

「TOKYO 2020」後に向けて ～5G「ライツマネジメント PLATFORM」構想～

2021年7月、「ヴァーチャルシネマ」を実験スタートします。CD、Blue-ray等パッケージが売れなくなる中、唯一、記録メディアで気を吐く市場、「映画」興行のヴァーチャル版の展開です。現在、映画興行のプラットフォーマーは管理事業者と著作権管理事業者と著作権使用料の交渉を進めますが、プラットフォーマーの主張は形式的に「リアル劇場同様、製作配給サイドが負担するもの」としました。著作権管理事業者は、「VOD同様、実質的な配信主体であるプラットフォーマーが負担すべきサービス」と捉えました。

5G時代、リアルとヴァーチャルの境界線は無くなりつつあります。謂わば、市場の「クロスオーバー」がトレンドです。

日本のお家芸であった組立産業に於いても、技術のクロスオーバーは、業界構造も激変させ、「戦う土俵」自体を変質させます。例えば、EVに於いて、プレイヤーにはHONDAのエンジン技術は無用であり、動力はパナソニックの電池技術をgoogleのAIが中枢制御する、という時代です。

ICAが関わる「メッセージ」産業に於いても、過去、音楽産業はレコードの販売、原盤権料分配の最大化、映画産業は興行収入の最大化を目指すゴールでした。

現在、音楽ではある意味、複製頒布、ダウンロード配信等のマネタイズ構造が崩壊しています。あらゆるマネタイズの「出口」を開拓し、権利者に還元する権利活用の「プラットフォーム」の様な発想が必要となっています。この「出口」開拓の可能性は「無限大」です。

「ICA」とは

世界で益々SDGsが叫ばれ、更に混沌する世界に於いては「メッセージ」が重要な役割を果たす時代となりました。国家間、特に日本に直結する問題として東北アジアで世界は、今後数年間で台湾海峡、尖閣問題含め地政学的に大きなリスクを抱えています。

一方、21世紀、インターネットにより国家、政治、経済という「レイヤー」を越え、世界の人々が一つに繋がりました。同時に、個々人は、情報の検索、属性を同じくするコミュニティによって考え方が先鋭化し、志向性は交わる場所を知りません。

5G時代、映像や音楽等のコンテンツによって、「メッセージ」は、より動的に人々の心に訴求します。

ICA (Integrate Contents Agency) とは、分断される世界と生態系に於いて、「メッセージ (=Contents)」により調和と融合(=Integrate)を目指す、クリエイター達の代理人(=Agency)。

「メッセージ」は、目に見えないものでありつつ、イメージを現実にするエネルギーを持ちます。又、メッセージが持つエネルギーは、人と人を介し又、物理的に永続的に伝達します。

「メッセージ」の産業

ヨーロッパ中世、宮廷音楽のパフォーマンスは、王侯貴族に向けて、写譜によりその場のみでライブ演奏されました。絵画はその場で現物のみに記録されました。

産業革命を経て、大量プレス of 技術的発展によって、一般大衆に向け、音楽、書籍、更に映像は記録され、複製頒布される様になります。そして無限の再生に耐えうる 完璧なバランスと編集を記録する「記録メディア」の時代、その産業は隆盛を極めます。

現在、インターネットによって、これらマス媒体を介さず、一般大衆の間でインタラクティブな発信とコミュニケーションが可能となりました。音楽、書籍、映像といった記録メディアは、サブスクリプション方式により情報として消費され、個別の著作権保護、使用記録等による確りとしたマネタイズが難しくなっています。*グローバル市場に於いて、「記録メディア」のマネタイズ構造の崩壊。(ある種、4DX等 ネットに代替できない「体験」を提供するリアルの場合、「シネコン」は「最後の記録メディアの砦」の一つかも知れません。)

2021年現在、「総プロフェッショナル=総アマチュア」の時代に向かい、マネタイズの手段は、専らライブ、記録メディアでない物販に依存しています。*2020年~21年、コロナ禍よりライブ興行は軒並み中止、延期となっています。

コンテンツの流通と宣伝、「プラットフォーム」の構想

「プラットフォーム」のトータルコンセプトは、「良い創造性を、マネタイズし、市場の循環を創る」こと。「プラットフォーム」で、クリエイターに求められる機能は、創造されたコンテンツを流通し、ターゲットに訴求、コミュニケーションする事です。流通、訴求、コミュニケーションするインフラは、リアル、ネット、その両面をクロスオーバーします。

クリエイターは自らのコンテンツが「プラットフォーム」上で流通、訴求、コミュニケーションされ、マネタイズされます。クリエイターがプロフェッショナルとして、継続して作品を発表し続ける事を可能にする構造です。*目指す所は、使用記録に応じて 適正な対価が支払われる「記録メディアのビジネス」の再興です。

2021年、ICAは、プラットフォームとして、先ず原始的且つ初歩的機能ではあるものの、現行の物販ビジネスとデジタル配信ビジネスという権利の使用を「出口」とし、権利者に対しては 使用マネジメントされるコンテンツ、権利を登録、エントリーする「入口」を設けます。多様化したマネタイズの「出口」を永続的に開発し続け、権利者に対してロイヤリティの支払いを実践し、権利をマネタイズする「プラットフォーム」の構築を目指します。