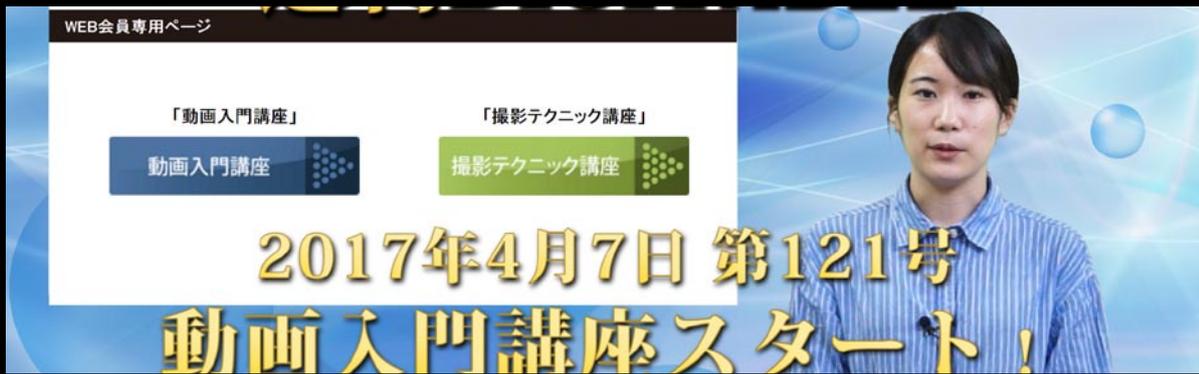


DIGITABLE 第 104 回勉強会レポート

2017年4月15日 於：森下文化センター 第一研修室



動画入門講座スタート！

Photoshop 研究講座「SONY α 7 II」：平野正志講師
希望者による“ライトニングトーク”
「動画入門講座①ガイダンス」：高木大輔講師
デジタル定例総会

DIGITABLE 写真技術研究会 (HOME) <http://www.digitable.info>

Digitable 研究講座「NIKON D800/SONY α 7 II」

：平野正志講師

■一眼レフとミラーレス

D800 を使用して数年がたち、不満はないのですが、最近重量が重くも感じられるようになってきました。新たに魅力的なミラーレスも発売され購入することにしました。フォーサーズではなくフルサイズのミラーレスが魅力的と感じる、画素数こそ D800 より少ないが必要十分な 2400 万画素の α 7 II を購入する。

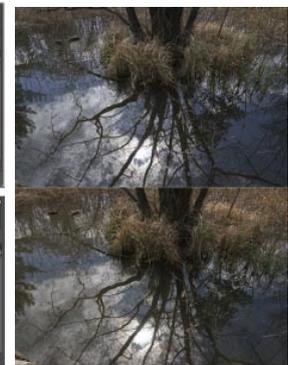
■プログラム撮影設定の違い

面白いのは P に関して ISO を同じにして撮影してみると、ニコンのほうがより絞り込んだ設定になる。ISO を変えても同様な結果で、ソニーとの設定には約 2 絞り分の差がある。

■両者の違い

電池の消耗ははるかにソニーが早く、約 2 時間の撮影で消耗してしまうほど、ニコンはほぼ一日持つことを考えると予備バッテリーをたくさん持っていないと不安になる。電気を使うカメラと言え。ファインダーは慣れないせいもありミラーで直接レンズの光を見ているニコンのほうが見やすく、ミラーレスは比べてしまうとだいぶ暗い印象が残る。ただし絞り値などに連動して被写界深度など実際の完成形が見えているのはわかりやすくもある。開放値で見るニコンとはファインダー方式が違う。シャッター音に関して、上級機種は無音を選択できるがそれはない。シャッタースピードによってあまり音の長短が変化しないのはやや違和感がある。5 時軸方向のブレ防止は強力なようだ。

ニコンは 2061g、ソニーは 1114g、大きさは上記写真の通りだ。約半分の重さ、レンズも小さめで、軽くて小さいのは長時間の携帯には良い。



初期設定のまま開く。上がソニー、下がニコン。
RAW 現像のレンズ補正では下記の記述が表示されました。
色調には微かな違いがあるようだ。

動画入門講座①

「動画講座ガイダンス / 動画の基礎知識」

高木大輔講師

2017年度のDIGITABLEでは、これまでのデジタルフォト基礎講座に変わって動画基礎講座を行う。当初の計画では年間6回の講座として、撮影技術基礎講座（ライティングとケーススタディ）と隔月に行う予定だ。また本年度からの試みで、勉強会に出席できないが基礎講座の講義ビデオを視聴できる、Web会員制度を開始する。リアルな勉強会に参加できなかった正会員にも、同様に講座視聴できるという狙いもある。

■動画で伝えるメリット

①静止画と比べてまだまだ先駆的なコンテンツで、比較的簡単に先駆者になれる。

②直感的な理解に強い

③広範囲なデバイス利用

カタログとWebサイトの場合、たとえデザインが共通でも、個別に制作をしなければならないが、動画の場合は、ネット上と発表会や店頭など、同じコンテンツで即対応できる。

④親近感（信頼感）の促進

人間の本能で、たとえ見ず知らずの相手にさえ、信頼感をうつつける効果がある。

⑤比較的スピーディに発信が可能

ネット動画や部分的な短い配信なら、作り方によっては同じ情報を伝えるのに動画の方が早く出来ることもあり得る。

■動画を撮るカメラ（Input devices）

①ビデオカメラ

②デジタルカメラ

③スマホ・タブレット

④ウェアラブルカメラ

⑤Webカメラ

⑥画面キャプチャー

■動画を編集するツール（Software）

① Adobe Premiere Pro

② Apple Final Cut Pro

③ iMovie やムービーメーカー（≒パソコンに付属）

④ スマートフォン・タブレット

⑤ YouTube 上での編集

⑥ Photoshop/ 写真メーカーソフトでの編集

■動画を観るデバイス（Output devices）

①パソコン

②スマートフォン・タブレット

③テレビ

④ゲーム専用機

⑤プロジェクター

⑥デジタルサイネージ

■動画を伝えるコンテンツ（Software）

① YouTube

② その他の動画公開サイト

③ SNS

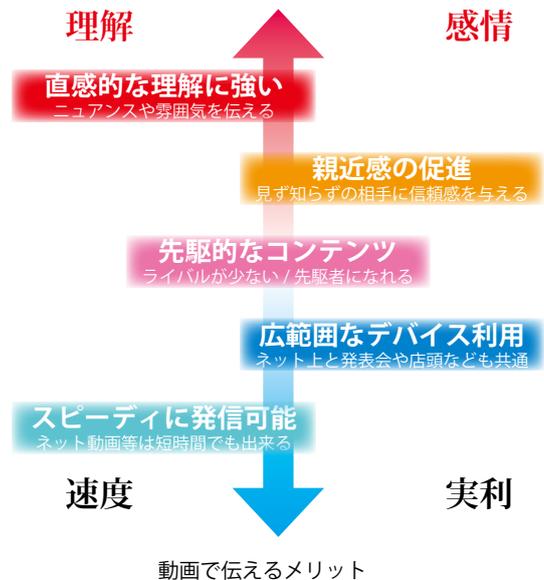
④ ダウンロード販売

⑤ DVD や BD などメディア販売

⑥ 放送や上映

公共の電波を使った放送や映画館等での上映は、むしろ「簡単にはできない」ことが信頼感やステータスの向上につながっている。

一方、広告価格の下落により、地方局であれば1回数万円という比較的安値でCMを流せる場合もあるので、面白い使い方が考えられるかも知れない。…



放送局	放送時間	放送エリア	CM形式	CM15秒1回/1週間 (15SPC)
関東テレビ	18:00	関東圏	標準枠	40,000円
関東テレビ	18:00	関東圏	短縮枠	40,000円
テレビ朝日	18:00	関東圏	標準枠	40,000円
テレビ朝日	18:00	関東圏	短縮枠	35,000円
テレビ東京	18:00	関東圏	標準枠	30,000円
テレビ東京	18:00	関東圏	短縮枠	25,000円
読売テレビ	18:00	関東圏	標準枠	35,000円

地方局であれば1回数万円のコストでCMを流せる
(参考) 関東のテレビ広告料金 <http://www.tvad.jp/adcharge/kanto.html>
