

## 2020年~小売 不況期に向けたビジネスモデルの転換

### 小売ビジネスの本質

先日、スポーツ・シューズメーカー、アシックス社長のインタビュー記事に、3Dプリンターを使ったオンデマンド・シューズの販売について触れられたものがありました。現在は、メーカーが型を決め大量生産しているものが、将来、Eコマースで受注を取り3Dプリンターによって、ユーザーの足型に応じオンデマンドで製造販売するというものです。

ファッション、アクセサリーであれ、或いは、エンターテインメント・コンテンツでさえ、いずれ個別ユーザーにカスタマイズされたサービスが提供される方向に動いていきます。

現在、ICAは、フィジカル・コンテンツの物流インフラへのアプローチを進め、小売各社と接する中で、実感として、太古から言われる「ユーザー・オリエンテッド」というキーワードの重要性を認識します。戦後の大量生産、大量消費の時代もそうであったし、今後、実店舗とインターネットが「merge」する時代に於いては なお更です。

将来、実店舗の主な役割は、ネットに代替できない 人間の五感に訴求する「メディア」。Eコマースは決済の役割。そしてインターネットでリアルとデジタルが「merge」し、更に個々ユーザーは、カスタマイズされたサービスを受ける様になります。

### ライツマネジメントの本質

一方で、アーティスト、クリエイター、ライセンサーは、クリエイティブに於いて、その時代を捉えた「革新(innovateion)」を起こさなければいけません。これは、謂わば、現在の「延長上にはないトレンドの突然変異」です。

即ち今 ユーザーが認識していない時代のニーズであり、今 ユーザーの求めるものをカスタマイズして提供するものとは別次元の発想が必要です。

ライツマネジメントのビジネスに於いて、一次的なクライアントは ライセンサーであり、その先にユーザーがいます。従って、ライセンサーに流通や宣伝等マーケティング面でコンテンツのマネタイズ環境を提供すると同時に、ライセンサーが生まれマネタイズ、循環していく環境をつくっていく必要があります。

これからは、縦型のマスメディアの時代ではない、P2P/C2C型のフラットで「発信者⇄受信者」のネットで繋がる数十億人 総メディアの時代です。

インターネット上の新たな方法論としては、AIによりネット上の現象を、パトロールする中で体系的に分析し、クリエイターにアプローチ、マネジメント、マネタイズしていく仕組みが必要となってきます。

### 付加価値ビジネス

小売業界は、2019年10月消費税アップ、年末からの5G開始と2020年の本格化、五輪後に訪れる過去に経験のない大不況に向けた、ビジネスモデルの大転換が必須となってきます。

2018年年末より、百貨店等 小売より現状のヒアリングを進めています。過去、小売の「王様」、百貨店 等大手小売もビジネスモデルの転換、シフトが迫られています。

現在、「モノの（受託）製造」という役割の担い手は、中国韓国から東南アジアへ、更にはインド、アフリカへと移動していきます。「モノの販売」というライブラリー的に店頭に陳列するという役割も、極限まで価格破壊が起こり、Eコマースが担います。

一方、リアルなスペースで興隆する、例えばシネコンは 非日常の「体験」を提供します。コンサート、イベント、POP UP STORE、催事も然り。

ここでICAは、先ずは確りとマネタイズを行います。

ネット上のコンテンツの決済は、サブスクリプションによる「情報」としての消費の場となる一方、実店舗では、「ネットに代替できない価値の提供」を行い、将来は、そのメディア効果を測定しマネタイズする、或いは、インターネット上ではできない「プレミアム」な（デジタルとフィジカルの）コンテンツ 決済の場所となり得ます。

遠くない将来、国内ビジネスも国境という概念を越えた視点がマーケットを捉える上で、決済の上でも必要となってきます。2019年年末以降、或いはICAの財務、決済通貨は円建てでないビジネスをも考えなければいけないかも知れません。

#### エディオン オンデマンド販売

2月、名古屋のフィギュア・メーカー、B社 と事業連携ミーティング時、先方の3Dプリンターを使用した大量生産の仕組みについて伺いました。フィギュア製造に於いて、通常、3Dプリンターは金型等の原型制作の際、少量プロトタイプを打ち出すものです。一方、B社 は受注を受けたオリジナルな型を、百台単位の3Dプリンター「軍団」によって一斉に量産を行います。商品化に於いて、通常、型をカスタマイズし量産が完了するまで1年間掛かるものが、B社 では、2ヶ月間という驚異的なスピードでリリースできます。正に、オーダー・メイドの「高付加価値商品を大量に製造する」という発想で、現代のテクノロジーを駆使した「ユーザー・オリエンテッド」な革新です。

その背景には、データ、材料、機械の取り扱いという厄介な問題を解決した「ノウハウ」があります。

2019年6月7日、エディオンなんば本店のオープンに合わせ、ICAは スマートフォン・アクセサリ販売に於いて、本邦初の洋楽アーティスト・ライセンスの「オンデマンド」製造を開始します。

ユーザーは最終、1800デザイン（\*）の中から自ら好むものを選び、それがオンリーワンの様な商品として自ら手にできます。\*1800デザイン：第一弾720、第二弾720、第三弾360デザイン予定。

今後の、冒頭で触れた「ユーザー・オリエンテッド」で、一種の「個別ユーザーのニーズに対応する」という小売ビジネスです。