

2016年、音楽／「IoT」加速 元年  
‘すべてのモノは、インターネットに通ず’  
～ 「IoT」ビジネスの興隆とマーケットの再構築 ～

最近、「IoT」という言葉を耳にする機会が増えたと思います。

「Internet of things」の略で、「物のインターネット」、即ち、物がインターネットに繋がった世界のサービスです。

前世紀末に登場したコンセプトにて、16年を経た現在、国内外に於いて現実化、普及が加速しつつあります。

今年は、IoT が一般化する元年となるかもしれません。

家はインターネットと繋がり、屋外から家電やオーディオ製品のコントロールから室内の環境、各デバイスの制御、フィードバック、リコメンドまで行います。リビングのロボットは、子供や老人の相手をしながらその目を通して、室内の様子を父親に伝えます。自動車は、GPSと連動し交通ルールとアップデートされるプログラムに従いポイントごとに安全な操作、コミュニケーションを行います。

自転車用ペダルはGPSと連動し、盗難された際にブザーで警報を鳴らし、位置情報を持ち主に伝えます。Bluetooth実装のキータグ「アーティストモデル」は、一見、好きなアーティストの普通のキーホルダー。実は大事な物に装着する事で、紛失時に注意喚起し紛失場所を伝え、ペアリングしたものの同士を繋ぐ優れモノ。

SIM(subscriber identity module)実装のプリペイドカードやポストペイドカードには「キャラクター版」が登場。SIMの通信認証の機能により、ファンは応援するアーティストやアニメ、或いはアスリートや球団のファンクラブに於いて、デジタルのコンテンツ配信からチケッティング、アーティストとファン同士のコミュニケーションまで便利で健全なサービスを受ける事ができます。

これからの時代、「物」は通信ネットワークと繋がる事が当たり前になります。

多くの背景の一つには、国内のSIMに於いて2015年5月、総務省によりSIMロック解除が義務化され、4大通信キャリアMNO(mobile network operator)以外での通信ネットワーク使用が、300社のMVNO(mobile virtual network operator)事業参入、競争の下、拡大することも一要因です。

今後、通信キャリアが握るユーザー情報を管理するデータベース(HLR/HSS)等もMVNO事業者に解放され、ある種完全に通信キャリア・フリーとなった場合、国内のみならず国外含め、更にサービス展開の柔軟性は増し普及は加速します。



2016年、物流に於いて、実店舗での「物」の販売は限界に来ており、「物」プラス $\alpha$ の部分で、ターゲット属性のユーザーに合わせた「ライフスタイル」等 付加価値の提案が必要になっています。

一方、「デジタルコンテンツ」の流通に於いては、2011年、国内の音楽配信では著作権保護(DRM=digital rights management)が撤廃され、違法コンテンツの氾濫含めコンテンツの無償化が加速しています。

2015年、国内でサブスクリプション・サービスは普及が加速します。事業上、権利やコンテンツのビジネスという側面より寧ろ、プロモーションとして割り切った方が良い状況にあります。

2016年、「物」と「デジタルコンテンツ」を「通信」で繋ぐことにより、新たなサービスと価値、市場が創出されます。

当社にとって、これがある意味、「IoT」に求める役割でもあります。

元々、膨大な国家予算の投資により軍事用に開発された技術の上に民間が乗り、本来 Google であれ単体では回収不可能な、無償で消費されるコンテンツの流通環境がつけられました。

インターネットに於ける無償化に対して、DRM によるコンテンツの使用記録と権利者へのプロフィット還元が試みられましたが、現在、ある意味で「オープン」なインターネット環境に於いてはコンテンツの課金決済は難しい状況にあります。

当社は、創業より、著作隣接権の運用先として、インターネットによるデジタルコンテンツの流通を想定し、流通インフラの構築にチャレンジしてきました。

現在、新たな権利の展開先として、2011年よりはじめたマーチャンダイジングにより「物」の流通インフラの構築を目指しています。

マーチャンダイジングに於ける特長としては、NFC(near field communication)、Bluetooth、或いはSIM という通信認証の仕組みを実装した「モノ」の発売を開始しています。

2016年、通信認証の仕組みにより、個々プライベートでセキュアなインターネット環境を設定することによって、新たなコンテンツの課金、決済環境が生まれ、コンテンツ、そしてライセンス・マネジメントのビジネスが創出されると考えます。

将来、この、よりセキュアな環境で、デジタルコンテンツの提供、アーティストとファン同士のコミュニケーション、そして適正価格でのチケットング等が実現されます。