

2013年12月を締めるにあたり、2014年の展望

2013年、新規事業、既存事業に於いて様々なチャレンジを行ないましたが、未だ満足いく結果に到達する為には一筋縄ではいかない状況です。そうであれ、マーケットに於いては既存の業態と業界構造が崩れつつある中、新たなビジネスの成功モデルが生まれる時期である事は確かです。

今年行なった新規のトライアルとして、アーティスト・プラットフォーム型ブラウザ・サイトとアーティスト育成型アプリの2モデルの実行。B2Bの無償アプリのリリース。そして年末にスタートした、B2BのCP支援の広告代理店事業 等があります。

2014年は特に、既存のビジネスに関して根本的なサービスの見直し、潜在的にユーザーが求める差別化されたサービスの提供と成果出し、そして新規のビジネスに関してB2Bのモデルを成功させなければいけません。

音楽業界全体を見渡しますと、益々、コンサートとマネージメントメイン事業のシフトが進み、所謂、配信やパッケージについては、マネタイズが可能な層に絞り、アイドルやアニメ或はアップーエイジ・ターゲットやベスト物企画にシフトしている事が顕著な現象です。(一点、パッケージに関しては、ジャンルに偏りのない映像物として「ブルーレイ」の市場が伸張している事は良い傾向に思われます。)要は、パッケージであれ配信であれ、有償に値し、代替できない付加価値が必要という事です。

再度、当社関連のビジネスについて俯瞰して見ますと、大きくはB2CのビジネスとB2Bのビジネスに分けて考えられます。今年年末にスタートしたB2BのCP支援の店舗アフィリエイト、所謂、広告代理店事業は、コンテンツが無償となる時代でも確りとマネタイズ(課金回収)できるスキームとして、今後、必要となってくるモデルです。

B2Cのビジネスは今、主流がコンサートとマネージメントのビジネス、即ち、チケットとグッズ販売とその周辺ビジネスとなりつつありますが、過去よりここはアーティスト・マネージメント事務所が行ってきた領域であり、業界全体が市場を分け合うにも限界があります。先ず、アーティストが「当たる」確率は益々低くなっており、当たった場合でも成長の維持と権利の確保も努力のみでは適わないものがあります。

今、当社が、永続的で磐石な体制、成長を目指す為には、アーティストのライツの「インフラ」に関わるポジションを押さえなければいけません。

今月は、B2Cのビジネスとして一つのビジョンを話します。但、このモデルが全てという事でなく、あくまで一つのチャレンジであり、このシミュレーションや実践から生まれる何かによって、次に繋がる仕組みが見出せればと思っています。

~~~~~

ビジネスモデル(中略)

~~~~~

以上、あくまで一例ですが、当社は既存ビジネスと新規ビジネスに於いて、コンサートとマネージメントのビジネス以外にも、音楽ビジネスそして成長しうる著作権隣接権のビジネスがある事を信じ、チャレンジし続けます。

2013年は、フィーチャーフォンに於いてPHSの2サービス、スマートフォンに於いてサイト4サービス、7アプリ、マーチャダイジング78タイトル、そしてB2Bの広告代理店事業をスタートさせました。一年間目まぐるしく変化し疾走してきたそれなりの実績と成果はあったものの、未だ求める答えは見つかっていません。

今年年末に来日した、ポール・マッカートニーは多くのビートルズ曲を歌いましたが、その中に、`The Long and winding road`という名曲があります。長い道のりを歩み、越えて行く。このメッセージは、ビジネスに於いても真理です。その様な道程の先に、次の時代に繋がる突破口があるものだと確信しています。

以上