

学校紹介テレビ CM 作成の指導研究

穴 田 成 人 (明星高等学校)

◆はじめに◆

ビデオカメラで撮影した動画をパソコンに取り込み編集し、完成版をファイルとして出力するという動画編集のプロセスはソフトウェアで管理し実行できる。デジタル処理により撮影、編集は誰もが容易に行えるようになり、さまざまな場面で動画が活用されるようになった。

本校では生徒会など、情報を発信する手段として動画を取り扱う生徒が増えてきた。

このような状況の中で情報教育の一つとして学校紹介テレビ CM 作成の試みが行われるようになってきた。

CM 作成は単なる情報伝達にとどまらず、僅か15秒（日本における CM の最小時間）の間に相手を振り向かせて情報を伝える技術が求められる。

平成22年より情報科教員による「情報教育交流会」において学校紹介 CM コンテストを行うことになり、総合実習として6時間程度授業の中に取り入れてきた。

しかし、ソフトウェアの使用法の指導に時間がかかり、実際の撮影、編集の時間は3時間程度しか取れないことが多く、作品のレベル向上には時間数の増加と事前指導の必要性を感じていた。

今年度は指導時間数を増やし、ソフトウェアの使用法と CM に必要な各要素の指導研究を行った。

◆本校の「情報」の授業時間◆

高校1年生、2年生でそれぞれ1単位、合計2単位の履修としている。学校紹介テレビ CM 作成は2年生全9クラスの一年間の最後の総合実習として実施した。

◆総合実習としての取り組み◆

ビデオカメラ、デジタルカメラ、スマートフォン、ケータイの動画撮影機能の進歩により、誰もが気軽に動画撮影ができるようになり、家族や旅の記録を簡単に編集して動画で残せるようになってきた。また、インターネット上の動画サイトも増加の一途をたどっている。このように簡単に扱える動画ではあるが、学校紹介テレビ CM の場合は次のことに違いがある。

1. 15秒という限られた時間の中で、相手を振り向かせて、目や耳に伝える情報伝達である
2. CM では、映像、ストーリー、コピー、ナレーションなどが必要で、それは学習しながら作り上げていく創作物である。
3. 学校のイメージアップを伝えるにはどうするかという問題解決である。

4. 良い作品は学校の広報活動で紹介することも考えられ、作成の励みにもなる。

学校紹介テレビ CM の作成に取り組んでいる「学校紹介 CM 作成研究会」の各校の使用するソフトウェア、授業時間配分は次の通りである。

| 学 校 名 | ソフトウェア | 長さ (秒) | 授業時間 (時間) | | | | | |
|------------|----------|----------|-----------|-----|-------|-----|------|--------------|
| | | | 概 論 | コンテ | 撮 影 | 編 集 | 発表評価 | 合 計 |
| 東京成徳高等学校 | ムービーメーカー | 15 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 10 |
| 東京成徳大学中学校 | ムービーメーカー | 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 学芸大学附属高等学校 | iMovie | 15 30 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 12 |
| 自由学園高等部 | ビデオスタジオ | 15 | 1 | HW | HW | HW | 1 | 2 + α |
| 豊南高等学校 | ムービーメーカー | 15 30 | 2 | 1 | 4 ~ 5 | | 1 | 8 ~ 9 |
| 明星高等学校 | ビデオスタジオ | 15 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 8 |

HW は宿題

他にソフトウェア使用方法の指導時間を含むが、各校の時間差は大きい。

◆ソフトウェア使用方法◆

次の事柄を理解し、使用できることを指導目標とした。(阿部 2011, 1-112)

- ・アスペクト比、HD、NTSC 等の用語
- ・カスタムフォルダの作成 (動画の仕分け)
- ・動画ファイルの取り込み
- ・トランジション
- ・トリミング (全体を15秒ぴったりに調整する)
- ・オーバーレイ
- ・トラック数の増減
- ・アニメーション (タイトル)
- ・フィルター (動画、タイトル)
- ・音声、音楽の使用
- ・動画ファイルの書き出し (MPEG2)



見本と同じものを目指して編集

プリントを配布して、全体の説明を行った上で、次のような模擬 CM 作成教材を用意した。これは PDF ファイルと完成動画の見本を見ながら作業をしていけば、誰もが15秒の CM 的な動画作成をしながら上記の指導事項を学べるというものである。

「先生には聞かない」、「生徒どうして相談してもよい」、という条件で各自が取り組む課題として実施した。

1. 学校内の正門、木立、講堂、校舎を撮影したそれぞれ10秒程度の5つの動画を教材フォルダに用意する。(編集で使用する動画)
2. 生徒の声で録音した音声を教材フォルダに用意する。(編集で使用する音声)
3. 作成手順を示した PDF ファイルを配布する。(編集画面と PDF を切り替えながら作業をする)
4. 完成動画の見本を用意する。(正面のモニターに作業開始から終了までくり返し映す)

クラスによっては活発に情報交換しながら作業を進めたところと、ほとんど無言で個人レベルの取

り組みをしたところがあった。生徒の感想では、この課題に興味と関心を示す生徒が多かった。

◆学校紹介テレビ CM の作成にあたって◆

現在テレビで流れている CM や、これまでの生徒作品で良いものを参考に見せることはしない。CM はその気になればいつでも自宅で見られるし、過去の生徒作品を見せると、それを模倣する場が多い。

作品作りのポイントは次のように指示した。

1. 学校が CM の依頼主で、生徒は CM を作成する広告会社であると想定し、依頼主から学校のイメージアップを目的とした CM 作成の依頼を受けて、それに応える CM を広告会社が作成する問題解決である。
2. 言いたいことは1点に絞れ。(鷹野2009, 32)
3. 15秒の小さな箱に詰まった物語。(鷹野2009, 22)
4. ユーモアやオチがある展開。
5. やっぱり親しみや共感が持てる CM は強い。(鷹野2009, 29)
6. 模倣は幻滅。
7. 著作権を侵害しない。
8. 教職員等働いている人を出演者にしない。

◆コピー◆

CM の中で表現するコピーは映像と音声の組み合わせでさまざまに展開できる。

コピーを指導する上で、次のことを参考にした。

1. 「なぜ『短く』書かなければいけないか。」(谷山2011, 44-52)

「短くてシンプル」な方が受け入れられやすい。また、人から人へと伝わる「流通力」もある。

2. 「コピーと文学の違い」(宣伝会議編集部2007, 30)

文学は読もうと思う人が読む。古典として残る。

コピーは読む気のない人に話しかけ、振り向かせる。今の時代にしか生きられない。

コピーの発想法として、次のことを参考にした。

1. 「『描写』じゃない。『解決』なんだ」(谷山2011, 54-57)

描写だけより、現状を解決しようとしているコピーへと発想する。

2. 「だから～の発想。だから・だから～の発想」(石原2008, 20)

発想した事柄から、それを基にしてさらに新しい発想へと続ける。

コピーは日常さまざまな形で目や耳に入って来ている物ではあるが、例として、

「この星に新しい海が生まれた」 (東京ディズニーシー)

「そうだ 京都、行こう」 (JR 東海)

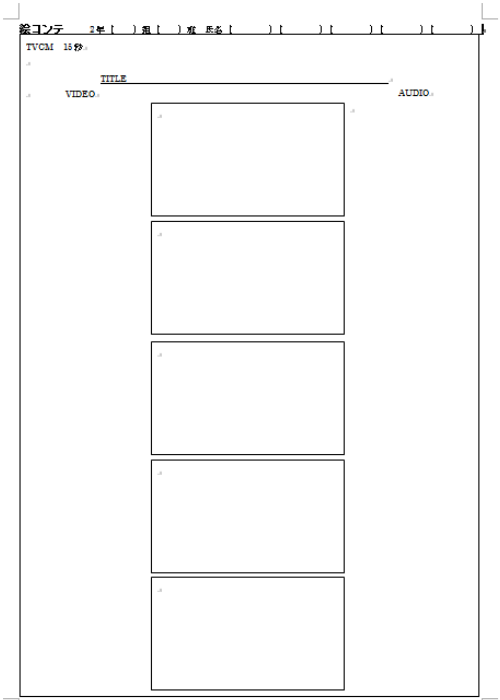
などを指導に用いた。

◆絵コンテ◆

絵コンテの作成からは3～5名のグループ活動とした。

絵コンテの作成はグループの中での共通理解と他の人への内容伝達のためのものであり、具体的に記入することを求めた。

中央に動画の略図を描き、その左は VIDEO、右は AUDIO とし、それぞれ視覚、聴覚に訴えるものを分けて記入した。また、AUDIO は SE：効果音、N：ナレーションの形式で示し区別した。(宣伝会議編集部, 37)



◆撮影、編集◆

撮影には HD 動画の撮れるデジタルカメラを用いた。手振れを防ぐためには3脚は必須である。

音声は IC レコーダーを用いてアフターレコーディングした。

さらに、音楽は編集ソフトに組み込まれている著作権フリーのもの、または各自が演奏したものや MIDI の演奏ソフトで作成したものを用いた。

◆おわりに◆

今回はコピー、ナレーション、ストーリーなど創造性を促すところを重視し指導した。絵コンテ作成の時間を十分とった。まだまだ施設を紹介して終わる作品作りに進む傾向はあったが、この実習を通して、社会での情報発信の仕方を考え、学校のイメージアップをどうするかという問題解決をさまざまな切り口で展開する生徒達の活動を見ることができた。



図書室前で撮影



グループで編集

参考文献

- 阿部信行、2011年、VideoStudio X3 完全ガイドブック、グリーン・プレス
 石原雅晴、2008年、発想するコピーライティング、宣伝会議
 宣伝会議編集部、2007年、広告クリエイターの素、宣伝会議
 鷹野義昭、2009年、CM 好感度 No.1 だけど モノが売れない謎
 谷山雅計、2011年、広告コピーってこう書くんだ！読本、宣伝会議