

映像制作ガイドブック

映像（動画）制作の基礎知識

スターティング
チェックシート付き

発行：イメージメカニック有限責任事業組合
2009/02

目次

| | |
|------|-----------------------------|
| P 01 | はじめに 映像は人とモノを動かしながら作られます |
| P 02 | 前提をはっきりさせる |
| P 03 | 仕様を決める |
| P 04 | 制作のプロセス |
| P 05 | ステップ1 プランの具体化 |
| P 06 | A スケジュール |
| P 07 | B 構成案 |
| P 08 | C 見積もり書 |
| P 09 | D シナリオとコンテ |
| P 10 | ステップ2 撮影準備 |
| P 11 | ステップ3 撮影 |
| P 12 | ステップ4 編集と試写 |
| P 13 | ステップ5 仕上げと納品 |
| P 14 | おわりに |
| | 付録 |
| P 15 | 映像スタッフの種類とやくわり |
| P 16 | 主な見積項目 |
| P 17 | 映像制作スターティングチェックシート |

はじめに

映像制作は「わかりにくい」「わからない」そんな声をよく耳にします。

たしかに映像制作は、ワークフローが複雑で、コストもわかりにくく、WEB制作などに比較してスケジュールの引き方や管理方法も独特、さらに制作にかかわるスタッフもたくさんいる...業界の外から見ると独特の「わからなさ」があると思います。

このドキュメントでは、そのあたりの「わからなさ」をなるべく解消し、映像制作をスムーズに進めるために役立つさまざまな知識を取り上げます。

映像(動画)制作のスタッフやプロセス、予算のしくみ、スケジュールの考え方など、これまであまり世間に流通してこなかった映像制作の現場情報を、現実にそってご提供します。

「映像」とくられる制作物には、様々な種類のものがありますが、本ドキュメントでは主に、企業や自治体、団体をクライアントとしたPRビデオ等を念頭に置いています。テレビ番組などには、また違った「作法」があり、異なったワークフローがあります。

特に動画制作に積極的なWEB制作のプロダクションや、印刷系のプロダクションの皆様が、映像プロダクションに映像を発注・制作する場合の参考にさせていただければ幸いです。

また、映像プロダクションでの若手スタッフの教育、クライアントや代理店への説明資料としてご活用ください。

映像は人とモノを動かしながら作られます

映像制作の特徴は「人とモノを動かす」ことだという点にあります。

基本的に机上の作業で終わるグラフィックデザインやWEB制作の仕事とは根本的に異なるのです。

その予算と手間隙の多くが、撮影の日にカメラの前に必要なモノと必要なスタッフを用意することにかげられます。

ですので、コストも印刷物などのように制作物の「量」にたいしてかかってくるわけではありません。

ものによっては、30分ものよりも3分もののほうがはるかに制作費がかかるといったことはザラにあります。

コストに影響を及ぼす要素についてはあとで詳しく述べますが、ここでは大きく、「シチュエーションの数」がコストに直接影響をあたえる、としておきましょう。

前提をはっきりさせる

企業などからの発注を受けて制作する映像の場合には、具体的に、クライアントの意向をまとめ、「前提条件」として明確にしておく必要があります。

ここをあやふやにしまうと、後々の工程で、迷いが生じたり、無駄な作業が発生してしまいます。ここを明確にして初めて具体的なプランニングや見積もりを開始する事ができます。主に下記の項目をクライアントに確認、または提案・承認をとります。

●作った映像の用途は何か？

制作した映像をどこでどう見せるのか？DVDで配布する、Webで配信する、店頭で放映する、社内の研修に使う、などなど、「どう使うものなのか」を明確にします。

●目的は何か？

商品やサービス名を覚えてもらう、製品の機能を説明したい、事例を見せたい、など映像の目的、その映像を見せる事によって期待される効果を明確にします。

●対象は誰か？

主にファミリー層に見せる、学生に特化したい、デジタルガジェットに興味のあるビジネスマンにアピールしたい、など、対象を明確にします。

さらに、トラブルに発展しやすい出演者との契約にかかわる下記の項目も大きくコストにかかわるので、初期段階で明確にします。

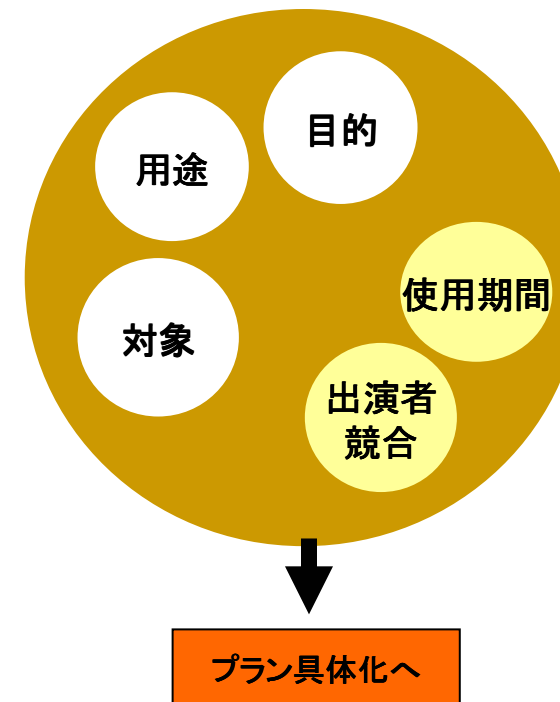
●作った映像の使用期間はどれくらいか？

〇月〇日から3ヶ月のキャンペーン期間中、とか、1年間、とか、使用期間は特に切らない(いらなくなるまでずっと使う)など、作った映像を使用する期間を明確にします。

●出演者に競合による制限を加えるか？

たとえば、家電メーカーの映像の場合、出演者(タレント)に対して、ある期間、他の家電メーカーの作品に出演しないように、など契約を交わす場合があります。またその制限も「家電メーカー」なのか「洗濯機」や「電気掃除機」とかった商品ジャンルでかけるのか、などバリエーションがあります。この点は、大きくコストにかかわるので、なるべく早期に明確にしておく必要があります。

前提になる情報を収集しよう



仕様を決める

実際の制作に入る前に、まず決まっていなければならないのは、これから作る映像の各種仕様です。

仕様には、下記のような項目があります。

●最終媒体は何か？

最終的にDVDになるのかBDにハイビジョンで焼かれるのか、WEBで配信されるのか、放送波に乗るものなのか、また、これらのいくつかを複合的に使うものなのか。それによって撮影機材や、編集方法に違いが生まれてきます。テレビ番組やDVD、BDなど、最終的にテレビに映し出される映像の場合には、標準的な仕様が定まっています。

●解像度はどうするか？

動画の大きさと比率をまとめて「解像度」といいます。横ピクセル数×縦ピクセル数であらわします。上にも書いたように、テレビ番組やDVD、BDにハイビジョン収録、といったメジャーな用途では標準的な仕様が定まっているので、自動的に解像度も決定します。

しかし、Web動画の場合はさまざまなケースが考えられるので、その仕様を初期段階で決めておきます。これを途中で変更してしまった場合には、少しやっかいな事になるので注意しましょう。

●音声の仕様はどうするか？

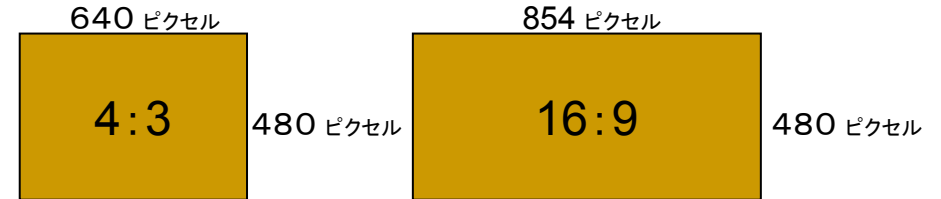
特に音声仕様について取り決めがない場合には、「人の声や自然音」はモノラルに、「音楽」はステレオに仕上がります。これはテレビ番組の標準的なスタイルで、多くの収録システムや音響編集スタジオがこの仕様が一番ストレスがないためです。ほかの仕様を採用したい場合には(5.1サラウンドなど)最初に決めておきます。

主な映像解像度

SDサイズ

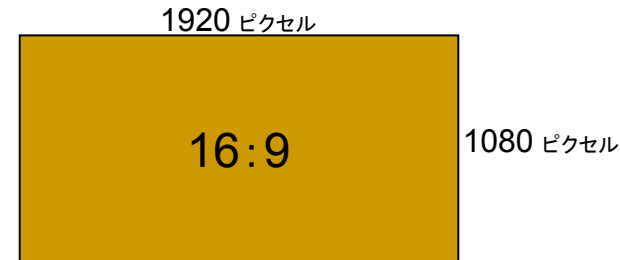
(ハイビジョンではないテレビ番組やDVD)

画面比率 4:3もしくは16:9



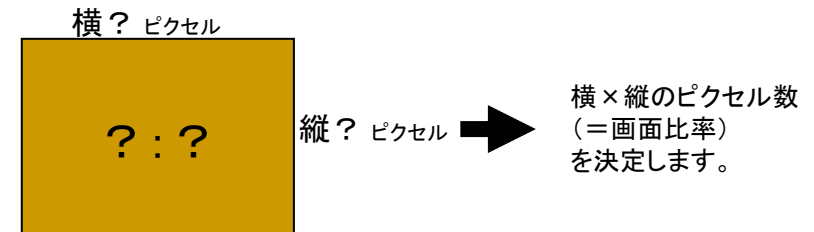
ハイビジョンサイズ

(ハイビジョンテレビ番組やブルーレイディスクなど)



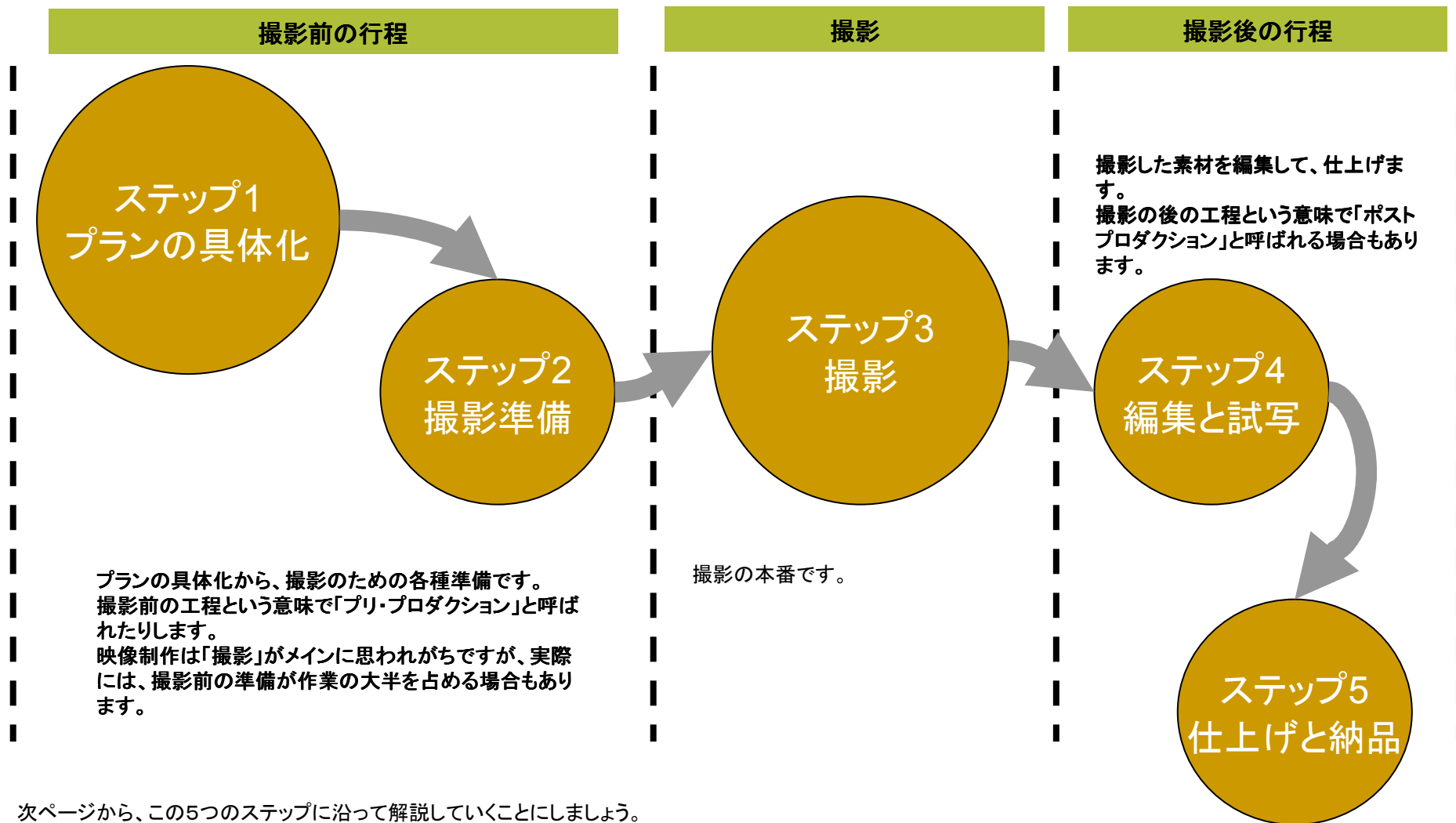
上記以外の場合

(Web配信動画 など)



制作のプロセス

映像の制作は、いくつかのステップにわけて考えるとわかりやすくなります。



次ページから、この5つのステップに沿って解説していくことにしましょう。

ステップ1 プランの具体化

A スケジュール

撮影に向け動き出す前に、各種のドキュメントを使って映像を具体化していきます。このプロセスで使用するドキュメントには、下記のようなものがあります。

- 構成案
- スケジュール表
- 見積書
- シナリオ
- コンテ

それぞれのドキュメントについて見て行くと、このプロセスの概要がわかります。くわしく見ていきましょう。まずはスケジュール表をみてみましょう。

●スケジュール項目のポイント

スケジュール表は、構成案(後述)の内容を実際に制作するための各種作業をカレンダーに落とし込んだものです。

また、納期が決定している場合には、納期から逆算して組み立てられる場合もあります。

さまざまな提出物やチェックバック、作業項目が日付にしたがって記入されますが、中でもいち早くフィックスしたいのが「オーディション」、「撮影(ロケ)」、「MA(ナレーション収録)」です。

この3点は、役者やスタッフ、スタジオなどを手配し、おさえなければならぬためです。

スタッフやスタジオは「日」単位、「時間」単位で拘束されるため、当然「上手い、早い、安い」人(施設)から埋まっていくので早い者勝ちです。

また、テレビ番組の改編期など、人員、スタジオの確保が難しい時期もあるので早めに手配しておかなければなりません。

これらの日程が手配後に変更になった場合、ちょっと面倒なことになります。

手配した人(施設)がその日が空いているとは限りません(むしろ空いていないと考えたほうが良い)。そうなるとせっかく「上手い」「早い」「安い」手配ができていても、そのいずれか、もしくは全ての条件がわるくならざるをえません。

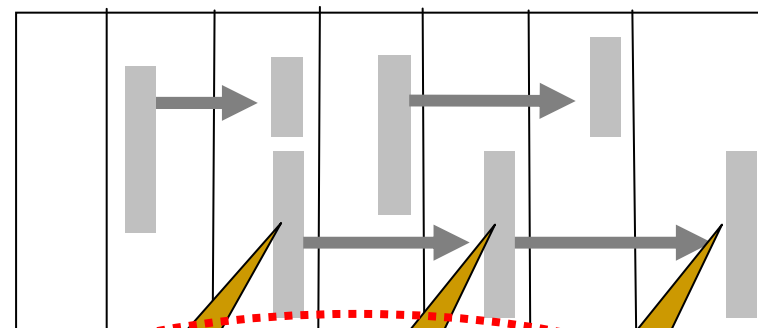
また、出演者などは変更した日が空いていないと、最悪の場合、選考からやり直しという事態もありえます。これらの日程を早めにフィックスすることが、効率化とクオリティの向上に繋がります。

「三点セット」とは？

映像制作に使うドキュメントのうち、もっとも重要なのは下記の3つです。

- 構成案
- スケジュール表
- 見積書

これらは、映像制作を進めるためのベースになる、いわば「**3点セット**」で、この3点を制作の初期段階で精度高くフィックスすることが後の作業のスムーズさにつながります。



オーディション

撮影日

スタジオ

この3項目は早めにフィックス

ステップ1 プランの具体化

B 構成案

●構成案は、その後の作業のベースになる重要なドキュメント

構成案とは、映像制作の初期に使用するドキュメントで、作品の概要を書いたものです。ほかの業界で言えば「企画書」や「提案書」にあたります。構成案には、下記のような内容が盛り込まれます。

- 演出上のアイデアやトーン(演出や雰囲気わかる)
- シーン構成と全体の流れ、シチュエーション(内容わかる)
- 尺(おおまかな時間配分)(長さがわかる)

これらによって、作品の方向性や規模がわかります。この構成案の状態の内容を検討し、その結果によって見積もり書が作成されます。

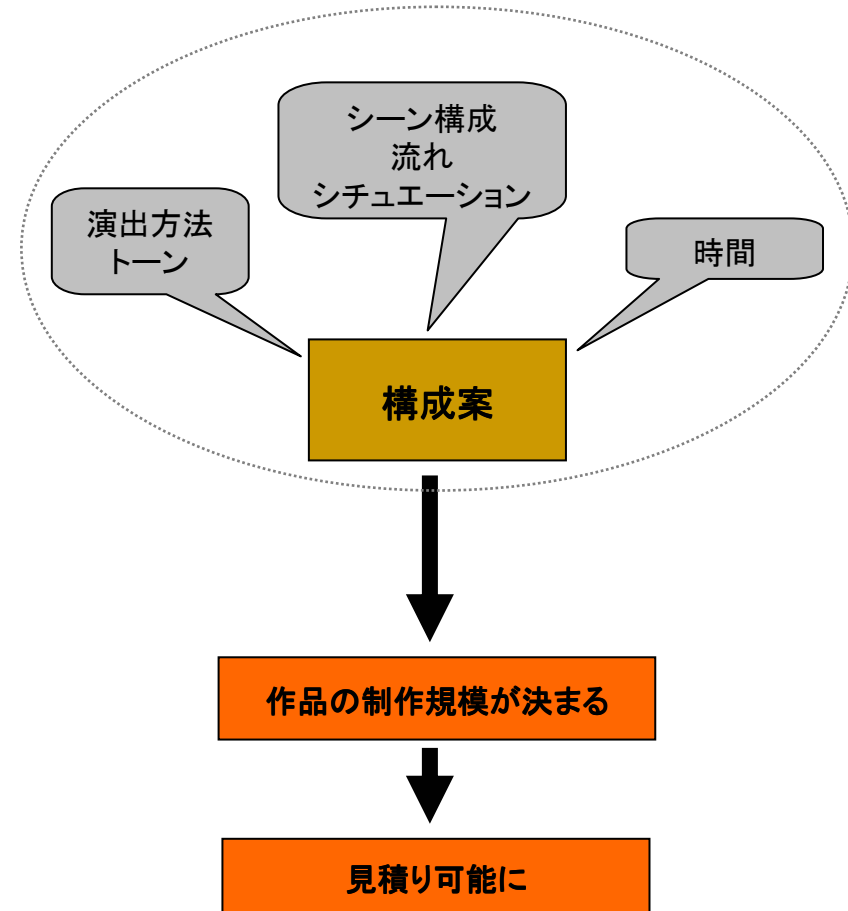
・構成案がすべてのベースになる

「概要」と言ってもこのドキュメントがもっとも重要なものです。ここに書かれた内容が予算や、その後の作業を「規定」します。ですので、映像制作の知識を持たない人が書いた構成案は、かなり「危険」です。構成案の1行が、制作費のゼロを一個増やしてしまうかもしれないからです。構成案が通ってからの大幅な予算調整は、たいていの場合非常に困難がともない、制作進行の大きな妨げになります。映像制作をスムーズに進行するためのもっとも大きなコツは、この構成案の段階で、見積もりとの整合性をきちんととっておくことです。そういう意味では、構成案と見積もりとはセットで取り扱うべきものといえるでしょう。

「この構成案」を「この見積もりで」作る、というコンセンサスを関係者全員でとっておくことが後のさまざまな作業を円滑に進行させるポイントです。また、予算があらかじめわかっている場合には、その額から逆算した構成案をつくる方がいろいろな意味で効率的です。

実際、受注段階で持ち込まれた構成と予算のバランスが悪く、そのままでは制作が成立しない、というケースがままあります。こういう場合、現実的な路線を引きなおすのに多大な時間と労力がかかってしまいます。企画の初期段階からプロダクションに「まずはご相談」いただくことをお勧めします。

構成案の役割



ステップ1 プランの具体化

C 見積もり書

●見積もり書の仕組みとポイント

見積書は、多くの場合、構成案とともに作られます。「その構成案を実現した場合にかかる費用」が見積書です。中でも大きなウエイトを占めるのがスタッフの人件費です。

・費用の発生のしかた

スタッフが仕事にかかわる形態は大きく二つあります。「一本契約」と「日当契約」です。「一本契約」をするスタッフは、その作業が時間単位で区切ることができない作業をしています。ディレクター、プロダクションマネージャー、シナリオライターなどが一本契約のスタッフです。たとえば、ディレクターは、「この仕事で何日間稼働しかた」では割り切れない仕事をしています。なので、仕事の難易度や仕事にかかわっている期間などを業界の「常識的な判断」で予算をわりあてます。すぐに終わる手間のかからない仕事は安く、期間が長くて手間のかかる仕事は高いわけです。それに対して、1日いくらで見積もられるスタッフは、カメラマンやビデオエンジニア、照明マンなど、主に技術系のスタッフです。

スタッフ以外の費用のほとんどは、「時間単価 * 時間」もしくは「日にち単位 * 日にち」で計上され、機材関連は1日いくら、スタジオ関連は時間いくらで見積もられます。

・シチュエーションの数が費用を上下させる

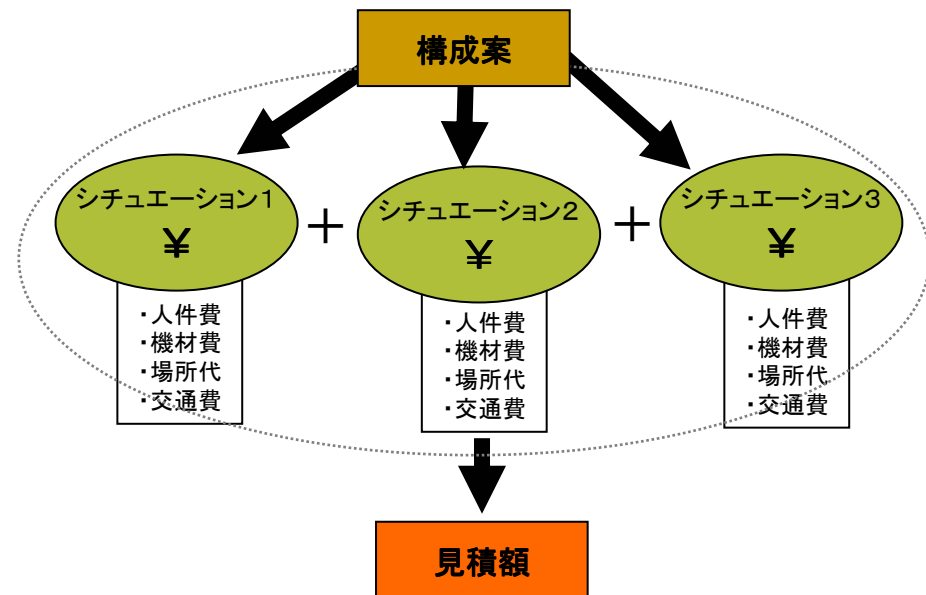
このように映像制作の現場では、多くのスタッフや機材が「日数や時間」で動いています。ですので、この日数(時間)の増減が大きく見積もり金額を上下させます。つまり、少ない場所で少ない人数、少ない機材で撮影できるほど安くあがり、撮影場所が増え、スタッフが増え、機材が増えるほど高くなります。これを構成案との関係でみると「シチュエーション数(多くの場合シーンの数)」が少ないほど安く、増えるほど高い」という関係式になります。例えば、会社の会議室で1日で撮影が終わる30分番組のほうが、数箇所を2日かけてまわって撮影する3分番組よりも、はるかに小さなコストで制作できるわけです。逆にいうと、シチュエーション数が同じならば、仕上がりの尺が3分でも10分でも似たようなコストで制作できるわけです(必ずしも言い切れませんが傾向としてはそういうことになります)。

・見積書と構成案は連動している

前にも述べたように、構成案と見積書は連動しているので、一度決定した見積もりが変更(減額)になると、構成案も変更されます。建物の建築費が減ったら、窓が小さくなったり、壁が薄くなったり、階数が減ったりするのとまったく同じ現象がおこるわけです。映像制作は、この「構成案+見積もり」の整合性をきちんととっておくことで、「スムーズで良い制作プロセス」が実現します。

・出演者の費用に注意

また、注意が必要なのが、役者さんやナレーターなどの出演者にかかわる費用です。通常、1日いくらで費用が発生しますが、それ以外に、出来上がった映像の使用期間や利用方法によっては、プラスの費用が発生します。用途が社内用なのか社外用なのか、使用期間がどれくらいなのか、競合他社への出演を規制するかなどは出演者にとって、他の仕事への制約が生じる場合があるため、保障費がかかる場合があります。これは制作費に大きく係わる場所なので、前もって、使用期間と用途を決定し、クライアントに確認する必要があります。



ステップ1 プランの具体化

D シナリオとコンテ

●シナリオ決定稿が「プランの具体化」のゴール

構成案と見積もりにOKが出たら、シナリオを作ります。
いわゆる台本です。構成案を詳細にして、文章化したものです。

ここには、具体的なナレーションや、どんな映像がどんな順番でならぶ予定なのかが、ト書きと台詞(ナレーション)で書いてあります。
これを使って、ナレーションや台詞内容の検討、また、表現のトーンや演出面のイメージを詰めていきます。
シナリオのバージョンは「第1稿」「第2稿」と増えていき、最終的なものが「決定稿」と呼ばれます。
この決定稿が「プランが具体化した状態」という事になります。これを元にこのあとのすべての作業がおこなわれます。

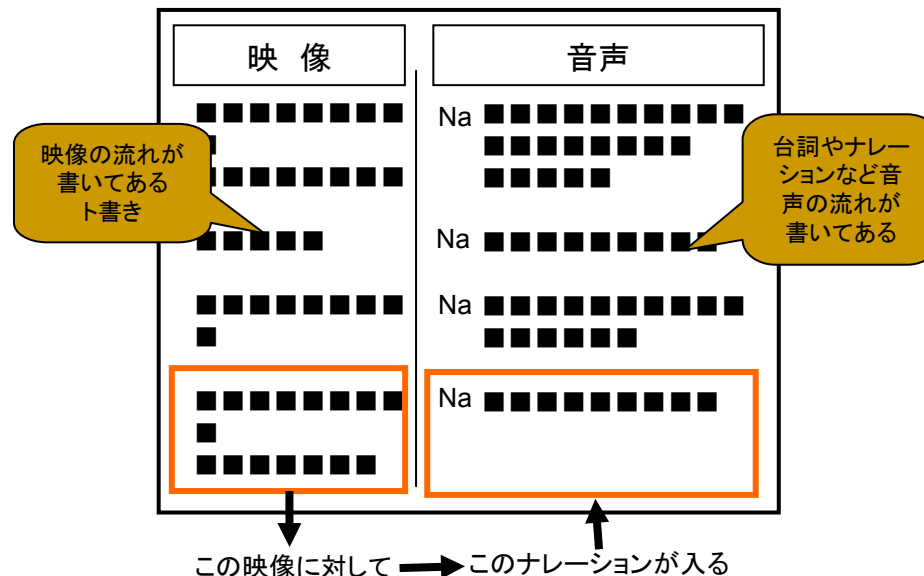
●コンテを作って作業をより具体的にわかりやすくする

コンテは、シナリオの決定稿をさらに具体化して台詞やナレーションと具体的な映像のカットとの対応を示したものです。
文字だけで書かれているシナリオと違い、1カット1カット絵をつけるので、より具体的なものになります。

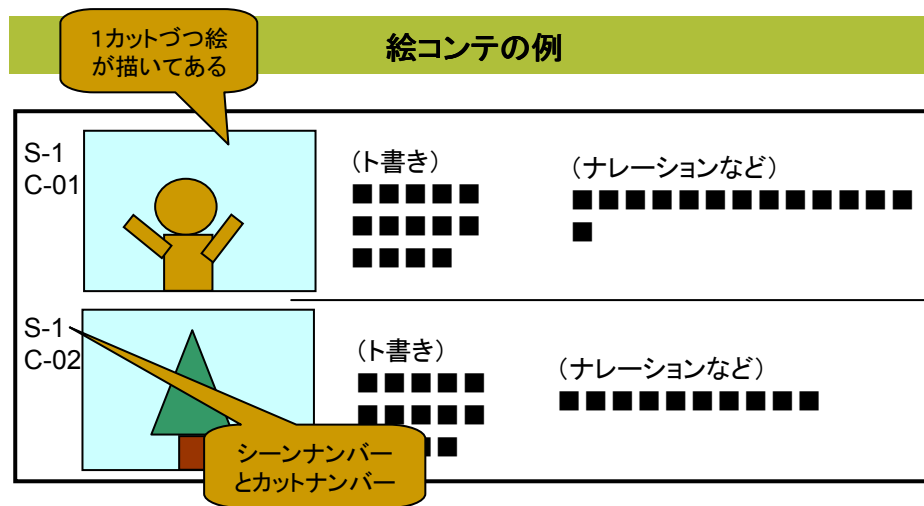
この絵コンテは、仕事によって作る場合と作らない場合があります。
CGやアニメーションで構成されたものやクロマキーなどで合成するものなどは、絵コンテは必須ですが、インタビュー構成やドキュメント、取材ものなど撮影してみないとわからないものは絵コンテの存在がかえって撮影の幅を狭めてしまう場合もあるので、普通シナリオのみで現場に入ります。

絵コンテのレベルもさまざまで、内輪のスタッフ用にディレクターが丸三角程度のカンタンな絵ですませるものから、プロのコンテマンに書かせるものまで、必要に応じて制作します。
企業関連の映像の場合は、主にクライアントに対してどの程度の提出物を出すのか、というあたりがどのレベルの絵コンテを作るかの判断基準になります。
もちろん、しっかりとした絵コンテには、コンテ費としてコストがかかります。
また、絵をつけずに、カット割りだけを行って文字で表現した「字コンテ」も現場ではよく使われます。

シナリオの書式



絵コンテの例



ステップ2

撮影準備

●シナリオ決定稿に沿って撮影の準備をする

シナリオ決定稿の内容を映像にするためのあらゆる「準備」がこのステップに入ります（通常、決定稿が出る前から仕込めるものは準備をはじめます）。下記のような項目があります。

・オーディション

役者さんやタレントが出演するものは、関係者が集まってオーディションを行います。通常、写真選考で絞込み、実際にオーディション会場に呼んで、シナリオの一部を演じてもらい、それをビデオに収録するなどして検討します。

・ロケハン

撮影場所の下見です。撮影場所が決まっている場合には、そこを下見します。決まっていない場合には、候補地を探し、実際に撮影に使える場所かどうかを実地に見て検討します。通常、ディレクター、プロダクションマネージャーに、カメラマン、場合によってはライトマンが同行します。このロケハンによって撮影場所を決定し、それにとまなう機材の選定や各種許可申請などを行います。

・美術発注

小道具、大道具、セットなど、作り物が発生する場合には、美術会社に発注します。

・衣装発注

必要な場合は、出演者の衣装をスタイリストに発注します。スタイリストは、衣装を準備する以外に、撮影現場に立会い、衣装の管理と調整を行います。

・技術打ち合わせ

撮影の段取り、撮影方法の確認や、機材の選定・発注を行う会議です。

・オールスタッフ打ち合わせ

規模の大きな撮影や複雑な段取りがある場合には、撮影に参加するスタッフ全員を集めて事前打ち合わせをします。ここで、撮影内容や段取りの最終確認を行い、準備物の不備などがないか、撮影の進行に無理はないかなどを検討します。

ロケハン

単に「場所を決める」だけなら、誰かがビデオでも撮ってくれば済む場合もあります。しかし、実際にそこで撮影する事を考えると、実際にその場に行って、それぞれのスタッフの立場からロケハンをする必要があります。

電源の確保や、駐車場、役者の控えスペースの確保など「そこがいい場所かどうか」以外にもチェックしておかなければならないポイントが多数あります。

香盤表(こうばん表)って？

技術打ち合わせや、オールスタッフ打ち合わせ、そしてなにより撮影当日に必要なドキュメントが、「香盤表」と言われるものです。これは、撮影当日のモノや人の動きを時系列に沿って書いたものです。撮影進行表をさらにくわしくしたものというイメージで何時からどのシーンの撮影をするか、出番は誰か、小道具などの準備は何が必要か、またシーンは朝設定かよる設定か、などが書かれています。この表の出来不出来によって、撮影現場の質が決まってしまうので、スタッフにとってはとても重要な表になります。この表は、通常プロダクションマネージャーが采配します。

ステップ3 撮影

●準備が整い、いよいよ撮影に入る

いよいよ撮影です。
撮影は、作品のタイプによっていくつかのスタイルに分けることができます。

・取材

これは業界的には「ENG」と呼ばれる事があります。
機材は、作品のキャラクターに応じて家庭用のビデオカメラから、放送用のハイビジョンカメラまでさまざまですが、コンセプトとしては「なるべく機動性の高い、少人数のスタッフで（その場所に行って）撮影」するというものです。
お店の紹介や、インタビュー、旅行への同行取材など、さまざまなケースがあります。

・ドラマ

役者さんを使って物語を収録します。
上記の取材形式と違って、照明や撮影効果、演技による「表現」が主体となるため、スタッフの人数も規模が大きくなります。
撮影場所は、スタジオ、屋外とさまざまですが、通常、シナリオをバラして効率重視の撮影順で進行していきます。

・スタジオ

キャスターが登場してニュースショー形式で収録するものや、ナビゲーターが登場するプレゼンテーションビデオなど、スタジオに「舞台」を設定して収録します。
テレビ番組収録用の副調整室のついたスタジオで収録したり、白ホリゾントのスタジオなどに、セットや機材をもちこんで収録する場合があります。

・合成

上記スタジオ撮影と似ていますが、背景がクロマキー合成用のものになっていて、そこに背景を別合成します。
その場で合成を行う場合と、収録した物を素材として持ち帰って編集時に合成する場合があります。
テレビのニュースショーや教育番組でよくみかける「バーチャルスタジオ」もこのタイプです。

●クライアントの立会い

企業関連の映像の場合、撮影へのクライアントの立会いは、よほどの事情がない限り「必要」です。

撮影前の段階でいくら詳細に撮影内容を詰めても、現実には、些細なことから重大なことまでさまざまな事が起こります。
特に製品まわりのトラブルは、スタッフでは手を出ません。そういう時に、「重要なスタッフ」としてクライアントが必要になります。

また、クライアントが撮影現場を「共にする」ことによって、協業意識が生まれ、撮影後のプロセスにも良い影響を与えます。

撮影機材(ビデオカメラ)について

かつては、プロ用の撮影機材というもののバリエーションが少なく、どんな現場でも、いわゆる放送用、カメラマンが肩にかつぐタイプのカメラで撮影していました。

現在では、ビデオカメラに豊富なバリエーションが出来て、作品のタイプや撮影現場の状況に応じてさまざまなものを選ぶ事ができるようになりました。
一見家庭用のビデオのような小型カメラでも、十分放送用の画質が得られるものもありますし、逆に、家庭用のビデオカメラでも十分高画質になってきています。

よく誤解されがちなのが、小さくて価格が安いカメラを使えば制作費が安くおさえられるのではないかと、思われてしまうことです。
制作費全体の中で、カメラ機材費は、実は微々たるものです。そこを圧縮したからといって安くはあがりません。

ビデオカメラの選択は、撮影状況や撮る映像のニュアンスを勘案して行うべきでしょう。

ステップ4 編集と試写

●撮影した素材を編集する

撮影が終わったら「編集」をします。
撮影したものは「パーツ」なので、これをシナリオやコンテの順番につなぎ合わせ、テロップ（文字）を入れたり、さまざまなエフェクトを加えたりします。

編集には大きくわけて2つのワークフローがあります。

・スタジオ編集

これは、テレビ番組の制作で通常使われている方法。
かつては、全部これでした。
編集準備から編集、仕上げまでのワークフローが確立しているため、確実な作業が行えます。しかし、完成品はデジタルベータカムや、HDカムといったビデオテープになるため、一度完成したものへの修正対応や、web配信時の変換作業などで小回りがきかないため、番組以外であまり使われなくなりました。

・デスクトップビデオ編集

撮影した素材をムービーデータにし、コンピュータ上で編集する手法です。
ノンリニアでかつ、小回りの利くパソコンでの作業になるので、直しや急な変更、テープ以外の各種データフォーマットへの書き出しなど、さまざまなメリットがあります。
番組以外では、主流の編集方法です。

いずれの場合でも、撮影が終わってから「とりあえずつながった状態」にするのに1週間から10日程度は必要です。

●試写をして検討する

こうして出来上がったものをクライアントに見せるプロセスが「試写」です。

この「試写バージョン」のムービーには、ナレーションがある場合、映像スタッフが「仮ナレーション」を入れます。また、テロップ要素も実際に入れます。
音楽などもスケジュールが許せば当て、全体的な雰囲気も確認できるようなものにします。

このバージョンのムービーを、関係者を集めて見せ、方向性に間違いがないかどうか、問題点はないかどうかを検討して修正点を洗い出します。
修正と言っても、この時点に対応できるのは「編集」「ナレーションの文言」「テロップ」のみです。

最初の試写は、クライアントと顔をあわせて行ったほうがトラブルが少ないのですが、2回目以降の「直し対応」の試写に関しては、ムービーファイルにしてネットで配布して見てもらうといった簡便な方法をとることもできます。

この「試写」→「修正」を通常2回か3回繰り返し、OKになったところで最後のプロセスに向かいます。

編集→試写のバリエーション

作品の内容によっては、編集と試写はさまざまなやり方があります。
ドキュメンタリーとして、対象に長時間密着するような作品の場合は、ナレーションなどを入れずに、まずは「使えそうなカット」を抜き出して荒くつないだものを試写して検討する場合があります。
また、短い作品などで、いくつかの編集パターンを試し、比較検討する、というケースもあります。

ステップ5 仕上げと納品

試写でOKができたものを納品できる形にするのが仕上げです。
編集については、微妙なテロップの色やサイズ、位置の調整や、トランジションなど特殊効果の調整、全体的な色や明るさの調整などです。
音声についても同様に納品媒体に適したものに調整したり、各音のバランスを整えます。

また、ナレーションがある場合にはその収録をします。
この作業は時間貸しのスタジオを使い、エンジニアに録音してもらいます。

こうして、出来上がったマスターファイルを、最初に決めた仕様にしたがってデータ変換して完成です。

おわりに

これまでみてきたように、映像制作のプロセスは結構複雑です。
もちろん、作品の性格や規模、制作期間の長短などによっていくつかのプロセスがはぶかれたり、さらにいくつかのプロセスが発生する場合もあり、ここで紹介したものが絶対というわけではありませんが、大きな流れはかわりません。

映像制作をスムーズに進めるための大きなコツとして、先に決定した事をあとのプロセスでなるべく変更しない、という事があげられます。
決定を積み上げながら作業をしていく姿勢が大切です。
特に、初期の構成案や見積もりのプロセスは、そのあとのさまざまな決定のベースとなるので非常に大切です。
映像業界には、下記のような「法則」が存在しています。

「最初にトラブった仕事は、最後までトラブリ続ける」

最初が肝心、ということですね。
初期段階での「固め」がモノをいいます。

映像スタッフの種類とやくわり

たった一人の「映像屋」さんがひとりで映像を制作することはまずありません。映像制作には、通常、複数のスタッフが必要です。

そのスタッフは、それぞれの分野の「専門職」です。

映像という媒体は情報量が膨大で、プロセスも複雑なため、作業を確実に行うために、さまざまな「職域」が設けられています。それぞれの職域に専門のスタッフがいる、共同で仕事にあたるわけです。

何に似ているかと言えば、建築業などと近いかもしれません。

以下に、主だった職域とその仕事内容を書いておきましょう。

カテゴリーで見ると、大きく「制作・演出系」と技術系に分けられます。

制作・演出系のスタッフ

●ディレクター

映像の「中身」「内容」に関する責任者です。
表現方法を考え、実際にスタッフや出演者に対する指示を行います。

●プロダクションマネージャー

制作ともいわれます。
物、人、お金、スケジュールの管理とオペレーションを行います。

他に、シナリオや構成を専門にするライターや、絵コンテの作成を専門にする「コンテマン」といった職種もあります。

技術系のスタッフ

●カメラマン

カメラを操作して実際に映像を撮影します。

●ライトマン

カメラマンに指示で照明をします。

●ビデオエンジニア

機材を用意したり、それを管理したり、収録される映像信号や音声信号のレベルチェックなどをします。

●音声マン

各種のマイクを使って、出演者の音声を収録します。

他に、クレーンなdpの特殊撮影機材のオペレーションを担当する「特機」スタッフや、水中撮影専門の技術会社など、専門技術ごとにさまざまな職種があります。

その他のスタッフ

●スタイリスト

衣装や小道具を準備し、出演者に着させ、管理します。

●ヘアメイク

出演者のメイクアップとヘアスタイリングを担当します。

●美術スタッフ

セットや特殊な作り物など、大道具、小道具を作ったり準備するスタッフです。

●デザイナー・アニメーター

映像の中に、CGアニメーションや凝ったタイトルバックが必要な場合には、映像専門のデザイナーやアニメーターに発注します。

●キャスティング

タレントの手配や契約処理などを行うスタッフです。

主な見積項目

下記は、イメージメカニックLLPで実際に使用している見積書の項目を解説したものです

※ここでは主な項目を取り上げております。内容によって追加、または削除される項目があります。

| No. | 費目 | 単位 | 金額 |
|--------|-------------------|----------|----------|
| No. 1 | ○企画・制作・演出費 | | |
| | ・脚本・構成費 | 1 式 | ¥xx. xxx |
| | ・画コンテ費 | 1 式 | ¥xx. xxx |
| | ・ディレクター費 | 1 名 | ¥xx. xxx |
| | ・プロダクションマネージャー費 | 1 名 | ¥xx. xxx |
| No. 2 | ○出演費 | | |
| | ・タレント費 | ● 人 | ¥xx. xxx |
| No. 3 | ○撮影機材費 | | |
| | ・撮影機材 | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・音声機材 | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・照明機材 | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・車両費 | のべ● 台 | ¥xx. xxx |
| No. 4 | ○撮影人件費 | | |
| | ・カメラマン | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・撮影助手 | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・撮影技術 (VE) | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・音声 | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・照明技師 | ● 日 | ¥xx. xxx |
| | ・メイク | ● 日 | ¥xx. xxx |
| No. 5 | ○衣装費 | | |
| | ・スタイリスト | ● 日 | ¥xx. xxx |
| No. 6 | ○スタジオ費 | | |
| | ・撮影スタジオ費 | ● H | ¥xx. xxx |
| No. 7 | ○美術費 | | |
| | ・大道具費 | 1 式 | ¥xx. xxx |
| No. 8 | ○素材費 | | |
| | ・CG | 1 式 | ¥xx. xxx |
| No. 9 | ○編集 | | |
| ・編集費 | ● 日 | ¥xx. xxx | |
| No. 10 | ○MA費 | | |
| | ・MA費 | ● H | ¥xx. xxx |
| No. 11 | ○メディア費 | | |
| | ・収録用テープ | ● 本 | ¥xx. xxx |
| No. 12 | ○その他 | | |
| ・制作諸経費 | 1 式 | ¥xx. xxx | |
| 合 | 計 | | |

| 内容 |
|--|
| 構成案や台本作成に係る費用。主に演出が作成しますが、別にライターを起用する場合がありますので、別枠にしております。作画費用と、提出物として体裁を整える作業などに係る費用。作品の「演出」に係る人件費。台本作成、編集オペレートは専門の人や施設に行う場合があるので別枠にします。 |
| スケジュール作成・管理、各種手配、準備など (別名：制作) |
| 本来は演出の補佐をする人ですが、規模があまり大きくない撮影形態では、主に撮影に係る助っ人的な人と考えます。(略：AD) |
| 出演者・キャストینگ費。 |
| 作品に声 (ナレーション) を入れる人。 |
| カメラ・三脚・モニターなど ミキサー・マイク (ガン、ワイヤレスなど) ライトセット 備品 消耗品 ロケで使用する機材車やロケバスの費用 |
| カメラ周りを補佐する人。ENGや小規模撮影ではVEが兼ねる場合があります。 |
| 機材を準備、管理をする人。 音を管理、調整する人。VEもしくは撮影助手が兼ねる場合があります。規模によっては助手が必要になります。 |
| 出演者のメイク、ヘアスタイリングをします。 |
| 出演者の衣装や持ち物、部屋の小物などを準備する人です。 |
| 衣装や持ち物などの費用。(部屋の小物などは制作やADが準備する場合がありますので、別枠にします。) |
| 建物や部屋をそのまま貸しているハウス系のスタジオと白ホルゾントのスタジオがあります。 |
| セットや家具など大きな美術に係る費用。 持ち物や小物などに係る費用。 |
| フリップ的なものから、3Dアニメーションまで様々です。 3Dなどは金額が多くなるので、1式とせず、モデリングやレンダリングなど工程でわけることがあります。 |
| 最近ではディレクターがPCで編集し、完パケまですることが多いですが、クライアントの立会いが必要で、最終の完パケをスタジオで行う場合もあります。 |
| ナレーション収録や音のバランスを調整します。 映像に合った音楽を選定、調整をします。 |
| 撮影時の収録用のテープ代と納品用のテープ代があります。 |
| 宅急便代、交通費、撮影時の食費など |

| 算定基準 |
|--|
| 作品の尺や内容によって変わります。 |
| 作画枚数によって変わります。 作品の尺や内容によって変わります。 作業内容と実働日数を考慮して算出します。 作品の尺や内容によって変わります。 拘束日数を考慮して算出することが多い。 拘束日数にもよりますが、主に日当計算。 |
| 主に日当計算。内容や競合条件で大きく変わります。 作品での計算。2~3時間の拘束が常識的な範囲です。 内容や競合条件で大きく変わります。 |
| 撮影フォーマットや内容により変わります。 出演者の人数や仕様によって変わります。 内容や規模によって変わります。 規模によって変わります。 |
| 日当計算 ロケハンは半日換算する場合があります。 |
| 日当計算 |
| 日当計算 |
| 日当計算 ※撮影スタッフ(役者含)は移動日などは半日~1日分換算します |
| 日当計算 |
| 日当計算 |
| 衣装の準備に係る日数も考慮します。 (準備、受取もしくは買出し、返却) 撮影日数+1~2日 内容や規模によって価格は変わります。 |
| 時間計算。照明費は別途にかかります。 |
| 内容や規模によって変わります。 内容や規模によって変わります。 |
| 内容や規模によって変わります。 |
| ノンリニアで完パケまで制作する場合は作業(主に演出)の日当計算。 オフライン編集をして、編集スタジオで完パケにする場合は、オフラインは日当計算。編集スタジオは時間計算。 |
| 作品の尺や内容によって変わります。 作品の尺や内容によって変わります。 |
| 撮影フォーマットによって変わります。 |
| 内容や規模によって変わりますが、大体制作費の10%がかかります。 |

「映像制作ガイドブック-映像(動画)制作の基礎知識-」は、イメージメカニク有限責任事業組合が映像制作業務の円滑化をはかるための情報提供活動の一環として発行したものです。

本ドキュメント上のすべての文章、図版の著作権は、イメージメカニク有限責任事業組合に帰属しますが、改変しないかぎりにおいて、コピーや配布は自由です。
また、本ドキュメントを参考にしたことにより生じたいかなるトラブルも、イメージメカニク有限責任事業組合は責任を負いません。
ご意見、お問い合わせは下記までご連絡ください。

(発行 2009/02/バージョン01)
イメージメカニク有限責任事業組合
〒162-0814
東京都新宿区新小川町8-24
実森ビル201
TEL & FAX.050-5552-5215
<http://www.imagemechanic.jp>