が行われるようになってきましたが、それでも撮影という行為は特別で、運動会や学芸会など、「わざわざその日のために準備して、重たい物（ビデオカメラ）を持って行く」ものでした。

しかし、スマホの急速な普及はそれとは全く次元の異なる規模で、作り手のすそ野を飛躍的に広げることになりました。ビデオカメラを、これだけ多くの人が、しかも、日常生活の中で常に携帯して歩くようになる、ということは、少し前まで想像もできなかったことです。「誰でも、どこでも、思いついたら即撮影」という時代の到来です。

と同時に、YouTube などの動画共有サイトが登場、一般の方が広く自分の映像作品を見てもらう環境が整ってきたことで、制作意欲が高まってきたということもあるでしょう。

▸急速な変化に教育が追いついていない

しかし、この急速なコミュニケーションのあり方の変化に、現状、教育の現場が対応しているかと言えば、残念ながら、否定的な見方をせざるを得ません。

前に述べたように、日本人なら、作文の授業を受けたことがないという人はいないはずです。

しかし、映像制作について、きちんと体系だってその手法を学んだという人は、まだ、ほとんどいないでしょう。

本書の制作では、慶應義塾大学法学部政治学科の大石裕研究室（マス・コミュニケーション論、政治社会学）に所属する学生の皆さんに、テキスト内の模擬演習へ参加してもらっています。（加えて、原稿を事前に読んで、素朴かつ有益な疑問点を多数指摘してもらったことで、一般の学生の皆さんから見ても、よりわかりやすい教科書にすることができたと思っています）

そんな現役の学生さんたちに聞いても、１日体験学習的に撮影実習する機会があったという人はいても、体系的に映像制作について学んだ、という人はいませんでした。

実際に現状、動画共有サイトに投稿されている映像の多くは、「たまたまこんなの撮れちゃいました」といったもので、自分がいいた

いメッセージを映像に乗せて伝えるというレベルにはないように思います。

しかし、どうでしょう。

これからの時代、義務教育とは言いませんが、せめて高校や大学といった高等教育の現場では、「初級映像制作演習」といった講座が必ずあって、希望すれば映像制作の基礎について誰もが学ぶことができ、自分がいいたいことを映像で伝えられるようにならなければいけないのではないでしょうか。

そうした素養を持った皆さんが、様々な専門分野に進み、それぞれの世界で映像を使ったコミュニケーションを採り入れていけば、きっと社会は新しい局面を迎えるのだと思います。

▸現場で生まれ、実際に作ることを意識したテキスト

本書はこのような考えから企画され、大学における学部教養課程の講座を意識して作られています。

Part 1 でまず、テレビの制作工程を俯瞰した上でその特徴を把握、一般の方向けの制作工程を提示し、以降の章で工程ごとのポイントを解説するようにしています。

そもそものきっかけは、今から 10 年以上前、それぞれ映像制作を伴う NPO 活動をしていた黒岩亜純と宮徹が出会い、一般向けの映像制作テキストの必要性について意気投合したことに始まります。

当時、それぞれの団体には「映像制作をやりたい」という意欲ある学生さんたちがたくさん集まってきて活動していたのですが（その卒業生たちの多くが、今や映像の世界の第一線で活躍しています）、「何の知識もない人間に、その都度、一から口頭で教えていたのでは、手間ばかりかかる上に、広がりに限界がある」との考えから、テキストを作ろうということになりました。

以後、それぞれの仕事の合間を見ながらミーティングを重ね、時間をかけて、少しずつまとめたものです。

こうした経緯がありますので、本書は基本的に、映像制作の初心者を対象に、学びながら実際に映像作品を制作することを想定した内容になっています。

とくに、テレビの世界（TBS）でディレクターとして長年仕事をしてきた黒岩の経験をもとに、文章表現の世界で長年仕事をしてきた宮が疑問点を聞いて、時に議論しながら、文字に落とし込んでいく形でまとめました。

この過程では、TBS の報道局で培われてきたノウハウをベースにしながらも、NHK や他の民放各局の手法もヒアリングし、特定局に偏らず、できるだけ普遍的な内容とするよう心がけました。

また、こうした異なるバックボーンを持ったふたりの合作であるだけに、本文中では、時に映像表現と文章表現を比較しながら説明されているような部分が表れるのが特徴と言えるでしょう。

テキストの原本については、かなり前に完成していたのですが、ふたりの母校である慶應義塾大学の出版会の編集者である奥田詠二氏と出会ったことから具体的な出版の話が動き始め、大学でマス・コミュニケーション論を教える大石裕教授のご理解やご支援もあって、今回、ようやく日の目を見た次第です。

こうした出会いはすべて偶然のものですが、ある意味、社会が要求した必然の出会いとも言えるでしょう。それだけ機が熟してきたのだと思います。

映像表現についての教育、あるいはテキストづくりはまだ緒に就いたばかりと言えるでしょう。本書もまだまだ改良の余地が多いかと存じますが、今後の発展に向けたたたき台になればと願っています。

2017 年春
黒岩亜純、宮 徹

はじめに 002

Part 1 映像は どのように作られているか
―― 制作工程とその仕組み 011

1｜ディレクターの役割と機能 012
2｜映像における制作工程とその特徴 017
3｜原則を踏まえた上での「アマチュア向け映像制作工程モデル」 024

Part 2 企画のたて方
―― 誰に、何を、どのように 031

1｜考え方の基本 032
2｜企画書を書いてみる 037
3｜企画の実際 ―― ケーススタディ 040

Part
3 事前取材とロケハン
―― 撮影に入る前にやっておくこと 049

1 | アプローチの注意点 050
2 | 事前取材とロケハン 052
3 | インタビューの方法 058

Part
4 粗構成の考え方
―― 作品の基本線はここで決まる 063

1 | 構成を決める要素 064
2 | 身近な素材から
具体的に粗構成を考えてみよう 071

Part
5 伝えたいことから考える撮影
―― 演出面から見た手法 079

1 | カメラワークの基本 080
2 | 制作意図から考えるカメラの位置 091
3 | 構図の取り方の実際 097
4 | 自然光を味方にする／音の録り方 101

Part
6 本構成を考える
—— 作品の詳細設計図を作る 107

1 | 本構成に入る前の作業 108
2 | 本構成の実際 112
3 | ナレーションを考える 120

Part
7 編集の技法
—— 最後に絵的思考で再検討する 127

1 | 編集作業の準備 128
2 | つなぐ手法 ——トランジション 133
3 | スーパーとMA 141

課題例
1 世相を表した漢字をテーマに、企画を考えてみよう 047
2 演繹法と帰納法、2パターンの粗構成を考えてみよう 078
3 具体的なケース（番組）をもとに皆でディスカッションしてみよう！ 126

用語集 149

執筆者紹介 158

Part
1

映像は どのように 作られているか

―― 制作工程とその仕組み ――

ここではまず、テレビ局における映像制作の流れ全般を見た上でその特徴を学び、アマチュア向けの制作工程のあり方を考えます。

1　ディレクターの役割と機能

▸ディレクターは制作の要

映像制作では、映像はもちろんのこと、音楽やナレーション、さらにスタジオ収録があれば、美術、カメラや照明といった技術など、多くの要素が必要になります。

これらすべてをディレクターひとりで担うことは不可能です。現実には、カメラマン、音声、照明、美術、アナウンサー、編集マンなど数多くの専門スタッフが係わって番組は作られています（表 1-1 参照）。

当然、良い番組を作るには彼ら専門スタッフとの意思疎通は欠かせません。

テレビ局は製造業ではありませんが、制作現場は常に工場のような雰囲気を持っています。

皆さんも 1 度は工場見学に行ったことがあるでしょうからわかると思いますが、工場では部品がベルトコンベアに乗りながら、少しずつ組み立てられ、最終製品になっていきます。

これと同様、テレビ局でも “ 目に見えないベルトコンベア ” のような一本のラインが通っているのです。

こうしたラインの存在を、同じ番組の制作に携わるスタッフ全員が共通認識として持っていなければ、どの段階で自分が何をやらなければならないか、把握できません。

このラインが制作工程であり、ここがしっかりしていないと、作品を安定的に生み出すことはできません。

そしてこの “ 目に見えないベルトコンベア ” の推進役こそがプロデューサーやディレクターで、制作工程管理に責任を持っているのです。

表 1-1 テレビ番組制作には多くのスタッフが携わる制作スタッフの職種と主な仕事内容（報道系番組の場合）

職種名	仕事の内容
プロデューサー	制作マネジメントの統括責任者
演出／放送作家	番組のトータルデザインから、見せ方の工夫やシナリオを考える（ただし報道番組にはいない場合が多い）
ナレーター	画面には出ず、ニュース原稿を読むなどナレーションを担当する
編集長／デスク チーフディレクター	プロデューサーの示す基本方針に基づいて制作実務を統括する責任者 ニュース番組では編集長／デスク、特別番組や情報・制作系の番組ではチーフディレクターということが多い
ディレクター／記者	企画／制作の実務を行う。制作工程の管理に責任を持ち、スタッフに指示を出す
アシスタントプロデューサー（AP）	プロデューサーを補佐する
アシスタントディレクター（AD）	ディレクターを補佐する
取材カメラマン	ディレクターとともに取材に同行、撮影を行う
音声／照明	ディレクターとともに取材に同行、取材カメラマンとともに撮影を行う
編集マン	編集機材の扱いに長け、編集的な面からディレクターに助言、編集作業を行う
CG	番組内で使うコンピューターグラフィックス（CG）を制作する
音効	番組内で使う効果音や音楽をセレクトあるいは制作する
ミキサー	番組内で使われる音のバランスを調整する スタジオ収録時は、誰のマイクの音を拾うかなど切り替えを行う

収録・送出	［収録］国内外から電送されてきた映像を編集用に収録 ［送出］編集された完パケ映像を受け取り、放送されるまでの技術的な手配をする。生放送時は、事前に作成されたＶＴＲ部分が放送されるよう技術的な作業を行う
キャスター・出演者 ※	画面に出て、ニュースを読んだり、コメントを述べたりする
テクニカルマネージャー（TM）※	技術部門のプロデューサー的役割
テクニカルディレクター（TD）※	カメラマンや音声などスタジオ収録時の技術系職種を統括、指示する
ビデオエンジニア（VE）※	カメラの色味・映像信号等の調整・管理者
フロアディレクター（FD）※	スタジオの進行を指揮するディレクター
タイムキーパー（TK）※	番組の時間的な進行管理を行う
スタジオカメラマン ※	スタジオ収録時の撮影を担当する
スタジオ音声 ※	スタジオ収録時の音声を担当する
スタジオ照明 ※	スタジオ収録時の効果的な照明のあり方の検討、据え付けを行う
美術 ※	スタジオのセットから小物まで収録に必要な造作物の制作に当たる 広義の意味では衣装やメイクの担当も

※スタジオ収録がある場合

写真1-1

画面上には映らなくとも、番組には多くのスタッフが係わっている

Q プロデューサーとディレクターとの役割の違いがいまひとつわかりません

プロデューサーとは一般的には、ディレクターの上に立つ存在で、番組制作全般の方向性に対して影響力を持つものの、通常、細かな制作業務にはタッチしません。

また、プロデューサーやディレクターは、テレビ局の社員が務める場合もあれば、番組の内容に応じて外部のプロダクションの担当者が手がけることもあります。

番組はただ作ればいいというものではなく、どのようにして制作費（予算）を捻出するか、どこでいつ放送していくかといった放送枠の確保などを考え、編成など社内の各部署と交渉、外部のプロデューサーであれば、局側とプロデュース契約を結びます。外部スタッフの確保や人件費管理も必要です。

このような番組制作におけるビジネス上、あるいは組織管理的な側面までを含めた全体の責任者がプロデューサーです。

一方のディレクターは、プロデューサーの意向を受けて、第一線で実際の番組制作に当たる人たちで、現場の専門スタッフをひとつにまとめ、まさに“目に見えないベルトコンベア”を推進していく存在です。

▸ディレクターが担う３つの管理責任

制作ラインを動かしていく中で、ディレクターが担う工程管理の責任としては、次の３つがあげられます。

まず、品質管理に関する責任。自ら企画して取材することはもちろん、多人数でより良き作品を作るため、打ち出す方向性を明確にし、スタッフとの間で制作意図を共有する必要があります。

テレビ番組の制作には非常に多くの専門スタッフが携わるため、

制作意図の共有が非常に大切になります。自分だけがわかっていればいいというのではなく、集団としての品質管理を意識しなくてはなりません。

時に取材の過程では臨機応変な対応も望まれますが、その際の方針転換を決めるのもディレクターの役割です。

ふたつ目の側面としてあげられるのが、スケジュール管理です。テレビ番組は放映日時が決まっているので、それに間に合うよう進行を考える必要があります。出演者やスタイリスト、カメラマンなどの日程を確保して、特定の日時に集めたりすることもこれに含まれます。

通常はこのふたつの管理責任を負うことになりますが、最近になってより強く意識されるようになったのが、予算管理です。

番組全体の予算はプロデューサーがみていますが、ディレクター一人一人も自らが担当する部分の経費については責任を負っています。自分が担当する範囲内において、決められた予算内でスタッフを手配し、出張中の経費管理や必要な資材の購入などを行うのです。

写真1-2

試写をチェックするのもディレクターの大事な仕事

この節のPoint

**★ディレクターは
“目に見えないベルトコンベア”の推進役**

・制作現場にはスタッフ全員で共有する制作の流れ（＝制作工程）がある
・ディレクターは制作の方向性を決め、スタッフと制作意図を共有、制作工程を管理する

★ディレクターが担う３つの工程管理責任

①**品質管理** —— 企画／取材はもちろん、スタッフに制作意図を伝え、適切な指示を出す
②**スケジュール管理** —— 放送日時に向けて間に合うよう進行管理をする
③**予算管理** —— 自分が担当する範囲内において、経費を予算内に抑える

2　映像における制作工程とその特徴

▶活字メディアづくりにはない工夫
——「構成表」と「ラッシュ表」

次にドキュメンタリー番組の制作工程を見ながら、映像における制作工程の特徴を考えていきましょう。

表 1-2 を見てください。ドキュメンタリー番組の標準的な制作工程です。

表 1-2　ドキュメンタリー番組（スタジオ収録なし）の標準的な制作工程

① 下調べ

・日頃の取材活動で構築した人脈や、新聞のスクラップ、書籍、インターネットなどからの情報により企画を検討。タイムリー性や独自性を意識しつつ、企画書にまとめる。内容のみならず、大型番組では予算面も検討

⬇

② 企画会議

・週 1 の定時番組の場合、複数のディレクターがつき、週 1 回程度のペースで企画会議が行われ、各回の担当ディレクターと内容が決まる。デイリーの番組では、プロデューサーや編集長、デスクなどの判断で随時、企画が決まることもある
・内容のみならず、予算も確定

⬇

③ 本制作開始（取材・ロケハン）

・ディレクターは企画会議でゴーサインが出ると、番組制作を開始。本取材に入るとともに、取材の計画、出演者の選定や放映までのスケジュールを立てる
・この段階の取材はカメラマンを伴わないことが多い。ディレクターだけでまず事実関係の把握に努める
・撮影場所の下見（＝ロケハン）もこの段階で行う。カメラクルーを同伴することもある

⬇

④（粗）構成表作成

・取材・ロケハンの結果をもとに、番組の基本設計図となる、番組の流れを記した「構成表」を作成する
・この段階ではまだおおまかで、「取材（撮影）計画書」的な色彩が強い

⬇

⑤ 責任者との打ち合わせ

・粗構成表ができた段階で、プロデューサーや編集長、担当デスクといった責任者と打ち合わせを行い、全体の流れや今後の追加取材先、出演者などを確認、取材（撮影）計画を詰める

⬇

⑥ 撮影（ロケ）

- 粗構成表をもとにカメラクルーに企画意図を説明、撮影に入る。ただし、状況により、構成を柔軟に修正する
- スケジュールや移動手段、食事の手配など撮影の段取りを立て、実行
- できるだけ早めに試写をチェック、必要であれば再ロケへ

⬇

⑦ ラッシュ（プレビュー）

- 撮影した映像素材の一覧表を作り、使える素材を選定する
- ここから広義の意味での編集作業となる
- 長期ロケの場合、数十時間もの映像になり、まとめて見ると、これだけで数日かかる

⬇

⑧（本）構成確定

- ラッシュの結果をもとに構成表をより現実的なものに修正、確定させる
- 最初に作成した「取材（撮影）計画書」的なものから、番組の「詳細設計図」的なものに細かく書き換える

⬇

⑨ 編集作業

- 編集マンに構成表を示しつつ、編集を行う。ひとりで編集することも
- 映像に合わせ、ナレーションやテロップ原稿などを作成する
- 上司のチェックが適宜入り、構成変更や追加撮影も行われる

⬇

⑩ テロップ入れ・MA

- 再編集された番組にテロップや音楽を入れる
- 音を入れる作業は、MA(Multi Audio) と呼ばれ、音楽、効果音、ナレーションなど様々な音を重ねる

⬇

⑪ 試写

- 完成した番組を責任者とともに試写でチェック。最終的な放送許可を得る。大型番組の場合、部長などが立ち合うこともある

⬇

⑫ 放送（OA）

- 番組が放送される

だいたいは表を見てもらえれば理解してもらえると思いますが、アマチュアからすると「構成表作成」と「ラッシュ」が聞き慣れない、何をするのかわかりにくい部分なのではないでしょうか。

一般の方でも、学級新聞などちょっとした活字メディア作りに携わった経験がある方は少なくないでしょう。

それと基本はあまり変わらないのですが、活字メディア作りにはない、映像制作ならではの工程がこの「構成表作成」と「ラッシュ」であり、極めて重要な意味を持っています。

ここではとくに、制作工程全般と密接に結びついている構成表について説明し、ラッシュについては後の章で触れることとします。

▸構成表は番組の設計図

構成表は番組の流れを決定づけるほど重要な仕組みで、番組の流れと必要な映像素材を記したものです。具体的には、縦軸を時間軸として、項目／映像、内容、備考の 3 項目を横軸に記載します（表 1-3 参照）。

構成表は、カメラを伴わない事前の取材がある程度進んだ段階と、取材・撮影を終えて編集に入る前の 2 段階で主に作成します。どちらも構成表なのですが、本書では、説明の便宜上、最初の段階で作られるものを「粗（あら）構成」、後ろの段階で作られるものを「本構成」として、区別することとします（実際のテレビ制作の現場では、とくにふたつには分けず、取材を進めるたびに少しずつ内容を変えていくことが多い）。

撮影を伴わない事前取材が終わった段階で作られる粗構成は、今後の「取材（撮影）計画書」的な色彩が強いのに対し、取材後に作られる本構成は、「編集計画書」的な色彩が強くなります。

言い換えると、粗構成は番組の基本設計図、本構成は番組の詳細設計図であるとも言えます。

Q 粗構成表は本当に作る必要があるんでしょうか、いきなりではダメですか？

確かに、短いニュースの場合は、粗構成表を作らず、口頭で済ますこともあります。また、スタッフ数と時間との両面で制約が多い民放では、省略されることも少なくありません。

しかし、チームでの作業が多い映像制作の場合、意思疎通の必要性から、できれば作った方がいいでしょう。時間がなければ、箇条書き程度のものでも大丈夫です。

先に触れたように、ディレクターは制作ラインの要、ベルトコンベアの推進役です。チームがバラバラではいい番組は作れません。チームで制作意図を共有していくための仕組みと考えれば、粗構成表は便利なものです。

また、アマチュアの場合は、プロの世界とは別の意味で粗構成表があった方が良いと言えます。

アマチュアでは、ひとりで撮影から編集までやってしまうということもあるでしょう。その場合、誰かと意思疎通が必要ということはありません。

ただ、映像制作に不慣れな人だと、どこでどのような映像が必要になるのか、現場でのとっさの判断で的確な撮影をしていくというのは至難の業です。

たとえば、運動会の様子を映像作品にするといった際は、選手たちのコメントなどその場でしか撮れない映像がたくさんあります。後から「しまった！」ということのないように、事前に撮影計画を立てておいた方がいいでしょう。

こう考えれば、ひとりで制作する場合でも、「事前に自分の頭を整理した上で、撮影にのぞむ」という意味から、粗構成表を作ることをおすすめします。