

授業ノート

学生主導による信用金庫「パーパスムービー」制作

高田昌裕[†]

【要旨】 2023年度、高田ゼミ有志で飯能信用金庫「パーパス動画」を制作した。各学生が役割を定め、迅速に制作を行なっていく必要があった中で、本稿では主に撮影段階よりも前、プリプロダクションという段階に絞り問題点、課題点などを考察し記す。

【キーワード】 OJT 地域連携 動画制作 Pre-Production

1. はじめに

本稿は、令和5年4月から7月中旬に高田ゼミナール有志によって行った、飯能信用金庫パーパスムービー制作事例を記録、研究したものである。前提としてパーパスムービーの定義は、いわゆる英語単語としての Purpose という「目的」「意図」という意味合いで使われることが多い。しかし近年国内企業間では、その企業が存在している目的、さらにそこから一歩進んで「企業の存在意義・使命」という意味合いで使用されている。それらをビジュアル化し、企業のブランディングに効果的に使用する目的で作られる動画がパーパスムービーということになる。

2. 受注経緯

4月中旬、地域連携担当副学長より連絡を受けた。その時点では詳細な内容は不明だったこともあり、依頼を受諾するかどうかの判断はできていない。ただしその時点で「納品は6月中旬」ということが提示され、内容に関わらず非常にタイトなスケジュールになることが予想されたため、即時制作メンバーの募集に入る判断を行った。高田ゼミナール4年生メンバーを中心として、7名が

参加の意思を示してくれた。この時点で、就職活動を行う必要がある4年生を主メンバーに据えることへの不安はあったが、制作への意思が強いこと、制作に関わる期間が短いこと、メンバーの履修授業数の少ないことなどから可能であると判断した。

4月下旬、飯能信用金庫（以下はんしん）より担当者が来校し、第一回企画打ち合わせが副学長同席の元で行われた。この打ち合わせ時点では直前まで我々に詳細な資料・希望などは提示されておらず、しかしながら先にも述べた通りスケジュールの問題から、初回打ち合わせに先駆けてこちらから企画提案を行うことを著者から制作メンバーへ提案した。その結果、メンバーは全国の類似業種に渡る企業の中からパーパスムービーをリサーチし、はんしんに置き換えた場合の是非を検討し、3パターンの企画を準備することができた。以下が概要である。

・コンセプトムービー編

現在多くの企業が制作しているパーパスコンセプトムービーを踏襲し飯能の美しさ、地域住民との密な関係性を表現する。

[†] 駿河台大学メディア情報学部

・ドラマ編

視聴者側に親近感を持たせるためのドラマ仕立て。家族という、地域に根付く存在を演出することで、はんしんが同じく長く続く地域密着の存在であることを強調できる。

・ドキュメンタリー編

お客様にはんしんと他のお客さんとの繋ぎを表現する 経営理念「ひと、まち、きずなを大切に」を表現する。

先方のプレゼンテーションを受けたのち、これらをプレゼンする流れで打ち合わせは進んだ。また、それと同時に先方の希望のヒアリングを行う。先方からの意見として「特にムービー内容に関しての希望はなく、学生さん達のアイデアを期待したい」「事業提携しているものの、こちらから授業を行っている以外の提携ができていない」「基本的には無償で制作してほしい」「学生さん達には良い体験になると思うのでぜひ頑張ってもらいたい」「駿河台大学以外にも2校、計3校へ同じ条件でお話ししている」などが挙げられた。

まずムービー内容に関してのアイデアをこちらに完全に委ねるといふ点以外の点に関しては承服しかねる点が多く、著者から意見を述べた。一番大きな問題点は「無償で制作してほしい」という点であった。学生たちは多くの場合定期的にアルバイトをしている場合が多い。それは交友費に充てるためもあるが、純粋に生活費を稼ぐための場合も少なくないと聞いている。おそらくはそれらの事情を考慮していない上での提案だとは思ふものの、制作メンバーのいる前での発言としては彼らの制作意欲を維持させる上でも受け入れることは難しい。副学長とも相談し、この時点では大学から学生たちに制作費を支払う事となった。

次に、我々は他にもコンペティターが存在するところを全く告知されておらず、それゆえに1本の動画で「存在意義」を説明できるような企画を提案していた。すると必然的に企画ごとに差は生まれるものの、基本的には全て説明的な物になって

しまう。しかし、この「3校で」という情報をもとに学生達は企画の再提案を行うべく検討に入った。つまりは「駿河台大学ならではの」さらには「いまの自分たちならではの」企画に変更するということである。これらは打ち合わせの時点でメンバーからはんしん担当責任者へ直接確認し、承諾を得た。結果としては、この決断は功を奏し、オリジナリティのある作品に仕上がることになる。この打ち合わせをもって作品制作を正式に受注することになった。

3. プリプロダクション

制作メンバーがはんしん側へ確認したことは、主に「どこまでユーモア表現が許されるか」ということであった。金融機関である信用金庫のパーパスムービーとしてそこは我々が判断できることではなく、今回のスケジュールからも企画の検討を複数回行うことは事実上不可能だからである。その結果「常識の範囲内であれば問題ない」という了承を得た。この結果をもとにオンラインを含め複数回のミーティングを重ね「フラフープ」というキーワードが浮上した。これははんしんの企業ロゴに含まれる「3つの輪」がビジュアルとしてフラフープに似ていること、そしてパーパスである「つながり続ける」「挑み続ける」「未来を彩る笑顔のために」の3つとリンクさせることで企画が成立するのではないかと考えたからである。

この結果をはんしんの担当者へ打診し、これにも了承を得たのち、実際の絵コンテ作成へと進む。オンラインミーティングを重ねアイデアを集約し、有志によって描かれたものである。スケジュールの観点から撮影は基本、駿河台大学メンバー内で完結することが望ましく、ポイントとなるフラフープ撮影以外ではある程度撮影の融通が効く様に想定された。また、ユーモア要素が強いフラフープのみで構成した場合、パーパスムービーとしてのバランスが良くないため、本編頭には業務に徹する職員の姿も挿入している。これに関してのみ学

生からのアイデアではなく、統括していた著者の意見となっているが、具体的なモーションやカメラワークなどはメンバーに一任した。撮影場所は大学内および営業時間後のはんしん東飯能支店を使用する旨を検討してもらった。

以下の図は企画書資料および初期絵コンテ抜粋資料である。

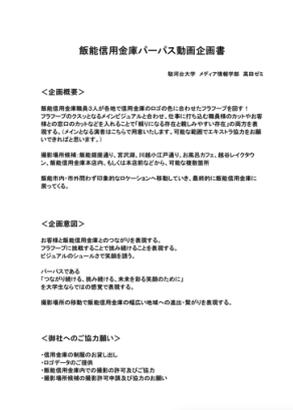


図1 企画概要

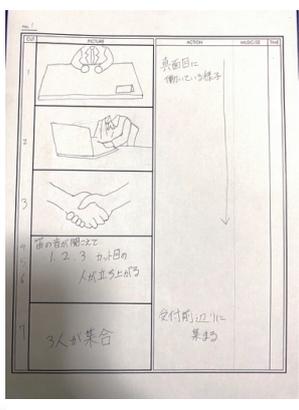


図2-1 初期絵コンテ抜粋1

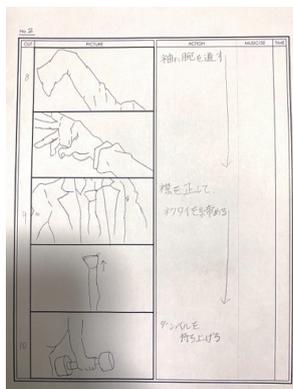


図2-2 初期絵コンテ抜粋2

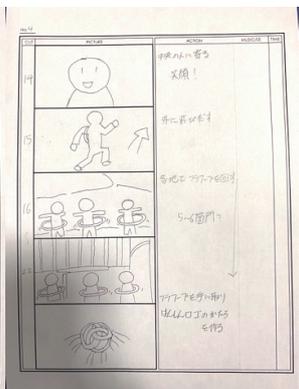


図2-3 初期絵コンテ抜粋3

これらの企画・絵コンテをもとにロケーション選定に入る。条件としては、はんしんの支店がある、もしくははんしんと業務提携が行われている企業がある場所が望ましい。今回の撮影において我々が撮影許可をロケーションごとにとっていくことは現実的ではなく、はんしん側の協力が不可欠であった。以下が初期段階で撮影許可申請を

依頼したロケーション一覧である。

- ・飯能銀座通り
- ・宮沢湖
- ・川越小江戸通り
- ・お風呂カフェ
- ・越谷レイクタウン

これに対し、はんしんの担当者からの返信では「銀座通り及び川越小江戸通りに関しては大学側で警察に道路撮影許可を」「越谷レイクタウンは営業範囲外」という返答をもらった。道路撮影に関して制作デスクとして動いていた4年生が各所に確認を取ったところ、川越ロケーションサービスより許可を得ることができた。また、はんしん担当者の計らいにより、当初不可能と思われていたムーミンパーク内での撮影、宮沢湖におけるドローン撮影を行う許可を株式会社ムーミン物語より得ることができた。

他県と比べ全国的に有名な観光資源が少ない飯能を中心に展開しているはんしんのパーパスムービーを制作するにあたり、ビジュアルとしてのバリエーションの少なさが課題の一つであった。例を挙げると、山梨信用金庫と富士山、葡萄などの組み合わせがそれにあたる。飯能においては自然を由来としたものが圧倒的に多い。川越の小江戸は非常に強力な観光資源ではあるが、はんしんとしてのメインビジュアルにするのは最適解とは呼べないとの意見が多かった。その状況下でムーミンパークでの撮影が可能になったことで企画が大きく前進したといえる。

4. まとめ

受講している授業が極端に少ない4年生をメインとしたチームとすることで、授業期間中の2か月半という非常に短い期間での制作という条件下であったが納品することができた。大学内でもコロナ禍で本格運用されるようになった、オンライ

ン会議やファイル共有など多くの技術を使用し効率的にポストプロダクション作業を進めることができたと一定の評価を得ている。ただしそれと同時に幾つかの課題点もまた表面化した。その大きな一つが、映像制作を業務として学生に請け負わせることへの大学内での扱いであった。実務教員である著者としては最後まで責任をもって映像を仕上げる、投げ出さないという覚悟を持って制作をさせたいわけだが、教育と仕事の間には大きな隔たりがあると感じている。それらの意識共有と意識改革が継続的な課題である。プロダクション編ではロケーション撮影を通してその問題に関して掘り下げる。

A Research Notes on Student-Led Production of Credit Union “Purpose Movie”

TAKADA Masahiro

[Abstract]

In the academic year 2023, the Takada Seminar, comprised of enthusiastic students, undertook the production of the “Purpose Video” for the Hanno Credit Union. In this endeavor, where each student was assigned specific roles, and a swift production process was essential, this document primarily focuses on the post-production stage rather than the filming stage, addressing issues and challenges encountered.

[Keyword]

OJT, Regional cooperation, Video production, Pre-Production