

2007

環境問題を訴えるプロモーションムービー

Promotion Movie about Environmental Problems

AD13 鍋木 常之
指導教員 西野 隆司

1. 研究目的

昨今、MOTTAINAIやチャレンジ25キャンペーンなど、環境問題改善を呼びかける団体が増えてきている。しかし、この様な団体が存在することを知らない人が多い傾向にあるようだ。今回、その団体の一員になったと仮定し環境問題への意識を呼びかけるプロモーションムービーの作成をする。

2. 調査と分析

意識向上を計るためにはどのような印象、雰囲気にするのがいいのかをインターネットで調査した。今回、環境問題への意識向上を呼びかけると共に、団体の存在を知ってもらうという目的もあるので、団体を知ってもらう為にはどのような方法があるのかも調査した。

(1) 意識向上を図るための手法

- ・インパクトのあるものが頭に残る
- ・恐怖感を与えるものが印象に残る
- ・綺麗な映像がよい
- ・現実的なものほど残ると思う

(2) 団体の認知向上

- ・作品自体にインパクトがあれば自然と団体の名前も覚える。
- ・ただ活動を見せられてもつまらない

上記の結果から、楽しいものや暖かい印象をもったものより、多少ショックでインパクトのあるものの方が印象に残るのではないかと考えた。

3. コンセプトの立案

「インパクト」「ショッキング」

調査から、意識向上を計るにはインパクトやショッキングな演出があったほうが良いという意見があった。それを取り入れ、見る側を楽しませるため、演出性にとんだアニメーションを利用して提案することにした。

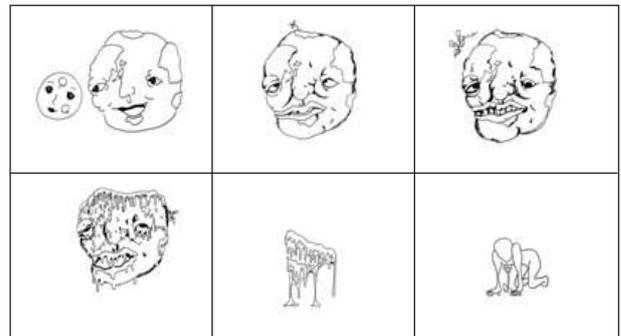
4. デザイン展開

アニメーションで、インパクトやショッキングな演出を出す際に、まずアナログかデジタル、どちらで制作しようかを考えた。そして、鉛筆を使い、線や面を使った濃淡でリアリティな表現がで

きる、アナログで制作することにした。

現在、各団体はゴミを減らすことや、エネルギーの削減という個人規模で簡単にできることを呼びかけている。そこから、アニメーションの主人公を地球とし、美しかった地球が汚染されていく様子を、モノクロのデッサン調で写實的に描き、汚染されていく現実味を持たせ、リアルに見せることで、視聴者に危機感を持たせようとした。そして、小さなことから地球を救えるというイメージシーンを最後にいれ、視聴者が環境問題に取り組もうという意識を持ってもらえるよう目指した。

5. 完成図



6. 結論

緑地関係者である公園の管理者と公園の利用者に見てもらった結果、「危機感を感じる」「おもしろい」「環境について考えたい」等の解答を貰えた。しかし、一方で「怖い」「ネガティブすぎる」「子供に見せるのはちょっと」と言うような意見もあり、地球を救えるというイメージが弱く、メッセージが伝わり辛いのではないかと思った。この結果から、地球環境改善のイメージシーンをもっと解りやすくすれば、より意識向上に繋がるプロモーションムービーになったのではないかと感じた。

7. 参考文献

誠文社新光社「アニメーションバイブル」
発売日2009/02
編集 テレコムアニメーションフィルム