はじめに

自主制作アニメの作り方

本書は、私たちのチームで制作した自主制作アニメ「Bite the Bullet」を具体的な事例として、今後 1 ～ 10 人前後の小規模な体制で 3DCG アニメを作ってみたい人に向けて、私たちの得た知識や経験を提供するものです。
オオッ!と人の心を打つ作品を作ってみたい方は是非ケーススタディとしてご活用ください。

セルルック CG の自主制作アニメを作ることをゴールに、実用的で誰がやっても再現性がある内容になるように努めています。次のリンクから実際の作品やブレイクダウンを見ながら今後の皆さんの制作の糧にしていただけたら幸いです。

Youtube
https://www.youtube.com/watch?v=3P8tJE

YouTube

▲自主製作アニメ「Bite the Bullet」の Youtube はこちらから

アニメ「*Bite the Bullet*」で掲げた三本柱

チームで映像を作り上げる試みは困難の連続です。経験のない人、目標や取り組むモチベーションもバラバラな中スタートすることもあります。こうした多様なメンバーのチーム制作に取り組むうえでプロジェクトを成功に導くことが出来るかは監督やマネージャーの采配次第。

良いものを作るために何が必要だろうかと考えた時、まずは監督やマネージャーが制作の核になり、イメージを持つこと、**こういうものが作りたいんだという方向性をはっきりさせることが必要**でした。

この作品で主人公の行動を通して伝えるのは時勢を反映した生きる事への向き合い方です。若者たちの心に届くようにメッセージを込めたアクションエンタメ作品を目指しました。

目標は誰にでもわかる言葉で共通認識を作らねば、チーム全員が理解して同じ目標に進むのは難しい。

そこで、制作にあたり作品のウリ（手を抜けない要素）となる 3 本柱を分かりやすく設定しました。

三本柱

❶その世界に生きるキャラを魅力的に描く。
❷3D アニメの雑味を一切排除し、親しみ深い作画のような魅力をセルルックアニメで表現する。
❸カッコいい戦闘シーン。

これらを示したことにより「誰にどんなものを届ける」のかが定まるので、結果として作品にもチームの目標にも芯が生まれた思っています。

これが視聴者の求めるアニメであり、多くの人の心を打つ作品となると信じています。

セルルックアニメはフォトリアルとの市場の違いや、コストの差もあり、商業アニメとして違うフィールドでの需要があります。しかしセルルックアニメが作画アニメの真似になるだけでは作画アニメにあるデザイン性という強みを超えるのは今の段階では難しく、作画アニメが出来る人が少なくなっているから作画アニメの置き換えをしようとしている現状、次世代では CG ならではの進化をしていくことが求められています。

今回はそんな新たなセルルックアニメを作り出す挑戦として様々なアプローチから取り組んでいきました。

企画 / 構成

あらすじ

『もし今日という一日を無限に繰り返すとしても、
それでもなお、その生き方を肯定できますか?』

主人公は朽ちた異形達の街に住む唯一の人間の少女。

神に祈り、時間を繰り返す力を与えられた彼女は、ひたすら同じ一日を繰り返していた。

物語の舞台となるのは通称ルサンチマンと呼ばれる霧のロンドンを思わせる朽ちた異形達の街。天変地異により死のガスと意思を無くした異形の世界となった中、自身の最後の時を何度も繰り返すことになるが .....

企画意図

◇自分の訴えたいことについて描く

この物語は、面白い作品を描くためにも、短い期間のためリサーチの観点からも、自分の関心ある出来事についてを映像化しています。

この物語を読み解くキーワードは自立と挑戦です。主人公の行動を通して伝えるのは、時勢を反映した生きることへの向き合い方。現代の病理や若者の生き方、劣等感を抱え社会での居場所を求める若者の心に向けたメッセージです。

イソップ物語に「すっぱい葡萄」という話があります。

狐が届かない果実をどうせ酸っぱいと妬む話です。

これが手が届かないものには価値がないと考えてしまう思考構造です。

これにより行動する前に否定する癖がついている人も多いでしょう。

日々の現状に文句を言いつつ失敗を恐れ大きな変化に抵抗する人々がまさにそれで、慣れ親しんだ生き方を楽だと思い込み、挑戦することによる変化は苦痛であるとみなすようになるのです。

行動しないから結果が分からない。それは言い訳の余地を残す生き方となります。

さらに他人に許可を求めると他人の責任にすることになり、自分がリスクを取って挑戦して自分の力で変えたという達成感がありません。こうして劣等感が積み重なっていくのです。

現状を認めるか、リスクを取って挑戦するか。どちらも選んでいない。だから今も楽しめないし、未来に成功もありません。失うものもや守るべきものは何もないのに保身に入るのは、まるで空っぽの金庫を一生懸命守っているようなものと言えるでしょう。

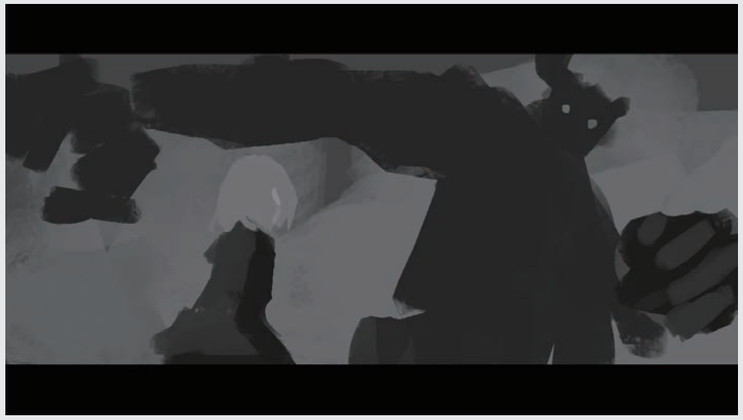
このアニメは、今日の生き方を誇りを持って肯定し続けるため、現状を変えたいと願うなら、自分たちで未来は作っていくこと。今を変えろというメッセージを込めて制作しています。

主人公のイヴは普通の幸せを願う少女です。しかしただ一人の人間は周りから迫害され、あるべき教育も受けてないし、まともな生活を送ることが出来ない。未来へ進むことを拒否するその行為は、自分自身と向き合うことへの逃避でした。

そんな主人公が現実と向き合い幸せを掴む様子を描くことは時代にマッチしたエンタメとなると信じています。

実は私自身元々化学会社に勤め、エンタメとは全く違う仕事を生業にしてきました。その間も創作活動は続けておりましたが、自分の中でどうせ仕事にはならない、趣味なんだと挑戦せずに諦めていました。

しかし、将来への不安を抑え込んで踏み出した一歩は、自分自身の可能性を大きく広げていきました。これは私自身の自叙伝ともいえるのかもしれません。



▲企画時に描いた絵コンテ

コンセプトの作り方

◇コンセプトは視聴者を引っかけるフック

コンセプトとはパッケージであり視聴者を引っかけるフックの役割であり、その作品だけの魅力です。視聴したいと思えるかどうかはこのコンセプトで決まってきます。どれだけキャラクターが魅力でも、いかにテーマが深くても、見てもらうことで初めてその価値を示せるのです。

キャラに頼らずこれだけで見たいと思わせるアイデアを練ってコンセプトにする必要があります。

それが**対立を予感させるものであるとドラマを生み出します。**その結末がどのように終わるのかを知りたくて物語を見続けるのです。根底にあるのは疑問。それを知りたいと思わせられたらつかみは成功です。

コンセプトの例として以下のものがあります。その考え方の切り口を（）内に示しました。

コンセプトの切り口

■タイタニック	➡沈没する豪華客船	（物語のつかみ）
■さかさまのパテマ	➡重力が逆転した恋人	（対照的な登場人物）
■ジュラシックパーク	➡現代によみがえった恐竜	（対照的な登場人物と環境）
■運び屋	➡90 歳の運び屋	（常套句を変える）

今作でいうと『**時の止まった世界に捕らわれた少女**』（**登場人物が経験する最悪の出来事**）というのがコンセプトです。これを『**人間嫌いのミュータントの中で育った唯一の人間**』（**対照的な登場人物と環境**）とした場合、注目するポイントが変わってくるため、世界観は同じでも全く別の切り口からストーリーが展開していったでしょう。

キャッチコピーの作り方

『今日無限に繰り返すとしても、その生き方を肯定できますか?』

コンセプトとキャッチコピーとタイトルは似た関係にあります。どれも作品を見てもらうためのフックとしての役割は共通しています。

キャッチコピーは想像力を掻き立て、相手の行動を動かし行動させる視点を持つことが重要です。**人を動かすのは論理より感情**の部分であり、こう面白いんだよとメリットを説明された文章では納得はしても行動には移らないものです。人は結局、想像力のスイッチを入れられた後、感情によって行動してその後、行動の正当化を行っているように思います。表面的なメリットのアプローチではなく、**本当に心を動かすコピーとは、ターゲットの興味、本音、悩み、社会的立場、承認欲を徹底的にリサーチすることで生まれているのです。**

今作のキャッチコピーは『**今日を無限に繰り返すとしても、その生き方を肯定できますか?**』

やりたいことがあっても諦めていたり、怠惰や表面的な駆け引きに生きることも少なくない。そんな人に向けて投げかけられた問いです。

キービジュアルとともに発表した**このコピーで意識したのはターゲットへに対する関係性の強調**です。皆さんも経験があると思いますが、人は自分と関係がないと判断されたものは気に留めないのです。

言葉そのものに込められたメッセージに対してハッと来る人や、ニーチェの思想を好む層に対する共感もあり、ループものというジャンルを想起させて、それを好むファンに対して自分の関心と関係がありそうと思われるようなアプローチをとっています。

▲キービジュアル。キャッチコピーは、自分事として想像でき、現状の問題に相手が自ら気付けるような問いを投げかけることによって、見た人は現状の問題を再確認し、心理的にもどうにかしたいと思うようになり、「見てみよう」という行動に発展するのです。

タイトルの作り方

◇タイトルは先入観を与える

魅力的なタイトルがついていれば先入観を与え、それだけ視聴者の興味を引くことが出来きます。

では魅力的なタイトルとは何か。例えばバック・トゥ・ザ・フューチャーのタイトルが逸材なのは、短いのに**好奇心を煽る複数のアイデア**の組み合わせで出来ているからです。

流行りの漫画作品のタイトルを調べてみてください。ラノベのように長いタイプのタイトルはコンセプトがそのままタイトルになっているのが分かるかと思います。コンセプトはパッケージのようなもので視聴者を引っかけるフックになるものといいました。

タイトルを見た時に、**それで結局どういう話？となりにくいから掴みが非常にいい**のです。

SIDE：Back to the Future

タイトルの工夫

❶ジャンルを感じさせる。
❷主人公の目的を感じさせる。
❸”戻る”と”未来”の対比。
❹未来に帰るという言葉遊び的な言い回し。

では今作「Bite the Bullet」はどうでしょうか。

SIDE：Bite the Bullet

タイトルの工夫

❶Bullet という単語から銃を撃つアクションものであることは想像できる。アクションが好きな人には比較的興味を持ってもらいやすい。
❷Bite the Bullet は慣用句である。いやな事に敢然と立ち向かうという意味だ。主人公が立ち向かうべき問題をタイトルで表しているため作品に込められたメッセージも伝わりやすい。

ロゴの工夫

作品の印象を鑑みて細身なセリフ体の既存のフォントからロゴ作成しています。

このタイトルロゴにはいくつかの工夫があります。
❶文字の形をひっくり返すと銃を象っている。
❷ウロボロスとメビウスの輪を表している。
❸十字架のあしらいと文字の壊れ感、字間を詰めることで切迫感を演出している。

メビウスの輪が欠けているのはループからの脱け出すことを暗示しているからですね。ちなみに相棒の胸に入っているものは完全なウロボロスです。

▲ロゴデザイン：川端侑弥 , シンボルデザイン：重田勇輔

テーマに込める想い

◇テーマは視聴体験に意義を与える

今回のテーマは**「永劫回帰」**と**「アンチニヒリズム」**です。言い換えると**「自立と挑戦」**です。

例えるならバッターボックスに立ってバットを振らない生き方を否定するのが今回のお話です。行動しないから結果がわからない。これは言い訳の余地を残す生き方でニヒリズムの特徴でもあります。ホームランか三振か、どちらも選んでいない。

だから今も楽しめないし、未来に成功もない。バットを振らない人生は終わりにしようというメッセージを込めています。

変えたいという想いがあっても祈るだけでは解決しません。人は**行動した事実によってのみ人は変わります**。何かを始めた時、その何かの分だけ人は変化することが出来るのです。

思想性が高く、より深くテーゼを際立たせるなら**反論と対比**もしっかり描くことも必要です。

そこでアンチテーゼとして、ニヒリズムなイヴの性格、ミュータント化し、自分の意思を持てなくなった人のメタファーとして相棒をデザインしています。

常に他人に許可を求める依存した生き方。神に祈るイヴ。素直が良いとされる教育。全てアンチテーゼとして表現しています。

※ニヒリズム＝道徳や倫理は敗者や弱者が作り出した、自分を正当化するための道具ための道具だ。従って「全ての物事や自分の人生に対して目的や価値なんてない」というニーチェの思想。
※永劫回帰＝今日という一日が未来永劫無限に繰り返されたとしてもそれでもなお肯定できますか？信念のもと誇りが持てる生き方をしましょう。怠惰や表面的な駆け引きに基づいて生きることはなくなるはずだというニーチェの思想。

◇よく出来た映画では最初のシーンで最後に答えられる問題を提起する。

——ベラ・バラージュ

『もし今日という一日を無限に繰り返すとしても、それでもなお、その生き方を肯定できますか？』

これが物語の冒頭の問題にある提起です。冒頭の引き金を引かない絵と、最後に相棒に対して引き金をかける絵との対比が、話のテーマである自立と挑戦（問題に向き合うこと）というテーマに繋がっています。

最初のシーンで最後に答えられる問題を提起するという構造は、より一層**見終わった後のラストショットと、そこに浮かび上がる Bite the Bullet というタイトルにも含みを持たす**ことが出来ています。

テーマは常に語るべき

テーマは常に語るべきと私は考えて作っています。なぜなら、多くの人は映画を**頭を使ってみる人は少なく**、注意を払って映像を見るわけではないため、常にテーマに沿って**一貫性のある作り方をしないと届かない**のです。

映像というのはメッセージ性が高いもので、カメラワークから物の配置、演出の仕方による絵の支配力が高いので、多くのことを伝えられるメディアです。特にアニメにおいては、そこに必ず意図があり描こうとしたからこそ、そこに存在します。正しい意図を持って配置出来れば作品以上の価値を伝えることが出来るでしょう。

大事なのはテーマを主人公の**行動を通して見せる**ことです。これをセリフで説教のように語ってしまうことほど冷めることはないでしょう。主人公の行動や、ビジュアルコンセプト、仕込んだ演出全てからテーマを語ることで、はじめて感情を動かせるのです。

世界観の作り方

◇街はランドマークやワンモチーフで形成する

テーマを象徴するランドマークのような建物があれば、街としてのキャラ付けになり、ワンモチーフで全体を構成することで、一貫性が生まれます。

今作ではそれの役割を教会が担っています。ルサンチマンに支配され人々が神に祈る街。いたるところに教会がある街です。それが今作の舞台です。

世界観を示すショットでは教会の十字架が映るようにすることでテーマを示し、視聴者を独特の世界観に引き入れます。

◇疑問を提供する

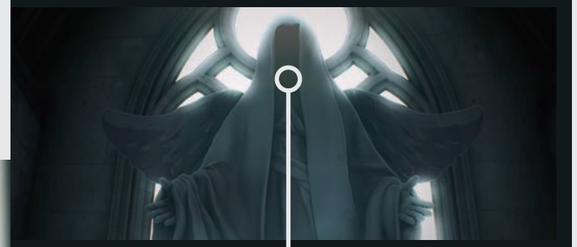
世界観を伝えるなら導入は重要です。

導入は聴衆の興味を引くことに徹しています。

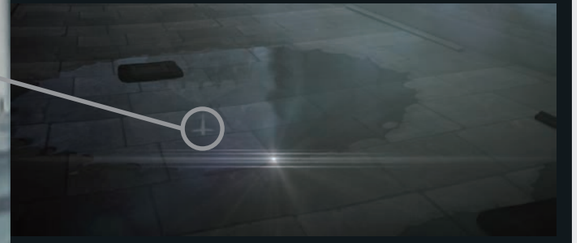
興味とはまずは疑問です。疑問を抱かせることで想像力を刺激し、期待感を持たせる。**謎により心理的に聴衆を話の当事者として参加させることになる**のです。そもそも始めは**誰も自分の話に興味ないという前提があります。**そこで巧妙に仕込まれるより、あえて視聴者的に分かりやすい程の疑問を持たせることが、面白さを出すために必要となります。

◇絵に込める意味

ここに示した一例は全てバックストーリーを感じさせるものです。これにはキャラに関するものと状況にまつわるものがあります。これがあることで視聴者の心に対する訴求力が生まれると思っています。



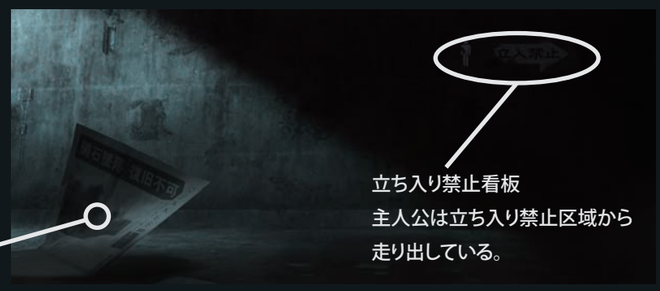
神様の像
顔のない神様。



駅
現代の面影が見える世界観。

看板
髑髏とガスマスクのモチーフでこの先危険地帯であることを伝えている。

新聞
この物語が始まる前の様子を伝える。



立ち入り禁止看板
主人公は立ち入り禁止区域から走り出している。

世界観の作り方

◇絵に込める意味

今作では、作品内で多くを語らずに**絵で主人公のバックボーンや世界観を表現しています。**

なぜこのようにしているかと言えば、例えばフリクリのメディカルメカニカの施設はアイロンの形になっています。

この作品はこういう建造物がある世界なんだなと納得する一方で、なんでこんな形なんだろうと疑問に思う仕組みです。そして物語が進み、その組織理念である均等圧力の象徴ということが分かったときに、ようやくパズルがハマるのです。作中で語られてはいませんが、だからこそ、こうして**自分の力でそこに意味を見出せたときは何よりの快感になる**のです。

こうした面白さは現代における SNS 時代における非常に強烈な武器になります。

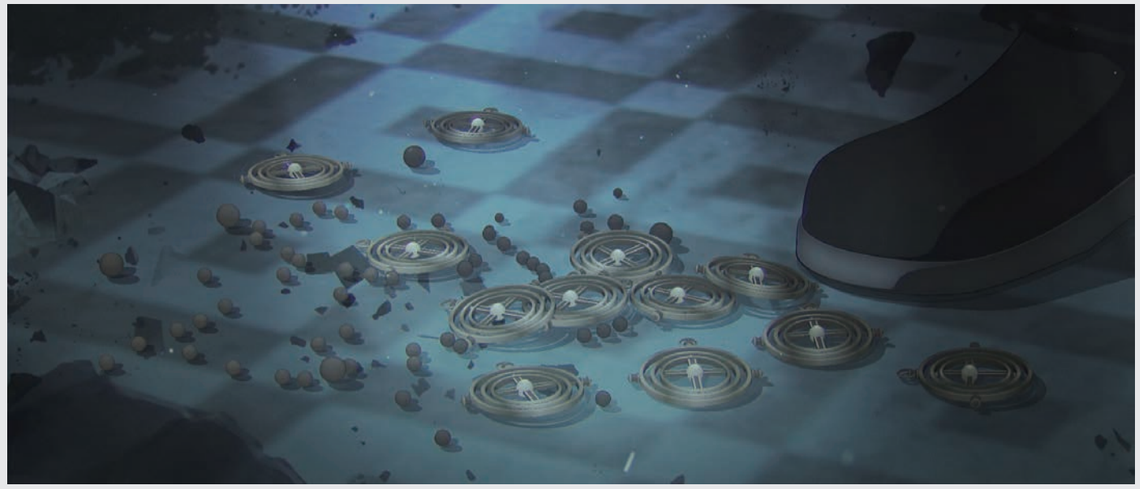
人には**物語に隠された疑問の答えを想像してしまうと他人に語らなくてはいられなくなる心理があります。**

この心理作用を利用することで、共感を呼び、面白さを波及していくことが出来るのです。

God is here ？と書いてある。

落書きは市民の本音が現れるモチーフです。

「？」の色だけが赤くなっている。何者かによって書き足され逆の意味を持つ言葉に変えられてしまったのか。神が死んだ世界。管理者不在の世界を暗示する。



▲なんでここにロザリオ落ちてるんだろう … もしかして何度も巻き戻ってることを暗示してるのかなとか、間違っていたとしても自分の中で意味を見出せた時が面白いため、あえて疑問の答えを伏せることでその余地を残す。

バックストーリーを想像させる

バックストーリーにはキャラに関するものと状況にまつわるものの二種類ありますが、良くできた映像作品は、実は冒頭 10 分見るだけでも映画が始まる前の主人公の行動や世界の歴史を想像できるくらい丁寧に作られています。

例えば机の上に置いたもので、この少女がこの物語が始まる数分前に何をしていたのか、何に興味があるのか、過去や未来を想像できるようなアイテムを配置しておくという工夫が世界観を補強するのです。

物語は穴埋め問題のようなもので、物語の空白を埋めようと疑問を持ち想像します。これが興味を持っている状態ということです。

視聴者がついていけるように足跡のように問いかけを残すことが求められるのです。

今作のように 6 分程度しかない短編において全てを語ることは出来ません。飽きさせずストーリーにのめり込ませるために、設定を考えても敢えて話の中で説明を端折って事件を進ませる作り方でストーリーの進行を優先させます。**絵で語るところを多く入れることで短い時間でも密度を高めた描写が出来る**わけです。

シナリオ構造

◇短編はワンアイデアで勝負する

映像と言えば三幕構成と思われるかもしれません。エッセンスは拾えますが、長編を想定された三幕構成を短編に落とし込むのは難しいと言えます。

基本的に長編は大中小のアイデアを取り入れて作れますが、短編はそんなに多くのことは描けないので核になるアイデアを一つ選んで描くことになります。

非常に理想的な構成をしている例を一つ紹介しましょう。ゲーム・オブ・スローンズ：シーズン７の１話冒頭４分です。

たった４分に視聴者を惹きつけ驚かすアイデアが詰まった復讐劇です。

短編に必要な要素は三つです。

それが**トリック**（騙しのアイデア・どんでん返し）、**ロジック**（話の辻褄）、**レトリック**（表現力）です。

これが満たされていれば、非常に収まりが良く、理想の構成と言えるでしょう。

◇ストーリーと技術

ピクサーにはこんなエピソードがあります。

各国で称賛され、世界で認められる作品となった、世界初の長編３Ｄアニメーションであるトイストーリーですが、実は公開時の記事のほとんどはコンピューターで作られたことにはついで程度に触れられただけでした。しかしこれに対して社長のエドキャットムル氏は技術よりもいい映画を作るという本来の目的が認められたのだと逆に凄く喜んだそうです。

ただし、ストーリーが最も重要なのは事実ですがピクサーが発足した当初に、初作品で他に差をつけることができたのは、単にストーリーのみを重んじただけではなく、ストーリーをサポートするためテクノロジーやアートでありとあらゆる努力をしたからでした。

つまり映画というのはストーリーそのものであり、それを支える技術力も同時に同じくらい必要なのです。

勘違いしてはいけないのが技術の巧みさなどのありとあらゆる努力はストーリーを支えるため必要なものであってそれ自体が＝面白さになるではありません。

技術の本質とは、シナリオの良さを引き立てるかシナリオに違和感なく没頭させることで、派手な技術力は視聴者にとって一番重要なことではありません。

クリエイター目線で仕事をしていると忘れがちですが、一般の視聴者からはどんなにすごいモデルやエフェクトを作っても、残念ながらそれそのものに大きな関心はありません。

視聴者が興味があるのは物語なのです。

作り手は常に大衆の目線になって物作りをしていかないといけません。テストで見せるなら実際に見てほしい層と同じコミュニティの人たちに見てもらうことが必要かもしれません。

映像を作るなら見る人を楽しませられるものにしなくてはいけないのです。

▲主人公が決意し、カタルシスを感じさせるターニングポイント

◇シナリオの構成

今作の短編では、三つの段階で構成されています。

❶導入は聴衆の興味を引くことに全力。

➡謎で興味を惹くこと。

例えば映画メメントでは、最初に結末を伝えることで謎を作っています。何故こうなったのか知りたくて心を掴まれます。その問題が解決されるまで私たちの関心を惹きつけるのです。

❷カタルシスに向けて少しずつ物語を積み上げる。

➡絵で二人の関係性や世界観の情報を出す。

核となるアイデアだけに頼らずにストーリーそのものを楽しませる**表現力**で魅せる。

❸どんでん返し。

➡主人公イヴの逆転。

▲冒頭は見どころから始めるのと同時に魔法のある世界観を視聴者に伝える

シナリオ構造

▲冒頭の魔法を見せることで、後半の魔法が違和感なく物語に馴染む

◇冒頭はリアリティレベルを設定する

冒頭部分はこの作品はこういう方向性なんだよという作品のリアリティレベルを示す重要なパートです。

最初の数分で作品全体を通してこういう作品なんだよという印象付けを行います。

ここでは魔法、巻き戻りといった世界観を示す要素を冒頭に入れています。

同じバトルものでも、一回の銃創が命に関わったり、一方で銃創を受けても割とピンピンしていたり、作品によって様々なリアリティラインがあります。

この世界観ではこれくらいの嘘をつきますよ、この傷は重傷だなと思わせることが出来なければ、緊迫感も生まれませんし、違和感を感じさせることにもなりかねません。

今作でもアニメらしく、軽快なアクションをします。高いところから落下する。高くジャンプする。このキャラクターは、身体能力が高く、この程度平気なんだなと思わせる必要があるのです。

これが作品の終盤でいきなり出てくると、これまで視聴者の頭の中に描いてきた世界観とのギャップが生まれます。

それがいい方向に働けば、どんでん返しの魅力として受け入れられるのですが、逆に働けば、違和感を与えストーリーに対する集中力を欠く原因にもなります。

映像とは総じて違和感なくストーリーに没頭させることに注力すべきだと思っています。

◇映画とはストーリーそのものだ

映画制作ではストーリーが最も重要であると言われています。

肝心のストーリーはラストのトリック部分にだけ頼ることなく、与えられた試練をどう乗り越えるのか、そこへ注目させ物語に引きつける過程こそ大事にしなければいけません。

余談ですが、以前とある叙述トリック系の長編映画を見ました。キャッチコピーによれば、ラスト5分でひっくり返すそうです。初めはじっくり見ていましたが、ストーリーが破滅的に面白くありません。この後どうなるのか？という続きを気にするドキドキや緊張感ではなく、物語の最初から最後までラストだけに関心が向いてしまう出来でした。

数分のショートストーリーなら余地も少ないしオチのワンアイデアだけでも楽しめるかもしれませんが、長編になるとその5分のために105分をないがしろにしては本末転倒ですし、ストーリーそのものを大事にしないといけません。いいアイデアを思いついたとしてもけして**アイデアの傀儡になってはいけない**という教訓です。

ストーリーを盛り上げるには

アクションものならアクションが一番盛り上がると思ってしまいがちですよね。ですが、実はそれに達するまでの決断する瞬間が一番盛り上がるものです。

後にあるアクションはたしかにカッコいいですが、葛藤の後「戦うぞ！」という主人公の気持ちに整理がついた時点までの流れで、感情はピークに達しています。結果を具体的に見せているだけで、そこまでの過程をうまく描くことこそが本質として重要なことです。そこをサボっては淡白になってしまうのです。

また、緊迫感やドラマを作るため手っ取り早いテクニックは何かしらの**枷を入れる**ということです。今回の枷は、敵に追いつかれることが死へのタイムリミットとなっています。

演出

演出の本質

演出の仕事とは何でしょうか。

私はそれは**思想を持って統一感のある演出プランにする**ことだと思っています。

前項で話した理由から、この演出プランは全てテーマ（寓意）を伝えるため一貫性のある方が望ましいですし、何となく作っていいものが出来たとして、やはりそれは偶然でしかありません。

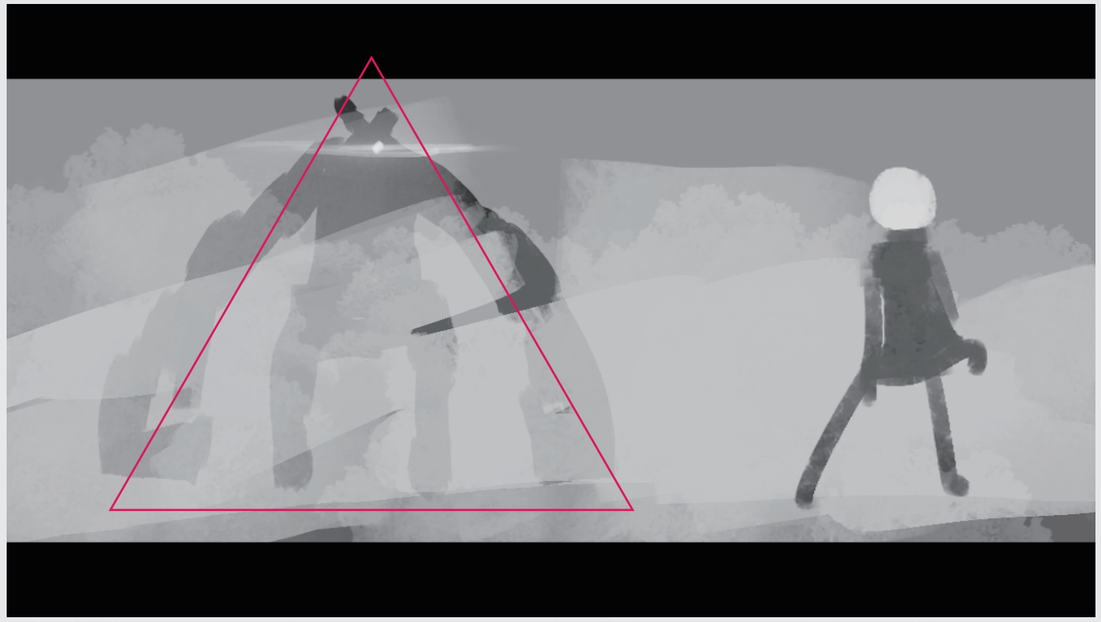
自分の考えに対し、どんな効果を生むのか。それを正しく理解してなければ、次も同じクオリティを求められたときにその期待には応えることが出来ず、スランプに悩むことになるかもしれません。

どういう意図を持ち、どのような作用を期待して選択をしていったのか、かみ砕いて説明できなければ別の状況に置かれた時、再び同じ成果は上げられないでしょう。この偶然の結果を必然に変えるメカニズムが必ず存在するのです。

何かを表現するとき**「何を伝えようとしているか？」、「どうやったら伝わるか？」**というこの自問自答は必要です。

分かっているように思えても、そのショットをカッコよくすることばかりに意識が向いてしまって意外と忘れてしまうものです。

私たちが作るものには無数の創作の可能性が存在します。その中から**選択するものに意図と一貫性が生まれることで、見た人の心に届けられるのです。**



▲ポーズで重苦しく△のシルエットのラインを作り、敵と主人公の高さの差を表現することで敵の強さを強調することが出来る

理論と想像力の演出術

◇想像力こそ最大の武器

想像力は作品以上の価値を伝えられる唯一の手段です。一言も言っていなくても見ている人に伝わる演出は想像力をくすぐる作り方で、何倍も価値が高まる可能性を秘めています。

「世界最高の映画はなんですか？」そう聞かれたときあなたは何を想像したでしょうか？

スターウォーズを見ながらこれ最高でしょ？と聞いても、人によって理想とするものは違うので、私は SF よりロマンスの方が好きといわれてしまうかもしれません。

しかし、想像力を相手に委ねた聞き方は、その人にとっての理想の答えを導きます。その人にとっての最高の物を引き出せるのはその人自身の想像力だけなのです。

キャラデザにもモデリングでも何でも当てはまる法則ですが、演出でも同じことです。

人によって価値観は様々で、こちらからの押し付けをするだけでは最高の演出とはなり得ません。**あなたが最高の演出を表現したいと考えているのなら、それを受け手自身の想像力に問わねばならない**のです。

物語に隠された疑問の答えを想像してしまうと他人に語らなくてはいられなくなる心理。これは SNS 時代における非常に強烈な武器になります。しかしその一方でうまく使わなければ表面的なこともイメージできず、現実をも越えられなくなります。

だからこそ想像が及んでいないことに対するケアも欠かせません。行間を読む作り方に執着するあまり、表面的なところでも楽しんでもらう視点は忘れては、誰でも楽しめるエンタメ性は失われるでしょう。

▲主人公のシルエットに重ねるようにすることで、叩き潰すかのような強い意志を与えつつ、動きによる視線誘導で次のショットへ自然に繋げている。

▲物語で主人公との関係性に疑問を持たせエンドクレジットで関係性を明らかにする。

理論と想像力の演出術

▲「神様」というセリフと神様の像。セリフと絵の一致。

◇スクリーンディレクション (方向)

映像の流れを掴んだ描き方をすることで、混乱しない画面構成をすることが出来ます。アニメにおいても上手 (かみて)、下手 (しもて) の概念はあります。

日本アニメにおいては**上手（強い、主人公）下手（弱い、敵）**といった流れです。

この流れは主導権がどちらにあるかで決めます。

これを応用すれば、主人公の感情の誇張や敵か味方かをこの方向によっても表現することが出来ます。

何となくではなく意図を持って、方向を選択します。

今作では画面左 (下手＝ネガティブ) に向かって逃げています。そして、主人公の気持ちに変化があった瞬間から、未来に進むように画面右 (上手＝ポジティブ) へ方向を変えます。**統一された流れに逆らって、はっきりと変化を付けることにより、流れが変わったなという雰囲気の変化を演出**します。

左に向かっているときは追い詰められている印象を誇張し、方向を変えることで、前向きな印象を絵の力で与えています。

しかし、洋画と邦画では文化の違いでその方向の印象は逆転します。そのため、結局はその方向についてキャラクターの方向を感情や所属で統一するということさえ意識してあればどちらでも構わないと思っています。これを意識すれば印象の統一や混乱しない画面構成になるのです。

◇イマジナリーライン

イマジナリーラインと呼ばれる 2 人の人物の間を結ぶ仮想の線があります。この線を超えたカメラの移動や編集（カット繋ぎ）をしてはいけないとされる映像制作上の基本原則です。

位置関係や動きの方向などを明確にし、混乱させないための工夫になります。

今作で分かりやすいのは以下のシーンです。

❶最初のショットではイヴを右に配置します。

❷次のショットの始まりも右にキャラを配置したところから始めています。この絵を抜いて❶➡❸にカットを繋ぐと不自然になります。

❸その後カメラの回り込みでキャラの位置関係を反転させています。

（このつづきは、本編でお楽しみ下さい）