

蘇生するDNA・組織

～ 今ある仕事を繰り返すでなく、今あるビジネスを縦・横に拡大、展開する！ ～

2014年、創業から15年目を迎え、事業の紆余曲折の中、企業の変遷、変化について考えるようになりました。

蘇生するDNA・組織 1

よく言われる例えで、アナログ・フィルム最大手、北米のコダック社は倒産し、日本のフジフィルムは2兆円以上の売上を維持し更に発展しています。この違いは、市場の変化に対して自ら「戦う土俵」を変え、多角化し変化させてきた事の成否によります。コア・コンピタンスを維持しつつ、その思想や技術を活かし、時代の変化に先んじモデル・チェンジを繰り返すという。

今当社が関わっている音楽の著作権と著作隣接権のビジネスは、次世代への再構築途上であり、苦境にあり、その影響も受けている事は確かです。

フェーズA. 創業から3年スパン「長期テーマ」

当社のビジネスは、知的財産、著作権の市場に於いて資本の循環の維持、拡大を目指したもので、B2B、B2Cの様々のビジネスモデルに挑戦をする事です。

創業よりライツ・マネジメントにベクトルを据え、黎明期よりインターネットの普及に合わせ音楽配信事業を進めてきました。今や協業での運営サイトは、100サイト弱までに膨らみました。

この過程を振り返って見ますと、創業期、現在のガラ携、PHS、スマートフォン、パソコン(PC)での配信ビジネスは、90年代CDビジネスの時代には市場も存在しない全く新しい領域でした。2007年からスマートフォンの普及が取り沙汰される中でフィーチャーフォンの音楽配信市場が成熟期を迎える頃には安定化しました。

フェーズB. 1年スパン「短中期テーマ」

スマートフォンの普及が加速すると一転し、DRM(著作権保護)フリーの動きが拡がり、2011年から昨年2013年までネット上でコンテンツが無償化する状況が生まれました。当社はその流れにある種対抗し、本来あるべき原則、マスター・ライツの管理ルールからサービス、法律のあるべき姿等、様々提言を行い、同時にB2C及びB2Bモデルの新規事業の挑戦を重ねました。

その間もキャッシュ・フローを生み出す事業の中心はやはり、携帯電話でのコンテンツ配信であり、他ジャンル横展開と、動画と画像カテゴリへの多角化でした。これまでは、これによりキャッシュ・ポジションを比較的高く保ち、キャッシュ・フローベースをつくってきました。

* 事業の一つのテーマ、

「課金決済」の一環としては、NFCの一種「フェリカ」を活用した「店舗アフィリエイト」のテスト・マーケティングにつき、事業パートナー、S社伏見部長のご支援の下CD店舗にて開始致しました。

フェーズC、7年スパン「長期テーマ」

事業は7周期等と言われる事があります。その2回廻し、2014年の今、市場と構造は根本から変わる必要性和その時期を迎えています。所謂、ネット上でポータルコンテンツが無償化に向う中、新たな事業化です。創業期同様、「零」リセットからの事業立ち上げです。

現在、「4テーマ」でビジネス構造の再構築を行いつつ、同時に、その完了までは固定費を最大限圧縮した組織の再構築を行なっています。

全く新たな領域は、実績も或は市場も無いところに新たにビジネスを立ち上げるという「イノベーション」です。

夫々の新規事業は全力でマーケティングし、プランニングし立ち上げますが、成否には運も影響します。「芽」の出た事業について、次世代の事業として育てていきます。

創業より経験させて頂いた 上記 A~C のフェーズは、正に現在と今後、当社の経験値として長く歩みの過程に於いて活かされ、体系化され、繰り返される事と思われます。

変化と共に衰退する事業と、変化をバネに成長するものに分かれ目は、「変化の時に如何に処するか」に掛かってきているように思われます。～ 今あるビジネスを縦・横に拡大、展開する事。イノベーションにより事業の根底で革新を行う事,,etc.

以上