



オンライン商談で使用可能な 動画制作に関する講習会

- P. 1～ 3 オンライン商談に有効な映像の種類
- P. 4～ 11 映像撮影の基礎知識と技術
- P.12～ 15 映像編集の基礎知識～編集ソフトの使い方
- P.16～ 23 編集方法
- P.24～ 26 映像編集用の雑学知識
- P.27～ 29 情報をまとめる～シナリオの作り方
- 質疑応答+撮影実演サポート

自己紹介

田村嘉孝 (Yoshitaka Tamura)
1972年3月生まれ 東京都出身

- ・昭和62年15歳の時に単身渡米。
- ・米国の高校を3校経験。
- ・メリーランド州の大学に進学、卒業。
- ・ワシントンD.Cにあるアメリカン総合大学に進学。
- ・School of Communicationと呼ばれる映像学科を専攻・卒業。
- ・B.A. Bachelor of Arts (文学士) を取得。
- ・この米国留学は11年間に及び、留学中に映像技術、撮影、脚本、デザイン、広告業を学ぶ。
- ・日本帰国後は先物取引の営業から電話営業まで様々な分野で日本の営業やサービス業を学ぶ。平成13年に株式会社サンケイ広伸社に入社、総合メディア事業部を立ち上げ、紙とデジタルが融合した広告業と制作業に取り組む。新聞折込広告の事業経験を通して、生活者視点の広告の制作、また、様々な企業の広告やデザイン業を経験し、現在に至る。

- ・映像制作
- ・写真撮影
- ・各種デザイン制作
- ・各種印刷業務
- ・Power Point 資料制作
- ・各種広告の企画と掲出業務

オンライン商談に有効な映像の種類



どのような映像が良いだろうか…



講習会の主旨

- 新型コロナウイルスの感染拡大の影響によるオンライン商談の機会が増えている。
- オンライン商談は一般的に 30 ～ 60 分と時間制限がある。
- 的確に商品やサービスの特長を分かりやすく伝える必要がある。
- 講習会では数分程度の映像制作を想定して講義を行う。

オンライン商談に有効な映像の種類



どのような映像が良いだろうか…



TVショッピングスタイル

基本的に人が身振り手振りを行い、商品やサービスの内容を親しみやすく伝える方法。

- 話術を得意とした出演者が必要 → 語り口調により説得力や好感度が増す。
- カメラ目線で出演者が語るため、あまりカメラワークや編集作業がない。

商品説明スタイル

基本的にナレーションによる商品やサービスを説明する方法。

- 視聴者が理解するだけの情報提供 → 映像の再生時間が短時間になる。
- ナレーションに合わせて映像を撮影するため、撮影回数や編集の手間が多くなる。

! 伝え方に応じて上記内容と異なる場合があります。

日本が抱え続ける映像の呪縛



どのように映像を使うのか…

🎯 将棋やチェスのように映像を駒(手札)として使う。

- ・チャプター頭出しのように見せたい情報を的確に見せる。
- ・映画やミュージックビデオのようにカッコいい映像の影響を受け過ぎない。

🎯 相手が映像を見る環境と姿勢にあるかを判断する。

- ・オンライン商談の時間をしっかり考える。
- ・音が聞こえない、また映像が上手く再生されない等の想定外の事故を予想しておく。

🎯 15歳の観客になる。～世界のだれが見てもわかる映像

自己満足 VS 顧客満足

(理想・自己表現) (共感・社会提案)

- ⚠️ これを見れば全てわかる！
- ⚠️ あれもこれも知ってほしい！

メーカー目線 VS 顧客目線

(専門・業界用語) (日常体験・中学生対象)

- ⚠️ 業界意識の影響力
- ⚠️ 専門性を表現

適切な映像の再生時間



情報提供時間は 30～120秒が主流

オンライン商談中の映像再生時間 2分以上の視聴は長いと感じます…。



1カット5秒 ÷ 60秒 = 約12カット

1カット7秒 ÷ 60秒 = 約9カット

それぞれのカットにどの“絵”を描くか準備しましょう。



タイトル	1カット	2カット	3カット	4カット	5カット	6カット	7カット	8カット	9カット	10カット	11カット
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------



商品紹介映像 60秒

商品を紹介する映像



製造工程映像 50秒

商品が製造される工程を見せる映像



実用実績映像 30秒

実際に商品が販売されて社会で使われている映像



合計 2分20秒
(140秒)

※再生時間は例えになります。

興味深い映像や美味しい料理は素材が大切



映像素材が悪いと編集で繋がらない

🍳 映像制作は料理と工程が似ている。

- ・有名シェフでも食材が悪い、下ごしらえをしないと、調理後の味がまとまらない。
- ・調理の順番や調味料の種類や分量を間違えると、料理として味がまとまらない。
- ・料理の盛付が雑だと美味しそうに見えない。

それぞれのカットにどの“絵”を描くか準備しましょう。

タイトル	1カット	2カット	3カット	4カット	5カット	6カット	7カット	8カット	9カット	10カット	11カット
食材	食材										



興味深い映像や美味しい料理は素材が大切



編集の最難関は“まとめる”こと

映像が長く面白くない。

シナリオを書いていない。

- ・かっこ良くて凄い映像にしたい…。
- ・他社がやっているような映像にしたい…。



何を食べるのか決めていない。

- ・和食、中華、フレンチなど食べたい物が決まっていない。
- ・美味しいものが食べたい…。



映像の質が低い。

被写体を決めていない。

- ・動画、写真、イラストがバラバラ…。
- ・思いつき撮影で撮り漏れがある…。
- ・被写体が曖昧のため予算組ができず追加費用になる…。



食材を決めていない。

- ・スーパーで徘徊する…。
- ・冷蔵庫の食材がよくわからない…。
- ・調味料がない、または足りない…。



映像が上手く撮れない。

何をさせるのか決めていない。

- ・見せたいものがよく撮れていない…。
- ・撮影現場の準備ができていない…。
- ・撮影の時間と手順を決めていない…。



味見をしない。

- ・食べる人のことを考えない…。
- ・適切に調理ができてないことから料理に見えない…。
- ・お皿の種類や彩など盛付が美味しそうではない…。



視聴する映像の種類 ~どのような環境で映像を見ているのだろうか~

全く制作方法の異なる映像



アニメーション

パラパラ漫画 (インク)

アニメーター (作画・動画)



実写映像

光と影を記録

カメラマン (撮影技術者)



判断と体感しやすい情報提供



インフォグラフィックスと比較表現法

● インフォグラフィックス

インフォグラフィックス (infographics) とは、インフォメーションとグラフィックスの造語で、様々な情報を一つにまとめて図形化したものを意味します。



問題例：キティちゃんの体重表現



答：りんご3つ分

解説：グラムを使つての数値表記より体感しやすい。

● 比較表現法

2つのものを比較することで実際の情報を体感させる表現方法です。

問題例：野球のボールは大きいですか？

答：ピンポン玉と比較すると大きいです。



映像撮影に対する考え方



1、良い映像を撮ると考えず、何を见せるかを考えて撮影をする。

- ・「良い映像」の定義はありません。**気が付くこと**が良い映像撮影を実現します。
- ・感性について：料理・ファッション・インテリアデザイン・家族写真・プラモデル等



2、映像は横型で、左向きの絵が心理的に好印象の場合が多い。

- ・モニターが一般的に横型のため、スマートフォンは横向きにして撮影して下さい。
- ・心理学的に CD ジャケットのデザインなど人物が左向きだと売り上げの上がるデータがあります。



3、映像は動画ですが、動かないで撮影することが基本です。

- ・カメラを動かさずに撮影する事を基本技術として下さい。※ **手ぶれの原因**になります。
- ・動いて撮影をする場合、1、2、3 とゆっくり数えながら動くようにして下さい。
- ・映像撮影では、被写体が動く場合、カメラレンズが動く場合、その双方の3通りがあります。



4、カメラのレンズはあなたの眼です。

- ・カメラレンズが人の眼として撮影を行うため、カメラの向きなどユーザー目線で撮影しましょう。
- ・カメラレンズが人の眼である場合、必要以上にズーム機能を使わないようにしましょう。



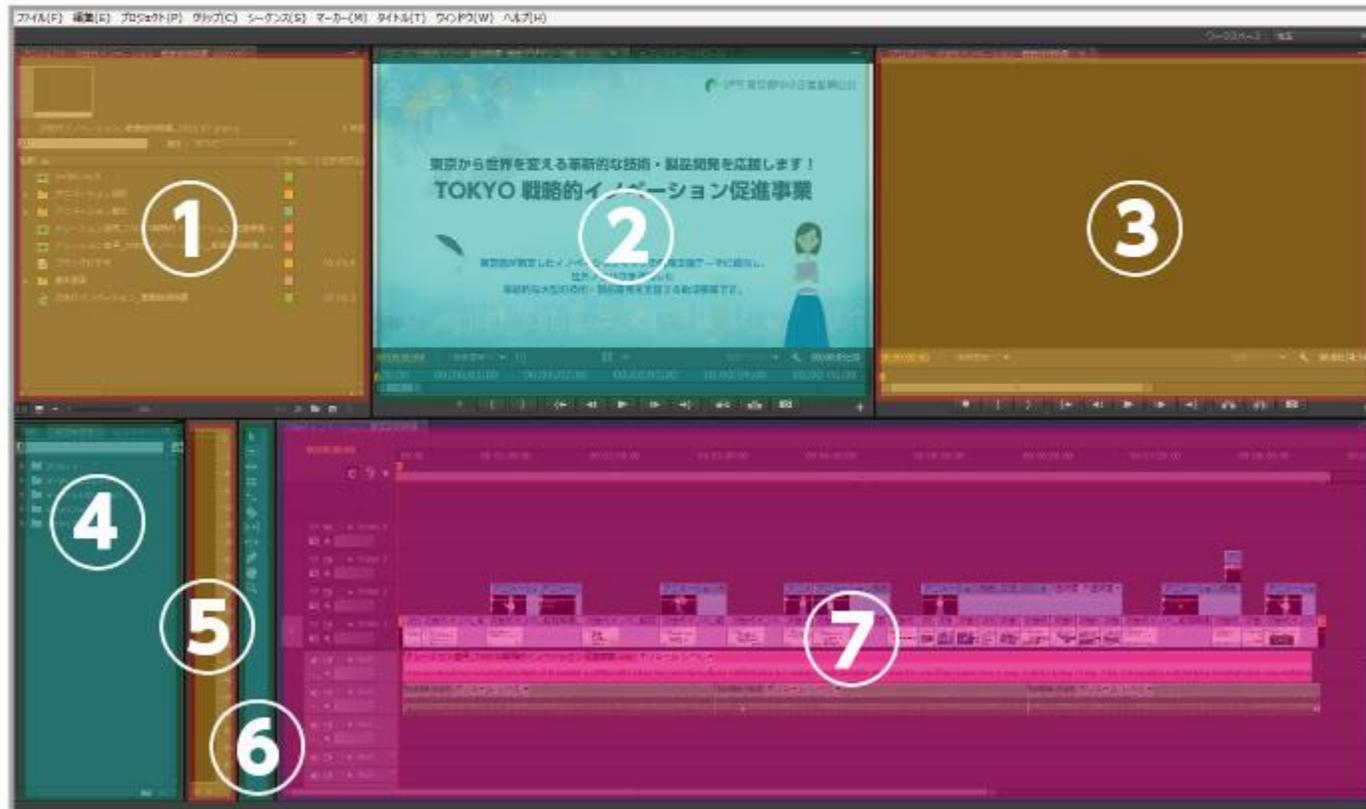
5、映像は共感・体感・比較表現法で理解が深まる。

- ・視聴者はその人の**人生経験に基づいて**評価をする。
- ・体験は**同情と納得**に繋がり、比較表現法で実際に理解します。

映像編集ソフトの仕組み



編集ソフトのインターフェイス



映像編集ソフトの仕組み



編集ソフトのインターフェイス

撮影した映像素材

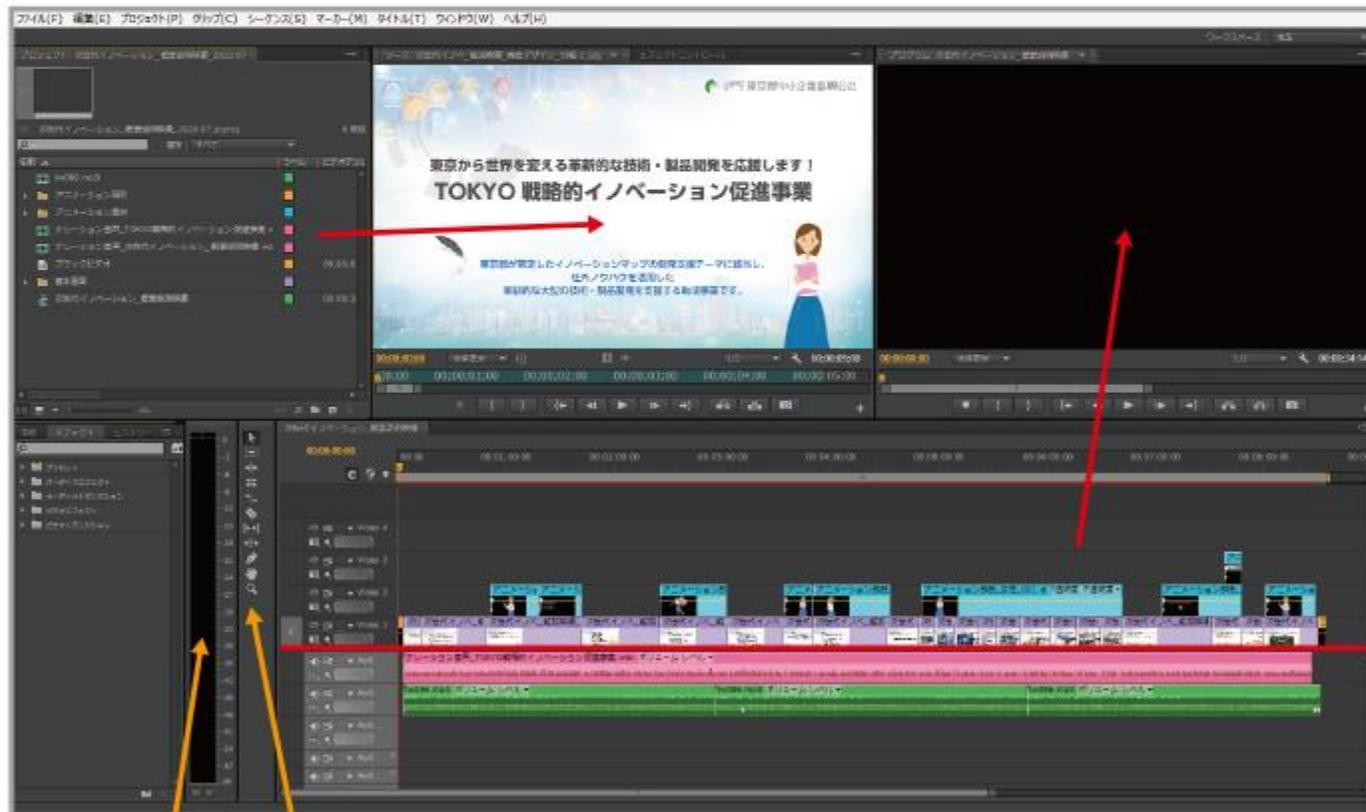
編集した映像

用意した素材

- 映像
- 写真
- 音
- 字幕
- その他

効果機能

- 映像編集用
- 音編集用



音量 ツール

映像トラック③
映像トラック②
映像トラック①
映像

音
音源トラック①
音源トラック②
音源トラック③

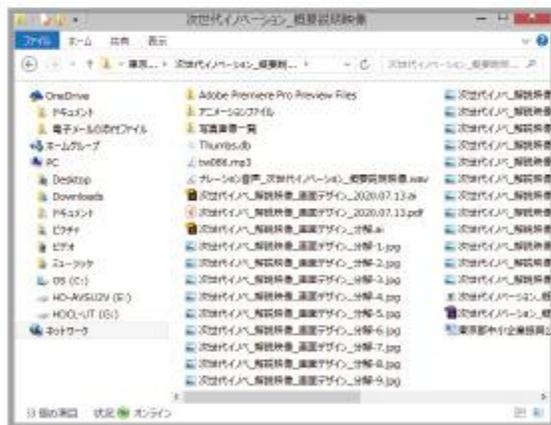
13 編集用タイムライン

映像編集ソフトの仕組み



編集ソフトのインターフェイス

パソコン内の保存先

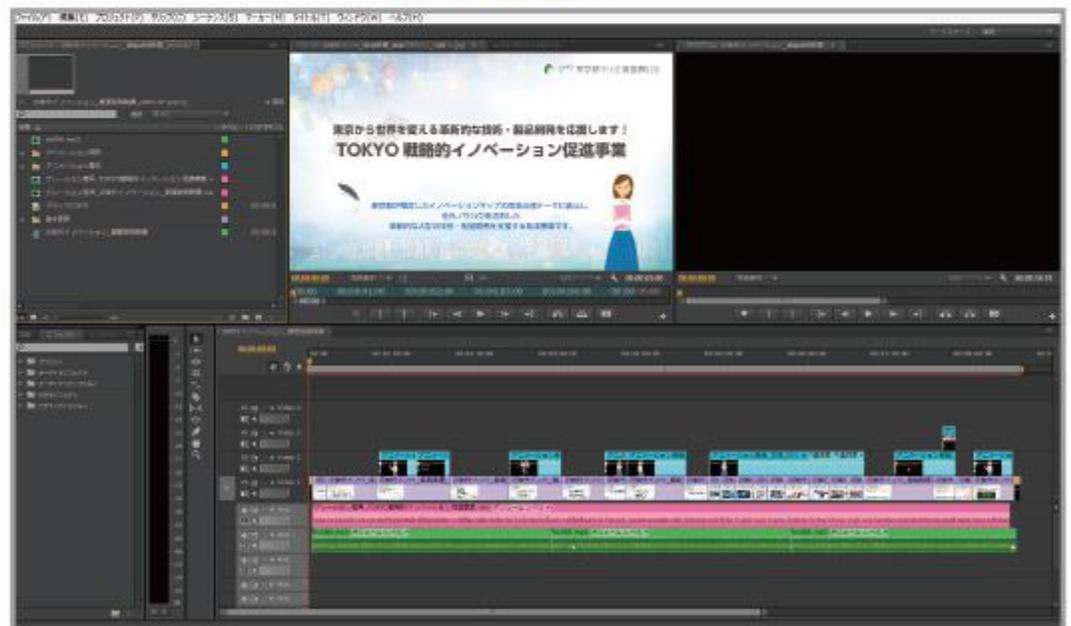


用意した素材
・映像
・写真
・音
・字幕
・その他



編集ソフトは編集に使用する各素材を保存先まで読込をしています。素材の保存先を変更すると読込ができず、編集ソフトから素材データの保存先を尋ねてきます。

撮影した映像素材



映像編集における基礎知識と専門用語



編集ソフト使用前の設定



画面と走査線の参考図解

AVCHD

高画質映像による記録方法の名前
※フル HD / 4K / ブルーレイ

プログレッシブ(p)

映像を画面に映す方法の1つ
※画面の走査線を上から順番に表示します。

インターレース(i)

映像を画面に映す方法の1つ
※画面の走査線を偶数線と奇数線に分けて交互に表示します。

アナモルフィックと非アナモルフィック

撮影をするレンズの違い
※映画撮影の横に広いレンズをアナモルフィックレンズといいます。

1920×1080

映像の縦横のサイズ
※最高画質

1280×720

映像の縦横のサイズ
※最高画質よりも1つ小さな高画質

1 秒 29.97 フレーム

1秒間の動画を作るために使われている静止画の枚数
※映像ではこの静止画部分を“フレーム(額)”と呼びます。

編集に関する基本ルール



ブラッキング トランジション 映像



5秒 5秒 5秒

1、ブラッキング (blacking) の設定

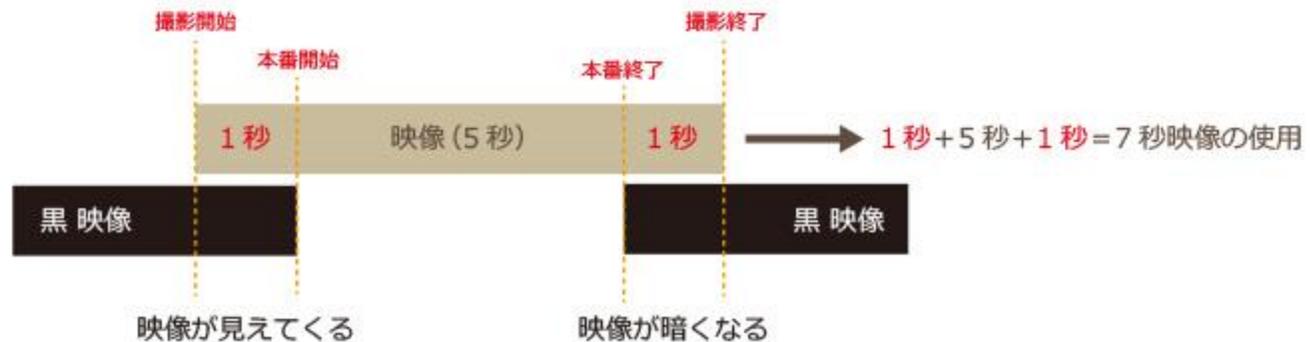
- ・映像が始まる最初に黒映像を 3 秒、映像が終わってから最後に黒映像を 3 秒入れましょう。
- ※ ブラッキングとは黒い映像のこと。フィルムは投影されています。

2、トランジション (transition)

- ・トランジション効果の秒数は 1 秒で編集してください。
- ※ 映像編集をする際に、カットとカットの間に挿入する切替効果のこと。

3、1 カットの映像の長さは基本 5 秒

- ・1 カット 5 秒で計算すると 1 分 60 秒の映像には 12 カットの映像が使われます。
- ※ 撮影をした映像内容により 5 秒以上のカットも存在します。
- ※ 複数のカットで情報を表現する場合、12 カット以上の映像になります。

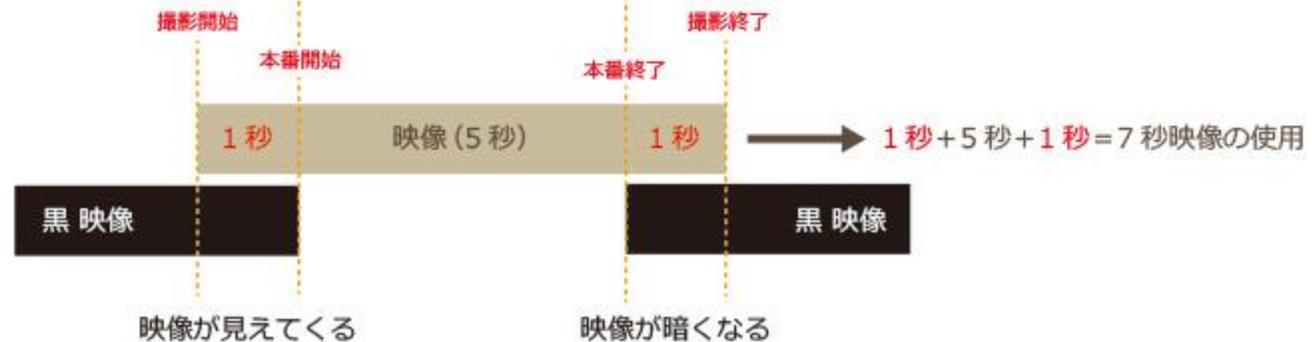


編集に関する基本ルール

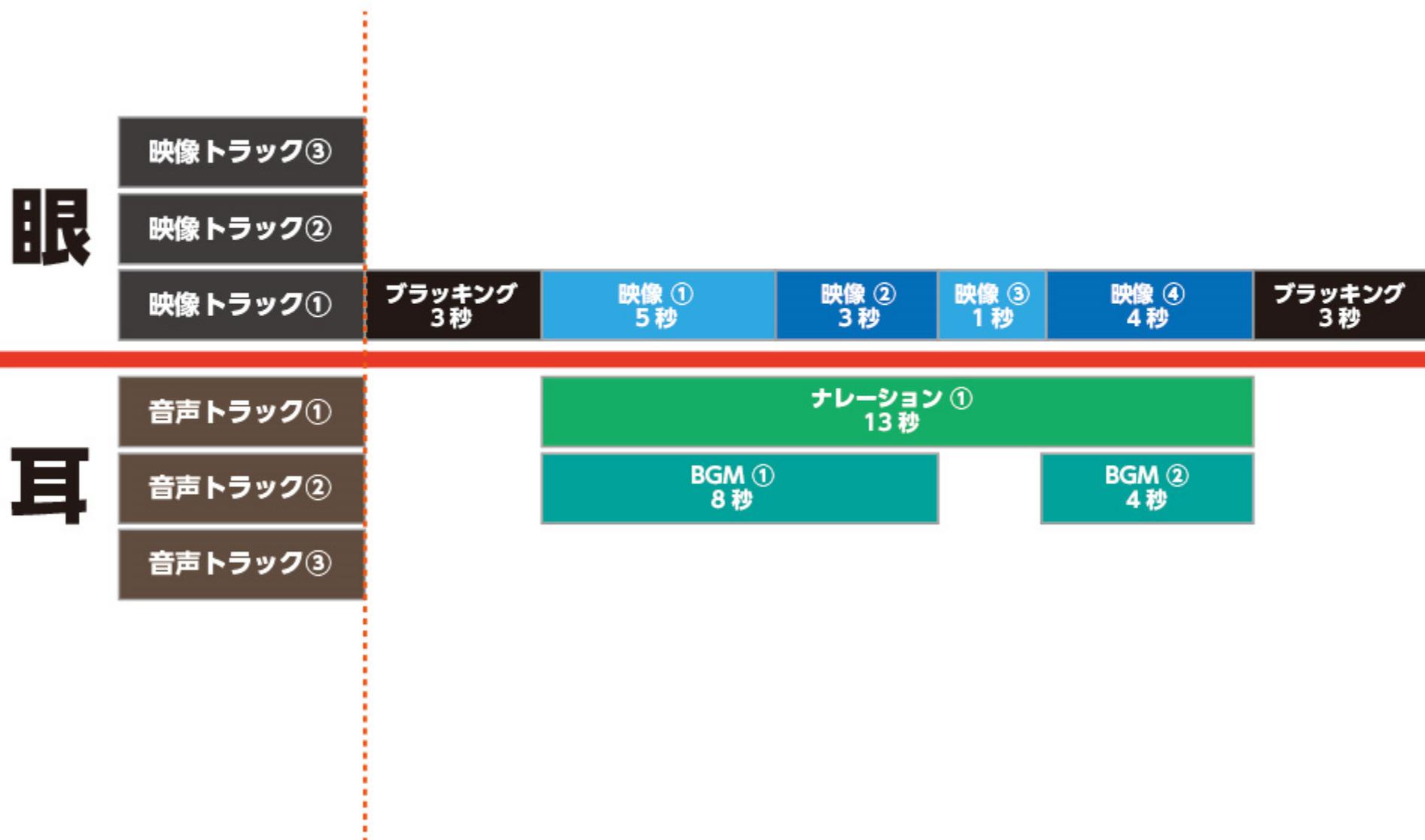
1、**リニア編集** ・時系列に映像を最初から順番に繋ぐ編集 → **沿革、料理、製造などの工程映像**



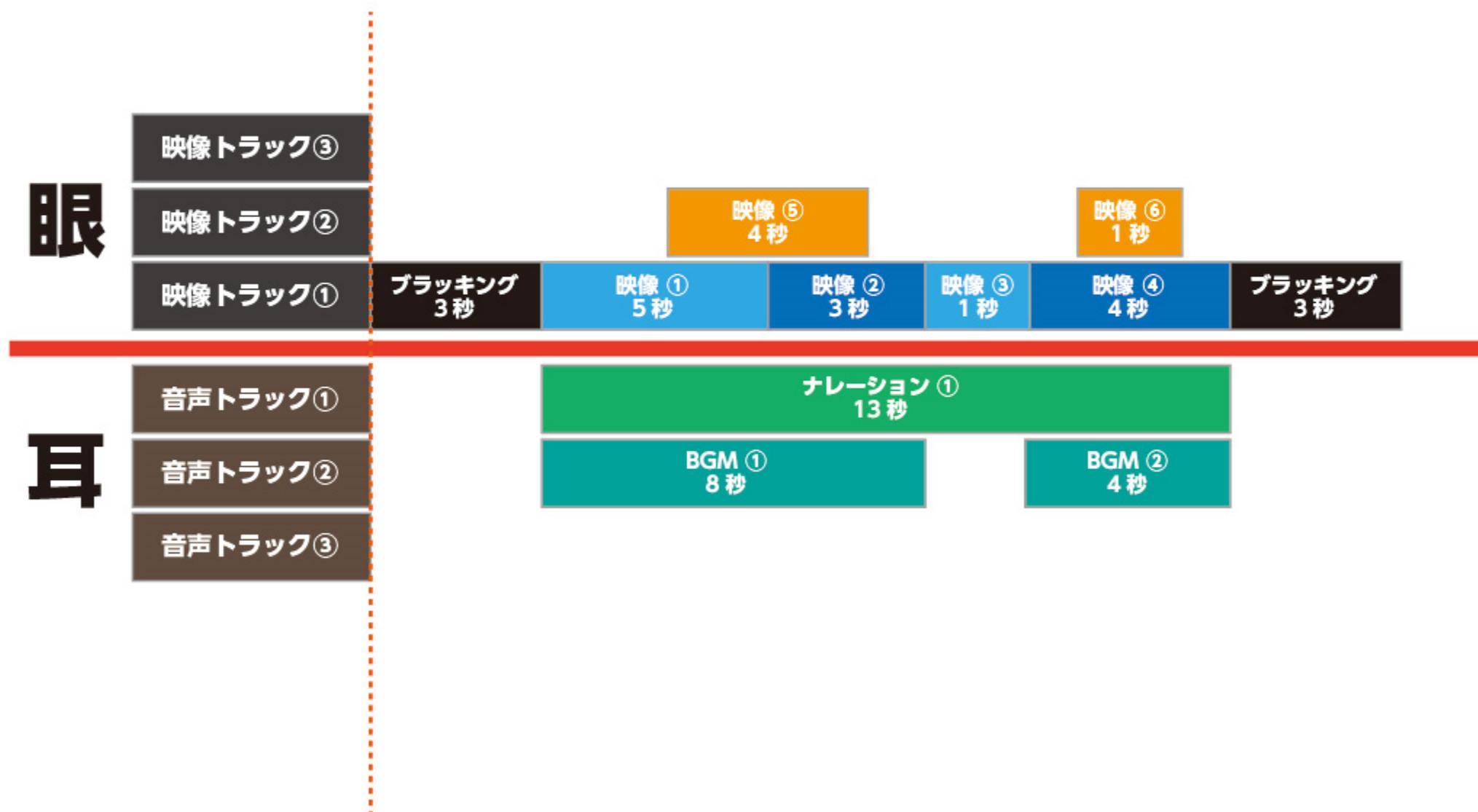
2、**ノンリニア編集** ・時系列に関係なく映像を自由な順番で繋ぐ編集 → **複数の場所で複数の出来事の映像**



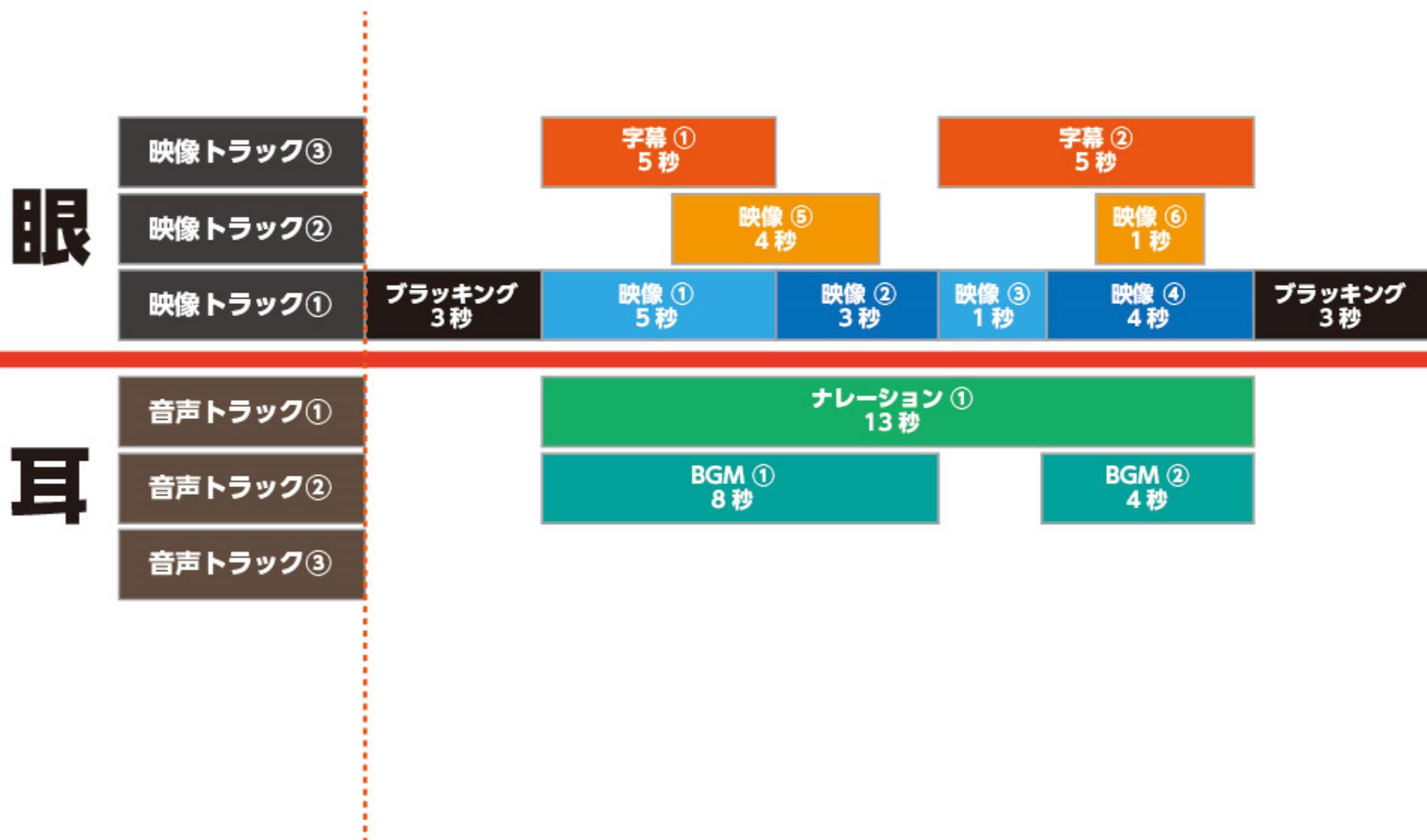
編集に関する基本ルール (映像トラック & 音声トラック)



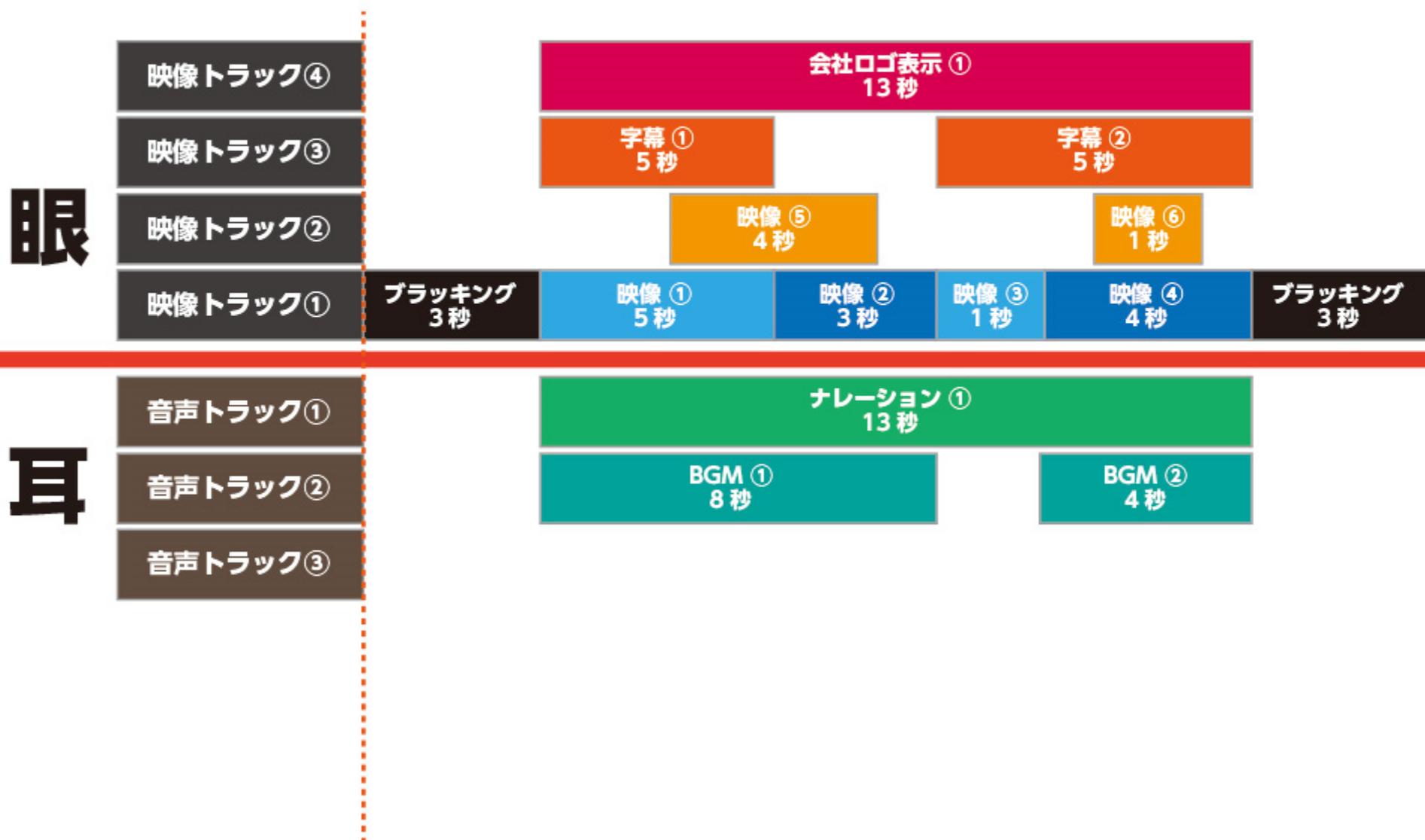
編集に関する基本ルール (映像トラック & 音声トラック)



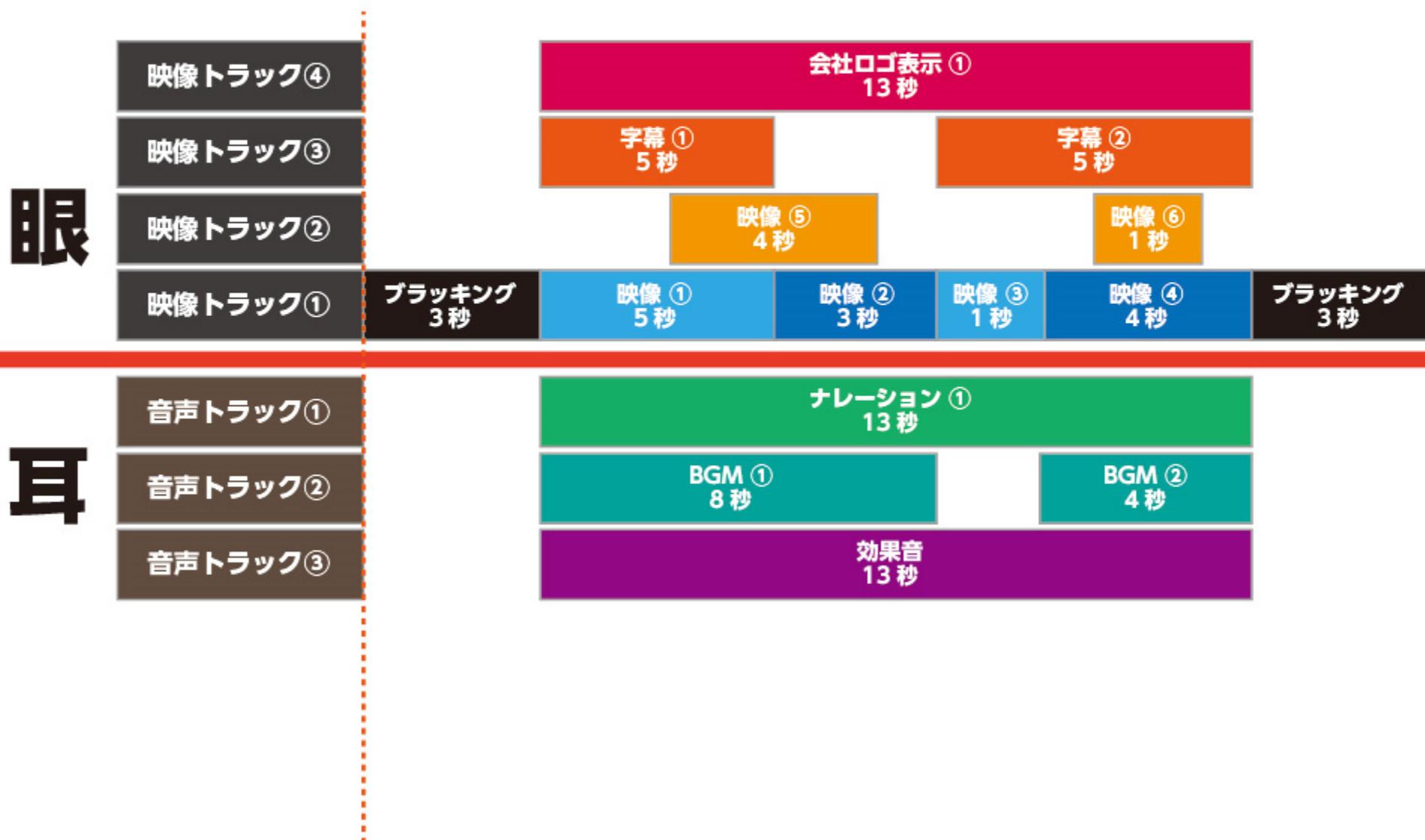
編集に関する基本ルール (映像トラック & 音声トラック)



編集に関する基本ルール (映像トラック & 音声トラック)



編集に関する基本ルール (映像トラック & 音声トラック)

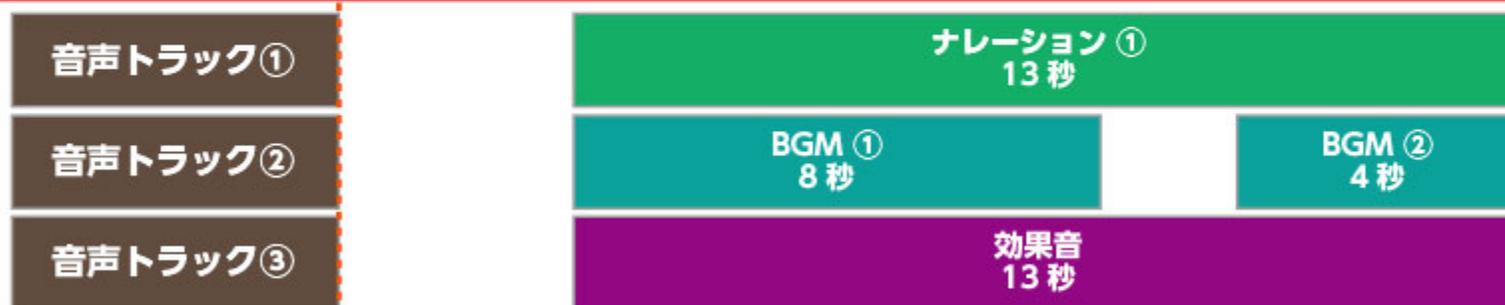


編集に関する基本ルール (映像トラック & 音声トラック)

眼



耳



レンダリング作業 4つの映像トラックと3つの音声トラック1本にまとめる作業





絶対的な規則ではありません。
制作中の映像の品質に応じて調整してください。



編集に迷わないための知識

🎧 トランジションの機能時間は 1 秒

ブラッキングからの映像表示、または映像から次の映像へのトランジション効果の表示時間は、1秒（30フレーム）を基本としましょう。

🎧 日本語字幕は 23 文字、英語は 10 単語が目安

1カット3秒表示を基準にする場合、3秒間で視聴者が読み終える平均的な文字数です。

🎧 字幕色は基本は白、または黄色

字幕色に黒縁やドロップシャドウが付くと、画面の色と区別ができてより読みやすくなります。
また字体はゴシック系が読みやすく、明朝系は細線が読み難くする場合があります。

字幕の表示位置は映像画面の中央合わせにして、なるべく一行表示を心掛けましょう。

日本語と英語を同時に表示する時は、どちらかの言語を小さくします。文字量の多い場合には日本語版と英語版の両方が必要になる場合もあります。

ゴシック系 **字幕**
明朝系 **字幕**

字幕表示
subtitle

Today, I have a pen.

今日、私はペンを持っています。



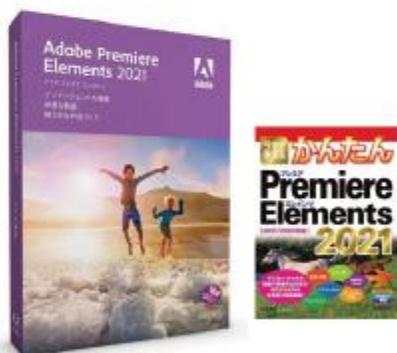
市販されている映像用の編集ソフトの紹介



一般家庭用の編集ソフトでも対応

約 12,000 ~ 20,000 円

アドビ Adobe
Premiere Elements 2021 日本語版



コーレル COREL
VideoStudio Ultimate 2021



ソースネクスト SOURCENEXT
VEGAS Movie Studio 17 Suite



お使いのパソコンの性能に注意してください。

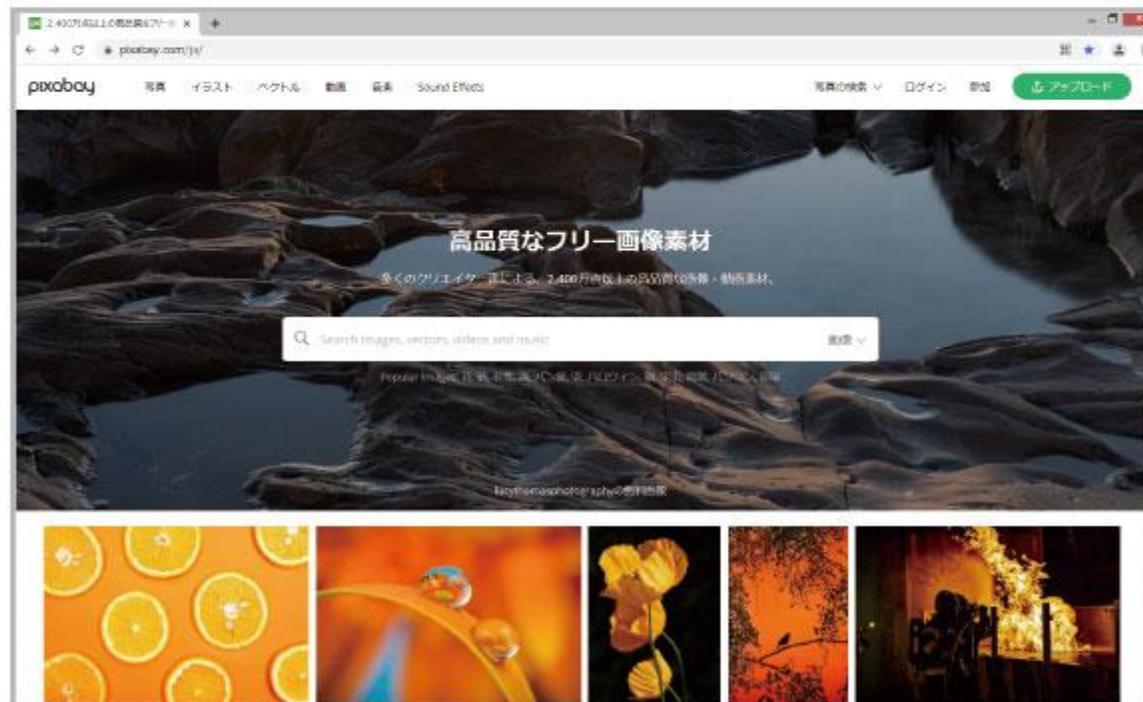
- ・処理能力の低いパソコン環境の場合、映像素材を処理するスピードに影響します。
- ・パソコンの本体価格が 10 万円以下の事務用目的で購入のパソコンだと、処理能力の低い場合があります。
- ・事務用目的のパソコンでも業務兼用の場合での映像編集は、処理能力が劣る場合があります。
- ・撮影をされた映像素材の容量にも影響しますが、3 ~ 5 分程度の映像編集が適切です。

著作権フリーで無償の映像・写真・音楽サイト



pixabay (ピクサベイ)

<https://pixabay.com/ja>



シナリオ構成案 文字にすると撮影意識が高まります。

- ① 何の製品か教えてください。 ※何屋さんですか？ 何を作ったのですか？

回答を入力ください。

- ② どんな場所（状況）で使う製品か教えてください。 ※製品の使用について時と場所を伝える。

回答を入力ください。

- ③ どんな課題が解決するか教えてください。 - その1 ※製品を使うことで得られる利点や効果を伝える。

回答を入力ください。

- ④ どんな課題が解決するか教えてください。 - その2 ※製品の形状、寸法、重量なども利点の一つです。

回答を入力ください。

- ⑤ 製品の使い方を教えてください。 - その1 ※製品の効果を得られるまでの手順を伝える。

回答を入力ください。

- ⑥ 製品の使い方を教えてください。 - その2 ※年齢制限や性別への影響も判断材料の一つです。

回答を入力ください。

- ⑦ 製品の魅力や注目点を教えてください。 - その1 ※なぜこの商品を選ぶべきか判断材料を伝える。

回答を入力ください。

- ⑧ 製品の魅力や注目点を教えてください。 - その2 ※将来性についての考え方を伝える。

回答を入力ください。

意見交換会～映像の使い方 ※映像の作り方ではありません。

when

where

who

how

いつ・どこで・誰に・どの画面で見てもらおう…？

いつ…見ていただく映像を作りますか？

×例：好きな時間に…。
※後で見ればよい…という視聴環境を作ります。

回答を入力ください。

どこで…見ていただく映像を作りますか？

×例：見てもらえる環境があるならどこでも…。
※音の有無に影響します。

回答を入力ください。

誰に…見ていただく映像を作りますか？

×例：お客様…。
※差別的表現や未成年者への配慮に欠ける映像になります。

回答を入力ください。

どのモニターで…見ていただく映像を作りますか？

×例：限定はしない…。
※映像を見る接点に影響が及びます。

回答を入力ください。

映像を見た後に、視聴者にどうしてほしいですか？

×例：商品のことを理解して買ってほしい…。
※映像を見る接点に影響が及びます。

回答を入力ください。

意見交換会～企画としてまとめること

これまで浸透していなかった本来の商品・サービスの価値

新しい考え方・誤解の改善…?



商品・サービスについて、実は…映像でこうしたい。 映像による課題解決、映像に頼る部分をまとめることで、シナリオ構成のヒントが見つかります。

回答を入力ください。

こう思われていますが、実は…〇〇〇〇なのです。 映像で伝えたい真実や実際について情報をまとめます。映像の種類についてヒントが見つかります。

回答を入力ください。

〇〇の部分についてわかり難いことが問題です。 理解することが難しい情報は、わかりやすくなるまで試行錯誤する時間、発想力、勉強会が必要になります。

回答を入力ください。

身近で必要とされる商品・サービスです。 映像を通して貴社とお客様との人間関係の距離を縮め、理解への姿勢や好感度を高めます。

回答を入力ください。

自信を持って言える利点・価値・将来性 映像には人の想いが込められます。見て良かったと思われる映像には夢や希望が必ず含まれています。

回答を入力ください。

これらを伝えたい…だから映像を作ろう！

意見交換について どうしましょう…より、こうしましょう！

必ず書く担当者を決めましょう。

書くことで文字を見ます。言葉選び、シナリオの方向性、ヒントの発見など、様々なことに気づき始めます。

1回の意見交換でシナリオがまとまることはありません。

時間をかけることでシナリオやアイデアが成長します。環境を変えながら発想力を高めましょう。

中学生でも興味を持てるように、「伝え方」を何度も見直しましょう。

子供たちへの理解を高めるための配慮をすることで、消費者目線でシナリオがまとまってきます。

売ることよりも、楽しませる、夢を売ることを前提にしましょう。

映像を視聴する側の気持ちを考えることで、自然と演出へのこだわりが生まれてきます。

PR映像で“全て”を伝えることはできません。

PR映像は、情報を一方的に視聴者へ伝える方法です。視聴者の受け止め方も千差万別であることに注意しましょう。



ぜひ相談がしたい…

〒132-0035 東京都江戸川区平井 6-20-6
株式会社サンケイ広伸社 / 総合メディア事業部
担当：総合ディレクター 田村 嘉孝

03-3610-4111
y.tamura@sk-koshinsya.co.jp

