



α for biz Case Study

ハイエンドモデルを選ぶことが、 クリエイティブと企業価値の向上につながる。 クリエイティブ内製化のハードルを下げる レンタルプログラムを活用

GMO
INTERNET GROUP

GMOインターネットグループ株式会社

<https://group.gmo/>

ドメイン取得サービスやクラウド、レンタルサーバーなどを提供するインターネットインフラ事業から始まり、広告・メディア事業、金融事業、暗号資産事業、インターネットセキュリティ事業、AI・ロボティクス事業などを手がける GMO インターネットグループ。社内外でのイベントや Web サイトなどのクリエイティブ制作を担うグループクリエイティブ部では、クリエイティブ制作のほぼすべてを内製化しています。グループクリエイティブ部の川上 雅史 様と、豊田 隆一 様に Cinema Line カメラ『FX30』と、ミラーレス一眼カメラ『α7R V』の魅力について、じっくりと話を伺いました。

パートナーのパフォーマンス向上につながる、クリエイティブ活動

採用活動や社内エンゲージメントを高める活動に注力

川上 当社は従業員のことをパートナーと呼んでいますが、パートナーの育成や満足度向上に力を入れており、福利厚生が充実しているほうだと思います。たとえば、社員食堂や社内保育施設、ジム、マッサージなどを導入していますし、パートナーの健康管理とパフォーマンス向上のために、昼寝も推奨しています。また、四半期に一度、全社ミーティングを開催し、各グループ会社で取り組んでいる事業や新しいサービスの情報共有、優秀な成果を挙げたパートナーやグループ会社の表彰なども行っています。グループクリエイティブ部では、



GMOインターネットグループ株式会社
グループクリエイティブ部リーダー
川上 雅史 様



GMOインターネットグループ株式会社
グループクリエイティブ部（取材時点）
豊田 隆一 様

「すべての人にインターネット」のコーポレートキャッチのもと、大規模イベントから小規模なプレゼンテーション、新卒採用コンテンツ、陸上部の活動、IR関連、成果発表会など、社内外向けに幅広くクリエイティブ制作に取り組んでいます。

クリエイティブ内製化へのこだわり

豊田 部署には10名いますが、カメラを扱うのは私と川上の2名です。社内外のイベントを運営しながら、それを写真や映像に収めて配信したり、SNS上で展開したりしています。さまざまな活動を社外だけでなく、社内にもPRしていくことで、パートナーのモチベーションを高め、最終的には、一人ひとりのパフォーマンス向上につなげていく狙いがあります。私が元々フリーカメラマンをしていたこともあり、「撮影から編集まで一貫して担当すること」「伝えたいメッセージを的確に届けること」にこだわっていて、そのために、クリエイティブ作業のほぼすべてを内製化しています。外注する場合と比べてスピード感がまったく違いますし、外部のカメラマンと撮影のスケジュールを調整する手間もありません。当然、私たち自身がパートナーであるため企業文化への理解も深く、判断や対応のスピードを落とすことがありません。たとえば、「30分後に急ぎょ撮影の依頼があり、その様子を記録してほしい」といった場合でも、外注では対応が難しいケースが多いですが、私と川上であれば撮影・編集・納品までワンストップで問題なく対応できます。こうした機動力の高さこそが、クリエイティブを内製化している大きな理由のひとつですね。

安心してシャッターを切れる、「失敗しないカメラ」

就活生に「映画みたいな映像」と驚かれた高画質

豊田 撮影を内製化するにあたり、選定したのが、ソニーのCinema Lineカメラ『FX30』と、ミラーレス一眼カメラ『α7R V』でした。導入の決め手となったのは、「絶対に失敗しない」ことです。『FX30』については、数時間に及ぶ記者会見をはじめ、長回しに堪えられるすぐれた排熱構造を備えていますし、何ととっても、画質が素晴らしい。新卒採用系のコンテンツ制作においては、「この会社のインタビュー動画、映画みたい」と驚いている学生が多数いましたし、実際、エントリー数の増加にも寄与しています。よく聞かれるんです、「映像制作はどこかに外注しているんですか?」と。すべて当社内で作っていることを伝えると、かなり驚かれます。



すぐれたクロップ耐性と解像感

川上 『α7R V』は抜群のAF（オートフォーカス）性能や、強力なボディ内手ブレ補正に加え、約6100万画素の高解像度撮影が可能なので、たとえば集合写真から特定の人を抜き出したい場合でも、問題なくクロップでき、それをプロフィール写真に使用することもできます。クロップ耐性、そして解像感の高さには目を見張ります。ホワイトバランスを測るIRセンサーの性能も高く、屋内外を行き来するような場面でも、オートにしておけば基本的には問題ありません。「すみません、もう一度撮り直させてください」、なんていう失敗がまったくなく、安心してシャッターを切れるんです。また、『FX30』と『α7R V』に共通して言えることですが、焦点距離10mmから1200mmまでをカバーする豊富なレンズラインアップが揃っているのは魅力です。

豊田 先日、製品撮影にソニーのモバイル用アプリ「Creators' App」を使用したのですが、これがまたよくできています。従来のテザー撮影では、ケーブルを引っ張って、パソコンにつないでと、何かと手間がかかっていたのですが、「Creators' App」を使えば、タブレット端末が1台あればいい。その場でスムーズに画像を確認でき、クライアントの意思決定の早さがこれまでとはまったく変わりました。

タブレット端末からそのままデータを納品することもでき、作業スピードが段違いに早くなったのは間違いありません。

導入のハードルを下げてくれるレンタルプログラム

川上 機材は常にハイレベルなもの、新しいものを使用していきたいと考えていましたので、『α7R V』については、購入ではなく、レンタルプログラムを利用して導入しました。最新機種が出るたびに買い替えていたら、予算がなかなか追いつきませんが、レンタルプログラムを利用すると、そういう心配もありません。今後はさらに案件が増え、グループクリエイティブ部のメンバーが増えていくことも予想されますが、レンタルプログラムなら、そうした環境の変化にも柔軟に対応できます。



クリエイティブの質を高めることが、企業価値の向上につながる

初めてだからこそ、ハイエンドモデルを使う

豊田 今後は、『FX30』や『α7R V』を活用しながら、グループ全体のクリエイティブの質を底上げして、企業価値をさらに高めていきたいと考えています。社内全体を見渡すと、まだまだスマートフォンで撮影しているケースはたくさんありますので、他グループに対して、『FX30』と『α7R V』という選択肢があることを、まずは周知していきたいですね。社内セミナーを開催するなど、他グループに撮影の方法をレクチャーする場を設けることも考えています。

川上 グループクリエイティブ部のメンバーが増えていけば、カメラに不慣れなメンバーがアサインされるケースも増えてくるでしょう。そうした時でも、『FX30』や『α7R V』なら、基本的にはオートで撮影しておけば、十分にハイクオリティな写真や映像が撮れます。「初めてだからエントリーモデルを使う」のではなく、「初めてだからこそ、技術の不足をカバーしてくれるハイエンドモデルを使う」べきだと思います。そうしてクリエイティブの質を高めていくことが、パートナーの育成や満足度という、当社の強みをさらに向上させることにもつながっていくと考えています。

使用機材紹介



デジタル一眼カメラ

α7R V

<https://www.sony.jp/ichigan/products/ILCE-7RM5/>



Cinema Line カメラ

FX30

<https://www.sony.jp/pro-cam/products/ILME-FX30/>

取材：2025年11月

≫ [法人向け] カメラの商品情報やお客さま事例をご覧ください。 <https://www.sony.jp/camera-biz/>

≫ 製品やサービスに関するお問い合わせ https://www.sony.jp/biz/inquiry/form_camera.html

ソニーマーケティング株式会社

法人のお客様向け購入相談デスク ☎ 0120-24-7688 スマートフォン・携帯電話・一部のIP電話からは 050-3754-9483

受付時間/10:00~18:00(土・日・祝日 休み)