



ジェニー・ハーダーの キャラクターデザイン術

試し読み

for preview only

Creative

日本語版

電子書籍版(PDF)
価格：3,960円
(本体：3,600円＋税10%)

ジェニー・ハーダーの キャラクターデザイン術

Creative Character Design for Games and Animation 日本語版

Jenny Harder 著

Original English Edition

© 2023 Jenny Harder

The right of Jenny Harder to be identified as author of this work has been asserted in accordance with sections 77 and 78 of the Copyright, Designs and Patents Act 1988.

All rights reserved. No part of this book may be reprinted or reproduced or utilised in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, or in any information storage or retrieval system, without permission in writing from the publishers.

Authorized translation from the English language edition published by CRC Press, a member of the Taylor & Francis Group LLC through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo

Japanese language edition published by Born Digital, Inc., Copyright © 2024

■ ご注意

本書は著作権上の保護を受けています。論評目的の抜粋や引用を除いて、著作権者および出版社の承諾なしに複写することはできません。本書やその一部の複写作成は個人使用目的以外のいかなる理由であれ、著作権法違反になります。

■ 責任と保証の制限

本書の著者、翻訳者、編集者および出版社は、本書を作成するにあたり最大限の努力をしました。但し、本書の内容に関して明示、非明示に関わらず、いかなる保証も致しません。本書の内容、それによって得られた成果の利用に関して、または、その結果として生じた偶発的、間接的損傷に関して一切の責任を負いません。

■ 商標

その他の本書に記載されている製品名、会社名は、それぞれ各社の登録商標又は商標です。本書では、商標を所有する会社や組織の一覧を明示すること、または商標名を記載するたびに商標記号を挿入することは特別な場合を除き行っていません。本書は、商標名を編集上の目的だけで使用しています。商標所有者の利益は厳守されており、商標の権利を侵害する意図は全くありません。

この本を母に捧げます。

(誰よりも繰り返し読んでくれることでしょう)

目次

著者について	v
1章 目的のあるデザイン	1
2章 クライアントと指示書で作業する	9
3章 創造的思考とブレインストーミングの方法	15
4章 個性を打ち出す	25
5章 多様性とステレオタイプ	39
6章 ムードボードとリファレンス	49
7章 スタイル	59
8章 キャラクターデザインパッケージの作成	71
9章 描画プロセス	91
10章 ヒントとコツ	105
11章 成功するためのアドバイス	125

著者について

Jenny Harder (ジェニー・ハーダー) はゲーム及びアニメーション業界で10年以上働いています。アニメ番組『100% Wolf: Legend of the Moonstone』のアートディレクターを担当し、『ホグワーツ・レガシー』『Palia』『フォーオナー』『ディズニー インフィニティ』などのゲームにも携わってきました。最近では自身の短編アニメーション映画『Being Good』を監督し、2018年と2019年にいくつかの賞を受賞しました。

ゲーム業界に入る前に、ブレーメン応用科学大学で経済学と日本語を学び、2011年には、バーミンガムシティ大学でビジュアルコミュニケーションの修士号を取得しました。卒業後に夢を追うことを決意し、ゲーム業界に就職。ドイツとイギリスのさまざまなスタジオで働きました。2018年、自身の短編映画の公開を成功させ、アニメーションのアートディレクター職のオファーを受けます。

それ以来、ジェニーは多くの未発表のアニメーション映画に携わり、教育にも大きな情熱を注いでいます。アートスクールや大学で、キャラクターデザインとビジュアルデベロップメントを教えたり、THU、Promised Land、VIEW Conferenceなどの業界イベントで講演を行ったりしています。現在はベルリンに拠点を置き、フリーランスでDNEG Animationの長編映画コンテンツに携わるかたわら、多くのRPGやテーブルゲームをプレイして過ごしています。

彼女は、以下の名だたる企業と仕事をしてきました。

DNEG Animation、Warner Bros. Games、Wacom、Artstation、Ubisoft、Disney、Airborn、Autodesk、Studio Gobo、Cheeky Little、Flying Bark、Daedalic Entertainment

書籍付属データについて

本書で使用するサンプルファイル (Chapter 9. Render process layer structure) は、下記のウェブサイトリンクからダウンロードできます。

・ **ボーンデジタル トップ > BOOK**

<https://www.borndigital.co.jp/book/9784862466129/>

1

章

目的のある デザイン

この本について

ゲーム、アニメーション向けの創造的なキャラクターデザインの世界へようこそ！これから、ゲーム、アニメーション業界におけるキャラクターデザインのプロセスについて、私の個人的な経験と仕事上の経験を紹介したいと思います。

本書の目的は、キャラクターデザインのプロセスをしっかりと理解してもらい、豊富な事例とチェックリスト、プロの手法でキャラクターデザインに取り組むためのガイドラインを提供することです。また、できるだけユニークで、信頼性が高く、多様なキャラクターになるように、「個性の創造」という側面に強く焦点を当てていきます。

後半では、ストーリーテリング、シェイプランゲージ、焦点、機能性といった側面に触れながら、デザインをより魅力的なものに仕上げる高度なヒント・コツを紹介します。対象読者は主にプロのアーティストを目指す人ですが、創造的思考、デザインプロセス、芸術的品質を向上させたい趣味の人たちにも役立つ内容となっています。主に中級～上級のテクニックを多く取り上げるので、解剖学、遠近法、色彩理論などの技術的な基礎を学びたい方には、不向きかもしれません。

コンセプト/ビズデヴ アーティストの役割

まず、ゲーム/アニメ業界のキャラクターデザインを含む主な仕事内容を見てみましょう。「コンセプトアーティスト」は、主にビデオゲーム業界で使われる言葉です。この役割に相当するのが、アニメーション業界の「ビジュアルデベロップメント（ビズデヴ）アーティスト」です。この2つの役割の違いは些細なもので、どちらもよく似た側面を持っています。

コンセプト/ビズデヴ アーティストとしての主な仕事は、プロジェクトのアイデアやスケッチを生み出すこと、つまり、最初にアイデアを大まかに視覚化し、より多くのコンセプトの選択肢を提供することです。その後、数回のフィードバックとイテレーション（作り直し）を行います。イテレーションがまだ短時間で安価に行える初期段階では、このプロセスが非常に重要になります。3D、アニメーション、VFXパイプラインのようなさらに下流の段階になると、より多くの時間と費用がかかるようになります。コンセプト/ビズデヴ アーティストの責務は、以下のようなさまざまな面にわたります：

- ・ チームと協力して、プロジェクトの指示書を解釈し、ブレインストーミングを行う
- ・ ビジュアル資料のリサーチと収集、ムードボードの作成
- ・ 環境、小道具（プロップ）、キャラクター、クリーチャーなどのアイデア/スケッチをいくつか生み出す
- ・ ムードペインティング、カラーキー、ターンアラウンド（全方向から見た姿）、表情シートなど
- ・ フィードバックを適用し、イテレーションを繰り返す
- ・ デティール、レンダリング（最終描画）、洗練されたアートワークを含む最終コールアウトシート（重要な部分や特徴を指し示し、詳細な説明を加える視覚的な注釈）

コンセプト/ビズデヴ アーティストは、一般的にジェネラリストです。その日常的な仕事は、キャラクターデザインだけでなく、もっと幅広くさまざまなデザイン要素も含まれます。純粋にキャラクターデザインに集中したいのなら、より専門的な「キャラクターデザイナー」の役割を考えるとよいでしょう。本書のメインテーマは、キャラクター制作なので、キャラクターデザイナーの役割とその側面について、徹底的に分析していきます。ただ、全体的なアプローチと責務は上記のとおりです。

図1.1のコンセプトスケッチには、初期のラフなキャラクターラインナップの例が描かれています。この段階のスケッチは、アートディレクターに確認され、ディスカッションとフィードバックを経て、次のラウンドに進みます。

製品としてのアート

コンセプトアートと他の種類のアートとの違いは、目的と用途です。例えば、芸術作品は個人の表現であることが多く、販売や展示を目的としています。つまり、アートそのものが最終製品と言えます。しかし、コンセプトアートは画集やポートフォリオ以外で、対象となる観客の目に触れることはほとんどありません。それは、最終製品（映画、番組、ゲームなど）を生み出すプロセスの一部にすぎません。

また、「自分のためにアートを創作しているのではない」ということに留意することも重要です。だからといって、創造的なエネルギーを抑制したり、制限したりする必要はありません。実際、多くのクライアントは、芸術的な意見を提供してくれるアーティストを頼りにしています。しかし、他人のアイデアを実現するのは難しいことです。

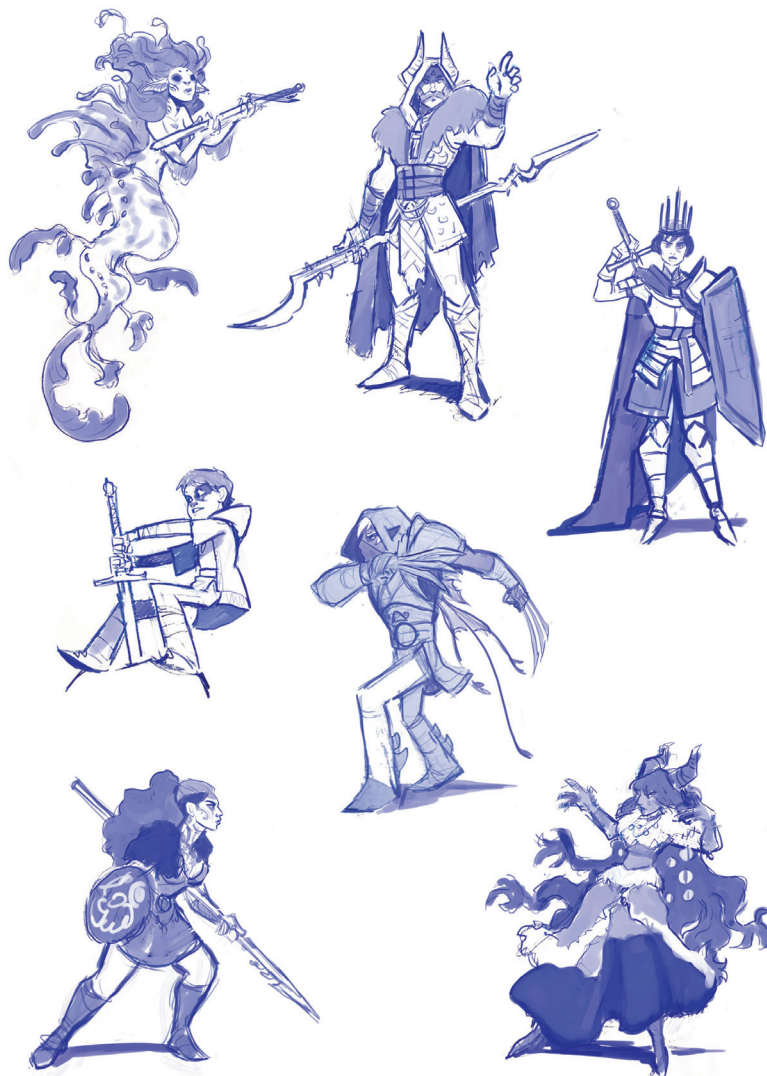


図1.1
コンセプトスケッチ。著者作成（2020年）

すべてのクライアントが、自分の求めていることをきちんと説明できるわけではありません。アーティストからインスピレーションを得たい人もいれば、最初から明確なアイデアを持っている人もいるでしょう。いずれにせよ、クライアントの期待どおりに作品を制作するのは容易ではありません。そこで、主要なデザイン要件に集中するのに役立つ質問を盛り込んだ「チェックリスト」を作成しました：

- このアートは何のためのものですか（プラットフォーム、メディア）？
- このアートは誰のためのものですか（ターゲット層、年齢層）？
- クライアントは何を期待していますか（指示書、締め切り、制限）？
- スタイルのガイドラインはありますか（リファレンスパック、アートバイブル、既存のコンセプト）？

このアートは何のためのものですか？

この質問は製品のプラットフォーム選択に関するものであり、各プラットフォームには独自の要件と制限があります。

2D横スクロールゲーム用のキャラクターを作成する場合、キャラクターデザインは単なるコンセプトではなく、そのままゲームに使用される可能性があります。そのため、すぐに使えるクリーンアップバージョンを提供することもあるでしょう。またアニメーションチームから、手足を別レイヤーに分けて、簡単にアニメートできるように依頼されることもあります。図1.2「2D横スクロールゲームのコンセプトアート」を見ると、ドラゴンと少年のキャラクターの手足が人形のようにになっているのがわかります。

3Dサードパーソンシューティング（三人称視点）ゲームのキャラクターを作る場合、意識すべき点は大きく異なります。まず、キャラクターは3Dに変換されるので、キャラクターデザインは主にチームのコンセプトリファレンスになります。次に、ほとんどの三人称視点ゲームでは、キャラクターが世界を移動するときに、その背後を追うようにカメラが置かれ、背中が主な焦点となります。このようなゲームメカニクスを意識すると、どこに焦点を当ててデザインすべきかが掴みやすくなります。この場合、プレイヤーが画面上で主に見るのは背中側なので、キャラクターの背中に面白い要素を加えることを検討するとよいでしょう。また、キャラクターのシルエットを意識し、うっかり特大のマントやバックパックで隠さないようにすることも重要です。

アニメ映画／番組によっては、簡略化されたキャラクターを要望されることがよくあります。不要なものが付いていたり、たくさんのきらびやかなアクセサリがぶら下がっていたり、複雑な衣装を着ていたりすることはほぼありません。その理由は、各ショットをアニメート、レンダリングするのに、非常に時間とコストがかかるからです。そのため、アニメ映画／番組の一般的なガイドラインは、「読み取りやすく、シンプルに」となります。



図1.2 2D横スクロールゲームのコンセプトアート。著者作成（2017年）

図1.3「キャラクターイラストとアニメーション用キャラクターコンセプトの比較」では、イラストとして描かれたキャラクター(上)と短編アニメーション用に作られたキャラクター(下)のアプローチの違いを確認できます。上のキャラクターは多くのアクセサリーとゆったりした衣装が特徴で、アニメートするにはかなり時間がかかりそうです。また、このポーズではキャラクターの横顔しか見えないため、3Dに変換するのも大変です。



BEING GOOD



図1.3
キャラクターイラストと
アニメーション用キャラクター
コンセプトの比較。
著者作成(2021年)

下のキャラクターは『Being Good』[1]のエヴァで、3Dアニメ用にデザインされたものです。描画（レンダー）自体はゆるいですが、シルエットとデザイン要素が非常に明確に読み取れます。不要なアクセサリはほとんどなく、正面図と背面図が用意されているため、デザインを簡単に理解して、3Dに変換できます。

アニメ映画／番組の別の利点として、リニアストーリーテリングがあります（時間軸で順序立ててストーリーが進行します）。映画では、監督が観客に何をどのアングルで見せるかを自分で選択します。一方、ゲームでは多くの場合、プレイヤーがオブジェクトやキャラクターを自由に動かせます。つまり、順序立てのストーリーで作業すれば、チームは重要な部分に集中できるわけです。

例えば、背景にいるキャラクターに近づくことはないので、それらに多くの時間を費やす必要はありません。シンプルかつディテールを少なくできるため、チームはメインキャラクターに集中することができます。アニメ映画／番組で仕事をするときは、どのキャラクターがスクリーンでスポットライトを浴び、どのキャラクターが後ろに下がるのかを、常に監督と相談して明確にしてください。「面白みのない」キャラクターを作ることは、映画のエキストラがスクリーンで目立たないように演じるのと同様に、難しさもあります。

このアートは誰のためのものですか？

これも重要な質問です。なぜなら、最終的に作品を購入するのは利用者／消費者だからです。対象顧客層（ターゲットオーディエンス）を知り、理解すれば、彼らが納得し、購入してくれる製品を提供できる可能性は高まります。

例えば、クライアントから『リーグ・オブ・レジェンド』[2]のプレイヤーを対象にしたゲームを作りたいと言われた場合、最初のステップは『リーグ・オブ・レジェンド』を特別でエキサイティングなものにしている特徴（例えばアートスタイル、キャラクターの個性、色、ムードなど）をリサーチすることです。『リーグ・オブ・レジェンド』のプレイヤーは、他に何を楽しんでいるでしょうか？ 対象顧客層の価値観を理解すればするほど、個人的な価値観をデザインに適用してしまう事態を避けやすくなります。これは、子供のような若い観客を対象とするときに、特に重要になります。なぜなら、ストーリーテリング、ムード、色、スタイルの好みは、大きく異なることが多いからです。

クライアントは何を期待していますか？

クライアントが期待しているものによって、作業量の枠組みが決まります。クライアントに納期とフィードバックラウンドの回数を明確に伝え、詳細な指示書、リファレンス、プロジェクトの制限事項（特定のゲームエンジン、2Dか3Dか、子供向けコンテンツのみか）を尋ねましょう。これについては、次章でももう少し詳しく説明します。

いずれにせよ、誰かのためにサービスを提供していることを心に留めておいてください。どんなに気軽な契約であっても、それはプロフェッショナルなビジネスの「契約」です。ゲーム／アニメ業界で良い評判を得たいのなら、敬意を持ってプロとして振る舞わなければいけません。実際、仕事においてこの部分は過小評価されがちですが、コミュニケーション、時間厳守、信頼性といった側面は、質の高い仕事を提供するのと同じくらい重要です。プロのアーティストとして振る舞い、問題解決に熱心で親切な人だったと記憶してもらえれば、次のプロジェクトに推薦されるかもしれません。

スタイルのガイドラインはありますか？

クライアントから、ビジュアルの参考資料（リファレンス）となるものをできるだけ多くもらうように心がけましょう。プロジェクトの「アートバイブル（スタイルのガイドライン）」を提供してもらえるか、それとも既存のコンセプトがあるのか確認します。図1.4「アートバイブルからの抜粋」に『Being Good』のエヴァの別の例を挙げました。ここで定義されたスタイルのガイドラインは以下のとおりです：

- ・ 顔の方に焦点を向けるため、下部を濃く、上部に明るいグラデーションを加える
- ・ 3.5頭身で、頭部はかなり大きい
- ・ 足は比較的小さい
- ・ 淡いカラーパレット

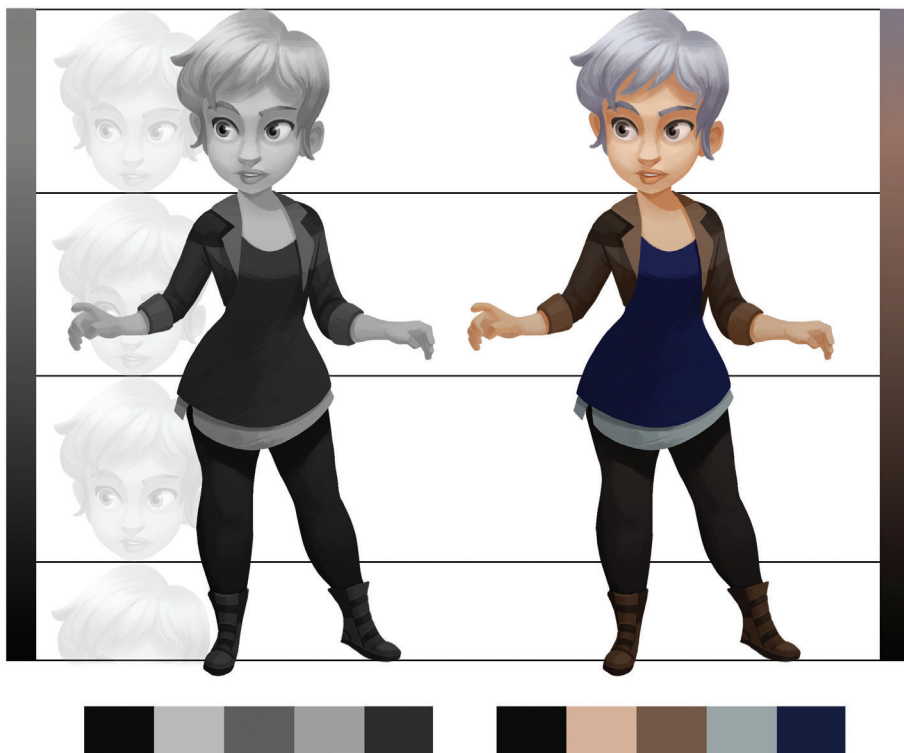


図1.4
アートバイブルからの抜粋。著者作成（2021年）

クライアントは、過去に失敗したコンセプト（意にそぐわなかった具体例）を提示できることもあるでしょう。それらは、クライアントが望まないものを知るための重要な資料になります。そのようなものがまだなければ、必ずスタイルリファレンスをもらうようにしてください。インスピレーションの源にしている類似のゲームや番組などがあるでしょう。

それぞれのサンプルについて、どの部分を気に入っているのか／気に入っていないのかを尋ねてください。それは、キャラクターのスタイライズ（様式化）やシンプルさ、全体的なムードやカラーパレット、あるいは独創的な衣服や武器のチョイスかもしれません。適切な質問をすることで、クライアントが思い描いているものを素早くイメージできるようになります。その結果、余分な時間を大幅に節約でき、その取り組みと効率に満足してもらえるでしょう。

注釈

1. 『Being Good』（2017年）、Jenny Harder 監督、[短編映画]、YouTubeで視聴可能：
www.youtube.com/watch?v=bk0miFeZOJA&ab_channel=CGMeetup.
2. 『リーグ・オブ・レジェンド』（2009年）、[PCゲーム]、Riot Games（米国）

2

章

クライアントと 指示書で作業する

この章では、アーティストとクライアント（依頼主）の関係を詳しく見ていきます。主に個人や企業と合意して、一定期間プロジェクトに取り組むフリーランスの観点から、「クライアント」についてお話します。会社員の立場に比べ、労働条件は少し異なるかもしれませんが、仕事自体はほぼ同じだと感じています。

前にも述べたように、ここではコミュニケーションが非常に重要な役割を果たします。特に海外のクライアントと仕事をする際には、言葉の壁や文化の違いに細心の注意を払ってください。異なる文化的背景を持つクライアントは、デザインの選択に関しても想定外のことを期待しているかもしれません。私はあるインド系アメリカ人のクライアントと仕事をすることがあります。そのときはプロジェクトのメインキャラクターをインド人のハーフにしたいということで、正確な肌の色や文化的に適切な服装など、どうすればそのルックが伝わるかについて多くの時間を費やしました。以下は、私が受け取った指示書の抜粋で、キャラクター「Jaya（ジャヤ）」の基本要件を概説しています：

古代インド人とSF少女のハーフ。インドの伝統的なサリーのデザインに戦士や村人のデザインを融合させて、彼女の文化と活力を表現する。茶髪。目をゴーストのような青にする（目が見えない）[1]

幸いにも、このクライアントはアーティストと仕事をした経験があったため、リファレンス、初期のデザインスケッチ、注意書きなどを含む詳細なPDFを提供してくれました。しかし、すべてのクライアントがこのように準備万端なわけではありません。だからこそ、始める前にクライアントに尋ねるべき質問リストを共有したいと思います：

スコープ(対象範囲)：

- ・ キャラクターは何人必要で、主役は誰ですか？
- ・ 何を提出する必要がありますか？ スケッチ、カラーバリエーション、ターンアラウンド(全方向から見た姿)、表情、ポーズ、描画(レンダー)はいくつ必要ですか？
- ・ 納期はいつですか？
- ・ フィードバック ラウンド(やり取り)は何回あり、どの段階で行われますか？
- ・ プラットフォームは何ですか(ゲーム/映画)、ターゲットとする観客は誰ですか(年齢)？

ストーリーテリングと世界観：

- ・ キャラクターのストーリーや性格を説明する指示書(brief)はありますか？
- ・ キャラクターの住む世界(とそこの中での立場)の案はありますか？
- ・ どのようなムードやジャンル(ユーモア/ダーク、ファンタジー/SF)を目指していますか？

デザイン：

- ・ どのようなスタイルを目指していますか？
- ・ 各場面について、どの程度のディテールを想定していますか？
- ・ アートバイブル、既存のデザイン、リファレンス、ムードボードなどはありますか？

支払いと契約：

- ・ 支払いは、時間/日単位ですか、それとも「パッケージ契約」ですか？
- ・ 始める前に前金(20~50%程度)を支払ってもらうことは可能ですか？
- ・ 追加のリクエストやイテレーションは、時間/日単位で計算されますか？
- ・ 秘密保持契約書(NDA)や契約書にサインする必要がありますか？

質問が多いので、メールにこのままコピー&ペーストするのは控えた方がよいですが、クライアントとのやりとりで何かが足りない/議論されてないと感じたときのガイドラインにしてください。個人的には、フィードバックの回数を決めておくことが非常に重要だと思います。さもないと、クライアントからディテールの変更を求めるリクエストが何度も届き、数日間の無給労働を余儀なくされるかもしれません。「マイルストーン(中間目標)」を設定することも意味があります。例えば、以下のようなものになります：

1. **スケッチ段階：**アーティストが5~8枚のスケッチを提供し、1~2回のフィードバックの後、クライアントが最終デザインを選ぶ。
2. **デザイン段階：**アーティストがデザインを仕上げ、クリーンアップした状態にする。クライアントはデザインを承認する前に、もう1度フィードバックを受け取る。
3. **色のイテレーション：**アーティストは選択されたデザインに対し、3~5種類のカラーバリエーションを提供し、クライアントは最終的な要望を出すことができる。最終的なカラーパレットが選ばれる。
4. **描画(レンダー)：**アーティストは最終的なイメージを提供し、クライアントは承認する前にもう1度フィードバックを受け取る。

5. **追加：**アーティストが、ターンアラウンド、各種の表情、ポーズなどのスケッチを提供する。最終決定前にそれらはレビュー・承認される。

もちろん、フィードバック ラウンドの回数は、クライアントやプロジェクトの納期によって異なります。数週間以内にキャラクターを完成させたいクライアントもいれば、半年かけてアイデアを検討したいクライアントもいるでしょう。そのため、着手する前に制作期間とスコープ(対象範囲)をしっかりと伝えてください。そうすれば、フラストレーションは軽減され、期待値を正しく設定することができます。

前述したように、色に移行する前に、まずスケッチの承認をもらうことが重要なマイルストーンになります。そうしておけば、クライアントがポーズやデザインのディテールを変えたくなくなったとしても、その予期せぬリクエストに対して追加料金を請求することができます。

もしキャラクターの指示書や映画／番組の脚本があれば、それも大きなプラスになります。行動や内面の葛藤、セリフを示した詳細なストーリーほど、その人物を明確に伝えるものはありません。私はいつもこういった特徴を選び、キャラクターのポーズ、エネルギー感、表情を決めています。ただし、衣装のような要素に取り組むときは、ニュートラルなポーズを使うことが多いです。

図2.1「ジャヤのスケッチ」は、大まかな体型と顔の造作に合意後、クライアントのために用意した衣装の候補です。アニメ映画用なので衣装は非常にシンプルですが、形は引き立ち、はっきりしています。細かい要素は、腰と胸の周りにわずかしきありません。インドの伝統民族衣装(肩にかける布、パンツなど)にインスパイアされた部分もあれば、指示書で要求されたSF的な要素(光るストライプ、シンボル、靴)もあります。ここは手早く進める段階なので、線画はまだかなり粗いです。

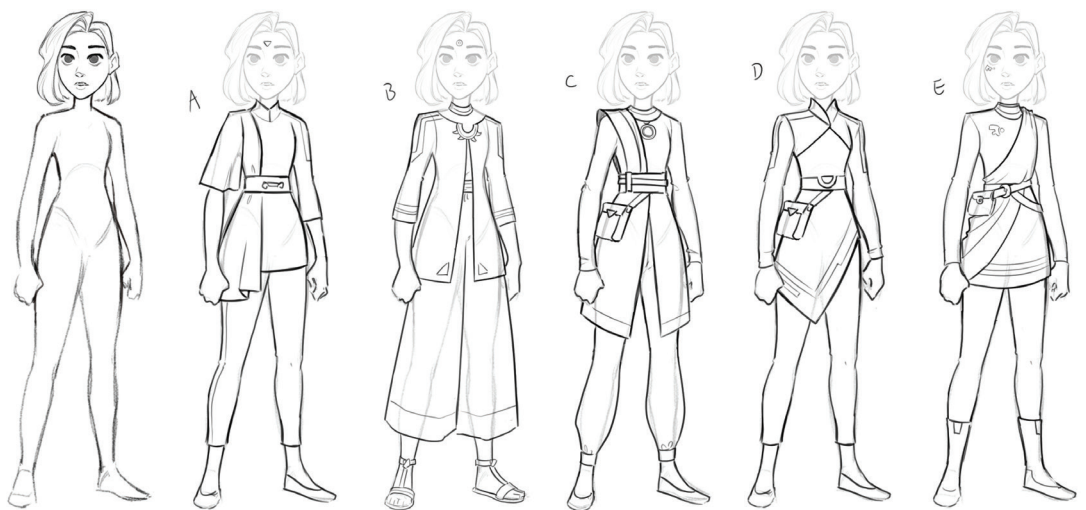


図2.1

ジャヤのスケッチ。著者作成

肖像権はKorado Peak Productions、映画『Uprooted』(2020年末公開)に帰属する

衣装のオプションを提出後、クライアントは気に入った要素（サッシュ、ネックレス、三角形のドレスの形など）を選び、ディテールの変更をリクエストしてきました。では、次の段階のクリーンアップとカラーバリエーションに入る前のラフバージョンをお見せしましょう。

図2.2「ジャヤのカラーイテレーション」で注目した主な点は、「盲目」の目、暗い肌のトーン、そしてインド模様とSF的な形の融合です。

まず、デザインごとに2つのメインカラーを決め、アクセサリや模様には1〜2つのコントラストカラーを加えました。そうすることで、全体的なノイズを減らし、見てほしいポイントに焦点が当たることを狙っています。ディテールをどこまで押し出せるか試している段階なので、まだ少し「雑然とした」デザインに見えるかもしれません。最終的にクライアントと私は、**B**（左から2番目）をさらにブラッシュアップする（髪の色を濃くし、模様のコントラストを下げる）ことに合意しました。



図2.2

ジャヤのカラーイテレーション。著者作成
肖像権はKorado Peak Productions、映画『Uprooted』（2020年末公開）に帰属する

もう1度フィードバック ラウンドを繰り返し、双方が納得できるキャラクターの最終バージョンが完成しました。しかし、その1ヵ月後、クライアントから再び連絡があり、「ちょっと科学的すぎて冒険家っぽさが足りないので、デザインを手直ししてほしい」と打診されました。リファレンスと注意書きを添えたPDFが提出され、基本的に衣装、ヘアスタイル、カラーパレットをすべて作り直しました。図2.3「ジャヤの手直し」のビフォー(左)とアフター(右)をご覧ください。

このような「土壇場の変更」は、実のところそれほど珍しいことではありません。私自身アーティストなので、デザインが完璧になるまで何度も改良したくなる気持ちはわかります。私からのアドバイスとして、クライアントのニーズはできるだけ尊重してあげましょう。最終的に、この手直しによってデザインはより魅力的になり、クライアントも結果にとても満足してくれました。ただし、合意したマイルストーンに逆戻りするようなことがあれば、その要求にもきちんと代金を支払ってもらうようにしましょう。



図2.3

ジャヤの手直し。著者作成

肖像権はKorado Peak Productions、映画『Uprooted』(2020年末公開)に帰属する