

広報動画構造分析の一例

— 『Kumamoto surprise film 「くまもとで、まってる。」』 の構造分析 —

金 村 公 一

An example of a public relations video structure analysis
— Structure analysis of “KUMAMOTO will wait for you” —

Kouichi KANAMURA

概 要

「くまもとで、まってる。」は、熊本県が制作した観光プロモーションを主目的とした動画コンテンツである。観光映像大賞を受賞し、動画サイトにおいても多数再生され、広報コンテンツとしては幅広く高い支持を得た。本論では、この動画コンテンツの構造を Sequence と Paradigm の両面で解剖した。ナレーションが一切ないこの作品は、Sequence や Paradigm と音楽とテキストで表示されるメッセージがどのような関係をもっているかについても分析した。さらに、受け手側がいかに関心したかを把握するため、この作品をみた学生の記述調査内容を分析し、Sequence、Paradigm の分析結果と関連性を考察した。

キーワード：広報、動画、地域、コンテンツ

1. はじめに

2012年6月、地方自治体広報動画映像コンテンツの『Kumamoto surprise film 「くまもとで、まってる。」』¹（以下、「本動画コンテンツ」と称する）は、Short Shorts Film Festival & ASIA 2012²において「観光映像大賞」を受賞した。本動画コンテンツは、熊本県が観光プロモーションを目的として制作した。熊本県出身の脚本家小山薫堂が監督として制作に携わった。本動画コンテンツは、2011年10月1日、「秋のくまもとお城まつり」で公開され、同年11月30日には動画サイト「YouTube」にアップロード³された。

同サイトでは、2013年10月時点で97,000を超える再生回数を数え、自治体動画コンテンツとしては異例の高い再生回数となっている。

本論では、999秒にわたって展開されるこの観光プロモーション動画の構造分析を通して、本動画コンテンツの訴求特徴抽出を試みる。まず、本動画コンテンツの Sequence 分析を行い、並べられたシーンを量的、質的に整理する。

次に、この Sequence を Syd Field⁴ の Paradigm の手法を用いて訴求のプロセスを整理する。Sequence と Paradigm の両分析を

総合して、本動画コンテンツの特徴を抽出する。さらに、本動画コンテンツを、51名の学生に観てもらい、記述調査を実施した。その結果に基づき、視聴者の受容状況の一例と解剖結果を対照しながら、本動画コンテンツの構造の特徴を考察する。

2. Sequence

2.1 シーン抽出と尺, サウンド

999秒に及ぶ本動画コンテンツのSequenceを表1に整理した。タイトルオープニング部分21秒分はシーンNo.0とした。以降シーン1~23の秒数、シーンの内容定義を行った。1つのシーンの秒数は短いもので3秒、長いもので120秒に及ぶ。表1のLengthをみると、前半に長尺の秒数が多く、後半は10秒以内の短尺のシーンが多い。したがって、シーンの展開は、前半ゆったり、後半にテンポが上がるという傾向が見られる。

表1 Sequence分析表

No.	Seconds			Scene	Sound			
	Start	End	Length		Photo	Audio	Live	
0	0	21	21	タイトルオープニング	○			
1	21	130	109	くまモン (コンセプト1「ひと」提示)	○	○		
2	130	250	120	SL1:求川さん (船頭) :球磨川	○	○		
3	250	267	17	TR1:宮井親子の求川さん写真加工作業風景	○	○		
4	267	317	50	SL2:宮井さん (写真家親子) :満願寺温泉	○	○		
5	317	355	38	TR2:宮井さん撮影くまモン/八千代座 (築101年)	○	○		
6	355	438	83	SL3:氏園さん (101歳) :山鹿 八千代座出演	○	○		
7	438	460	22	TR3:坂田さんの八千代座切り絵作業風景	○	○		
8	460	509	49	SL4:坂田さん (切り絵師) :熊本城	○	○		
9	509	540	31	TR4:坂田さん切り絵 崎津天主堂から実写転換	○	○		全
10	540	650	110	SL5:山下さん (漁師祖父・孫) :天草・崎津	○	○		福
11	650	681	31	くまモン (コンセプト2「まってる」提示)	○			ナ
12	681	745	64	SL1:求川さん (船頭) :唯一の乗客高校生	○	○		レ
13	745	797	52	SL3:氏園さん (八千代座) :踊りの出番	○	○		イ
14	797	838	41	SL5:山下さん (漁師祖父・孫) :祈りの時	○	○		シ
15	838	885	47	SL4:坂田さん (切り絵師) :熊本城祭りの日	○	○		ョ
16	885	896	11	SL2:宮井さん (写真家親子) :シャッターチャンス	○			ン
17	896	905	9	くまモン (結末へのメッセージ展開)	○			ナ
18	905	917	12	祭り会場 (観客席の人々) :SL2.4 笑顔	○			し
19	917	920	3	メッセージテキスト「みんなの笑顔を、まってる」	○			
20	920	925	5	祭り会場 (観客席の人々が立ち上がりくまモンに手を振る)	○			
21	925	933	8	メッセージテキスト「くまもとのみんなが、あなたを、まってる。」	○			
22	933	964	31	祭り会場 (観客席の人々がカメラ (視聴者) に向けて手を振る) :祭り会場から引きの全景にくまモンと熊本城	○			
23	964	999	35	エンドロール	○			

(出典：動画コンテンツをSequence分析して作成)

2.2 並列する5つのStory Lineとその連携

本動画コンテンツでは、並行して5つの人物描写を行っている。これをStory Line

(表中略号：SLとする) 1~5とし、各Story Lineの切り替わり部分に連携性を持たせる意味をもった映像が使用されている。5つのStory Lineを繋ぐ4つの切り替わり部分をTransition (表中略号：TRとする) 1~4とした。Transitionは、Story Lineの前後関係を繋ぐ共通の被写体を重ねる手法がとられていて、5つのStory Lineを細切れにしない工夫が凝らされている。Story Line前半部の概要を以下の(1)~(5)に示す。

(1) SL1：球磨村で毎日渡し船を漕ぐ84歳の男性

シーン2：高校に通う1人の生徒を船で送り迎えする船頭さんの待つ姿を描写している。人物とともに、球磨村という山あいの自然豊かでのどかな景色がしっかりと映される(120秒)。

(2) SL2：親子2代(70歳・40歳)の写真家

シーン4：親と同じ写真家の道に進んだ子。2人が阿蘇満願寺温泉や小国周辺を撮影にまわる様子が描写される。阿蘇周辺の風光明媚な自然、まちの人々も映している(50秒)。

(3) SL3：101歳の女性が築101年の八千代座で踊る

シーン6：101歳の元気を踊りと感謝で社会にかえす人物描写。山鹿市の人々が守り続ける101年の歴史をもつ八千代座の内外を映す(83秒)。

(4) SL4：32歳の切り絵師の女性

シーン8：八千代座、熊本城、天草崎津天主堂など熊本を切り絵にする製作の様子が描写される。熊本城や天草市の建物や街並みを映す(49秒)。

(5) SL5：漁師とその孫(75歳・11歳)

シーン10：天草で漁師をする75歳の

男性とその孫 11 歳男子と一緒に漁船に乗って海にでる様子を描写する。豊かな海と、天草のキリシタンの歴史を彷彿させる崎津天主堂、海から見えるマリア像を映す (110 秒)。

これら 5 つの Story Line がシームレスに繋がれている。SL1 から 2 へは、船頭さんの写真を加工する写真家親子の姿を Transition に使っている。同様に、2 から 3 へは、写真家が撮影した八千代座の内部の俯瞰写真、3 から 4 へは出来上がった八千代座の切り絵を見ている切り絵師、4 から 5 へは崎津天主堂の切り絵に実写の風景が重ねられる。

こうした場面転換部分に短いもので 17 秒、長いものでは 38 秒の時間がかけられる。4 つの Transition 部分の合計は 108 秒である。

Story Line 後半部は、順序が入れ替わり次の(6)~(10)に示す内容となっている。

(6) SL1：球磨村で毎日渡し船を漕ぐ 84 歳の男性

シーン 12：電車で到着した高校生を船で向こう岸に渡す風景を映す (64 秒)。

(7) SL3：101 歳の女性が築 101 年の八千代座で踊る

シーン 13：出番を迎え、舞台上で踊る 101 歳の女性に声援を送る観客 (52 秒)。

(8) SL5：漁師とその孫 (75 歳・11 歳)

シーン 14：2 人が海の船上からマリア像に向かって祈りを捧げる様子を映す (41 秒)。

(9) SL4：32 歳の切り絵師の女性

シーン 15：熊本城の切り絵がお城祭りのポスターとなり、祭りの会場が出来て人々が集まる様子を映す (47 秒)。

(10) SL2：親子 2 代 (70 歳・40 歳) の写真家
シーン 16：祭り会場で踊るくまモンを撮影するシャッターチャンスをまつ写真家の姿を映す (11 秒)。

(6)~(10)の Story Line は合計で 215 秒である。シーン 15 以降はそれまでのゆったりしたテンポから結末に向けてテンポが早くなる。シーン毎の秒数も短くなる。

2.3 メッセージによるコンテンツ進行

(1)進行とメッセージ発信を担うくまモン

Sequence に多く登場する熊本県のキャラクター「くまモン」は、両親に手紙を書くというメタファーを用いて、可視化されたメッセージをテキストで視聴者に提示しながら、コンテンツの全体進行を担っている。

こうしたナビゲート部分は、表 1 で「くまモン」という表記を付した。

Sequence の進行は、くまモンから発せられるメッセージが担っており、動画全編にわたってナレーションは存在しない。

(2)メッセージ専用画面の表示時間

メッセージは、黒地画面に白地の文字で表示され、ナレーションに代わる機能を果たしている。14 のシーンで合計 46 画面のメッセージが表示され、その合計時間は、201 秒である。シーン 1 ~ 22 の本編部分の合計 943 秒に占める割合は、21% である。したがって、本編部分の 1/5 以上、テキスト表示専用の画面が表示されていることになる。結果的に、受け手は映像だけでなく、表示されたテキストを読む作業を通して訴求内容を受け取っている。テキストを読むため、自然と画面に集中することになる。

表2 シーン別メッセージ表示状況

No.	Seconds		メッセージテキスト
	Start	End	
1	21	36	15 おとうさん、おかあさん、お元気ですか？
	49	52	3 くまもとサブライズ大使になって、アツという間に1年が経ちました。
	57	69	12 くまもとはは・・・おとうさんとおかあさんを連れて行きたい場所がたくさんあります。
	101	105	4 でも、それとおなじくらい・・・
	121	130	9 ぼくは、くまもとの“ひと”に魅力を感じます。
2	156	158	2 9世代、20人が暮らす山あいの村。
	163	166	3 村を孤立させないため、朝から日暮れまで、
	171	174	3 渡し舟を漕ぎ続けている人がいます。
	185	189	4 球磨川渡谷 最後の渡し舟。
	194	196	2 片道150円のちいさな船旅。
3	205	209	4 3人の息子たちは、みんな都会に出て行きました。
	214	221	7 自分の舟に乗ってくれるお客さんがいる・・・それが、今の喜び。
	235	240	5 毎日乗ってくれるお客さんは、下流の町に通う高校生一人。
	246	250	4 待つことも、自分のため。
	4	254	256
260		262	2 ただ、親父に懐けただけ。
267		269	2 阿蘇で、写真家の親子に出会いました。
304		306	2 父と息子、一緒に働くと言う喜び。
6		319	321
	330	336	6 山麓の人たちに、華やかな夢を与えてきた開場101年目の芝居小屋
	347	349	2 地元の人力が合わせて、地元のために守り続けています。
	356	358	2 この舞台に立つ日々を心待ちにしている人がいました。
	370	376	6 年輪 101才
8	384	390	6 一人でも多くの人に、自分の元気を分けてあげたい。だから乗り続ける。
	408	410	2 自分とおなじ明治44年生まれ。
	417	419	2 元気の秘訣は？
	461	464	3 切り絵が仕事になるか、最初は不安だった。
	480	486	6 好きなことを仕事にしない・・・家族が勇気をくれた。
10	506	510	4 熊本には、切り絵にしたい場所がいっぱいある。
	538	540	2 隠れクリスタルの悲しい歴史を記憶している町。
	564	569	5 確とふたりで、漁に出る・・・一日でいちばん幸せな時間。
	577	585	8 どんなに努力しても、海が荒れば、何も報われない。それが漁師という仕事。
	595	601	6 だから孫には、ほかの仕事に就いて欲しい。
11	604	608	4 でも、自分は漁師で良かった。
	613	619	6 自分の釣った魚を喜んでくれる人がいる。幸せだなあ、と思う。
	642	650	8 何でもない一日に感謝したくなる。見過ごしていた一瞬が愛おしくなる。
	655	660	5 そんなことを教えてくれる くまもとが、ぼくは大好きなのです。
	671	673	2 そしてもう一つ、気づいたことがあります。
12	677	681	4 それぞれの暮らしの中に、それぞれの“まってる”がある。
	12	693	2 たった一人の客を、まってる。
	13	745	2 747 2 自分の出番を、まってる。
	14	798	2 801 3 折りの時を、まってる。
	15	839	2 842 3 お祭りの日を、まってる。
16	886	890	4 シャッターチャンスを、まってる。
	19	917	2 920 3 みんなの笑顔を、まってる。
	21	925	2 933 8 くまもとのみんなが、あなたを、まってる。

(3)メッセージが Plot Point の役目

表2の網掛け部分は、メッセージの表示時間が長い箇所である。伝えたい重要なメッセージを文字で表示する手法を多用している。Plot Point の役割を担っている箇所も多数ある。

結末の最大のメッセージは20字の「くまもとのみんなが、あなたを、まってる。」である。この20文字を8秒間かけて表示している。結末に至る前、終盤連続して7つの画面で「まってる」が入り、結末画面を含めて8画面で合計29秒表示されている。

る。一番伝えたいメッセージを文字の形で何度も表示している。

2.4 サウンド

サウンドは「Piano」、「Guitar」2種類の楽器演奏のいずれか又は、楽器演奏と「Live」を重ねている。「Live」とは、撮影された映像の被写体の生音である。テーマ曲は、熊本県出身の押尾コータローの「ずっと…」で、Guitar演奏である。「Piano」は、押尾の楽曲をベースに樹原涼子が演奏している。

表1に整理した各シーンに流れているサウンドに○印を付すと、シーンNo.0～11まではPianoのBGMが一貫して流され、シーンNo.1～10まではさらに生音が重ねられている。シーン12～22まではメインテーマ曲のGuitarのBGMがずっと流され、シーン12～15では生音が重ねられている。最後のシーンNo.23のエンドロールでは再びPianoのBGMとなり、タイトルオープニングと対をなす形になっている。表1のサウンド部分の「○」の分布状況をみると、Sequenceの進行に伴い、PianoからGuitarに引き継がれ、最後のピアノに戻る構造となっている。

これらの楽曲に生音が重ねられている部分は、人物描写のStory Lineの部分の大半を占めている。PianoやGuitarに重ねる生音は、人物描写の補強に活用されている。Sequence後半では、メッセージテキストの訴求効果を高めるため、視聴者の画面注視を訴求手段とするため、BGM以外の生音は使われなくなる。サウンドの構成は、訴求内容に合わせて構造化されており、シンプルな構造を呈している。

3. Paradigm

3.1 3つの段階

Syd Fieldは、動画コンテンツの構成を図1のとおり、3つのパートからなるParadigmにまとめている。構成は、

Beginning → Middle → End の大きく 3 つの塊に区分けされる。Beginning 部分の主な役割は状況設定である。Middle 部分は、直面する状況描写で、End 部分は、結末の解決局面である。

3.2 3つのポイント

この3つの段階を印象づける訴求を強化する部分が Plot Point である。Syd Field は、Plot Point は 2 つ必要であるとし、そのうちにひとつは、Beginning 部分の最後付近に Plot Point1、Middle 部分の最後付近に Plot Point2 を配置する。

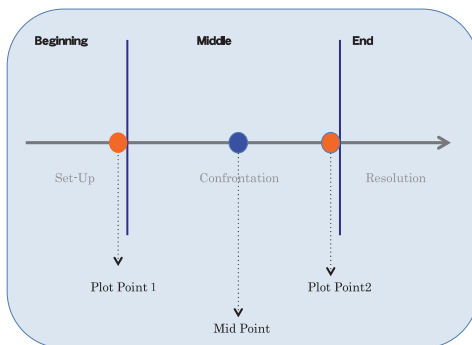


図1 Paradigm 構造

(出典：Syd Field Screenplay 2005 Delta p.239 から模式図を引用し、加筆して作成した)

Plot Point1 は興味関心を引きつける役割を、Plot Point2 は結末に向けて流れを進める役割をもつ。Middle 部分には、Mid Point と称される全体の流れの中で結末へ向かう転換点となる Point が存在し、合計 3 つの訴求点が有効に機能することにより、コンテンツの流れがより訴求効果を高めている。

3つの部分のボリューム比率は 1:2:1 程度を基本としているが、その比率は表現の種類によって異なるものであるとも述べている。かかる Paradigm の視点をもって、本動画コンテンツの Sequence をさらに分析してみる。

4. Sequence の Paradigm 構造分析

4.1 Beginning (発端) 部分

表 2 に整理したとおり、Beginning に相当する部分は、シーン 1 ～ 10 までの 629 秒が相当する。この部分は、本編部分の 943 秒の実に 66.7% を占める。状況設定を行う部分が非常に大きなボリュームを持っている。その理由として、5つの Story Line が 4 つの Transition で繋がれて、丹念に描写されていることが考えられる。Plot Point1 もそれぞれの Story Line に存在しており、本動画コンテンツが熊本の市井に生きる「ひと」を丹念に描くことによる状況設定を重視していることがわかる。それぞれの Story Line で描写している「ひと」の年齢をみると、は 84 歳、70 歳と 40 歳の親子、101 歳、32 歳、75 歳と 11 歳の祖父孫と高齢者からこどもまで幅広い。広範な世代の視聴者を引きつけるポイントをたくさん準備することで、広く、強い訴求力を狙っている。

4.2 Middle (中盤) 部分

シーン 11 ～ 16 の 246 秒が中盤を形成している。Middle 部分は、Beginning 部分の半分以下のボリュームである。Middle 部分では 5 つの Story Line を再び登場させて二つ目の Plot Point を設定している。初めにナビゲーターの役割を担うくまモンが提示する「まってる」というコンセプトに収斂を目指した内容の Story Line1 ～ 5 の続編が用意される。

ここで注目したい点として、5つの Story Line を並べる順序が変動していることである。Beginning では SL1 ～ 5 の順に並べられていたが、Middle では SL1 → SL3 → SL5 → SL4 → SL2 という順に並べ替えられた。

表3 Paradigm分析

No.	Seconds			Scene	Sound		
	Start	End	Length		Photo	Music	Live
0	0	21	21	タイトルオープニング	○		
1	21	130	109	くまモン (コンセプト1「ひと」提示)	○	○	○
2	130	250	120	SL1:坂广川さん (船頭) :球磨川	○	○	○
3	250	267	17	TR1: 宮井親子の坂广川さん写真加工作業風景	○	○	○
4	267	317	50	SL2:宮井さん (写真家親子) :流鏝寺温泉	○	○	○
5	317	355	38	TR2:宮井さん撮影くまモン/八千代座 (築101年)	○	○	○
6	355	438	83	SL3:氏岡さん (101歳) :山鹿 八千代座出演	○	○	○
7	438	460	22	TR3:坂田さんの八千代座切り絵作業風景	○	○	○
8	460	509	49	SL4:坂田さん (切り絵師) :熊本城	○	○	○
9	509	540	31	TR4:坂田さん切り絵 崎津天主堂から実写転換	○	○	○
10	540	650	110	SL5:山下さん (漁師祖父・孫) :天草・崎津	○	○	○
[シーン11~10] Beginning 62秒(全体の約63%) SL1~5のそれぞれPlot Point1が存在する							
11	650	681	31	くまモン (コンセプト2「まってる」提示)	○		
12	681	745	64	SL1:坂广川さん (船頭) :唯一の乗客高校生	○	○	○
13	745	797	52	SL3:氏岡さん (八千代座) :踊りの出席	○	○	○
14	797	838	41	SL5:山下さん (漁師祖父・孫) :祈りの時	○	○	○
[Mid Point] 結末への転換期							
15	838	885	47	SL4:坂田さん (切り絵師) :熊本城祭りの日	○	○	○
16	885	896	11	SL2:宮井さん (写真家親子) :シャッターチャンス	○	○	○
[シーン11~16] Middle 246秒(全体の約25%) SL1~5のそれぞれPlot Point2が存在する							
17	896	905	9	くまモン (結末へのメッセージ展開)	○		
18	905	917	12	祭り会場 (観客席の人々) :SL2.4 笑顔	○	○	○
19	917	920	3	メッセージテキスト「みんなの笑顔、まってる」	○		
20	920	925	5	祭り会場 (観客席の人々が立ち上がりくまモンに手を振る)	○	○	○
21	925	933	8	メッセージテキスト「くまもとのみんなが、あなたを、まってる。」	○		
22	933	964	31	祭り会場 (観客席の人々がカメラ (視聴者) に向けて手を振る) :祭り会場から引きの全景にくまモンと熊本城	○	○	○
[シーン17~22] End 68秒(全体の約7%)							
23	964	999	35	エンドロール	○		

全編ナレーションなし

SL1, 3, 5の3つは、それぞれのPlot Point1に対応した登場人物が「まってる」物語の結果が示された。SL4, 2の2つは「祭りの日をまってる」、「(祭りの日の) シャッターチャンスをもってる」というコンセプトに埋め込まれる形に変化した。5つのStory Lineは順序を変え、前半3つと後半2つの「まってる」に微妙な差異を生じさせている。Plot Point2は、SL1, 3, 5では描いている人物上に位置し、SL2, 4は、本動画コンテンツ全体のPlot Pointに溶け込んでいく。このStory Lineの分岐点が結末に大きく傾斜し始めるMid Pointであると考えられる。

4.3 End (結末) 部分

シーン17~22はシーンの数はMiddle部分と同じであるが、それぞれが数秒程度の短尺でつながる68秒(全体の約7%の尺)がEnd部分である。結末部分は、お祭り会場が画面の軸となる。結末部分に、5つのStory Lineで描かれた「ひと」のうち、Mid Pointで分岐されたSL2(写真家親子)、

SL4(切り絵師)が祭り会場に埋め込まれて登場し、結末のメッセージ展開に組み込まれている。シーン21で黒地画面に8秒の時間をかけて提示されるテキスト「くまもとのみんなが、あなたを、まってる。」が本動画コンテンツの最終的な訴求内容である。この8秒のメッセージにシーン1~20の904秒が奥行きのある真実感を持たせた。Story Line1, 3, 5は、End部分に登場しないが、既に2度にわたる描写で視聴者に「まってる(姿)」を刻み込んでいる。

5. 受け手の受容状況

5.1 受け手に対して実施した記述調査項目

本動画コンテンツを学生51名(男子15名, 女子36名)に観てもらい、「この作品を観て感じたこともしくは伝わってきたこと」と「最も印象に残ったシーン」について記述により回答を得た。

5.2 感じたこと、伝わってきたこと

図2のとおり、温かさ、感動といった情緒的なものを感じた回答が多いが、5つのStory Lineでみた人について興味を持ったとの回答も多かった。また、本動画コンテンツの特徴である、5本にStory Lineを繋ぐ映像に惹かれたという回答もあった。

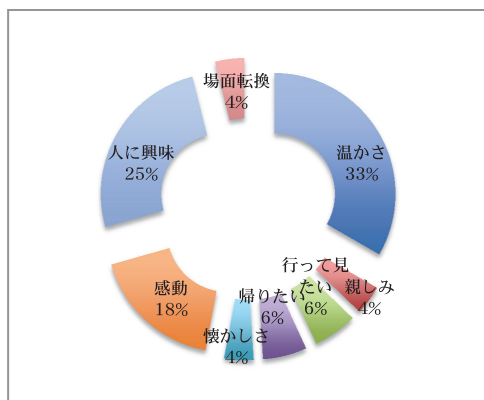


図2 感じたこと・伝わってきたこと (全体) (N=51 (M=15, F=36))

図3は男子学生、図4は女子学生の回答状況である。男子学生は、人に興味を持ったという回答が最も高く、63%と過半数を占め、温かさなどの情緒的な回答は合計しても31%程度だった。女子学生は、情緒的な回答が88%を占めていた。しかし、記述式の回答をよく読むと、情緒的な面が多い女子学生でも感じた背景に人の日常生活が丹念に描かれているという記述がみられたので、このグラフを見て男女の回答差は男女の情緒的感受性の違いとは言い切れない面もある。

Sequence からみると、女子がEnd部分で発信されたメッセージに対する情緒的反応があるとみることができ、男子はBeginning部分出提示された人の描写に対する反応が強いとみることも出来る。

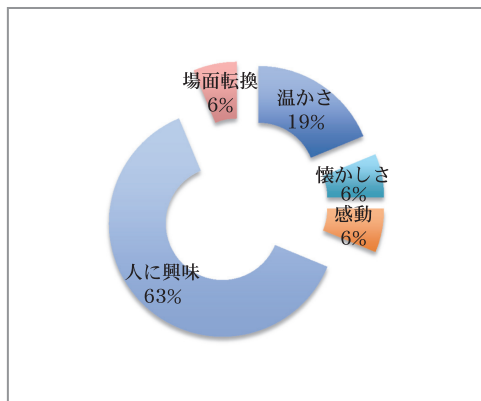


図3 感じたこと・伝わってきこと (男子)
(N=15 (M=15))

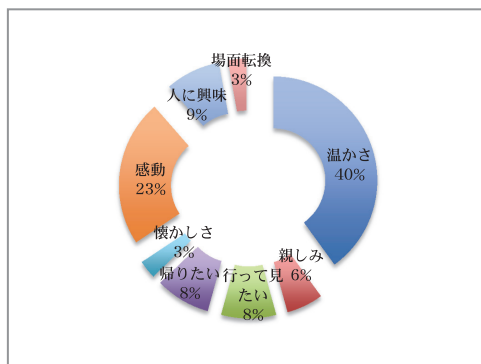


図4 感じたこと・伝わってきこと (女子)
(N=36 (F=36))

5.3 最も印象に残ったシーン

学生達の回答は、興味の多い順にSL1(球磨川の船頭さん)、SL3(101才の元気な女性)、SL5(漁師の祖父と孫)であった。どちらのStory Lineでも映像がインパクトが強い印象を与えているが、さらに挿入されたメッセージ表示画面でSL1では、「たった一人の客をまってる」、SL3では「101才」という文字が強調されて刻み込まれるPlot Pointを形成している。

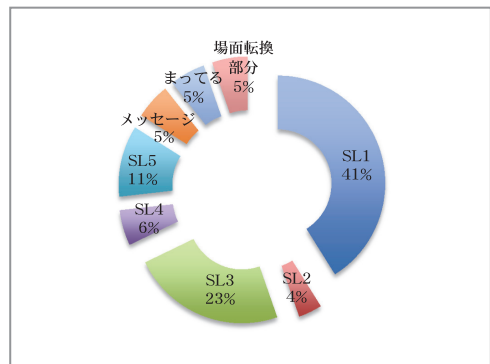


図5 最も印象に残ったシーン (全体)
(N=51 (M=15, F=36))

この回答を図6と図7を比較しての男女別でみると、男女とも共通して興味が高いのは、SL1(球磨川の船頭さん)である。

男女で大きく異なったのは、SL3(101才の元気な女性)で、女子学生の23%が最も印象に残ったと回答しているのに対し、男子学生は6%であった。この違いは、孫世代である学生が、祖父母とどのようにつき合っているかという点や、同性異性といった違いが作用しているかもしれない。ちなみに男子は、SL5(漁師の祖父と孫)の比率が高い。Sequence分析では、SL1:184秒、SL3:135秒、SL5:151秒であるのに対し、SL2:61秒、SL4:96秒と時間的には短い描写である。

さらに、SL2とSL4は、登場する人に焦点を当てているようでも、Mid Point以降に照準を合わせて編集してあるため、構成上も印象が鮮烈になりにくい側面を持つ

ている。Paradigm の側面でも、SL2 と SL4 は、Mid Point 以降に登場する部分も多く、End に関連する部分が多い。そのため、最も伝えたいメッセージ「くまものみんが、あなたを、まってる」に、印象面では同化する形になっていると思われる。

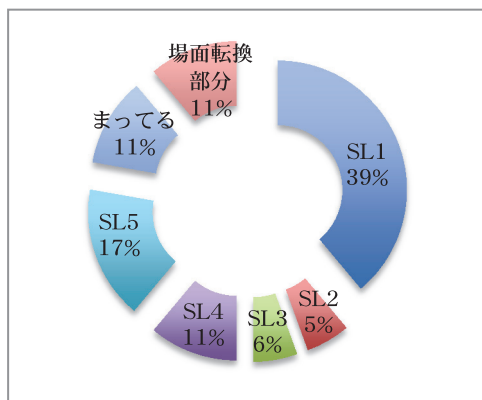


図6 最も印象に残ったシーン (男子)
(N=15 (M=15))

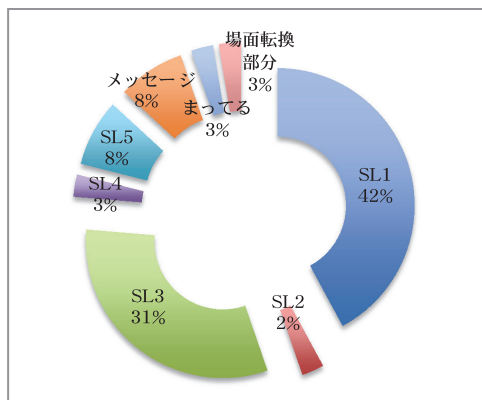


図7 最も印象に残ったシーン (女子)
(N=36 (F=36))

6. 本動画コンテンツの特徴

Sequence 分析, Paradigm 分析, メッセージ分析などにより、作り手の構成、構造の分析を行った結果と受け手の受容結果を総合して考察を試みる。

6.1 情緒と事象の両面

全編 999 秒のコンテンツのタイトル

オープニングとエンドロール部分の合計 56 秒を除く 943 秒が 22 のシーンで展開されている本動画コンテンツは、人物描写の数が多く、Beginning 部分の状況設定が全編の 7 割近いボリュームを持っている、特異な構造である。その構造を反映して、受け手側の「人に興味」をもったという反応が存在している。人への興味と、人を見て感じた情緒がほどよくミックスされることにより、本動画コンテンツ全体の印象を温かく、優しいものにしていていると思われる。本論では、学生という年齢層がほぼ同じ集団に対して行った受容の記述調査である点で、ひろい視聴者の反応を確認したものではない。しかし、97,000 を超える再生回数を記録している動画サイトのコメントと比べても大きな違いは見当たらない。広報動画、観光プロモーションという目的からみれば、広い年代層に制作者の意図が届く可能性が高い作品であるといえる。

6.2 Story Line のメッセージへの収斂の背景

制作側は、Paradigm の End 部分を第一に想定して構成したと思われる。したがってコンセプトにあう Story Line を 5 本作成するには、相当な取材の積み重ねが必要である。本動画コンテンツは、熊本民放 5 局が共同制作としてかかわっていることから、各局の日頃の取材成果を持ち寄る形で適切な Story Line を厳選することが出来たのではないかと推察される。もしそうであれば、この作品の訴求力の源泉には、地域メディアの地域への取材力、地域表象への取り組みがあるといえる。本動画コンテンツの支持が高かったのは、こうした蓄積の力でもあるといえる。この事例に触発されて我が県でもと取り組むならば、まずは日頃どれだけ地域メディアが地域を取材し、地域を表象する努力をしているかということから企画を練っていく必要がある。

6.3 「まってる」に対する受け手の反応

本動画コンテンツの最終メッセージ「くまもとのみんなが、あなたを、まってる。」に受け手はどのような反応を示したのか。記述文面の多くから析出されるのは、「まってる」に対する「いく」ではなく、「帰りたい」であった。熊本出身者でなくとも、「帰りたい」という気持ちで熊本に行ってみたいとの反応がでている。さらには、自分の故郷に「帰りたい」という反応も多く見られた。それは、今回受け手として記述した20才前後の年代層にとって、本動画コンテンツに登場する祖父母世代をみて、自分の祖父母に重ねる心理が働いたことも文面から多くみられた。その意味では、若年層から高齢者まで広い世代に訴求効果がある作品であるといえる。

6.4 「くまもとで、まってる。」の構造的特徴

本動画コンテンツの構造的特徴を、前掲図1に示したSyd Fieldが提示しているモデルに前掲表3にとりまとめた本動画コンテンツのParadigm分析結果を投影して、図8に図式化した。

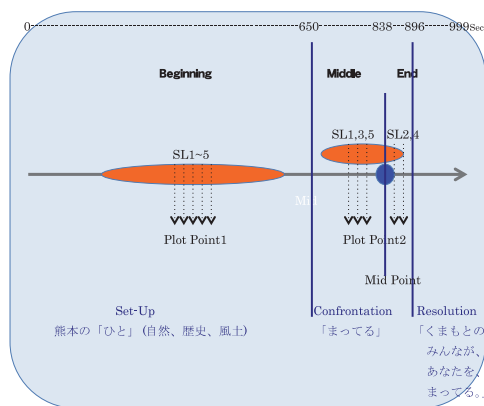


図8 「くまもとで、まってる。」のParadigm

状況設定に7割弱の時間をかけ、並行する5つのStory LineのそれぞれにPlot Pointを有する発端部分の重層化により、「ひと」

に焦点をあてつつ、熊本の自然、風土、歴史、市井に生きる人々のもつ心を可視化した。展開するMiddle部分では、このStory Lineそれぞれを「まってる」という概念で進めているが、Endに向けてStory Lineの目的が2つに分けられている。その分け目がMid Pointとなり、短い時間で一気に伝えたいメッセージを送り届ける局面に大きく傾斜する。

このParadigmを強化する重要な特徴は、全体の1/5が専用のテキスト表示画面であることである。テキストによって明確なイメージを提示する際、ナレーションを使わず、視聴者にテキストの読み取りに集中させている。

また、随所に登場する「くまモン」が重要な機能を有している。このキャラクターが一目で「くまもと」とわかるという象徴記号の役割、Paradigmの構成をナビゲートする進行役の役割、Plot Pointにあたるメッセージ発信の役割の大きく3つの役割を担っている。また、短いEnd部分に転換するMid Pointの画面展開において祭りでは踊っている姿を見せて視聴者に結末の状況を体現している。これほど、多くの役割を担っているにもかかわらず、視聴者側の印象は強くなく、描かれている「ひと」、「まってる」にアテンションが集中している点も重要である。

999秒の本動画コンテンツには、周到に多くの訴求項目が組み込まれ、その到達を補助する様々な工夫が編み込まれているといえる。

¹ 脚本・編集・監督：小山薫堂，音楽：押尾コータロー（ギター），樹原涼子（ピアノ），テーマ曲「ずっと...」押尾コータロー，題字：くまモン 2011年10月熊本県の広報の一環である「くまもとサプライズ」は、<http://www.pref.kumamoto.jp/soshiki/3/kh-baitai.html> から「movie く

まもと」サイトにいくと様々なコンテンツがみられる。

² Short Shorts Film Festival & Asia については、http://www.shortshorts.org/focus_on_asia_2013/index.php を参照。

³ <http://www.youtube.com/watch?v=gl02kvwAKFE>

⁴ シド・フィールドは、脚本、プロデューサー、シナリオなどのスペシャリストである。Paradigm の理論については、Syd Field “Screenplay: The Foundations of Screenwriting” 2005 Delta P.239 から引用した。

⁵ 長崎県立大学国際情報学部情報メディア学科に所属する学生で、筆者が開講する情報デザイン概論の授業に参加した男子15名、女子36名の合計51名。予め予告せず、理論の教授も行わず、作品を上映してその場で記述してもらった。