

ビデオ 通信

2026 年
9 月 17 日 (木)

No.4991

||||| 70th
since 1956

月・木曜日発行
月額：¥11,000 (税込：¥11,880)
発行：飯澤 剛
編集：齋藤 浩一

ユニ通信社

〒238-0048

神奈川県横須賀市安針台 17-3-101

TEL：046-827-7421

FAX：046-8277422

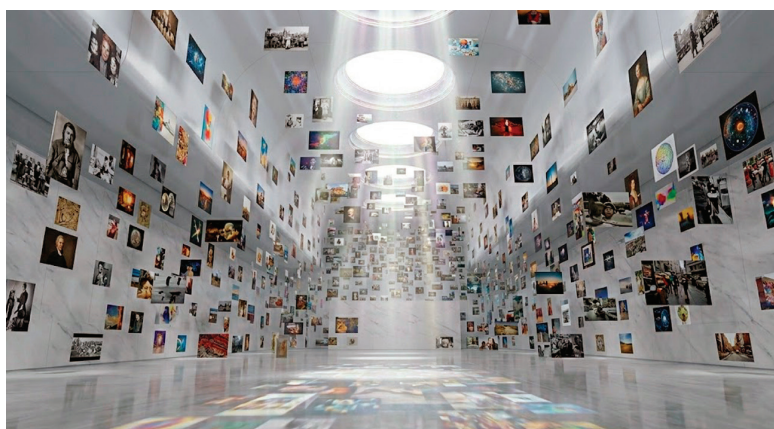
E-mail：VT@uni-press.net

パナソニック映像

「生成 AI × コンテンツ制作」プロジェクトを推進

AI を活用したコンテンツ制作の全工程を「映像のプロ」がプロデュース

Web サイト内に特設ページを新設、デモリールを公開



特設ページで公開しているデモムービー

パナソニック映像(株)はこのほど、自社 Web サイト内に「生成 AI × コンテンツ制作」ページを新設した。同社が進めている「生成 AI × コンテンツ制作」プロジェクトによる取り組みを紹介したもので、同プロジェクトでは生成 AI の活用と、

同社が蓄積してきた映像制作・空間演出・ポストプロダクションの知見やノウハウをかけ合わせることで、顧客のビジネスシーンに合わせたコンテンツ制作を提案する。また、AI 活用では不可欠な制作プロセスの透明性や厳格な情報管理を徹底し、企画設計→AI による生成→レタッチ→編集→品質チェック→納品という全工程を「映像のプロ」である同社が責任を持ち、高いクオリティへと仕上げていく。特設ページでは、フォトリアルや、CG、アニメ調など、生成 AI で実現できる様々な表現を盛り込み、同社スタッフが顧客とともに様々な課題に立ち向かうデモリールを公開している。

手探りからスタートしたプロジェクト

同プロジェクトを立ち上げた経緯について、プロデューサーで同プロジェクトのリーダーを務める藤井一貴氏は「昨年の 5 月頃、映像制作における AI 活用が広がってきた中で、「そろそろ着手しなければ置いていかれてしまう」という危機感を持ったのがきっかけでした。その後、AI 制作実績のある社外プロダクションに推進中案件の協力を依頼。案件が進行していく中で生成量が膨らんでいったためにリソースが足りない状況になり、手探りで自分たちでも手を動かすようになりま

Panasonic Visuals

映像制作・配信ワークフロー

豊富な経験と技術でお客様に寄り添いイメージをかたちに



※ 用語定義＝日本ポストプロダクション協会(JPPA)参考

した。一方、パナソニックグループではAIサービスに対するレギュレーションが厳格に定められており、利用規約や法務、知財についても細かく確認が必要だということもわかってきました。この時に得た知見をベースに、今年1月頃から実際に案件で活用していけるレベルの運用を目指してプロジェクトをスタートしました」と振り返る。

「DX」と「CX」の2つの方向性で推進

映像制作の現場において、AIは企画書の段階やコンテでかなり使われ始めているほか、撮影やCGの代わりとしてAIを活用したりするケースも増えているという。さらに、ポストプロダクション領域での活用も進んでいる。

パナソニック映像では現在、AIを2つの方向性で取り込んでいる。

1つは業務改革や効率化に向けた「DX」（デジタルトランスフォーメーション）。

もう1つは顧客体験価値「CX」（カスタマーエクスペリエンス）の向上で、映像制作やイベント空間演出など、これまで同社が手がけてきたことの延長線上で、AIを効果的に活用していきたいという。

同社では昨年、ほぼ全編を生成AIで制作したコンテンツを、横10m×縦3mの壁面スクリーンを使った展示会のメインステージに投影した。

〈映像制作へAIを活用したのはこれが初めてです。その後、天王洲でのプロジェクションマッピングや、グループ企業のコンセプト映像など、実写やCGとAIを組み合わせた制作にも取り組んできました〉と藤井氏。

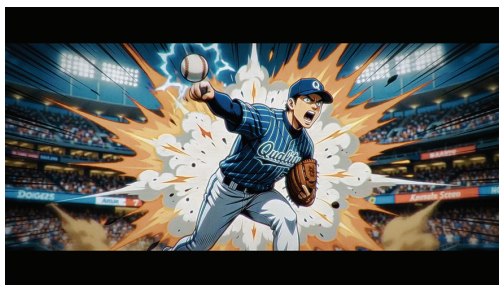
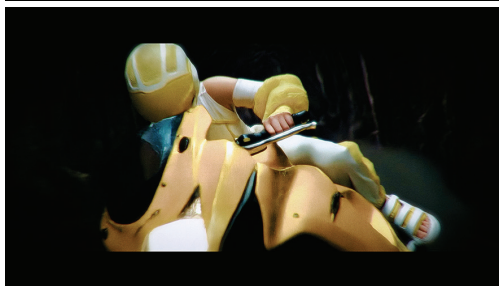
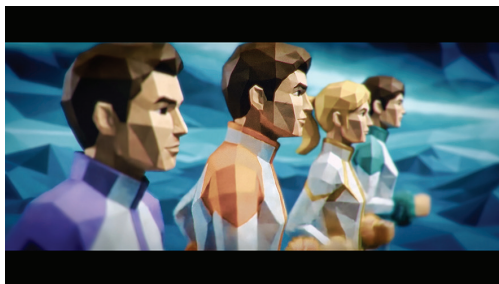
また、今年7月にはWebサイト内に特設ページを立ち上げた。

藤井氏は〈当社は非公開の企業案件が多く、皆さんにお見せできるものが少ないため、「何か見せられるものを作ろう」ということで、社員も参加してデモムービーを制作しました。音楽も含めてほぼすべてAIで作っています〉と語る。

映像制作・空間設計・ポストプロダクションなどコンテンツ制作のノウハウを生かす

「AI × コンテンツ制作」においては、パナソニック映像のノウハウをどのように生かしていくのか。

藤井氏は〈最近では AI がツールとしてコモディティ化し始めていますが、意外と思い通りにはなりません。最初からディレクターが求めているものが 100% 出てくるわけではありません。例えば「こんなシーンが欲しい」と AI に指示する場合、全てをプロンプトにする必要がありますが、その言語化が難しい。ディレクターは、普段からスタッフやカメラマンとやり取りしているので「画角」「アングル」「レンズ」「タッチ」など、細かく指示ができます。その一手間の有無で、AI が生成するもののクオリティが大きく変わってきます。それでも足りないところは、当社が手がけてきた合成や編集、演出の工夫でカバーしていきます。「AI を使ったかどうかではなく、映像作品として評価されるクオリティ」を目指していきたいと考えています〉とする。



デモムービー内で使用されている、生成 AI による CG 風／アニメ調のキャラクター

最大のメリットは「選択肢の拡大」

AI を活用する最大のメリットについて、藤井氏は「選択肢の拡大」を挙げる。〈効率化できる、コストが下がるという面はありますが、撮影やフル CG 制作と比べて比較的手軽にできるという意味では活用のハードルが下がりました。企画書の作成でも、最初からそれなりのコンテを作れるようになっています。また、イラストを動かすアニメーションやモーショングラフィックスなど、コンテンツを制作する上での“選択肢”が広がったことが一番大きなメリットです。予算などとの兼ね合いで、ディレクターが望むことに対する選択肢の 1 つとしてチョイスできるようになりました〉(藤井氏)



同社社員をモデルにして AI で生成したキャラクター

「AI で作る」のではなく「AI をかけ合わせる」

生成 AI によるコンテンツ制作の変化について、藤井氏は〈最近、企画書を作るスピードが速くなったと感じています。コンテや 1 枚の絵を作るのが大変

だったものが簡単にできてしまいます。また、お客さまがAIで台本や動画まで作って「こんな形で使えそうですか？」と相談されることもあります。「AIを使って安くできますか？」というご相談もありますが、必要に応じて撮影やCG等と組み合わせるなど、「AI×コンテンツ制作」を効果的に使うことが重要です。そこが私たちの提案のしどころでもあると考えています」と説明する。

制作プロセスの透明性が重要

一方、AIを使った映像制作に対しては、権利侵害やブランドイメージの損失など様々な課題があり、制作プロセスの透明性やガイドラインの設定なども求められている。

藤井氏は「AI活用にあたって社内ルールを定め、その順守とログを残すことを徹底しています。ただ、最終的には生成物の可否は人の目で判断するしかありません。その判断を誤ったものが、権利侵害やブランドイメージの毀損といった問題につながる可能性があると考えています」とする。

プロデューサーの福田夢人氏は「AIは非常に強いツールだと考えています。ただ、映像制作会社としてこのツールを扱うには、使う人間が気をつけなければならないことが沢山あります。何かに似ているものや、出してはいけないものを出さないようにするのは当然ですが、それに長年培ってきた映像制作のノウハウを加味して制作していくことで、選択肢や表現の幅が広がります。どれだけ“うまく”使うかが重要だと考えています」としている。

「手探り」から「当たり前」へ

プロジェクト立ち上げから約半年。今後の「AI×映像制作」について、藤井氏は「実際に案件までいくこと、利益に貢献するところまでは、もう一歩という感じです。ただ、社内でも「使ってみよう」というマインドが少しずつ生まれてきています。そこから「今度は提案しよう」となれば、どんどん広がっていくと思います。まずは社内から意識を変えて、「これなら使えるから、みんなやっ払いこうよ」という段階ですね」と語る。



福田夢人氏（左）と藤井一貴氏

福田氏は「プロジェクトを立ち上げた時には、「事業の柱の1つにしていこう」という思いがありました。できれば、そこまで持っていきたい」とする。

また、取締役の竹内誠氏は「お客さまからのご相談を待つだけではなく、当社からも積極的に提案していきたいと考えています。今回、Webサイトに特設ページを立ち上げたのも、まずはハードルを下げて「ご相談ください」と言えるようにすることが大きな目的です」と話している。

◇パナソニック映像 <https://group.connect.panasonic.com/pvi/>