

ガモール TV「まる一日 TV」研究ノート

石原 康臣

大正大学 地域構想研究所 准教授

(要旨) 2020年に大正大学ではガモール TV という企画が始まった。そしてガモール TV の開局記念として行われた「まる一日 TV」の制作に携わった経験から、その制作手法と今後の課題、そして継続可能なモデルへの提案を行うことを目的とする。まず、準備方法についてまとめ映像制作についての手法を分析する。その後、担当した5つの番組の構成についてまとめていくこととする。それらの行為の結果から、今後の「まる一日 TV」の持続可能性を見つけ出すことを目的とする。

キーワード : VP、TV 番組、YouTube、映像制作

1. はじめに

ガモール TV とは、「大正大学が運営する新しいプラットフォーム。YouTube や SNS を通じて、大正大学に関わりのある皆さんに向けて新鮮な情報をスピーディに届け」ることを目的に設置されたものである。(大正大学プレスリリース 2020年10月29日より一部抜粋)

大学内の情報発信のために従来の広報誌や website に加えて YouTube や SNS 等の新たなプラットフォームを積極的に利用して発信していく試みである。その第一弾の開局記念として「まる一日 TV」という YouTube 上で大正大学に関連する映像コンテンツを24時間分放送するという試みが、2020年11月6日(金)19:00から7日(土)19:00に渡って行われた。

この「まる一日 TV」では、実際の TV 番組と同じように、数時間ごとにブロックを区切り、様々なコーナーを作り、大正大学や近隣地域の魅力が伝わるような構成となっている。(図1参照)

11月6日(金)19:00のオープニングには、竣工したばかりの新8号館の図書館棟を会場に、新潟県佐渡市を拠点に国際的な活動を行う和太鼓集団の鼓童による演奏が行われ、そこに大正

大学の太鼓部である鼓鳴や巢鴨で太鼓の活動を行う鼓友のメンバーが共演を行った。まさに「地域と連携し社会に貢献していく大学」(地域構想研究所 website より)を象徴する映像化となった。

筆者はこの「まる一日 TV」の番組中で、以下の5つの番組と、各番組の合間に流れる1つの CM 制作をディレクターとして担当した。

『地域とつながる大正大学』(11/7・7:30~9:30)

『すがもオールキャンパス「立川志ららの商店街で街ブラ! in 巢鴨」』(11/7・9:30~10:30)

『TAISHO LIFE CLUB and CIRCLE』(11/7・13:30~15:30)

『「落語に ZOOM」立川一門の落語バラエティ』(11/7・15:30~17:30)

『光とことばのフェスティバル2020~祈り~』(11/7・18:00~19:00) *VTR 部のみ担当

『「地域人 CM」大正大学出版会(地域構想研究所編)』

そこで今回、それらの映像コンテンツの制作についての手法や、制作後の振り返りによる問題点の発見、そして今後に向けた改善点について

それらを知らずに行ってしまうと気づかぬうちに法律違反をなってしまう。上記のことを特に注意し、プリプロダクションの大切さと大変さの講習を行った。あわせて簡易ではあるが、撮影時の注意すべき権利クリアとして、肖像権の問題について次のようにまとめた。

- ・被写体には撮影許可が必要であること。撮影前に口頭で許可をもらったとしても、撮影後に必ず承諾書にサインをもらうこと。撮影許可時には具体的に映像の使用の範囲を明記すること。

その後、実例として筆者が過去に制作した某大手飲料メーカーの広告映像であるビジュアルプロモーション（以下 VP）を見せ、その制作の流れを当時の資料の提示とともに行った。その映像制作のワークフローは以下ようになる。

- ・某大手飲料メーカーVP

クライアント（某大手飲料メーカー）が新たな商品を告知するVP制作の依頼を広告代理店に発注。

広告代理店がヒアリングを行い、企画を立ち上げる。何度もやり取りを重ねて企画が完成する。

広告代理店がその企画を映像制作会社に発注。映像制作会社のプロデューサー（以下 P）が企画を映像化するためにスタッフィング、キャスティングを行う。（筆者はディレクター（以下 D）として招聘された）

Dは企画書を踏まえ、絵コンテを作成する。絵コンテから必要なロケ場所や小道具、大道具などをプロダクションマネージャー（以下 PM）が調達準備する。

すべてが準備できたらPPM（プリプロダクションミーティング）を行い、撮影。撮影後、Dがオフライン編集を行う。その間にPやPMは作曲家の選定、ナレーターの選定、編集スタジオやミキシングや音の編集を行うMAスタジオの抑えなどを行い、オフライン編集が終わると本編集を編集スタジオで行う。

その後ナレーション収録を行い、音の編集で

あるMA作業を行い0号が完成。クライアントと代理店に向けて試写を行い、OKが出た時点で編集スタジオにて納品形式にメディア変換を行い、納品。

簡潔にまとめると映像制作の流れは以上のようなになる。それぞれの専門性の業務が複合的に協働しながら作り上げられるのである。

ちなみに、撮影前までの企画から準備までをプリプロダクションと言ったが、同様に撮影後の編集から完成映像の制作までをポストプロダクションと呼ぶ。

この一連の映像制作の流れを実際の資料とともに講義を行い、特に進めていく上で重要なポイントとして次の点を提示した。それは企画が決まるまでと、画コンテが出来た時、またオフラインが完成した時、ナレーター選定、音楽選定といった映像作品の要所要所となる箇所、逐一代理店に確認連絡を取り、クライアントに了承してもらうということである。

なぜその確認が重要であるかという、出来上がった映像がクライアントのイメージと違ってしまうと制作した意味がなくなってしまうこと、また途中でクライアントの意図変更があった場合など、再度作り直すこととなってしまうからである。一般的に、代理店が企画を固めていく中で、制作費も一緒に決まっていく。その制作費の中で収まるように作業をしなくてはならないのだが、途中で計画変更となったり、再度撮影し直しとなるとさらに制作費がかかってしまう。本編集を終えた映像を見て「違うから作り直し。でも追加の制作費は出せない。」などと言われてしまうと、もうどうしようもなくなってしまうからである。

クライアントは映像制作のプロではない。本来は出来上がったものを見てしか判断が出来ないのはある意味仕方ない点もある。しかし制作費の予算が潤沢な企業であれば再制作が可能であるが、一般的にはそうはいかない。つまり要所要所で確認を取ることは、制作の進行が順調であるとクライアントを安心させるとともに、思

い描いているイメージと違ってないかを確認し、違っていたとしても微修正で済ませられるようにするためである。そのような代理店業務が重要となってくる。

そしてもう一つのポイントとして、出来上がった映像を見せたときに、クライアントの想像を超えたものにできるとクライアントも、また制作しているこちら側も幸せになる仕事となるということを伝えた。

以上のことを踏まえ、次は実際に動画制作を行なった。

(3) 「大正大学における tableau 導入動画」

大正大学をクライアントとし、大正大学が2020年度から行う新たな学びの紹介を目的とした動画制作を行なった。尺は1分。具体的には tableau を使用した授業がこれから展開されるということ、そしてその結果、どのような人材育成となるかということを表示するものとなった。

ただし、代理店は入れずに TMJ のみでの制作を行わなくてはいけないこととなった。いきなりではあるが、プリプロダクションの作業から実践で鍛える内容となった。

そこで tableau の授業を担当されるという先生を呼んでヒアリングを行い、具体的に何ができるのか、そしてどのような力を学生が身につけられるのかということ聞き出した。ヒアリング内容だけではまだまだ抽象的であったため、それを具体的なナレーション原稿に落とし込む作業を TMJ に行わせ、さらにその原稿の上に乗せる映像はどのような画であるかを考えさせることとした。

映像とナレーションの関係でまずやってしまいがちなミスとして、画の説明をナレーションでそのまま言うてしまうということがある。例えば、犬だけを画面の真ん中に撮影した画に「大きな犬がいます」というナレーションを乗せるというようなものである。これでは映像作品化する意味があまりない。ナレーションは映像の補足ではない。画をより効果的にするものでな

くてはならない。よく言われることが、画とナレーションは+（プラス）の関係ではなく、×（かける）の関係でなくてはならないと言われる。

そこで次に、実際に番組等のナレーターを行っている現役のプロのナレーターを招聘し、講習会を行うことで、ナレーション原稿の向上を目指した講習会を行うこととした。

(4) ナレーション講習会

さて、映像制作の流れを2-（2）でまとめた。そこではひとつの映像制作には様々な専門のスタッフが関わっていることが見えた。どのポジションも一朝一夕に習得ができるようなものではなく長い修行期間が必要になるが、その中でも特に素人がすぐに習得することができない技術で、しかし映像作品のクオリティに直結する作業としてナレーション作業がある。これは同じナレーション原稿をプロのナレーターと素人に読ませ、それぞれを同じ映像に付けると明確に違いがわかる。

そこで今回の「大正大学における tableau 導入動画」では、TMJ がナレーションを付けるのではなく、映像のナレーション原稿が作れるようになること、そして MA スタジオでのナレーション収録を行うことができるようになることを目標として行った。

講師は大正大学出身で、現在フリーの声優やナレーターとして活躍している斎藤琴絵氏にお願いをした。斎藤氏は筆者の教え子でもあり、大学在学中から声優の養成所にも通いダブルスクールを行っていただいた。卒業後はナレーターの事務所へ所属し、企業 VP や Web CM のナレーション、商業施設の館内アナウンス、ドキュメンタリー番組のボイスオーバーなどで活躍している。現在は所属事務所の解体によりフリーとなり、朗読劇を自身の演出&プロデュースでも行うなど、さらに活動の幅を広げている。豊富な活動歴に加え、やはり大正大学出身のOGということで、TMJ により親近感を感じてもらえるようにと人選を行った。

実際のナレーションの収録では、Q出し（ナレーションを話し始めるタイミングを合図すること）や、ナレーションの雰囲気演出をディレクターが行う。今回はディレクターである筆者が実際に行ってみせ、TMJにはスタジオ収録の経験をつけさせた。ここでの演出は具体的に指示をするということが大切である。例えば、もう少し高めの声が欲しい時には、「少し高めで」という演出ではどのくらい高いのが良いのかナレーターにはわからない。そこでは「3歳若く」といった具体的な演出が有効となる。また「親近感や親密感をもっとだして」ではなく「八百屋の女将風で」というような演出になることを指導した。

ナレーションの意味と実例、ナレーション原稿作成、そして実際に収録体験という音声について一通りを体験させることができた。

(5) タイトル作成講習会

ナレーションと同様に、一朝一夕で習得できるものではないのが、映像作品のクオリティに直結する作業としてタイトルデザインが挙げられる。これもナレーション講習会と同様に、タイトル作成の講習会と実制作を併せ、今回の映像制作に結び付けられるように企画し実践した。

講師のデザイナーには、自身の会社でデザイン業務を数多くこなしている高橋憲也氏にお願いをした。高橋氏は不動産の広告や店舗のメニューなどの商業デザインを行うデザイン事務所でデザイナーとして活躍し、その後大手生命保険会社のインハウスデザイナーとして活躍された。現在は独立して自身の会社を立ち上げ、デザインに web や映像を関連させより幅の広いデザイン制作を行っている。

映像作品におけるデザインには、タイトルやコーナータイトル、ボイスフォローなど様々な種類の情報がある。そのすべてを一度に教えることは出来ないため、今回は映像作品の全体的なトーンを作り上げるタイトル作成を中心に行った。高橋氏には齋藤氏と同様に、事前に目的を伝えて講義内容の打ち合わせを行い、最終的に

以下の3つを柱としての講習兼実習とした。

- ・『自己紹介』（過去の制作物の提示も）
- ・『今回のタイトルを高橋氏だったらどのようなデザインにするか』（4例の提示）
- ・『4例の具体的な作り方指導』（Adobe Illustrator）

事前に高橋氏に「大正大学における tableau 導入動画」のタイトル案を4つ作っていただき、それらはどのように作るのかという手順を実際にMacを使いながら手順を見せてもらい、その後に同様にTMJが行うことで習得を行うこととした。

タイトルは今回の映像の正式タイトルとなった「INNOVATE! 大正大学の学びは新たなステップへ」を『ポップで動きのあるデザイン』、『先進性を感じさせるデザイン』、『3Dの文字を使ったデザイン』、『メタリックな質感のデザイン』の4パターンで制作をしてもらった。

ここから同じタイトルでもデザインを変えることで受ける印象が全く違うということが提示できた。（図4, 5, 6, 7参照）



図 4



図 5



図 6



図 7

載せた際に、映像作品全体の雰囲気を感じさせ、伝わるようにするのがタイトルの目的である。作り方の実習の後に『ポップで動きのあるデザイン』を例にして、そのイメージが生まれるまでを具体的に講義を行った。

それはタイトルの中にあるステップという言葉に注目し、ステップという言葉から一步前に踏み出すというイメージを喚起する。そして一步前という抽象的なイメージを具体的なデザインにすることで足跡とした。また、INNOVATE!の文字を二重にしてその間を少し開けることで立体的にし、前進した距離を表すというものであった。また躍動感を出すために少しだけ斜めに角度を付けるというものであった。

今回はこの4案の中から『ポップで動きのあるデザイン』が一番今回の映像作品の雰囲気を表しているということが TMJ メンバーの一致した答えとなったため、このデザインを使用させていただくこととした。

(6)「大正大学における tableau 導入動画」のまとめ

以上のようにナレーション講習会、タイトル作成講習会を重ね、TMJ は初めての映像制作を一貫して行った。この講習会の他にも、筆者による動画編集の講習会を行い、映像編集技術を身につけていたりもしたが、今回は紙面文字数の関係からその箇所は省略する。

まとめると、特に綿密に指導を行ったのは、企画を絵コンテにしていく作業であり、制作して上がったものに筆者が赤を入れて直していくという改訂作業を何度も行った。そこで大切なことは前述したように抽象的な思いを具体的な表現にしていくということである。そして何度も出来上がったものをクライアントに提出し、意思疎通を図るということであった。

ただこれも前に少し書いたが、クライアントも素人である。クライアントチェック後に再度抽象的表現に戻ってしまうという堂々巡りもあった。本来であれば代理店がそういったことを回避するようにクライアントの教育という面も

ある程度行いながら話を進めていくのだが、今回の制作は代理店は不在。そして経験のない TMJ ではなかなか解決の難しい出来事となった。

これが TMJ ではなく学生が制作することになっていたとしたら、ダブルバインドと受け止められてしまい途中で制作放棄ということになりやすい。過去に学生に大学の映像や近隣地域の映像制作依頼があっても完成しなかったことがあるのだが、それらの例はこのクライアントに原因がある点が多い。

今後、映像制作を継続化していく際の改善点として、映像制作の流れを理解し代理店的業務ができるプロデューサー人材の経験者が求められる。映像制作には、実際に制作を行う業務であるディレクターと、運用していく業務のプロデューサーが両輪となって進めていくことが大切なのである。

その上で、TMJ は実際の撮影にあたっては PM の制作業務ができるようになる必要があったが、現場経験のない状態でいきなりはなかなか難しい。そこで具体的な機材についてはまたスタジオ管理者の両名に手伝ってもらい、撮影の具体的な方法や準備についてはディレクターの筆者が具体的な指導を行いながら、TMJ にカメラを回させた。それにより完成を迎えることができた。製作開始から2ヶ月近くかかったが、初めての制作においては十分に一連の制作の経験ができた結果となった。

3.「まる一日 TV」制作

「大正大学における tableau 導入動画」を皮切りに、「学生 welcome 動画」、「秋学期からの対面授業での感染予防対策について」VP などの制作を重ねた。映像制作は企画によって制作準備や予算が全く変わってくるが、様々な映像を制作することでプリプロダクションからポストプロダクションの一連の作業手順はより強固に身に付けられた。それらの経験を踏まえ、いよいよガモールTV「まる一日TV」に活かすこととなった。

今回筆者は以下の5つの番組の作成をディレクターとして担当したが、具体的にその制作方法や演出方法をまとめていく。

(1) 地域とつながる大正大学

2020年11月7日(土) A.M7:30~9:30放送。スタジオ収録を主に、連携自治体の現地とスタジオとをZOOMで中継しスタジオの出演者と対話する形とした。制作費を抑えるためにスタジオの美術セットは一切なく、センターに大型モニターを配置し、その両脇にMCとして立川志らら氏、そしてアシスタントに職員で鴨台会事務局の清水瑞衣氏の二人がゲストを交え、進行していく形とした。

立ち位置は画面左手(下手)に司会者(以下MC)画面右手(上手)にゲストとした。これは演劇メソッドから映画における演出にも使用されている主と従の位置の演出である。今回は地域の紹介を主とするためにゲストを上手に置くこととした。そのためゲスト不在の地域では地域紹介を行うアシスタントを上手に置きゲストに近い役割とした。

番組の構成として、制作時間を短縮させるためにアヴァン(タイトル前の部分)をカットし、タイトルからスタートさせることとした。またそのタイトルは、以前タイトル作成講習会の際にお世話になったデザイナーの高橋憲也氏にお願いし作成してもらった。タイトルにもなっている「地域とつながる」というところを一番に表現していただき、そのつなぎ役に大学があるということ表現してもらったデザインとしてもらった。

番組タイトルの後、鴨台会の紹介映像、そして順番に長野県小布施町、三重県伊勢市、松阪市、鹿児島県奄美市、山形県新庄市、宮崎県延岡市、兵庫県淡路市の紹介をしていく形とした。基本的には鴨台会が作成した各地域の説明パワーポイントを流すという演出であるが、全てがパワーポイントであるとは一辺倒になってしまい飽きってしまうため、各地域ごとに一部の紹介方法を

変える形で行った。

長野県小布施市では、スラックラインというロープを使ってその上で飛んだりはねたりする競技の紹介を行ったのだが、その紹介の後に実際に現地で行っている映像を取り寄せて組み込む形とした。それにより、より臨場感のある実際の動きが感じられることとなった。

同様に三重県の松阪市では、鴨台会の三重県支部が行った合同コンサートの映像を組み込んだ。

これ以降も同様に、現地動画の組み込みを行うと、今度はそれがルーティンとなってしまいマンネリ化してしまう。そこで次の鹿児島県奄美市では、地域の紹介のあとに鴨台会の常任理事である渡辺道夫氏にインタビューを別撮りし、構成に加えた。渡辺氏は奄美市へ学生の引率経験もあり、その時に起こった出来事の詳細を語っていただくことができ、非常に奄美市と大正大学の関係のリアルなお話をいただくことができた。

次の山形県新庄市では、新庄市の説明の後に、巢鴨の駅前から大正大学までを会場として行われた新庄まつりの記録映像を、清水氏のナレーションを入れた映像を作成し組み込んだ。それにより番組のタイトルでもある「地域とつながる大正大学」をより体現できるものどできた。さらに新庄市は、現市長の山尾順紀氏が大正大学の出身ということもあり、ZOOM出演していただきリアルなお話を聞くことができた。

宮崎県延岡市では説明の後に、現在の大正大学副学長であり元延岡市長である首藤正治氏にスタジオにお越しいただき、MCと対談する演出とした。これによりZOOMでの対談とまた差別化できた。

さらに地域紹介の合間には鴨台会南九州市部の支部長である野中玄雄氏をZOOMでつなぎ、学生の地域実習の現状について語ってもらった。これによって地域の紹介のみではなく、学生と地域の関係性を表すことができた。

最後に、兵庫県淡路市では、淡路市局長の山中

昌幸氏にスタジオに出演いただき、淡路市局で制作した現地の紹介映像を放映していただいた。この映像は奄美市の映像制作会社に制作してもらったものということで、非常にクオリティの高い、そして美しい風景などの映像となっていた。

このように、地域の紹介を行うにあたって地域ごとに少しずつ違った方法を演出することで一辺倒にならないようにすることができた。これらはこの番組の主体となった鴨台会の方々、そして「まる一日 TV」の制作全体を統括している魅力化推進部の方々、そして TMJ の綿密な計画と準備によって可能となった。そして ZOOM での中継とスタジオ収録を併せるという高度なシステム設計は、スタジオ管理者の協力により可能となった。

この番組のさらなる向上を目指すとするならば、今回は制作時間がタイトだったために各地域の紹介はパワーポイントでのものとなったが、この部分を映像化することである。現地へ行き実際の風景を撮影したり、学生が実習を行っている様子を撮影したりすることでよりリアルな地域と大学の関係性が表現できるであろう。またそのイメージをより広げられるようなスタジオの美術セットや、今回はコロナ禍のため招聘出来なかったが、実際に地域実習に行った学生を登壇させ、MC と対談させるなどのコーナー演出も効果的となるであろう。

(2) すがもオールキャンパス「立川志ららの商店街で街ブラ！ in 巢鴨」

2020年11月7日（土）A. M9:30～10:30放映。オールロケ。MC の立川志らら氏と学生の富田沙樹氏が巢鴨駅前からスタートし、大正大学と連携している巢鴨駅前商店街、地藏通り商店街、庚申塚商栄会を通りながら大正大学まで辿り着く街歩き番組とした。

街歩き番組の制作で重要な点は、事前準備である。一見、演者が気の向くままに歩きながら、気になったお店に入っていくというように見え

るが、撮影には許可が必要であり、またお店のかたは仕事中等であるため急な対応が難しい。そこで事前にリサーチと許可取りが重要になってくる。実際の制作ではまずリサーチャーやアシスタントディレクターが現地へ行き、ネタになりそうな場所を探す。視聴者が知っている店や予想のつきやすいネタでは見てもらえないからである。

今回は TMJ と魅力化推進部がリサーチャーの代わりとして各店舗を周り、撮影許可とおすすめの商品を聞き出すことから行った。また撮影可能時間をヒアリングし、撮影順を決めていった。

しかし番組の構成としては、巢鴨駅前から始まり商店街を歩き、大正大学に到着するという内容とした。それにより巢鴨の駅前から大正大学までの道のを理解してもらい、その道中の魅力を描くためである。しかし実際の撮影順は撮影可能時間で店舗を回っている。そこで注意しなくてはいけないのは日の光である。当日は午前9時から撮影が開始された。この番組は1時間番組であるが、もちろん1時間で撮影が終わるわけではない。1店舗3分の紹介尺でも全17箇所の撮影がある。そして店舗間の移動がある。さらに、許可を取っていても急な来客対応や予想外の出来事が起こるのが通常である。実際に撮影が終わったのは午後5時ころとなった。

今回の制作ポイントとしては、一般的な番組では3倍回し、ドキュメンタリーでは10倍回しと言われる撮影方法を取ることをやめたことである。事前のリサーチで紹介する商品を決めその話のみとし、各店を3分で終わらせるようにタイムキーパーには演者への合図を行わせることとした。それによって撮影した映像をほぼほぼ使い、編集時間を短縮させるという方法とした。そのため事前に出演者には台本で、具体的に紹介する商品と店舗の情報を示しておいた。それでももちろん3分きっかり収録が完了することではなく、多少の素材の過不足は出るようになった。撮影素材が足りない場合は返って編集時

間がかかってしまうので大変怖いことであったが、今回のロケでは長く話をしてくださる店の人が多く、その心配はなかった。だが多すぎても編集に時間がかかってくる。残念ながらとても良いコメントでもカットすることとなった箇所もでた。

今後の改善点としては、今回は撮影許可の取れた店をすべて回る形で行ったが、何かしらのテーマの下で回る店を演出することなどが考えられる。一般的に知られたお店だが、初めて紹介する商品に限ったり、大正大学との関係に焦点をあてた話のみに限ったりという感じである。今回はそのテーマがなかったために残念ながら話が表層的になることが多く、強くメッセージを表現することにはなりにくかった。だが協力してくださる店舗が多く大変ありがたいことであった。この企画をより膨らませ、また丁寧に制作ができるようになれば、各店舗の広告映像にも使えるようになるであろう。そのような形で恩返しができるようになればよいと思う。

また、街歩き番組の撮影ではあまり見えない仕事ではあるが大変大切な仕事がある。それは、通行の際の誘導である。番組中では何事もなく演者が歩いているように見えるが、演者の周りには演者の何倍ものスタッフがいる。カメラ、ディレクター、先回りして店舗へ連絡するスタッフ、交通誘導スタッフなどである。画面上何も問題なく街を歩いて、店に入っていくためには非常に大勢の労力がかかっているのである。そんなスタッフワークを今回は TMJ 及び魅力化推進部が大変綿密に準備を行い、大きな問題なく無事に撮影終了できたことは良いポイントであった。

(3) TAISHO LIFE CLUB and CIRCLE

2020年11月7日(土) P.M1:30~3:30放映。番組前半に室内ロケ、後半にVTR。前半の室内ロケは大正大学構内の体育棟にて収録。後半のVTRは各団体が制作した団体紹介のVTRとした。MCに立川志らら氏を迎え、パフォーマンス研究会、ダ

ンス愛好会、カバディ部、太鼓部、茶道部、バレーボール同好会の6団体を紹介した。VTRは上記以外の団体のものとした。

室内ロケとしての基本的な番組構成は「地域とつながる大正大学」と似るため、MCを主軸にゲストへインタビューする形式とし、上手をMCとした。また、「地域とつながる大正大学」のゲストは基本的にインタビューなどに慣れている大人であった事に対し、「TAISHO CLUB and CIRCLE」に登場するゲストは慣れていない学生が多いことを配慮し、MCが主に回す形とした。

イントロダクションには大正大学学生部の石田充敏氏に登場いただき、大正大学の部活、サークルの特徴や歴史についてを話していただき、よりわかりやすくするために石田氏のお話の上に過去の写真等を被せて紹介する映像とした。また、イントロダクションは学生部が説明を行い主軸として回すため、この箇所は学生部を上手に登場させる構成とした。

この番組も編集時間を短縮するために、一団体の尺の収録時間を予め決め、基本的には団体の魅力、歴史、部員数など同じ質問を行い、その中で魅力的に広げられる内容について時間内に広げてもらうという形となった。またトークの最後には各団体のパフォーマンスコーナーを設け、ジャグリングの実演やダンスの実演、また茶道部はお点前を行ってもらい、より団体の具体的なイメージがわかる紹介となるようにした。

収録方法は、室内ロケであるためスタジオ収録と同様にカメラ3台での収録とし、1 camがMC、2 camが全景、3 camが学生を撮影するように配置した。また編集時間を短縮させるため、カメラごとに記録を行うパラ回しも行いながら、リアルタイムで使う画を切り替えるスイッチングを行い、その結果を収録出来るようにシステムを設置した。これにはまたスタジオ管理者の両名に協力を依頼し、システム設計の打ち合わせを重ねることで作り上げた。

編集方法は、できるだけ学生の元気な雰囲気を出すために、話している内容を画面に文字で

出すボイスフォローを行った。

今後の改善点としては、団体が実際に活動しているところ取材に行き、映像化して組み込むとよりイメージを伝えやすくなるであろう。コロナ禍では各団体の活動自体が制限されているので取材は難しいが、今後の状況に期待したい。

(4)「落語に ZOOM」立川一門の落語バラエティ

2020年11月7日(土) P.M3:30~5:30放映。スタジオ収録。筆者が担当した番組の中で一番のバラエティ色の強いものとした。MCに立川志ら氏を上手に配置し、下手に立川一門の立川志獅丸氏、立川志のぼん氏、立川かしめ氏を二列に配置。2時間尺の番組のため、大きく3つのテーマでトークをしてもらい、各トークの合間に下手の3名に落語を披露してもらい挟み込む形とした。トークテーマは「落語家ってどんな仕事なの?」、「落語家の会話のつかみ術を教えます」、「落語家生活珍道中」の3テーマをMCの立川志ら氏に提案してもらい採用した。そしてそのテーマを事前に出演者に共有していただき、台本上はフリートークとしスムーズな流れで収録ができた。また挟み込む落語は立川かしめ氏は「ん回し」、立川志のぼん氏は「がまの油」、立川志獅丸氏は「子ほめ」をそれぞれ選出していただき実演してもらった。

収録方法としてはトークの3テーマを順撮し、その後3名の落語を構成と逆の順で撮影を行った。トークと落語を固めて撮るのはセットチェンジを1回で済ませ、収録時間を短縮するためである。また、落語を逆の順で行うのは年配者からの収録を行うことで、若手の気持ちを楽にすることの演出である。

しかし番組の構成ではトーク→落語→トーク…と繰り返すことで番組の流れのマンネリ化を抑え、飽きさせないようにした。出演者はトークコーナーの冒頭部では、あたかも落語の演目を聞きそれを受けた形でスムーズに会話の導入が行われている。これはこちらの演出を超えて、

MCや出演者のプロの力量を見せつけた遊びの演出となった。

今後の改善点としては、美術セットをより落語バラエティ風にすることである。今回は毛氈を敷いたのである程度雰囲気は出た。また画面に立体感を出すために4本の柱を立てたが、落語の雰囲気まではまだ出せていない。スタジオ収録にはセットの美術費がかかることを認識し、より制作費をかけることでクオリティが上がってくる。このトーク番組の企画はテーマを変えることと落語の演目を変えることでさらに展開していくことができる。今後も継続可能な番組企画となっているので、美術費にどうか力を入れていきたい。

(5) 光とことばのフェスティバル2020~祈り~

2020年11月7日(土) P.M6:00~7:00放映。スタジオ生放送と収録VTR。このブロックでは筆者は収録VTRを担当した。収録VTRは2種類あり、1つ目は2010年に行われた第一回目の「光とことばのフェスティバル」の模様を収録したドキュメンタリー風のVTRで、2つ目は2011年~2020年までの第二回から九回目までの「光とことばのフェスティバル」の記録をダイジェストVTRとした。そしてその映像を見ながらスタジオのMCやゲストが語るという番組構成となった。

1つ目のVTRは、実は今回の番組用に制作したものではない。これは第一回目の「光とことばのフェスティバル」の企画内に組み込まれていたものである。第一回目は現在の「光とことばのフェスティバル」のように学生がグループごとに全員で1つのものを作るという方針ではなく、グループ内でねぶた制作班と映像班という役割を分け、各班ごとに自分たちの制作記録番組を作るという企画が含まれていた。

これには全体の映像制作の指導と取りまとめを、当時NHKエデュケーショナルのディレクターであった森川健太氏を招聘し担当していただいた。そのため映像の内容は非常に細かく演出されており、各チームの紹介の回や制作途中の

回、また完成してイベントの本番を迎える回など、ひと班につき複数の記録映像が制作された。今回の番組内ではそれらすべてを流す尺がなかったため、イベント当日の回のみを放映することとした。

2本目のVTRについては、各年度のダイジェストを昔のものほど長く、近年のものは短くという構成で制作を行った。近年のものは動画素材が少なかったため、静止画を使用したスライドショーとなっている。

第二回目の「光とことばのフェスティバル」からは、学生は全員でねぶた制作を行うことになったため、第一回目ほど密着した映像記録が残っていなかった。だが、「光とことばのフェスティバル」経験者の上級生による各班へのFA制度が導入されたため、記録も上級生が撮影するという形が行われた。そこで上級生が撮影、編集しまとめた「光とことばのフェスティバル」の映像を素材に、抜粋しながら作成を行った。

また、今年の「光とことばのフェスティバル」を見ると、今までのような記録映像ではなく、YouTubeライブ配信を行うなどのような新たな記録の仕方を行っている。番組化するだけではなく、今後の新たな表現方法が模索されている。

4. まとめ

その他に大正大学出版会の月刊誌「地域人」CM制作を行ったが、これについても今回は文字数

の関係から割愛する。

今回、約一年の月日をかけてTMJへの映像制作指導を行い、その成果として「まる一日TV」の制作までを行ってきた。その成果として映像制作の一通りの経験と制作準備のスキルを身につけさせることができたと思う。しかし一朝一夕で出来ないスキル習得については、ディレクターに関しては今後も筆者が対応しながら指導を行うことで継続的に改善していくことができる。しかしその他に関しては、今後もその道のプロを招聘し、手伝ってもらうことが必要となる。特に映像制作の現場を経験し運用を行うことのできるプロデューサーの必要性や十分な制作費の確保、そして映像制作の制作期間の確保などの課題点は解決していく必要が見えてきた。制作期間に関しては、今回この5番組を約2ヶ月で制作するという私にとっても経験したことのない忙しさとなった。特に最後の2週間は大学に泊まり込みの作業となり、1日20時間近くの作業という状態になったことは改善していかななくてはならない。1年間をかけて、多くてもひと月に1本の制作というスタンスで行えるようにする必要がある。さらに今後も「まる一日TV」を継続するのであれば、今回の番組の中から継続番組の選定と新番組の企画立案などの企画会議を行い、コンスタントに制作が行われる体制づくりが必要であろう。そのためにもプロデューサーの役割が非常に大切になってくるのである。

参考文献

- 1) 高橋弘樹：TVディレクターの演出術—物事の魅力を引き出す方法、株式会社筑摩書房、2013.
- 2) 鈴木おさむ：新企画 渾身の企画と発想の手の内すべて見せます、株式会社幻冬舎、2016.
- 3) 伊藤隆行：伊藤Pのもやもや仕事術、株式会社集英社、2011
- 4) 加地倫三：たくらむ技術、株式会社新潮社、2012.
- 5) 栗原美和子：テレビの企画書 新番組はどうやって生まれるのか、株式会社ポプラ社、2015.
- 6) 川本裕司：テレビが映し出した平成という時代、株式会社ディスカヴァー・トゥエンティワン、2019.
- 7) 図解 テレビに学ぶ 中学生にもわかるように伝える技術、株式会社ディスカヴァー・トゥエンティワン、2015.