



初めてでも
大丈夫!!

CM大賞作品作成にチャレンジ!

青森朝日放送コンテンツ事業部 CM大賞事務局

●はじめに



「CMを作ってください」と言われると、
「...難しそう。」「機械得意じゃないし...」「時間かかりそう」
と感じてしまう方も多いのでは??

でも**実はそうでもありませんよ!**

撮影機器の多様化と発達により、だれでも簡単に動画作成が出来る
ちゃう時代!

高価なカメラでなくても、**ホームカメラ、デジカメ**で撮影できる時代です!
さらには普段お使いになっている**スマホやタブレット**でも撮影ができます。
編集ソフトやアプリをダウンロードすれば、簡単に編集も可能。
オリジナル動画に近づけます。



●データの搬入媒体は？



※firestrage、ギガファイルなどの無料データストレージサイトを使えば、重たいデータのやり取りも可能です。



作品のVTR構成は？



出品いただいた作品は、賞を獲ったらもちろん、惜しくも賞を逃しても、年間30本、ABAにて放送いたします。

その際、本編前後に無音のステカットと呼ばれる部分が必要です。

動いている映像でも、静止した画面でも構いませんので、本編前後にそれぞれ3秒ずつ、画面を入れてください。

(3秒)本編前カット＝ステカット



(30秒)本編



(3秒)本編後カット＝ステカット

※弊社に搬入後、こちらで頭とラストの画を伸ばし、ステカットを付けることができますので、作業的に難しければご相談ください。



作品の音に関しては？



放送規定上、本編最初と最後は0.5秒が無音でなければいけません。「0秒」ぴったりから音(BGM・声)がスタートしてしまう編集を避けていただくかなければいけません。

言い換えれば、ド頭とラストの0.5秒は無音ということになります。

編集時、タイムライン上での編集が可能であれば、頭とラストの0.5秒は無音をお願いいたします。

作業的に難しければ、搬入後、こちらで確認させていただく際に、放送用に調整させていただきます。コメントだけは、前後ギリギリにならないようにご配慮いただければ幸いです。

● 作品制作の手順

企画

- ・時間をかけて、絵コンテをつくる。(シーン・コメント・BGM・スーパー等)
- ・テーマ(何を伝えたいのか)を明確にする。
- ・アイデアを盛り込む。(面白さ、美しさ、感動、納得、意味深等)
- ・各シーンの尺(時間)を明確にしておく。

ロケ

- ・絵コンテに出来るだけ忠実に撮影する。
- ・現場での音声はできるだけ静かな状況で撮影する。
- ・状況が許せば、予定外のカットも撮影しておく。(エキストラカット)
- ・ナレーションは、反響の少ない所で録音したほうが聞きやすい。

編集

- ・映像をおおまかにつないで、流れと秒数を確認する。
(この時点でナレーションやBGMを入れても良いと思います。)
- ・物足りなかったら、エキストラカットをはさんでみる。
- ・音を仕上げる。
(音声はメインとBGMとをしっかりと使い分ける。BGMの音量はメインの半分程度。)
- ・テロップを挿入する。

●CMの表現さまざま

- 実証型……………特徴を映像や音声によってズバリ実証してみせるCM
例・「電池」や「電球」どのくらい長持ちするか。
- イメージ型……………対象を具体的に説明せず、印象的な映像や音楽で視聴者の感性に訴えかけるCM
例・「ユニクロ」イメージCM
- タレント型……………強烈なキャラクターの出演者によりそのインパクトに乗り訴求するCM
例・小田和正の曲で明治安田生命、伊奈かっぺい出演の肝助
- ドキュメンタリー型……………登場する素人の演技がおもしろいという取材風、インタビュー型のCM
例・「ブラウン モーニングリポート」
- ギャグ型……………お笑い型、ユーモア型、ドタバタ型、ナンセンス型、ブラックユーモア型の笑いを誘うCM
例・「キンチョウ」シリーズ
- 日常生活型……………日頃の生活状況の中でテーマを訴求するCM
例・「味の素 ほんだし」、
- キャラクター型……………印象を持たせるために、シンボルやキャラクターを前面に出したCM
例・「ソフトバンク」お父さんシリーズ、「ハズキルーペ」シリーズ
- CMソング型……………町の歌やオリジナルソングでイメージを植えつけるCM
例・「ロッテ」Fit 's、「積水ハイム」あったかハイム
- 公共広告型……………ECO, 自然保護、平和、人類愛、介護など社会的テーマを考えさせるCM
例・「公共広告・禁煙分煙」

※その他、キャッチコピー、比較広告、特殊撮影などいろいろ。

● 撮影技術

- ・ブレない映像を撮る・・・手持ちで撮影しない
- ・カメラの高さを調整・・・安定したアングル
- ・ズームイン・ズームアウト・・・徐々に大きく・徐々に小さく
- ・パン・・・左右にカメラを振る
- ・アングル・・・アイレベル・ローアングル・ハイアングル
- ・移動撮影・・・ドリー
- ・人物の撮影サイズ・・・(クローズアップ・アップ・バスト・ウエスト・フルサイズ)
- ・タイト・ルーズ・・・周りのものも入れるか・入れないか
- ・フレームイン・フレームアウト・・・被写体が現れる・出ていく

●編集技術

<映像のつなぎ方>

- ・カット……編集の基本で、メリハリがはっきりする効果。
- ・ディゾルブ……時間経過やカットのインパクトをなくし、滑らかに見せる効果。
- ・ワイプ……ストーリー的な場面転換や印象的に映像を登場させる効果。
- ・デジタルビデオエフェクト……編集機によってはさまざまな映像効果があるが、使いすぎると見やすさがなくなる逆効果もある。

<テンポ>

- ・テンポ良く見せたいならカット数を多く、ゆっくり見せたいならカット数を少なめ。
- ・ワンショットで、その場の臨場感を一気に伝える方法もあり。

●NG表現など、留意すべき点は？

- 道路での撮影は、道路交通法に違反しないようご注意ください。
(シートベルトの閉め忘れ、わき見運転などのカットはNGです。)



- オリンピックを直接的に利用した表現・PRはNGです。
(公式スポンサーとして認可されている会社・団体以外は、オリンピックに直接的に乗じたPR行為は禁止されています。)

- 「〇〇No.1」などの最上級表現の使用に関しては、それを裏付けるデータが必須となります。きちんとしたデータに基づいての内容のみ、最上級表現の使用が可能です。

- CM大賞の放送は年末年始を予定しております。
視聴者の混乱を招きますので、「今年」「来年」などの表現は「2021年」「令和3年」等の具体的な年数表現に代替してください。



●最後に

今や常に撮影機器を携帯し、日常を過ごしている時代。
残したいシーン、時には衝撃的なシーンとの突然の遭遇でも、
スマホ・携帯でパシャリ。
ホームカメラやデジカメの撮影も、機能の進歩により、
操作もかなり簡単になっていると思います。

ぜひ、お手持ちの撮影機器を使って、
地元PR動画の撮影にチャレンジしてみませんか？

身近な風景、食材、伝統行事、隣にいる人の姿...
昔からあったこと、新しくなったこと、
あなたが見つけたそのアングルが新しい。
その作品が、誰かの心を大きく動かすかもしれません。