

2020年、プレミアム・コンテンツの時代、ライセンス・ビジネスの期待 ＜ 2016年、消費コンテンツの時代、課金コンテンツの衰退

現在起きている現象がすべてと考える必要はないと感じるこの頃です。

現在は過去の結果であり、今後の変化により将来、別の世界が誕生しうるものです。

コンテンツに関して考えると、20世紀の最後にインターネットの出現により、国内では携帯電話により音楽や動画をはじめ百花繚乱のサービスと市場の興隆がみられました。

21世紀に入り10年を経てスマートフォンが消費者に行き渡り、基本、コンテンツは無償化し広告モデルが興隆しています。現在、コンテンツの健全なマネタイズ、課金決済というものの自体が時代遅れにさえ見えます。

ところが、現在、北米から生じている変化に、アフィリエイト広告モデルの限界と、プレミアムなコンテンツの決済市場の興隆があります。* <http://gendai.ismedia.jp/articles/-/47559>

言わば、お金を払う価値のあるコンテンツは課金されるという事です。価値というのは、ビジネス的な価値であって、即ち、主観的な評価や消費需要のみでなく、お金に換える「マネタイズ」の構造も前提として存在しなければなりません。

当社は、事業の軸である「ライツマネジメント」の展開先について、2015年、インターネット上のみでコンテンツのマネタイズを行なう事には限界を感じ、マーチャンダイジングという「物体」へもライセンスを付与し、その販売により権利者に利益還元を行なう方向にトライしています。(物体は現在、消費数量をカウントし決済しうるからです。)

一定規模を持ったマネタイズの循環をつくるべく、自社ライセンスのみならず他社商品を扱うことにより、「マーチャンダイジング」に於ける「物流インフラ」づくりにチャレンジしています。

事業立上げの為に差別化としては、「ライセンス物」の取扱いという要素と、「付加価値高い」システムを実装した商品を打ち出します。具体的には、通信認証(NFC、bluetooth、SIM等)を実装した物、又はAIを実装した商品(ドローン、ロボット等)です。この2領域は、成長市場に位置し、ここに権利を展開する事で、新たなライセンス市場が創出される為です。

「物流インフラ」づくりに関して、現実的には、スマートフォン関連のマーチャンダイジング領域にも既に10年の先行ランナーがあり、小売店とメーカー・卸事業者間に硬い関係が構築されています。単発や卸への商品導入は別にして、一朝一夕に、大手小売ディーラーとの信頼関係が築かれるものではありません。

先ずスタートラインに立つ為に、第一に、仕入と販売の情報セグメントと対策。第二に、主要販売に対するタイムリーで適確な需要の把握と商品紹介。第三にベースとしての受発注の仕組みと、当社・小売両者WIN=WINとなる原価構造の構築が「必要条件」です。

次に差別化としては、この「必要条件」を、「ライセンス」と「付加価値」により高いレベルで実現できなければいけません。現在、この実現に向け、ライセンス商品の開発及びメディア戦略によるトライを繰り返しています。

一方で今、マーチャングアイジングの領域に於いても、過去10年の方法論の延長上にない、次の10年が存在しているように感じます。ここは、後発である事が不利ではないのかもしれませんが。

それは、「物」だけで完結するのではなく、又「デジタル」だけで完結するでもない、「物」がインターネットに繋がり、「デジタル」のサービスとクロスする「IoT」の世界です。

次元の違う話に触れます。

創業からたった16年で音楽配信市場の興隆と衰退を経験した当社は、ビジネスの普遍性と不変性について考えます。

価値の普遍性は知的財産に存在すると感じ、存続するビジネスモデルの不変性は存在しないと感じます。

企業の存続に於いて、普遍的な価値を育みつつ、ビジネスモデルを常に変化させていく「DNA」。即ち、企業の普遍的な価値観に根ざした変化の意識が必要です。現在は、この意識をつくりあげる経験であり試練の時期でもあると感じます。

冒頭の投げ掛けに戻ります。

「現在起きている現象がすべてと考える必要はない」事について、北米の例を引くまでもなく、現在、間違いなくインターネット上に於ける産業も過渡期を迎えています。マネタイズの構造としては、2015年より急速に普及するMVNOの向かう方向とSIM回線の供給に新たなパラダイムを見ます。

2016年に起きている諸現象は、SIMによるパラダイム形成の布石となるのか。昨年5月総務庁よりSIMロック解除が義務付けられましたが、今年2月、大手通信キャリアによる0円販売停止に向い、その影響もあり、SIMフリー端末販売は過去最高を記録し、SIMの販売は益々拡大しています。

<http://www3.nhk.or.jp/news/html/20160309/k10010437291000.html>

新たな環境は整いつつあります。次のパラダイムは、個々のキャラクターやクリエイティブ単位でSIMが発行され、そのセキュアな環境に於いてマスでなく、セグメント・ユーザーに対してプレミアムなコンテンツやサービスを提供しマネタイズを行っていくという世界です。

以上