

## 「X ジェネレーション」時代に向け、ICA 事業「離陸」！

2021 年最終四半期 4 月をスタート DASH するに当り、長期から短期まで ビジネスのビジョン、ポイントを簡単に整理します。

「長期的」には、現在 ICA が運営中 公式サイト等で契約ある 1000 近くの 個人クリエイター及び法人ライセンサー（レーベル等 原盤権者・著作権者）を始め、クリエイターに向けた「マネタイズとマーケティング」機能として 5G 時代の「プラットフォーム」構築を目指します。当「プラットフォーム」では、クリエイター等の権利を預かり登録する「入口」を固めつつ、その権利活用の「出口」として 先ず、デジタルに於いては シネマコンプレックス（シネコン）での「ODS」上映から、iTunes、APPLE MUSIC 等でモバイル、タブレット、PC 向けコンテンツ配信。フィジカルに於いてはシネコン、POP UP STORE、イベント、実店舗等でのパッケージ、グッズ等コンテンツ拡販を行います。

関連して進めるビジネスの「芽」としては、現在興隆するシネコンの場に向けたデジタルコンテンツ「ODS」製作配給。並行したフィジカルコンテンツ「パッケージとグッズ類」の拡販です。

又、今後興隆するアジア市場に向けた「ライブコマース」につき、ICA が継続開催する国内での公式ライセンスによる POP UP STORE とセットで仕込みます。

中国等で流行る「ライブコマース」等の動的な EC サービスは、5G インフラの普及に伴い いずれ国内でも興隆します。

以上、2020 年より 通信インフラが 5G から「X ジェネレーション」へとパラダイムシフトする中、流通とマーケティングに於いて革命が起きています。コンテンツ業界、メディア業界、小売業界含め、既存の流通等 構造が崩壊し 新たな「プラットフォーム」モデルを必要としています。例えば、音楽は、100 年続いたパッケージを売るビジネス、又 30 年続いたダウンロードによってマネタイズされる市場は縮小しています。逆にコンテンツが「RIGHTS」として活用、運用、マネタイズされる「出口」が必要とされています。

「中期的」には、2021 年一杯、（2020 年後半同様に）コロナ禍と折り合ったビジネスを前提として組み立てる必要があります。終息の前提、「集団免疫」の為には国内で「数千万人（!）」もの自然感染若しくはワクチン接種が必要なところ、現在の抗体保持率とワクチン接種の進捗では、長期戦を覚悟する必要があるという事です。

所謂、コロナ禍からポスト・コロナに移行する間、世の中が「非接触」型 社会に向かう中、ICA は 敢えて「安全」に「接触」する事で生まれるカルチャー、(Covid19 時代に生まれた Contact による Culture) 「C-MODE」というコンセプトの啓蒙活動を行います。

即ち、衛生用品「マスク」や「防護服」のファッション化を仕掛け、終息フェーズに向けては、五輪期間含め一定規模のワクチン接種が進んだ際、抗体保持率を指標とする抗体検査の普及キャンペーンを仕込みます。

「短期的」には、コンテンツをマネタイズする機能＝「出口」につき、デジタルでは APPLE 等のプラットフォームで、及びフィジカルでは既存販路で確り販促、拡販を行い、利益をキャッシュとして貯め、成長に向けた 再投資を行う「プラス・スパイラル」。即ち、経費のコントロール含め「利益」を人財リソースへ「投資」「再投資」を行う、キャッシュフローの「プラス・スパイラル」をつくります。ICA は少数精鋭ですが、これを 先ず「利益が読める事業」に於いて、権限委譲しつつ実行します。

「千里の道も一歩から」と言います。

今後万一、コロナ感染が急拡大し、又経済が通貨信用不安により恐慌レベルに「不況シフト」した場合でも、混乱の中であっても確りサバイバルし成長できる「盤石な事業基盤」の確立と「資本」の保全を行わなければいけません。

今、既存販路はシネコン、一般小売、E コマースです。フィジカルに於いては大手販路での販売の「柱」を固めていき、一方で現場に於いても 利益率の高い「メーカー事業」のウェイトをも増やしていきます。

この 4 月、先ず為すべき事は、年一回のチャンスである「名探偵コナン」含め超「大規模」販売を前倒しで実行し、この 1 ヶ月で確り、1 年分の利益とキャッシュを貯めるつもりで計画完遂します。