

## ICA ビジネス、2021 年今、「恐慌を乗り越える」基盤確立、変化を機会に飛躍！

### ターニングポイント

先日、東京都の抗体検査で抗体者＝感染者が 0.9%という結果が出ました。

指標を感染者数増加「のみ」にフォーカスする事は、間違いである事は既に触れました。行政目的が「疾病及び経済の死者数最小化」であるからです。今後、感染終息に向けて必要となる指標は、集団免疫に向けた「抗体保持率」であり、目標は一定数までの増加です。抗体は、世界で始まったワクチン接種と自然感染等によって生まれます。

今後、PCR 検査により感染者数を観る事に加え、終息に向け、抗体保持者率という指標を観ていく事も必要かも知れません。

又先日、森氏の東京五輪会長辞任より、期せずして日々のニュースのトップでコロナでなく五輪がクローズアップされてきました。近日、国内でもワクチン接種が始まりますが、「五輪」と「ワクチン」というワードが、今後、国内の空気をネガティブからポジティブなものに変えていく可能性があります。

ICA はこの時機に向けて、昨年より「C-MODE」、即ち「世界が非接触型に向かう中、安全に接触する事で生まれるカルチャーを大事に育む」コンセプトを構築してきました。

これより、スポーツ、音楽、ファッションというカルチャー系分野に於いて「安全に接触し育まれる文化」の為に、抗体検査 普及の啓蒙、衛生商品のファッション化、量産化に努めていきます。

### パンデミック後の世界

ポイントは、コロナ感染拡大により、政治上、経済上、ビジネス上の潜在的な課題が浮き彫りになった事。ICA ビジネスに関わる部分は、通信ネットワークが大容量の 5G 移行し、5G を前提とした「パラダイム」への変化が加速するという事です。

過去、物流や放送で担ってきた「情報」での役割が、バーチャル上で更に「通信」インフラが担う様になり、逆に リアルに於いては、「情報」のみでない役割が先鋭化します。

リアルとバーチャルの境界線が薄くなり、相互補完関係を持ち、クロスオーバーしたモデルが必要となっています。

ICA は、自らの「プラットフォーム」に於いて、ライセンスに対してリアル、バーチャル相互で補完する機能を提供していきます。

世界は各国 GDP の 100%以上（日本は 250%！BS 上も債務超過）の借金をしており、今後、通貨の信用不安、資産バブルの崩壊から各国、長期の不況期に入ります。部分調和を図る政策の積み重ねにより、全体調和が崩れた結果、恐慌に近い状況に陥るリスクもあります。

新たな秩序としては、コロナによる打撃が長引いた欧米に対して、比較的影響が少なかった、又成長期にある中国、インドを中心としたアジア諸国の台頭が顕著となります。

日本は特に、過去の歴史上、地政学上、米中間との関係のバランス、他のアジア諸国との関係のバランスを如何に再構築するかが課題です。

サステナビリティが叫ばれる中、世界に課題が山積し、不安定さと秩序の再構築が模索され、益々、政治、国境を越えた人々を繋ぐ「メッセージ」が重要となってきます。

ビジネスというフィールドに於いて、我々なりに部分調和でなく全体での解を模索すべく、常に目標設定を行い、行動します。

## ICA のビジネス

ICA のミッションは、「良い創造性を、マネタイズし、市場の循環を創る事」です。

「良い創造性」とは、自らも支持し且つ、いま世界に必要なメッセージです。「マネタイズし市場の循環を創る」とは、音楽や映像含め既存のメディアによるマネタイズの構造が崩壊する中、リアル上で、又バーチャル上で、或いはそのクロスオーバーするフィールドで、クリエイティブ所謂、RIGHTS・LICENCE をお金に換えクリエイターに還元。それが再び投資に回り、市場の循環を創る。リアル、バーチャル、そのクロスオーバーするフィールドに於いて、マーケティングの構造を再構築し、その役割を担う事です。

訴求力に於いて マスメディアでなく「個」が中心的なメディアとなった今日、ライツマネジメントも「閉鎖」でなく「オープン」な方向でマネタイズが為されます。

所謂、一方向の「一対多」でなく双方向の「多対多」の流れに於いてです。ビジネスに於いても、プラットフォームの発想を仕切り直す必要があります。

世界経済のリスクに対しては、通貨から自由となる様、タイムリーにゴールド兌換 含め資本の保全を計画。市場としては、国内のみならずアジア圏へのビジネスの布石を打つべく、比較的的政治的に融和期にある中国との間でコンテンツの相互供給を開始します。

デジタル上では、アジアに向けたフィジカル及びデジタルのコンテンツを供給し、iTunes 含め既存の流通プラットフォームの再構築を行います。

「変化に機会あり」と言いますが、多くのものにとってこの変化の時期は危機ですが、ICA は飛躍の時機と捉えます。

~~~~~

先日、取引先の百貨店から 1 フロアの全テナントが大挙し契約撤退したとの事でした。

世の中が非接触型に向かう中、既存の小売業者はビジネスモデルのリ・デザインが迫られています。

ICA が現在携わる POP UP STORE、シネコンに見られる先鋭化したリアル店舗の役割、即ち「体験と発見」の追及も一つです。このポイントから、リアルの「場」をライセンスの運用の場として押さえ、活用していきます。

現時点では音楽、アーティスト系のビジネスに於いて、コンサートやイベントが止まる中、その代替機能として、これらリアルな「場」を提供していきます。

現在のフェーズでは、フィジカル上では全国主要小売に対して、POP UP STORE という形で、リアルな役割「発見と体験」の価値を先鋭化しつつ、コンテンツをマネタイズします。

現在興隆する小売の一つ、シネコンに対しては、モノの供給と並行した デジタル（ODS）配給の展開、即ち ビデオグラムのシネコンでの上映化と当映像パッケージの供給を行います。

インフラがモノや地上波から通信にシフトし、これより5G という未体験のパラダイムに突入する今日、ICA はこの時機、日々、創業の日と位置付けます。

個々スタッフは楽しみつつ且つシビアに、成長に向け、先ず今のリソースで、結果を出す事。個々が評論家でなく実践者たる事を徹底します。