

日米映画ポスターのジャンルによるビジュアル構成に関する研究

Research on visual composition by genre of Japanese and American movie posters

榎本 美玲
指導教員 菊池 司

東京工科大学 メディア学部 メディア学科 菊池司研究室

キーワード：映画ポスター，日米，フォント，ビジュアル，

1. はじめに

映画館では視聴覚以外の刺激的な演出が加わった 4DX が体感できる。どの映画を視聴するか判断材料として、まずポスター情報を収集するだろう。

映画ポスターは、製作国版のデザインを、映画配給会社を通じて日本版ポスター版に変更となる。その際、デザインの差が激しいポスターを多く見受けられる。例えば出演者では日本での知名度や浸透性は低いため、代表作を示す文を付け足さなければ伝わりにくい。そのため製作国よりも盛り込まれる。かつ多くの日本人に観てもらおうためのビジュアルデザインを設計しなければならない。

このため、本研究は日米映画ポスターのジャンルによるビジュアル構成の比較を行い、より日本人へ好まれ、ポスター制作への手助けを目的とする。この研究でジャンルによるビジュアル構成が明らかになることで、宣伝担当は制作が容易になるだろう。

2. 映画ポスターの定義

製作を米国におき、日本で字幕付き又は吹き替え版として公開された作品のことを指し、公開前にメディア露出され宣伝ができる、劇場公開作品とする。メディアに露出される瞬間が最初に目にするビジュアルであるため、それから視聴の有無を判断する材料として劇場公開作品を採用する。

3. 日米映画ポスターの比較

3.1 目的

既存の日米映画ポスターの比較を行うことで、異なる点、写り具合、また新しい特徴が見られるのかを検討することを目的とした。

3.2 方法

75 作品（日米合計 150 枚）の既存の映画ポスターを用意し、全てのジャンルから総じて判明された点をわける。フォント、ビジュアル要素、エッジ抽出において、日米比較し分析する。

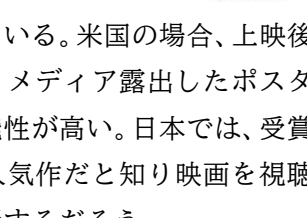
3.3 結果

3.3.1 フォント

共通して判明したフォント比較結果を図 1 に示す。左が米国、右が日本ポスターである。

図 1-1 では、受賞歴の有無である。左の米国の映画ポスターに受賞歴は無く、日本ではタイトルの上にゴールド色で受賞と記載されている。米国の場合、上映後に受賞することが多く、メディア露出したポスターの変更はできない可能性が高い。日本では、受賞の証を載せることで、人気作だと知り映画を視聴するに価値があると判断するだろう。

図 1-2 では、有名キャスト名と監督に伴う代表作品が記載してある。米国は主演のキャスト名のみ、日本は監督の名前も記載してある。日本でも知名度があるキャスト、監督の場合、代表作の記載と共と携わっていることをアピールしている。フォ



ントの色彩に関して、日本は白色が目立ち、太さ、大きさ、情報量の多さも勝っていることが分かる。

図 1-3 では、キャッチフレーズの有無である。劇中のセリフや想像を湧き足せるような一言が日本には新しく記載されている。フォントは新色で追加され、タイトルに匹敵する大きさである。キャッチフレーズの内容からストーリーの方向性がある程度は掴める。

図 1-4 では、3 行以内の簡易説明文が追加されている。日本では特性のないポスターに、新色でタイトルに匹敵する大ききで文が付け足させる。文章からストーリーの内容が想像できる。

図 1-5 では、ノンフィクションの映画の場合、日本は実話と必ず記載する。米国では明確には伝えず、「秘話」や「信じられない話」と決して実話であることは記載していない。

これらの結果から、米国ポスターに元々書かれていることもあるが、フォントの大きさ、色、背景の配色と溶けこみ具の主張さが目立つ。

3.3.2 ビジュアル

共通して判明したビジュアルの比較結果を図 2 に示す。左が米国、右が日本ポスターである。



図 2-1 では顔面がアップで全体の割合を占めている。米国は後ろ姿、引きの画像が多め。日本は顔面協調、アップが多めである。

図 2-2 では、カットシーンが米国はワンシーン、日本はベストシーンである。背景色も米国は馴染みやすく単色が多いが、日本は花火や、そのシーンの時には映っていない演出が加わり派手である。

図 2-3 では、キャストの数が極端に異なる。米国は主要キャストのみ、日本はオールキャストで画面全体がキャストの顔で埋まってる。

図 2-4 では、情報量の多さである。米国は想像

を委ねられているほど必要最低限しか映っていない、日本は恰好や雰囲気から予測できる程である。

これらの結果から、米国は映画のワンシーンのようだが、日本は全カットが詰め込まれた総体性のものであり、顔面アップで情報が多く色彩が鮮やかな印象を受ける。

これらの結果から、本国版ポスターは作品内容の伝達を目的とせず、デザイン性を重視し作品の象徴となる画像媒体であると考え。一方、日本版では、作品の認知度を高め少しでも興味を持たせるため、作品に関する情報をより多く盛り込んだ、複雑なデザインになりやすいと考えた。

4. 架空ポスターの制作

4.1 目的

ジャンル別の架空のポスターを自主制作し、被験者へアンケートを行うことで、ジャンル別に適したビジュアル構成か否かを検討する。

4.2 方法

6 ジャンル 6 作品の日米映画ポスターを制作する。各ジャンル米国版 1 つと日本版 3 つの合計 24 枚を用意する。1 ジャンル 4 枚のポスターを同画面に並べ、米国版のみ米国の設定を記載する。3 つの日本版からどのポスター（プレイヤー）を手に取りたいか、映画を観たいと思うかについて、7 件法のアンケート調査を行う。

4.3 結果

図 3 では、ドキュメンタリーを想定し制作。



図3：自主制作（ドキュメンタリー）

5. 今後の展開

今後の課題とし

て、信憑性を高めるためにより多くの既存映画ポスターを挙げ、比較を行う必要がある。そして、ビジュアル構成の違いを絞るために、ジャンル別の比較を行いエッジ抽出することで、より選別された比較結果が出る。加えて、結果に伴う米国版 1 つと日本版 3 つのポスターを自主制作し、それらを基にアンケート調査と t 検定を行い調査する。