

LATEGRA × クレセント

株式会社LATEGRA(ラテグラ)は、ライブ/イベントの企画制作やCG/映像の企画制作、AR/VRを活用したリアルタイムグラフィック特化型サービスの提供、サポート、コンサルティング、デジタルプロモーションの企画制作、化粧品企画販売、レンタルスタジオ運営などを主な事業としている。

同社は、2020年2月25日に東京都中央区晴海(Cross Dock HARUMI)へとオフィスを移転。さらに2021年4月1日には、セールスプロモーションの幅広い実績があるスタジオファンを吸収合併した。新天地で第二創業期としてさらなる進化を遂げる新生LATEGRAについて 同社 代表取締役 山形 龍司氏に取材した(以下:カギカッコは同氏)。

■最近の動向について

「日本では保守的なTVなどのエンタメ業界がVRやARをコンテンツに利用していなかった2014年当時、弊社は新しい技術や取り組みに柔軟に対応し先行していた中国においてTV放送やWEBメディアでヴァーチャルキャラクターのコンテンツを制作し活動させてきました。ここ数年日本国内でもようやくVR、ARでキャラクターを運用する流れができてきたので、業界内では先駆者として良いポジションを築くことができたと思います。

その後、一時的にブームとなったVTuberも自然淘汰され、現状ではコンセプトやキャラクター性がしっかり構築され、きちんとマネージメントやマネタイズのできる会社が生き残っています。需要が生まれるところには供給が生まれ、全体的な技術的スキルも上がってきました。まだ少し供給が足りないかなという状況なので、今はまだLATEGRAは良いポジションにいますが、淘汰され残った方々は優秀なので、今はアドバンテージを持つ我々も早晚競争の中に飲み込まれコスト競争という不毛な状態になると思っています。」

■2021年4月からの第二創業期について

「2018年ごろから従来の受託事業に加え自社事業の立ち上げのための企画、試行錯誤やR&Dを続けてきました。今年はスタジオファン(プロモーションイベント、デジタルマーケティング会社)を合併し、第二創業期と位置付け、新しい事業を具体的に立ち上げていくことにしました。これまで



株式会社LATEGRA 代表取締役 山形 龍司氏

のLATEGRAはエンターテインメントコンテンツを軸にARやVRなど映像技術を付加価値として制作してきましたが、今期からはそれらの技術的な領域をもう少し広い範囲に渡って社会実装させて行こうと考えています。

第二創業期のトピックの一つである新規事業は『LATEGRAオリジナルのサービスやコンテンツの市場への投入』と『メディア事業者やIPホルダとの共同事業によるサービスやコンテンツビジネス』です。企業やサービスのプロモーションとしてWeb-GLの活用やサーバ運用を含むサービス構築も視野に現在、複数のプロジェクトを進行していて、今期中にリリースします。」

■新スタジオについて

「もう一つのトピックとしては、新社屋で拡充したスタジオ(CROSS DOCK STUDIO)です。新スタジオを建設するにあたっては、とにかく広いスペースが欲しいというのがありました。VICONの届く範囲だけでなく、そのまわりのスペースも含めてオペレーターワークが充分にできてステージやパフォーマンスを視認できる広さを確保したいと思っていました。物を作る上では板の上に乗る人もそれを意図する人も一緒に空間にいて、場を共有しながら作っていった方がいいものができるのではないかと考えているんです。そういったことから、当初の計画よりもスタジオスペースは広くして、防音や床もこだわって足首にも負荷がかからないようなものにしました。VICONも8台追加して計

30台で稼働してより精度の高いデータが撮れるようになっています。実はスタジオのある4階フロアだけでなく、6階には演者さんの控室になるところが沢山あり、また屋上もあって、パーティなどでもできるようになっているので、お客様にはいろいろな用途で活用してもらえたらと思っています。もう一つ今回のスタジオの機能として、MRやXRによるONLINE LIVEなどコンテンツ、情報、実験の発信基地としての活用を考えています。AR、VR、XRなどを研究する大学や専門サークル、ユーザーコミュニティにも利用してもらいつつ、LATEGRAの得意とする演出や制作、技術と連携した『本気の遊び場』としても活用して行こうと考えています。

『本気の遊び場』とは、プロ仕様のハードやソフト、スキルが揃っている環境の中で、趣味や興味の『創りたい欲求』を持つ若い人たちが夢中になることのできるReal Platform Laboです。そんな『本気の遊び』から生まれるコンテンツやサー



同社の入居するCROSS DOCK HARUMI 外観



新装のモーションキャプチャスタジオ

ビス、あるいは技術は、今までの市場にはない人を引きつける魅力とエネルギーを持っていると期待しています。」

■中国再進出

「もうひとつ大きなトピックとしては、中国に再進出することです。

2012年から中国オリジナルのボーカロイド『洛天依(ルオ・テンイ)』のプロデュースを手掛けており、現在も中国のNo.1ヴァーチャルキャラクターとしてその活動を支えています。今年は中国でLATEGRAオリジナルキャラクターをデビューさせ活動を始めます。そのために中国法人を設立し、現地のクリエイティブやテクニカルチームを組成し、日本との連携を進めていこうと計画しています。

昨年のカウントダウン番組や今年2月のCCTV春節番組(日本のNHK紅白歌合戦のような国民的歌の祭典)に洛天依が出演した際にもLATEGRAで演出プロデュースを行いました。その経験からわかったことは、中国は日本よりも圧倒的に先進的な技術とスキル、そして演出力を持ってコンテンツ制作を行っていることです。そして今ものすごいスピードで進化していることです。実際日本のZ世代の若者や子どもたちが夢中

になっているゲームの多くが中国から日本にローカライズされたものであったりするのが現実です。私が最初に渡中した2012、2013年当時は個人主義的な文化が強く、多くの人が関わって成立するライブやイベント、TV番組はまだまだ制作がままならない発展途上にありました。しかし今日では豊富な予算と人的リソースを背景に、その状況は一変したと言っても過言ではありません。幸い『洛天依』のプロデュースを通してLATEGRAのブランドは中国においてはまだ一定の評価を得ているので、そのアドバンテージがあるうちに中国に進出し、テレビ局や動画プラットフォーム、ゲーム会社と連携し、もう一つのビジネス基盤を構築するのが目的です。」

■新規事業『LIVE3.0』について

「COVID-19の影響でライブやイベントが自粛され、リアルに人が集まることができない状況の中で、どうしたらLIVE体験を提供できるのだろうとウェビナーやオンラインライブなど、さまざまな取り組みが行われてきました。それらに共通する設計やデザインは、オフライン(リアル)におけるライブ体験のオンライン(メタバース)への置き換えや追走になっていると感じています。実際LATEGRAでもいくつかのオンラインライブでサ

イリウムを振ることができたり、観客がオンラインでつながるギミックや効果のARリアルタイム実装などを提供してきました。しかしそれらの効果や演出は、リアルなライブが持つ本質的な価値や体験を提供するには程遠いと感じざるを得ません。それを証明するように、一回目のオンライン興行に比べて二回目以降の勢いは明らかに減速し満足度も減ってきたと言えます。

この流れが始まる前、私たちは2018年からオフラインとオンラインが融合、あるいは双方向的に影響することで、これまでのLIVE体験を凌ぐ、未体験ゾーンをデザインすることを『LIVE3.0』と提唱し試行錯誤を重ねてきました。その過程でリアルなライブというのはとても複雑なもので、人の感覚は実はもっと様々な情報を受け取り処理していて、それらを包括する感覚がリアルなLIVE体験を構成しているのだと仮定しています。ですので、現在主流になっているリアルライブの追走をオンライン上でデザインするのは限界があり、別なアプローチでオンラインにおける新たなLIVE体験からデザインをする必要があると考え、企画、デザイン、R&Dを行っています。今年はようやくいくつかのプロジェクトを立ち上げて、マーケティングや効果影響測定ができるようになるので、とても楽しみにしています。」



ロケーションの素晴らしい新オフィス



屋上からは五輪選手村とプレスセンターが一望できる



VICONカメラの台数も増加

構成: 株式会社伸樹社