



| | |
|--------------|---|
| Title | out of the blue : 地域資源を「物語」で描く |
| Author(s) | 高橋, 紀子 |
| Citation | デザイン理論. 2023, 81, p. 66-67 |
| Version Type | VoR |
| URL | https://doi.org/10.18910/91070 |
| rights | |
| Note | |

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

out of the blue

地域資源を「物語」で描く

高橋 紀子 福井工業大学大学院在学

はじめに

福井市総務部広報課が主催した「リアルローカリズム つながり広げる事業」の一環として制作した、地域プロモーション映像作品を発表する。本事業は、インナーブランディングによるシビックプライド醸成を目的とし、福井市の魅力を福井県内在住者へ発信することが主な目的であった。2020年3月、本事業の構想がまとまると、同年4月25日から6月25日まで映像企画の一般公募が行われた。全国から応募された31点より、市内の大学教員らによる審査を経て3点の入賞作品が決定された。次に福井市内の大学（福井大学・仁愛女子短期大学・福井工業大学）の学生に対し、それぞれ3本すべての映像制作が依頼された。同年7月29日、福井市広報課と各大学の学生や教員、マスコミ関係者によるキックオフイベントがオンラインで開催された。入賞企画3点のうち、野村健一氏の企画「青い季節の風景画」の映像制作を、筆者が担当することとなった。

制作プロセス

本作「out of the blue」は、野村氏の原案「青い季節の風景画」を元に、撮影用にシナリオを再構成し制作した7分の作品と、そこから表現要素を抽出してTVCM用の1分に再編集した作品の2種類の映像作品である。野村氏の原案の概要を表1に示す。

この原案を脚色し、ストーリーを創作するにあ

表1 「青い季節の風景画」の概要

| |
|---|
| ローカル線「えちぜん鉄道」を通学で利用する高校生男女の日常生活を描く。さまざまな季節と一緒に過ごすなかで、徐々に親密になるが、最後は別離を歩むことになる二人。彼らが大切なものを「喪失」する物語を通して、なにげない日常生活を愛おしく感じることの重要性や「ありふれた日常の尊さ」を伝えたい。 |
|---|

たり、「人という地域資源をどう効果的に描くか」が最大の焦点であった。本作においては、原案の柱である「えちぜん鉄道を背景としたありふれた日常の尊さ」を、いかに映像で表現するかということである。

表2 「out of the blue」のストーリー

| |
|--|
| 和也と未知は、福井市にある同じ高校に通う同級生。和也がよく街の風景をカメラで撮り SNS で発信していることを知った未知は、和也とともに福井の街を巡りながら「なにげない、どこにもある風景」を一緒に記録していった。いくつかの季節を通して、和也と未知は親密な関係になっていく。そんな未知は、近いうちに遠方へ引っ越しすることが決まっていた。和也にそのことを打ち明けると、ふたりの関係はぎこちなくなってしまう。和也と一緒に下校する最後の日、和也が電車で乗り込んだ瞬間、突然に未知は、ずっと言えなかったひとこと「好き」を告げる。そのころ世界は、新種のウイルスの猛威によって街に出ることすらままならない状況へと変化していった。未知が引っ越しをし、さらにウイルスの猛威によって未知と会えなくなった和也は、未知と撮り続けた写真の数々を眺めていた。和也は未知との思い出を街の風景に重ねながら、あらためてこの街の魅力に想いを馳せる。未知とまた会える日まで、一緒に歩いたこの街の景色を、世界中の人々に発信し続けようとして強く心に想うのだった。 |
|--|

「ありふれた日常の尊さ」を表現するために、現実世界に起こっているパンデミックという事象を身近にいた人物の不在と重ね合わせ、「当たり前」の日常が失われた世界を描くことにより、日常が突如として非日常に変化するこの世の不条理を、リアリティのある物語として描くこととした(表2)。

本作の撮影時は、コロナへの社会の対応が決まっていなかったため、えちぜん鉄道の車内やホーム、その他のロケーション撮影(図1)

表3 「out of the blue」撮影機材一覧

| | |
|-------|---|
| カメラ機材 | pocket cinema camera4k (Black magic 社) 50mmT1.5AS UMC (SAMYANG 社) LUMIX H-FS12060 (Panasonic 社) |
| 録音機材 | H4n Pro handy recorder (ZOOM 社) CVM-V 30LITE (COMICA 社) |
| 編集ソフト | DaVinci Resolve17 studio (Black magic 社) |
| 音楽サイト | Artlist (http://artlist.io/) |

は手探りの状態であった。表3に示した撮影機材を使用し、脚本・監督・撮影・照明・録音・編集を筆者が一人で兼務する制作方法で進めたため、密になることを回避できた一方、プロジェクトには時間的な制約があり、さまざまなカットを試しながら、じっくりと街並みなどを撮影することはできなかった。



図1 「out of the blue」場面写真

「画」として、魅力的に表現する方法を試行錯誤した結果、「ことばの力を最大限に活かして物語る」という方法を選択した。プロの俳優ではない学生を配役したため、表情と声のそれぞれの演技に集中できるように、撮影と録音とを分ける撮影方法で制作し、7分版のフルバージョンでは筆者自身が主人公のナレーションを担当した。また、CM用の1分版では、学生と筆者の男女の掛け合いでナレーションを担当し、「声」と「ことば」を重要視する演出を行った。

リアルローカリズム動画CM発表会の開催

2021年1月31日、JR福井駅前ハピリンホールにて「リアルローカリズム動画CM発表会」が開催された。このイベントでは、シナリオ入賞者の授賞式や各大学の学生が制作した作品の披露と制作意図のプレゼンテーション、そのなかからTVCMとして放送される動画1本を選出するコンペが行われた。

映像の専門家2名および福井市総務部長による審査が行われ、筆者が制作した1分版が最優秀作品賞に選出された。その結果、TVCMとして2021年3月7日から計9回にわたり民放で放送された。また、福井ケーブルテレビ内での放送のほか、YouTubeや福井市が主催する各種イベントなどでは、すべての学生作品が放映されることとなった。

アンケート調査の結果と評価

本作の7分版は、第3回日本国際観光映像祭「日本部門 旅ムービー部門」で優秀作品賞、一般社団法人日本ポストプロダクション協会主催JPPA AWARDS 2021」学生技術部門の審査員奨励賞を受賞した。

本作についてのアンケート調査を、研究として行った。楽天インサイト社に依頼し、ランダムに抽出した福井県在住者100名を対象に、地上波で放送したCMの印象評価をアンケート調査した。印象についての評価は制作意図どおりの結果となったものの、94%が作品を「見たことがない」ことがわかった。この結果を福井市広報課に報告し、「広報効果の実際と発信方針の見直し」の必要性を建言した。

「リアルローカリズム つながり広げる事業」の成果を受け、福井市では本年度、福井市の魅力を動画で広く発信するYouTuber（ふくチューバー）を養成する講座を開始した。現役のYouTubeや映像クリエイターを講師に招き、受講生が魅力ある動画の制作を学び、地域の魅力発信を盛り上げる事業である。

おわりに

本作の制作を通して「地域資源を物語で描く」ことは、どういうことかを終始考えた。作品は完成し、プロジェクトは無事終了した。しかし、もちろん問いに対する最終的な答えが出るわけではない。この問いに対峙し、検討し議論し作品を制作するプロセスそのものが、地域資源の正体を徐々に発見することではないだろうか。

本発表も、紡がれていく「物語」のひとつの通過点である。研究や作品の制作を通して、さらに「地域資源を物語で描く」ことの追求を続けていきたい。

参考文献

高橋紀子、川島洋一、「地域プロモーション映像における物語表現の試みと効果 福井市PR映像「out of the blue」をめぐる」、日本デザイン学会 デザイン学研究作品集(27)、2021