

RIGHTS MANAGEMENT BUSINESS ‘一点突破！’

2019年総括、2020年展望

危機とチャンス

2020年の危機とチャンスについてはこれまでのレポートでも触れてきました。特にチャンスは、大きな部分では5Gによるインフラ革命にあります。小さな部分では行政による様々規制の緩和や解禁による所です。

ICAがチャレンジする多くの中の一つに、Blu-rayの売れなくなる時代に、シネコンという記録メディアの「最後の砦」でBlu-rayを上映し且つ拡販するプロジェクト。モノとネットとの融合により、ICAが築きつつある物流網で、モノの販売の先でネット経由でのデジタルの決済を行うチャレンジ、その他です。

短期的には、2019年の事業を総括すると、前半は、前期上半期の「売上」減少に対して、シネコンでの「大規模」販売による「売上」V字回復。後半は、当期期首に突発発生した「キャッシュ」減少に対して、システムと経理による収支ダブルチェック体制づくりと、期首より「キャッシュ」に合わせる様に低迷した「発生決算」に対して、利益率アップ対策による「マーチャンダイジング事業」の一人立ち、と括る事ができます。

小売業界との課題共有

「マーチャンダイジング事業」の一人成ちは、日々の買取と委託に於いて、個別具体的な仕入先と卸先への条件調整、及び12月よりスタートした「メーカー」ビジネスの事業ウェイトを増やす事で達成します。

中期的には、ICAがライツマネジメントの市場に於いて観察してきた、コンテンツビジネスの変化に対して、先ずはデジタルからフィジカルへのシフトを図りました。フィジカル・コンテンツの流通の場として実店舗の市場で観察した、小売業界のビジネスモデル再構築に対しては、機能としてモノの「決済」から「体験」による「媒体」へのシフトを仕掛けています。

12月開催の「進撃の巨人」コンテンツは、量販店グループのエディオン、沿線開発の東急グループSHIBUYA109と共に、体験型モデルの実験の場でもありました。即ち、リアルな場をモノの売買取を超えた「体験」とSNS拡散の場として、先ずコアなユーザー訴求による店頭活性化を切っ掛けに、次にグレーゾーンのレイヤー層へ拡大させていくというものです。

*12月開催「進撃の巨人」FACEBOOK情報URL:

[https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1429476033885131&id=219066734926073&_xts__\[0\]=68.ARB6o7KBE0bN9vrWvodCfjU7n9mLgrveEZYMHt9emgy-m6CC--1PRrKFK2HX2Nk7qBuMF5wQZwHzoC3OvFVW03HycVz3IPxhwJZH7q6Zz3JR9QKU4hplfUAgl4h0LSJVCmpG5mOM1c9cCKe3EvAOwCqVxMSYSPUYfVL2G_a60XvmaGRLZy2kVV_X_DSC0Q+tzUH11f2Z90I8dq9oXQaNUJNbA-4TC1nk2OQZ5h06tE--tSr1FzJVNuaAQGrZncJCRWFupVnQhXFENE0p1Eo2Jf4FoZlgjh-Vsd9JZJ_HFRxovGem0xhgAGLHPf2-cYb1n5vSkOtpjFPaMn5w&_tn_=F](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1429476033885131&id=219066734926073&_xts__[0]=68.ARB6o7KBE0bN9vrWvodCfjU7n9mLgrveEZYMHt9emgy-m6CC--1PRrKFK2HX2Nk7qBuMF5wQZwHzoC3OvFVW03HycVz3IPxhwJZH7q6Zz3JR9QKU4hplfUAgl4h0LSJVCmpG5mOM1c9cCKe3EvAOwCqVxMSYSPUYfVL2G_a60XvmaGRLZy2kVV_X_DSC0Q+tzUH11f2Z90I8dq9oXQaNUJNbA-4TC1nk2OQZ5h06tE--tSr1FzJVNuaAQGrZncJCRWFupVnQhXFENE0p1Eo2Jf4FoZlgjh-Vsd9JZJ_HFRxovGem0xhgAGLHPf2-cYb1n5vSkOtpjFPaMn5w&_tn_=F)

地方百貨店との比較

今夏、ICAがPOP UP STOREで協力をしたほの国百貨店が廃業する決定をしたとの報告を受けましたが、当百貨店の元POP UP担当者は、突然の事で茫然自失の状態であった様です。彼の部署以外、彼の社内での問題意識の共有が遅きに失したという事です。都心、渋谷の開発エリアでもパルコや109含む東急グループが「最後」の挑戦を繰り返している様ですが、これらの小売と廃業する地方百貨店との差は、商圈規模以上に、今時代に求められているリアル・スペースの役割認識、危機感の差です。リアル・スペースの一部は、ある種の「メディア」の方向へ向かうという役割認識です。

長期的には、2020年は、2019年以上に変化加速する時代です。ICAは、常に時代に求められる「新たな必然」を模索しなければいけません。既にお話した様に、5Gによりインターネット流通革命の総仕上げが行われ、コンテンツ、流通、メディア構造の変化が行きつくところまで到達していきます。

エンターテインメント・ビジネスに於いては、90年代は ある種、記録メディアの時代でした。完璧な記録を求め、創作、編集、録音録画に多大な制作費を費やし、それがリクープしてきた時代です。

2000年は ある種、アマチュアの時代でした。インターネットにより誰もがコンテンツをマス、インタラクティブに発信し、流通させるパワーを手に入れたという事です。今は極論、完璧な記録を複製頒布しようとも、劇場映画以外は回収できません。そこでリアル・スペースは、ネットに代替できない価値、「体験」「体感」を強化する時代となりました。

※先日、システム事業パートナー社長とプレスト会食を行った際、面白いアイデアを聞きました。

- ・ 先ず、彼の開発ソーシャルゲームのキャラクター主人公の漫画を創作します。
- ・ キャストであるプロの萌え声優で、吹き出し部分をヴォイス録音したトラックをアプリとして販売します。
- ・ 購入したユーザーは、自らが主人公のブランク吹き出し部分をヴォイス録音できます。

ユーザーにとっては、自ら主人公である唯一無二の漫画アプリをつくり、世界に発信できるというサービスです。謂わば、アマチュア参加型の記録メディアですが、これは、プロのトラックにユーザー参加し、世界への流通するという、音楽、動画、漫画、その他コンテンツにも応用できるモデルです。

アマチュアとプロフェッショナルというワードが死語となった現在、2020年の一つの変化は、「アマチュア」オリエンテッドな記録メディアのリリースというモデルかも知れません。要は、一部の自称プロのフィルターを経ることなく、最初からプロのトラックに乗せた記録メディアをユーザーが制作リリースし、市場の洗礼を受けていくというものです。

常に事業者は、変化の先にある市場を見据え、その時代の「必然」を探し、トライし続けなければいけません。チャレンジの多くは失敗するでしょうが、その中の一つが次の時代をつくります。どの様な事業であれ、机上のシミュレーションのみで判る事はあり得ません。トライし続ける場を支えて頂けるパートナーに対しては、常に期待感を与えつつ礼を尽くして、先ずは実践してみる事です。

危機

長期的には、2020年五輪後は、要注意です。2年のスパンが掛かるかも知れませんが、世の中、特に国内は不況期へと転換します。次の不況では、日銀異次元緩和、マイナス金利他実行した日本に「打つ手」がありません。財政破綻には10年以上掛かるかも知れませんが、円の信用崩壊は、例えば「高利貸しレベル」の金利でしか国債が買ってもらえなくなった時に生じます。

通貨は信用で成立するものであり、国民は自国通貨にするか否か選べる時代に、国の歳出から歳入の「不足分は国債を売る」等して補っています。「潜在顕在」含めBS上もGDPに相当する「債務超過」の現状ですが、官製バブルで税収は増えたとして仮に 税収が50兆、GDPが500兆、歳出が100兆、借金が1100兆円とし、ほぼ横ばいの税収の20倍、GDPの2倍以上で加速度的に増える借金は到底返済できません。その事実が、金融を支える投資家のコンセンサスになった時、真面に国債は買ってもらえず歳出を補えない、謂わば国の「資金ショート」が起きます。日銀は円を擦り捲るでしょうが、円の信用は暴落、ハイパーインフレさえ起き得ます。本当の意味で今、危機感を持ち構造改革を断行できずにいればですが。

ビジネスに於いては、ICAは、ライツマネジメントによりマネタイズの構造再構築を行いつつ、国境を越えたインフラにコミットします。流通させ保有するマネーも国境を超えたものとしなければいけません。危機は大きなチャンスでもあります。