



## グローバルでの動画市場も視野に 新たなビジネスモデルで業界を席卷

### ◆事業内容

動画マーケティングコンサルティング、動画企画制作、広告代理業、メディア運営、ウェブ・グラフィックの企画制作、人材採用支援事業。大手企業から中小企業、自治体など1,000社以上の取引先に、動画制作を軸としたソリューションを提供している。

### ◆知的財産権と内容

商標登録 第5834434号 ファストビデオ

商標登録 第5834433号 FastVideo

ほか(2017年10月現在)



代表取締役社長 瀧 良太氏

### 業界の慣例にとらわれない ビジネススキームを構築

動画を起点としたコンサルティングや、動画制作アプリケーション「FastVideo (ファストビデオ)」の運営などの事業を展開する株式会社LOCUS。従来の動画制作業界は、顧客とクリエイターの間、広告代理店や制作会社、クラウドソーシングなど、多数の業者やプラットフォームが存在していた。しかし同社は、創業時より自ら顧客の開拓を行い、クライアントと直接取引をする。さらに、書類選考と面接で厳選した約700人のクリエイターを社外にネットワーク化することで、高い品質を担保しながら、動画制作の適正価格化を実現している。「従来の動画制作にはなかったビジネススキームです。もともと私は動画業界の人間ではなく、だからこそ、この仕組みを作ることができました」と代表取締役社長の瀧良太氏は話す。

### 著作権を侵害しないための チーム体制や教育に配慮

同社は現在、プロモーション、教育研修、採用など、さまざまな目的に応じた動画を、年間1,500本以上制作している。著作権は同社が保持。とはいえ、顧客に対する利用制限は設けていない。たとえば、

社内向けに作った動画を営業ツールに転用しても構わない。ただし、使用に条件がある著名な俳優や音源を使っている場合は、あらかじめそのことを伝え、利用を制限してもらっている。顧客によるウェブ上での不正利用抑止を徹底したい場合、動画に電子透かし情報を入れ、専用のソフトウェアでウェブページの情報を自動的に検索・収集して見つける方法もある。だが、そこまですることは、あまりないという。顧客の利便性を重視し、顧客との信頼関係の下、クライアントファーストを実践している。

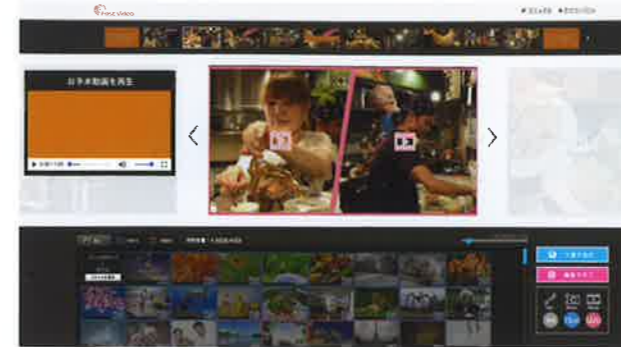
もちろん、同社が著作権を侵害していないことが大前提。動画の撮影は、営業やプロデューサーである従業員と、フリーのクリエイターがチームで行う。著作権侵害になりそうなものが映り込むことのないよう、顧客にも協力してもらい、完成した動画は提出前のチェックを徹底する。「当社のマネージャーは、大学院で著作権を専門としていた人物です。今後は社員研修でも著作権に関する教育を充実させていきたいと考えています」(瀧社長)。

### 「先を走る」サービスで 優位性を維持

また、同社が運営する動画制作アプリケーション「FastVideo (ファストビデオ)」は、テンプレートに

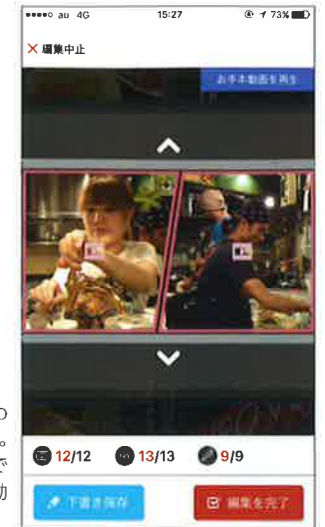


2015年11月公開、テンプレート型動画制作サービス「FastVideo (ファストビデオ)」は、サービス名、ロゴともに、商標登録している



テンプレートに画像や動画を当てはめることで手軽にオリジナル動画が制作できる。用途に最適なテンプレートをオーダーメイドすることも可能

2016年9月、FastVideoのiPhoneアプリを開始。iPhoneアプリで撮影もでき、これだけで高品質な動画が作成できる



動画や静止画、テキストなどの素材を当てはめるだけで、1本1万円程度から自由にオリジナル動画を制作できるクラウド型アプリ。「特許出願を考えたが、ノウハウを開示することで特許範囲のすき間を他社に利用されることを懸念し、出願はしませんでした。ただし、商標権は取得しています。今後も新しいサービスを作った際は、すべて商標登録をしていく方針です」と瀧社長。特許に関しては、オープンにすることによるリスクもあるため、その都度、判断していくと話す。

「FastVideo」に関しては、「他社よりも先を走る。よりサービスを磨き、より優れたもの、新しいものを提供する」ことで、競合優位性を保っていくという。また、顧客と「FastVideoのみを利用する」とレギュレーションを設けて契約することも、同社サービスの利用を促進する要因の一つとなっている。

### 良質なコンテンツ企業との協業で 新規事業も

さらに2018年からは、新しい動画制作の販売も開始する。これは、良質なアナログのコンテンツ(写

真、テキスト、ノウハウなど)を保持している企業と提携し、それらを動画化し、サブスクリプション方式(特定期間内での使用権を購入する方式)で顧客に販売していくもの。コンテンツは共同著作権とし、まずはシニア関連を予定している。

「新規事業のフレームワークとしては、動画を軸とした中で“成長市場×意義”を大切にしています。少子高齢化は今後日本が直面する大きな課題の一つとなりますので、動画の力を活用して社会課題を解決することができればと考えています」(瀧社長)

協業相手は、その事業(コンテンツ)に価値があるか、社会的意義があるか、カルチャーがあるか、そして自社と補完関係があるかを考えて選ぶ。

「今後、2020年の第5世代移動通信システム(5G)実用化に向けていっそう通信インフラが整備され、より快適に動画が見られるようになり、動画の活用法も変わってきます。それを見据えて、今後も新規事業を展開していきたいと思っています」(瀧社長)

《取材：2017年10月》

### POINT

クリエイターのための独自の補償制度を用意  
業界トップクラスのクリエイターをネットワーク化して動画制作を行う、同社オリジナルのビジネススキーム。クリエイターは、同社が優位性を保ち続けるための大切な財産だ。「フリーで活動するクリエイターにとっては“動けなくなる”こ

とが最も大きなリスク。ですから当社では、クリエイターの傷病時や家族の介護・養育時に最大500万円の見舞金、助成金などを支払う補償制度「クリエイターズセーフティネット」を提供しています。こうした制度を含め、クリエイターが活躍しやすい環境を、いっそう充実させていきます」(瀧社長)