



第一部

ゲームグラフィックデザイナーを目指すには

2008.12.4 社団法人コンピュータエンターテインメント協会

COMPUTER
ENTERTAINMENT
SUPPLIER'S
ASSOCIATION

グラフィックデザイナーとは

Graphic design = もともとは複製可能な平面媒体上のデザイン(設計)

たとえば、ポスター、雑誌広告、チラシ、パッケージ、ロゴ、本、タイポグラフィー、写真など



より広範囲の視覚伝達(ビジュアルコミュニケーション)にかかわるデザインへと多様化し拡大しています。
ディスプレイ(空間演出)サイン計画、様々な映像表現、インタラクティブメディア、ウェブなど..

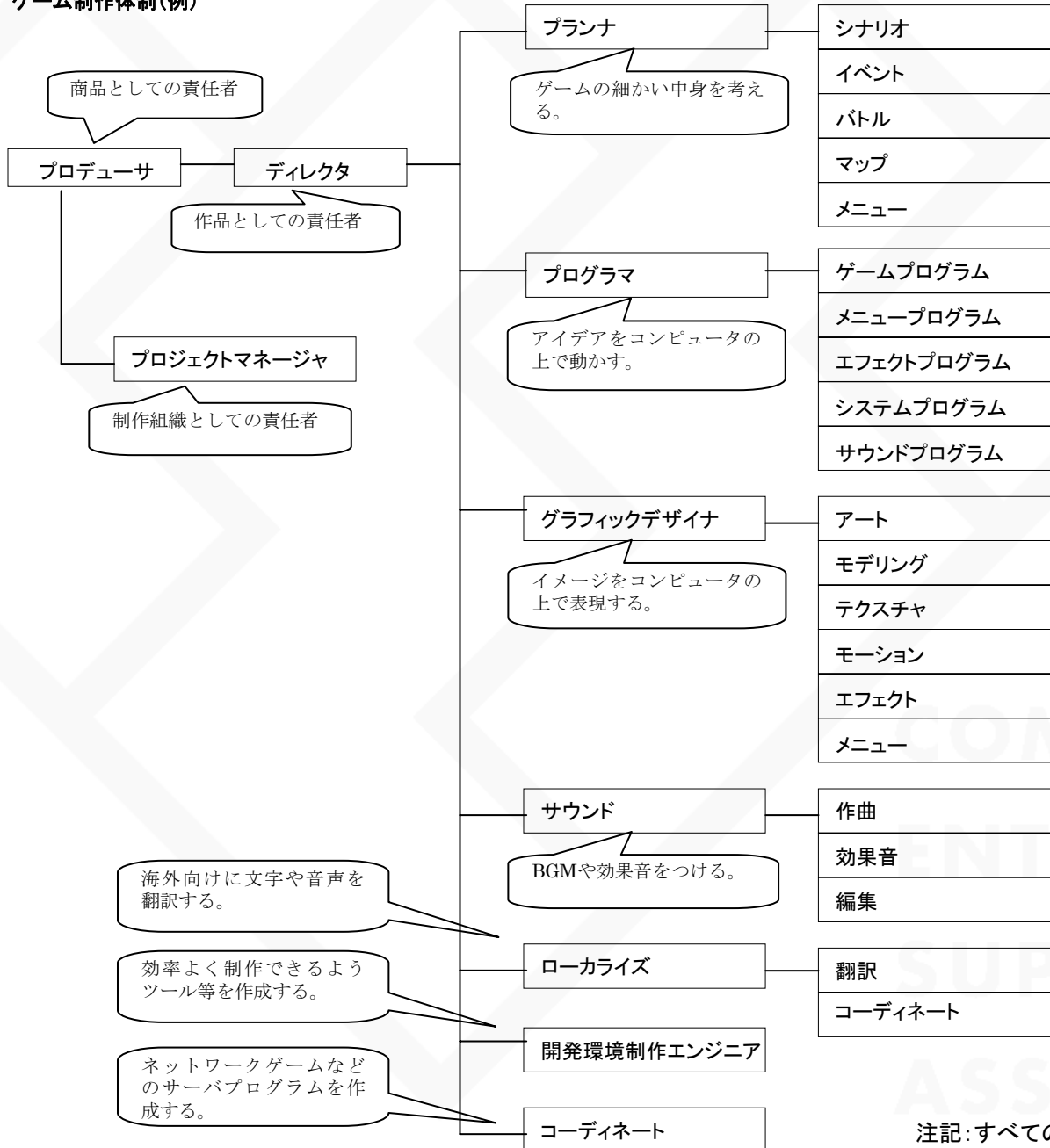
特に、ゲームにおける「グラフィックデザイン」の場合、平面による視覚伝達以外にも
映画のようなエンターテインメント性の高い演出効果やリアルな三次元を再現するための
動植物の表現(動植物など)、プロダクト・クラフト・テキスタイル・環境/建築・インテリアなど多種多様なデザインセンスが
製品によっては必要となってきます。

このように新たに取り込まなければならない事柄もあるのですが

造形(かたちを作る)するための基本要素や、生み出すためのプロセスには変わらずに共通する事柄があります。

それらのグラフィックデザイナーに必要な能力要素については第二部でも詳しく説明します。

ゲーム制作体制(例)



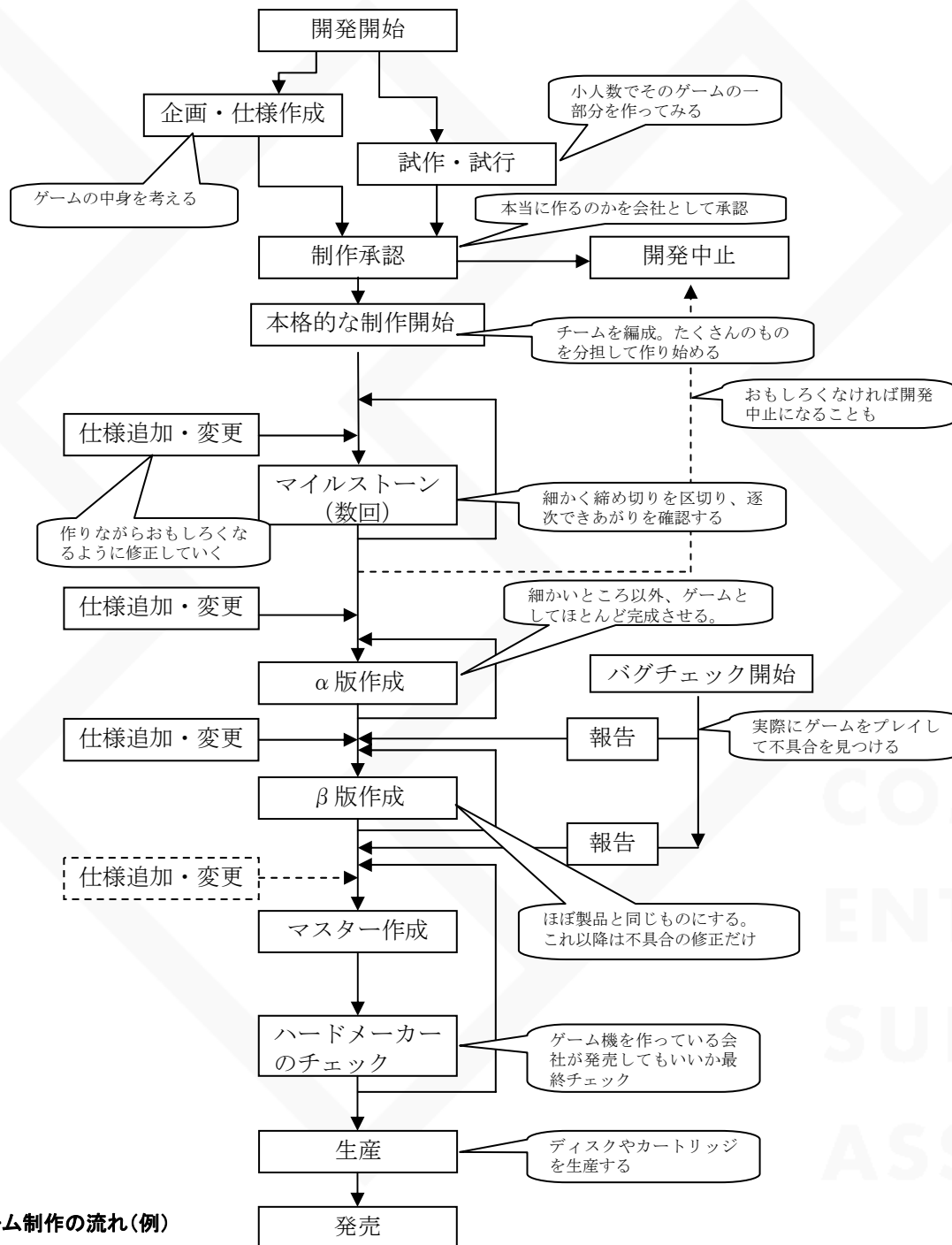
P19

ゲーム画面に表示されるものはすべてデザイナーの作業。

他の職種との共同作業ですからコミュニケーション能力は欠かせません。

大きなプロジェクトであれば、段階的に人数を増やして、最終的には数十人のデザイナーを抱えることにもなります。

注記:すべての職種が、同じ組織に属しているとは限りません。



P20

1年～2年

場合によっては構想から数年
期間もそれなりにかかります。

デザイナーの作業は、視覚的な部分の
設計です。

企画・仕様作成の段階からゲーム全
体のコンセプトを実現するための
ビジュアルコンセプトを確立します。

3-3.デザイン能力に関する説明 P57～P61

(1) デザインは構想から始まります

「デザイン」とは「誰に」「何を」「何時」「どのような造形的手法」で提供するかを計画することから始まります。ゲームをデザインする時、ゲーム市場(以下マーケットと記す)の中で競合商品を調べ、マーケットにはないような独自性のある新しいゲームを造り出すことが目標となります。そこで、「誰に」とはゲームを楽しむ対象(ターゲット)を決定することであり、時にはこれまでゲームのユーザではなかった年長者をターゲットにするといったマーケットの開発が行われるかもしれません。「何を」とはゲームデザインではユニークで新しいストーリーということになります。「何時」とはデザインされたゲームをどのような時間帯に楽しむのかとか、発売される時期を決定することであり、「どのような造形手法」とは個性豊かで魅力的なクリエイティブを前提に、ターゲットに対して的確な表現がなされるよう、合理的で冷静な制作プロセスを組み立てた表現計画です。これを、作品全体の[構想を建てる]といい、これらの制作の現場では通常「アイデア」構築と呼んでいます。

他の分野を例にすると、自動車をデザインするということは、環境問題等社会的な背景の現状を捉えて的確な時代性を確保した商品開発計画をはじめることがアイデアの基盤となります。そのうえで他社の商品開発等マーケットの状況を調査し、まず自社のターゲットを決定します。若い人を対象にしているのか、ファミリーを対象にしているのか等、誰に使われるのかを考え、これがどのような場面で使われるのか等、いくつもの項目について予め答えを見つけ、これを前提に置いて自動車の機能を決定し、独自のスタイル(形や色彩)を創出することでユーザに受け入れられることとなります。

「製品と構想」

デザイナーは職業。
であるからには ⇒ ビジネス

低年齢層向けに携帯ゲーム機で
来年のクリスマス商戦に向けて
キャラクター育成系RPGを とか。

プラットフォームや収益のシステムも
様々です。
コンシューマ PC 携帯
定額課金 アイテム課金
ダウンロード販売

ゲームの競合は？なに？
ターゲットの時間とお財布との相談。

自動車の場合には
低燃費やエコロジーも
イメージ戦略とデザイン

デザインについても、マーケット調査
海外向けの検討



そのうえ、商品が生産された後これをどのように社会的に告知するか、生産から広告計画までをビジュアルマーチャンダイジング或いは、マーケティングコミュニケーションの活動として、複雑で広汎な専門的分野の問題を統合的に計画してゆくことが、デザインのアイデア構築での条件となります。

本項のテーマであるゲームデザインにおいても、前述したように構想がしっかりしていなければ、大きな産業として成長してきたゲーム業界の中で、ユーザに魅力的で驚きをもって受け入れてもらえるようなゲームを制作することは難しいです。

← P58中

(2)「デザイン」の分野

「デザイン」の構想の中には、「どのような造形的手法」を使うかを予め考えておくことが含まれていることを前述しました。この段階がデザイナーにとって最も重要な課程であることはいうまでもありません。

どのようなデザインの分野においても、デザイン対象の特性を捉えながら、平面的、立体的な造形手法、種々の素材と表現の組み合わせを計画しなければなりません。特に近年、造形手法は手による表現に加えて、機材(各種のソフトウェアを伴うコンピュータやカメラ等々)の技術的発達と表現手法の多様化、可能性の増加が進む中で、選択は広範なものになっています。制作プロセスの過程で種々の技術力をもったデザイナーが制作チームに参加することになり、構想を建てる段階での造形化の選択を誤れば、その後の造形作業に大きな支障を来し、結果として効果的な成果物が得られないこととなります。

ゲームデザインにおける造形力はグラフィックデザイン領域の基礎的学習によって造り出されると考えられています。本来グラフィックデザインとは印刷デザイン或いは複製デザインのことであり、外国ではグラフィックデザインとは版画デザインのことを指すことが多いです。

お客様が知らない物は売れない。
プロモーション

これが商品計画！
ビジネスである上の製品コンセプトに沿った、その上でのデザイン作業。

「制作手法の計画」

作業内容が多岐に亘っている。
多人数でのチームワーク

絵のクオリティーは？
採算分岐点
制作プロセスやスケジュールは？

制作手法については
コアメンバーが集まって十分に
検討を行います。
技術・容量・分担・スケジュール

得意分野をもったデザイナーが
共同で作業を行う体制づくり
部分的な外部委託なども検討。

制作手法の計画、コストや使われる
技術、容量などを考慮した、その上
でのデザイン作業



グラフィックデザインは画面に伝えたい事柄を表出し、視覚的な伝達を目標にしたものです。そこで、グラフィックデザインはデザイン各分野の中で、ビジュアルコミュニケーション(視覚伝達)の領域が専門です。ビジュアルコミュニケーションデザインの専門領域には広告・編集デザイン、イラストレーション等や印刷物とともに、アニメーション、ゲーム等における映像系デザインを含んでいます。他の専門領域には道具や装置等を対象とした「物のデザイン・プロダクトデザイン、テキスタイルデザイン、グッズデザイン等」や、建物やランドスケープ(風景)を対象とした「環境のデザイン・建築デザイン、インテリアデザイン、ランドマークデザイン」等があり、それぞれ独自の造形手法を開発してきました。最近はこちらの専門分野の境界が緩やかになり、それぞれに確立してきた造形手法を交換して駆使する動きが活発です。

(3)「伝えることのデザイン」

← P58下

グラフィックデザインは、「伝えることのデザイン」ビジュアルコミュニケーションであると述べてきました。

しかし、「伝えるデザイン」とは視覚だけでしょうか。「伝える」とは、人間に備わった重要な機能である感覚受容体・目(視覚)、耳(聴覚)、手先や肌(触知)、舌(味覚)、鼻(臭覚)を駆使して受け止めてもらう行為であり、この機能を充分理解してデザインされることになります。視覚や聴覚を対象としたデザイン分野は当然知られています。我々は本や広告物、音楽やテレビ、映画等視覚のみ或いは視覚と聴覚を組み合わせたメディアに取り囲まれ、このメディアに様々工夫された造形を見たり聞いたりしています。一方他の感覚受容体を駆使したデザインも、昔からいろいろ見ることができます。例えば触覚は視覚障害者にとって極めて重要な伝達の機能を発揮することは知られており、触知サイン等、公共的な環境の中では触知による伝達はバリアフリーデザインとしてデザインの1つの分野を形成しています。

他の専門領域の造形手法の取り込みも必要となってくるでしょう。

映画のように大きくなりつつある3Dゲーム制作においては複数のメンバーが得意分野を駆使して開発を行います。スタッフ協力して資料の収集や取材、や新たな技術開発も必要となります。

「ビジュアルコミュニケーション」の本質とは

人が他の人に物事を伝えるとは
どういうことなのか

人は何故それを良いと思うのか？
貴方が見ている赤は私の見ている赤と同じ？
線の傾きを検出する細胞

造形要素 音楽なら何？

味覚のデザインは当然料理のデザインであり、日本では味覚と視覚の相互的効果をデザインするといった伝統的手法が見られ、国際的な評価も高い。臭覚のデザインの代表的なものには香水のデザインが挙げられます。多様なターゲットを想定して多くの香りの違いをもった商品は香水瓶のデザインやパッケージデザインに配慮し、視覚的な伝達を伴って店頭を飾っています。このように、「伝えるデザイン」の分野は多岐に渡って我々の生活の中に存在しています。ただし、同じ「伝える」機能でも触覚や味覚、臭覚は、視覚を伴わずに伝えることになると、具体的な伝達は難しく、受け手は感覚的で直感的な伝達内容のみ受け止めることになります。

対して視覚と聴覚は複雑な意味を具体的、直接的に伝える機能を有しています。視覚によるデザイン・ビジュアルコミュニケーションデザインとは、映像(画像或いは絵情報をいう)にされた造形要素によるコミュニケーションです。本来耳で聞く言語は、文字の形にして表記することによって視覚化され、画像化されて絵情報同様のコミュニケーション効果をあげます。ビジュアルコミュニケーションの力は、視覚以外の感覚受容体が受け止めるメッセージ(情報)をも形態や色彩に置き換えて視覚化することができることが特徴です。感覚的な知覚や、イメージといった目に見えない内容をも伝えることができることが重要になります。例えば、触覚で受け止めるメッセージである素材感・ザラザラ・ツルツル・ヌルヌル等々は、すでに人間の記憶に入っているものであり、触覚の感覚自体は目に見えない物であるにもかかわらず、これを視覚化する表現手法を得ることができます。

我々は物事の意味を伝える表現には、我々の周辺で存在する事物・具象をモチーフにして伝えます。しかし、目に見えない抽象的な意味、心理的な特性(例・喜びや悲しみ等)(実際には存在しない或いは見たことのない世界や物(例・天国や地獄等々)を伝える表現が求められることも多く、この場合の視覚化には形態の特性や色彩の特性を使ったり、現実に存在する事物に置き換えたりします。

ビジュアルコミュニケーションにおいては、見えるものはもちろん、見えないものでさえも伝えることができる。
.. 魔法のようです

前述の「意味」を伝える表現にも「イメージ」を伴うことが考えられます。現実には存在する事物(具象)をモチーフに使って表現する際、これらのモチーフにイメージという目に見えないものを加えるということは、色彩や形態・素材感と最も基礎的な造形要素をどのように、各々の特性を科学的、感覚的に理解し使ってゆくかが問われます。例えば「柔らかな日差しの中の野原で、小さな子供を連れた家族が楽しそうに遊んでいる」といった情景を表現する時、単に家族の姿と、野原を描くだけではイメージは伝わりません。全体の基調色調を実際の情景より柔らかな物にするために、明るい(高明度)で鮮やかさの低い(低彩度)色彩を使い、野原の植物や人物の曲線を強調して柔らかさを表す等、具体的に表現できない、目に見えないイメージは、色彩に託し、抽象的な形態や線や点に託さなければなりません。このような事例の画面を言語或いは文字で伝えようとする時、経験すれば解ることですが、非常に多くの言語(文字)を使った文章になってしまいます。

ビジュアルコミュニケーションを学ぶということは、一枚の画像の中で、多くの伝えたいことから瞬時に伝える力を学ぶということでもあります。近年若者はテレビや漫画等々、文章を主体とした伝達形式のメディアに接する機会が減少しています。瞬時にして多くを伝えるこのような画像がもたらす効果が、様々な分野で必要になっている時代です。デザイナーとしてビジュアルコミュニケーションの造形を学ぶとは、次の項で述べるように、伝える力をより強くもつことが大切であり、様々な造形要素の特質を理解して伝達の効果を予め予測する手法を身に付けることです

たとえば
それが操作ボタンの一つであろうと、
大掛りなムービー映像であろうと
「造形要素」を駆使して
(脳から脳への)
ビジュアルコミュニケーションを成立
させるのがグラフィックデザイナーの
役目となります。

(4) 表現力を身に付ける

← P60



伝えるデザイン・ビジュアルコミュニケーションを理解したうえで、造形手法には伝える[力]・表現力が求められます。的確な造形要素・モチーフ、シチュエーション(背景・情景)、色彩等の選択と画面構成が行われても、受け手に美しいとか魅力的とか生き活きて居る等々感動を与える、或いは訴求力をもつには、表現の力が必要になります。

表現力とは、「描ける力」を身に付けることによって得られるものと考えられています。森羅万象、つまり様々な人物、装置・道具・風景等を目と手を使う人間的なトレーニングが表現力を増すことの効果とは、目(視覚)で受け止めた形態や色彩を、脳がその意味や特性を判断し、判断した形態・色彩を手で指示して描く、このプロセスを繰り返すことによって得られるのです。単に手で描くという行為のみでは効果的というわけではなく、デッサン力、ドローイング力を大切にするのは、このように人間の能力の幾つかを駆使することによって、表現することを身体的に理解することができるからです。

人間の歴史の中で、これは中世の画家達から始まる訓練の方法です。デッサン・ドローイングは当時も非常に重要なトレーニングでした。伝えるデザインは絵画のトレーニングから多くの基礎的トレーニングのヒントを得てきました。

しかし、目と手を使う人間的なトレーニングによって表現力は身に付いてゆくとはいえ立体感、量感を伝えることは、立体物に当たる光の方向と量を判断することが求められ、物理学的な知識を背景にすることも絵画の歴史の中で証明されてきました。樹木の幹から伸びる枝と枝の間隔の法則には植物学の知識が必要であることなど、デッサン力を補完する知識も表現力を高める大きな力です。静止した形態だけではなく、動的な形態の捉え方も物理学、或いは生物学の知識を必要とし、水の動きの法則や人間の筋肉の動きを理解することも同様です。

**把握する力・表現する力は訓練
繰り返し体で覚えるもの**

どうすれば違和感・共感が生じるのか(経験・記憶)

物を見る = それについて考える
法則(なりたち)を知ること

引き出しを増やし、使える要素を増やす。

生涯デザイナーにいるには
幅の広い造形に対する認識と
自分を常にアップデートしていくサイクルが必要。
幅広く良いものを見ることも
重要になります。

(第二部でも説明します)

色彩も同様物理学で体系化された色彩体系を理解し、明るさの度合いの属性をもつ無彩色と、明度・彩度・色相の属性が組み合わせられ様々な色彩が無限に存在する有彩色を画面上に表現する時、求める色彩を色材の混色によって得ることになりますが、表現者はこれを目で判断しなければなりません。近年はコンピュータ内で数値的に色彩を判断することも可能ですが、色彩感覚を養う助けにはなりません。画面上において配色の効果(バランス)を見出すのは、あくまで人間の判断であるべきです。重要な色彩体系を組み立て証明した学者であるマンセルは、色彩を人間の目で判断することで、その色がどのような特性をもつ色であるかを明らかにすることができると考えました。表現力は、デザイナー独自の造形性をもつこと、つまり個性をもつことも大切な要素であり、単に情報の視覚化・造形化によって伝えることが達成されたことに留まってはいるわけにはいきません。個性、独自性はまさしく目で判断し、手で描くことによってそれぞれの身体に個性を反映することに他ならず、この点でも身体的なトレーニングの重要性は理解されると思われます。

次に、表現する上で形態や色彩、素材感はその特性を、どのように見えるか心理学的な視点から理解しておくことも表現力の大きな力となります。

例えば水平線は「穏やかな」心理的効果、斜線は「動的」な効果、垂直線は「強固な意志」といった心理的効果がある等々、原則的で科学的に証明されている心理的効果を把握しておくことは大切です。これらの心理学的な証明は個々の受け手の経験や個性による、個々の受け止め方の相違点を越えて、普遍的な心理的効果です。前述の線における方向性の特質と同様、色彩においても赤は生き活きとして若々しいが、一方で激情を表す、激しい圧力を感じさせるとか、青は冷静で知的、清々しいが、一方で寂しく冷たく感じる等々、世代や民族的相違を越えて共通の心理的な効果をもっている場合が多い。造形心理学、色彩心理学等々の認知心理学の理解は不可欠です。

デザイナーの独自の造形性
→ オリジナリティー

製品を大きく牽引することもある。

無限のリソースは自然界にある。

造形の元素(成分)における
具体的な心理的効果について



一方、伝達の力をもつことには、社会的な約束事への客観的な理解が必要であることにも留意しなければなりません。この場合、先の心理的効果と異なり、構想の部分で挙げたターゲット(受け手)の特性が判断の基準になります。ターゲットの性別、年齢、地域性(民族性)やライフスタイルの相違を前提に、ターゲットに共通の規約、約束事を組み込んで表現することが、表現力を高める効果となります。誰でもがその表現をみれば、そこに表された意味を瞬時に理解できる形や色彩は、デザイナーの独自性や個性による表現の力に頼ることができないことが数多くあります。

デザインとはこれまで述べてきたように、造形作業のみではないことを理解し、造形作業の前にデザイン対象の様々な検討事項について解決し、造形化においても伝達効果を導き出す造形要素の抽出とその使い方を考えるプロセスを経て、説得力のある魅力的な表現を目指すことです。優れたデザイン構想を建てても、これを具体化し、目に見えるものにするデザイナーの役割は大変重要であることを充分承知しておかなければなりません。

たとえばローカライズ
ただの翻訳ではすまされない事実。

基礎造形力に関する学習について

変化する世の中に対応できる
デザイナーであるには

COMPUTER
ENTERTAINMENT
SUPPLIER'S
ASSOCIATION

1-2. 新卒グラフィックデザイナーの職種とキャリアパス

← P25—P27

ゲームソフトウェアの視覚化された部分(ゲームビジュアル)のほとんどは、グラフィックデザイナーの手で制作されます。そのためグラフィックデザイナーの作業の対象はとても広く、また近年のゲーム映像の高度化によって作業量も増えています。

1つのゲームに携わるグラフィックデザイナーの人数は、ゲームソフトウェアの内容や制作の規模によって数名～数十名と様々です。ゲームビジュアルを制作するためには、いくつかの工程があります。工程ごとに専門的な作業をするといった分業体制が、大きな規模のゲーム制作では効率的な場合が多く、また、工程ごとの専門作業によって、内容をより深く追求しクオリティを高めることもあります。

職種名	職務内容	必要な能力・知識	
アートデザイナー	ゲームに登場するキャラクターのデザイン ゲーム全体の世界観、背景・ステージのデザイン ゲームの方向性、世界観、キャラクター人物像等のコンセプトワーク	デザイン、デッサン、色彩・質感表現等の基礎項目 人物(生物)構造・動き 立体構造、空間認識 演出等々全項目に広く渡る知識	グラフィックの方向性や世界観を決定する、最も重要なパート 高いデザイン力、デッサン力、色彩・質感の知識・表現力を必要とします
モデルデザイナー	キャラクターのモデリング、テクスチャ、マッピング メカ・ロボットのモデリング、テクスチャ、マッピング 地形、ステージ、自然物のモデリング、テクスチャ、マッピング	デッサン、色彩・質感表現、デザイン等の基礎項目 人物(生物)構造・動き 立体構造・ギミック、空間認識、地形・植生	デザイン画から立体物を創造するために、デッサン力、人物・無機物の構造理解は不可欠 テクスチャ制作、マッピングも担当するケースが多いため、色彩・質感表現の能力も要求されます
モーショングデザイナー	キャラクターの身体アニメーション制作 キャラクターのフェイシャル(表情)アニメーション制作 無機物 無機物、物理現象のアニメーション制作	デッサン、色彩・質感表現、デザイン等の基礎項目 人物(生物)構造・動き、感情表現 立体構造・ギミック、物理現象	3Dモデルを動かすため、人物や無機物の構造・ギミックを理解していることと、人物・生物の動態観察力・表現力が不可欠
エフェクトデザイナー	キャラクターのアクションエフェクト(魔法、ヒットマーク、等)制作 背景、環境エフェクト(炎、水面、街灯、雨・雪・霧、埃等)制作 ムービー、カットシーン(イベント)エフェクト制作	色彩・質感表現、デザイン、デッサン等の基礎項目 映像演出、物理現象、自然現象	視覚効果の表現であるため、自然現象、物理現象に関する知識と、想像上の事象やデフォルメ表現のデザイン力が求められます
メニューデザイナー	ユーザインターフェイス フォント、アイコン、メニュー・ステータス画面等のレイアウト・デザイン	デザイン、色彩・質感表現、デッサン等の基礎項目 空間認識	グラフィックデザインのみならず、ゲームの操作フローに関する知識も必要
カットシーンデザイナー	シナリオの映像化(絵コンテ) 絵コンテの動画化(アニメティクス) ムービーの映像編集(カッティング) プリレンダームービーの合成(コンポジット) シーンのライト設定(ライティング)	デザイン、デッサン、色彩・質感表現等の基礎項目 映像演出、カメラワーク 人物(生物)構造・動き、立体構造・ギミック	グラフィックデザインの能力・知識に加え、カメラワークやライティング、カッティングといった映像演出に関する深い知識と能力が必要
2Dドットデザイナー	キャラクター、背景、アニメーション等のドット描画全般	デザイン、デッサン、色彩・質感表現等の基礎項目	小画面、低解像度、少ない色数での効果的なデフォルメ表現力、適応機種の特性や描画制限に関する知識が必要

※ ゲームビジュアル制作のための作業を専門的ないくつかの職種(工程)に分類しています。
制作するゲーム規模や分業の仕方によって、複数の職種(工程)を担当することもあります。

① アートデザイナー(コンセプトデザイナー)

(a) 職務内容

グラフィックの方向性や世界観を決定する、最も重要なパートです。イメージボードの制作によって世界観やキャラクタ等の方向性を決定します(コンセプトワーク)。

ゲーム全体の世界観や背景・キャラクタ等のデザイン詳細を設定します(デザイン設定資料の作成)。モデルデザイナーが担当することや、専門とする作家(イラストレータ等)に依頼することもあります。

(b) 必要な能力・知識

高いデザイン力、デッサン力、色彩・質感の知識・表現力を必要とします。

開発の初期段階から参加します。映画製作やアニメ制作の現場なみの設定資料が必要な場合があります。とにかく、手の動くひと。

② モデルデザイナー

(a) 職務内容

アートデザイナーなどが描いたデザイン画をもとに、ゲームに登場するありとあらゆる物を3Dモデルにします。自然地形・建造物などの背景、人物・モンスター等のキャラクタやその表情・乗り物・ロボット・武器などのメカニクな物、その他、アイテムなどの小道具から家具・日用品など、対象は多岐に渡ります。

(b) 必要な能力・知識

デザイン画から立体物を創造するために、デッサン力、人物・無機物の構造理解は不可欠です。テクスチャやマッピングといった、立体に貼り付ける表現に用いる画像も担当するケースが多いため、色彩・質感表現の能力も要求されます。

背景・キャラクタ・小物チームに分かれることが多い。

用途に合わせた数種類のテクスチャーを用意。

プログラマと製品に合わせた影やシェーダー・焼付けなどの表現手法についても検討します。場合によって用途に合わせた数種類のテクスチャーも用意。



③ モーションデザイナー

(a) 職務内容

モデルデザイナーが制作した3Dモデルのアニメーションなどを制作します。キャラクタモデルの体の動きや表情、無機物、物理現象などが対象です。

リアルで表現豊かな動きが要求される場合は、モーションキャプチャ(実際の人などの動きを3次元のデジタルデータに置き換える装置)や物理計算の結果を取り入れて制作します。

(b) 必要な能力・知識

3Dモデルを動かすため、人物や無機物の構造・ギミックを理解していることと、人物・生物の動態観察力・表現力が不可欠です。

スポーツ、ダンス、格闘技などやっている人が多い。かも。

数多くのモーションパターンをつなげて再生できるように制作します。
フェイシャル 視点

④ エフェクトデザイナー

(a) 職務内容

物体ではない、現象やイメージの視覚表現などを制作します。キャラクタのアクションで発生する魔法の視覚表現やぶつかり合った時の火花や飛沫の表現、背景・環境に関連する、雲・雨などの気象、差し込む光や、巻き上がる砂ぼこり、炎、水面などが対象です。

(b) 必要な能力・知識

視覚効果の表現であるため、自然現象、物理現象に関する知識と、想像上の事象やデフォルメ表現のデザイン力が求められます。

ワークやライティング、カットニングといった映像演出に関する深い知識と能力が必要です。

場合によってですが、プログラマとの連携がかなり必要です。

ゲームの種類に応じて、特化したツールも使用します。



⑤メニューデザイナー(インターフェイスデザイナー)

(a) 職務内容

2D・3Dによるユーザインターフェイス部分(メニュー・ステイタス・セレクトなどの各画面)のデザイン・制作を行います。画面が変化する時の演出効果やロゴ・フォント・アイコン等の制作なども行います。

(b) 必要な能力・知識

色彩・質感の知識・表現力を必要とします。

グラフィックデザインのみならず、ゲームの操作フローに関する知識も必要です。

グラフィックなセンスが必要です
フォントやWEBなどについても
得意です。
ユーザーインターフェイスとして
どのような年代にも対応が必要。
バリアフリーの意識も。

⑥ カットシーンデザイナー(ムービーデザイナー)

(a) 職務内容

ムービー等の映像を制作します。シナリオを映像化する為の絵コンテの制作、絵コンテに基づいた3Dモデル・モーション・フェイシャルモーションなどのデータの準備(制作もしくはディレクション)、カメラワークとタイミング・ライティング・エフェクト・画面合成などの要素・工程を駆使した演出などを行います。

(b) 必要な能力・知識

グラフィックデザインの能力・知識に加え、カメラワークやライティング、カットイングといった映像演出に関する深い知識と能力が必要です。

リアルタイムムービーを制作する
ケースも増えてきました。

プリレンダでは最新の技術を駆使して
作画を行います。

知識がCG全般に亘ります。

⑦ 2Dドットデザイン

(a) 職務内容

ドットグラフィック全般を制作します。2Dグラフィック表現手法の1つで、主に携帯ゲーム機や携帯電話といった低解像度(画面の小さな、粗い画面)のコンテンツ向けに、ドット描画によるキャラクタ、背景、アニメーションなどが対象です。

(b) 必要な能力・知識

小画面、低解像度、少ない色数での効果的なデフォルメ表現力、適応機種の特長や描画制限に関する知識が必要です。

貴重な職人技ともいえます。

その他に、プログラムの分野でも
ビジュアル素材制作ツールに関わるプログラマ、
(API・データベースなどの知識)
シェーダープログラマ など、
(質感・ビジュアル効果等のプログラミング)
視覚的なセンスを持ち合わせた人材の活躍が考えられます。

グラフィックデザイナーのキャリアパスについての説明

← P28

キャリアパスについて業界標準のような形はなく企業によって様々ですが、プロジェクトメンバーから信頼される一人前のグラフィックデザイナーとなることを目指し、さらに技術を磨くことで自分の担当することのできる作業範囲を拡げていくことがまずは重要です。

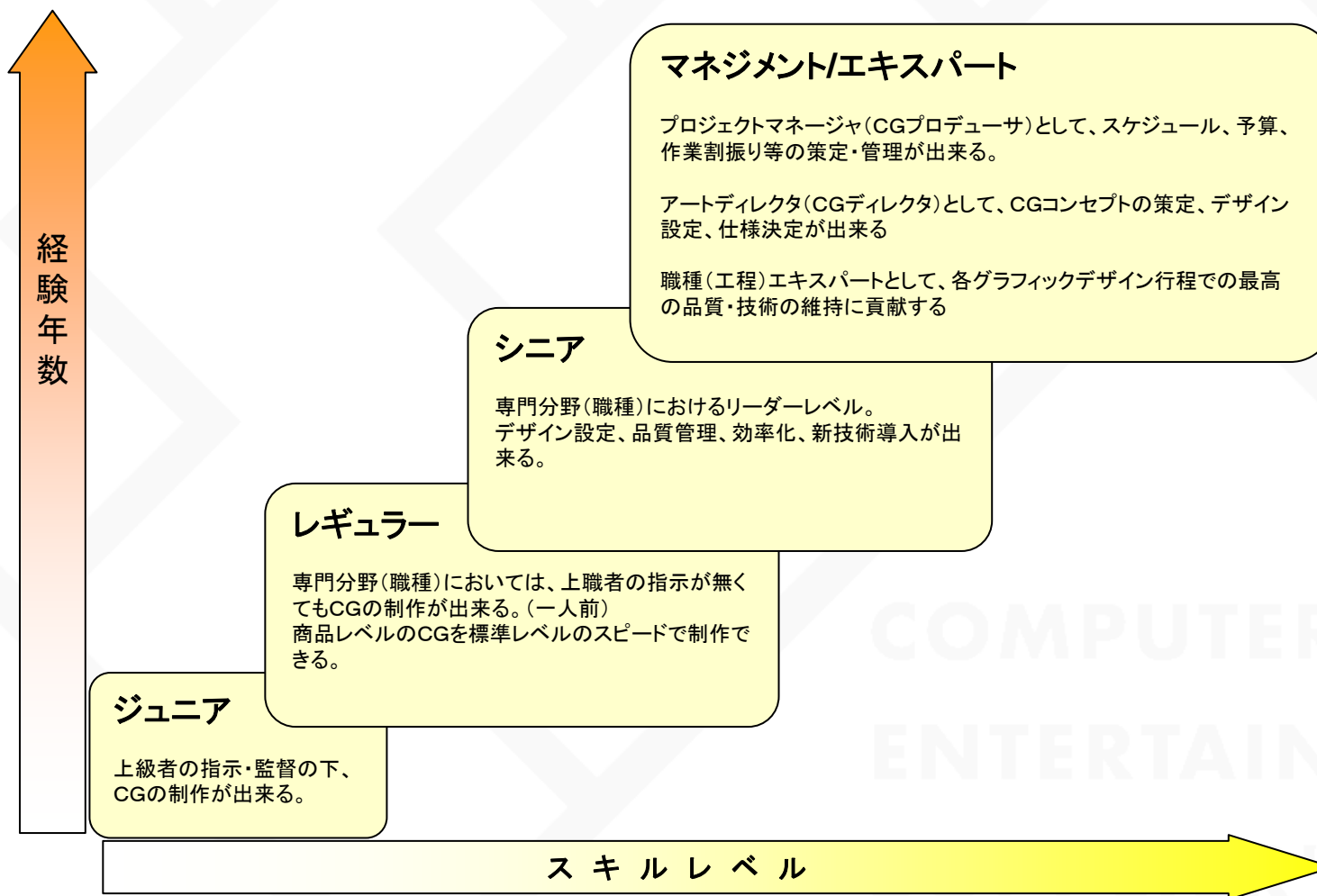
将来的には、自分の作業だけではなく、後輩の教育や開発効率の改善、新技術の導入などについても目を配る必要も出てきますし、リーダーとなってチームを統括し制作物の品質を維持するなどを行う場合もあります。

さらには、マネジメントの能力を身につけて、プロジェクト運営全般に関わることに自分の能力を拡げていく人、アートディレクタとしてデザインを監督する立場になる人、専門職種(工程)についてのエキスパートとして常に最高の技術力を維持していく人など、成長の仕方は様々です。

ゲーム制作・CG制作についてはまだ歴史も浅く、今後の変化に対応できるように、コンテンツクリエイタとしての幅の広い視点や技術的な情報収集も必要です。

次に来る新しい時代と世界を意識してキャリアを積み上げてゆきたいものです。

グラフィックデザイナーのキャリアパス例 P28



※参照:「キャリアパス例」(ジュニア・レギュラなどの名称は目安です)

3-4. スキルの時系列習得に関する説明 P63

ゲームソフトのグラフィックデザイナーを目指す学生・生徒においては、デザインやCG技術を学ぶことも必要ですが、その前に基礎的な技術と知識をしっかりと身に付けておくことが最も重要なことです。

ゲーム画面のデザインやCG制作ツールのオペレーション技術などは、経験を積むことにより熟達していきますが、その前提として、グラフィックデザイナーとしての基礎的な技術・知識(デッサン力・色彩知識等)がしっかりとできていることが必要です。また、これら基礎的な技術・知識は、あとから習得することが困難なものであり、学生時までにはしっかりと習得しておかなければなりません。

図「ゲームグラフィックデザイナー時系列スキル習得例」では具体的なスキル習得順序の例を記述しています。



グラフィックデザイナーへのステップ

		<p>「ゲームメーカーへの就職」 それはゴールではなく、グラフィックデザイナーのスタート！</p> <p>ゲームメーカーに入社しても、グラフィックデザイナーとしては漸くスタートラインに立ったに過ぎません。学生時代に培った知識や技術を、実際の商品の中で応用し、活かすことが出来て、初めてプロのグラフィックデザイナーと言えるでしょう。制作実務の中で、絶え間なく勉強・努力を続けることが望まれます。</p>
美術大学・専門学校	デザイン・CG技術の習得	<p>魅力的なゲームCGを制作するために、 「デザイン力」「CG技術・知識」も必要です</p> <p><デザイン力> デザイナーとして既存のテイストに合わせたデザインが出来るのは当然ですが、オリジナリティあるデザイン力(発想力、独創性)を身に付けることが重要です。また、ゲームのデザインワークはキャラクタやステージ・背景もさることながら、インターフェイス(レイアウト、アイコン、フォント等)、モーション、エフェクト等々ゲームデザインは多岐に渡っています。</p> <p><CG技術・知識> ゲーム画面は全てCGで構成されています。学生時代から2D、3D、映像編集等のソフトに慣れておくのと良いでしょう。また、モーション、エフェクトなど具体的に目指している職種がある場合は、それぞれに必要な専門知識や技術を勉強しておくことも必要です。</p>
	基礎的な描写力・表現力の習得	<p>グラフィックデザイナーとして必要な 「基礎的な技術と知識を身に付ける」ということは最も重要なことです</p> <p>全てのデザインの基本は、以下の技術・知識に集約されます。</p> <p><デッサン力> 物や事象を観察し、立体的な形状や動きを理解することはもちろん重要です。しかし、それを正しく表現する技術がなければ、グラフィックデザイナーにはなれません。その技術の基礎となるのがデッサン力です。デッサン力は数をこなすことにより上達する技術です。 まずはデッサンを描き、正しく表現する技術を身に付けましょう。</p> <p><色彩の知識> 色は光(電磁波)の一部であり、その見え方や構成に関する知識をしっかりと身に付けておくことが必須です。このことがしっかり理解出来ていれば、魅力的な配色デザインで人を感動させることが出来るのです。</p>
高校生まで	絵を描く	<p>まずは、 「絵を描くことが好き！」ということが大切です</p> <p>好きなキャラクタや漫画、風景、想像上のものや事象、何でもいからですから絵を描くこと。 グラフィックデザイナーになるには「絵を描くことが好き！」ということが大前提です。 ゲーム業界を目指すなら、「ゲームが好き！」ということも重要です。</p>