

2021年、5G時代から生まれる新たなパラダイム、新創業期

歴史は繰り返すと言います。

約100年前、世界は、スペイン風邪によるパンデミックから経済恐慌、世界大戦に至る経験をしました。

2021年、昨年から世界を覆ったコロナのパンデミックにより加速した各国の財政悪化含め、混乱、危機が再び訪れる可能性はあります。

国も会社も個人も、多少知恵を付けた現代、冷静に地に足を付け本質を見つめつつ、より正しい道を模索しなければいけません。

経済に於いて1980年までのハード主役の時代から、あらゆるビジネス、サービスに於いて知財等のソフトが主役へと移行してきました。製造、コンテンツ、金融、あらゆるビジネスに於いてです。

国内ビジネスに於いても、過去、モノによる「体験」が主役であったサービスに対して、2000年、「静的」なテキスト等データによる体験のサービスが興隆します。

更に、3G時代からは、「静的」な音楽等大容量「データ」による体験がモノにとって代わり主役となります。2010年は、ダウンロード等でモノやデータを所有せず、専らサブスクリプション等のプラットフォームによるデータ体験のサービスに移行しました。ネット上のコンテンツは情報として消費され、ビジネス上の価値づくりが極めて厳しい時代となりました。

2020年、本格化した5G時代からは、これまで「静的」であったサービスが、より「動的」に表現され、且つ「リアル」との同時性を持つ様になります。ある種、これまでのビジネスのパラダイムが一旦、リセットされるという事です。

あらゆるプラットフォームに於いて、この機に変化できないメインプレイヤーでさえも凋落し、新たなサービスとプレイヤーが生まれてきます。

ICAは、ライツマネジメント事業に於いて、2000年、音楽の「モノからデータへ」と流通の変化を捉え、データ配信サイトの事業をスタートしました。更に「ダウンロードからサブスクリプションへ」とコンテンツでなくプラットフォームの時代になると、2010年、再び、マネタイズに於いて確実に回収できる「モノ」の流通を開始し今に至ります。

今後は、国内外の流通に於いて、過去はモノだけ取扱うプレイヤーは衰退し、同時にデータだけ取り扱ってきたプレイヤーも限界に至ります。

5G時代、デジタルコンテンツは、ネット上で、より「動的」に表現され、「リアル」との同時性を持つ。ユーザーは、ネットとリアルの境界を意識する事なく、リアルとヴァーチャルが

コラボしたサービスが興隆します。デジタルとフィジカルの市場がクロスオーバーする時代です。

ICA は、ライセンスマネジメントを軸に、コンテンツのマネタイズに於いては、10 年間デジタル、10 年間フィジカルとデジタル、と「デジタルとフィジカルの両面」を取り扱ってきました。市場に於いて 5G で 2020 年より始まった、デジタルとフィジカル両面が融合するパラダイム転換期、ここに新たな事業機会を見出します。我々は、ここを新創業期と位置付けます。

一方で、国境とはある種、過去から力学の蓄積により物理的に敷かれた軍事境界線でもありません。現在、経済はインターネットという手段によって、この物理的境界線を越え、グローバル化が加速しています。政治的な反動としてトランプ現象、コロナ含め その揺れ戻しが起きていますが、10 年単位で俯瞰すると 一時期の現象です。この物理的越境線に対しては、短期的には政治的、法的なバランスを取らなければいけません、長期的に観ていく必要があります。地政学上のクロスオーバーという事です。

必然的に、中長期的には今後、市場に対しても 日本を越えたアジア、欧米、それに続く中東、アフリカを見据えたビジネスの再構築が必要になってきます。

ICA は、これまで個人、法人を問わずライセンサーに対して、(初歩的なレベルで) 先ずデジタルの流通、次にモノの流通を構築しました。そこでデジタルとモノの「プロモーション」と「ディストリビューション」の機能により、ライセンスの活用、マネタイズのインフラづくりを目指してきました。

ネット上でのマーケティング、コンテンツのダウンロード、サブスクリプションへの供給サービス。リアルでのマーケティング、コンテンツの小売、POP UP STORE、シネコンへの供給等です。ここをベースに、新たな 5G 時代のサービス、事業を再構築します。

以上見据え、現在は、アジア市場に向けて、2021 年 4 月に、全日空株式会社関連会社、及び中国人インフルエンサーとの協業により、中国に向けた越境ライブコマース事業化を図ります。又国内では、2020 年 8 月、楽天より再スタートした E コマース事業のプラットフォームの横展開。主要販路でのリアルでの POP UP STORE 施策のヴァーチャル展開。シネコンへのモノの供給と並行した、デジタル (ODS) 配給の展開。即ちビデオグラムのシネコンでの上映化とパッケージ等モノの供給等推進しています。

直近では、ライセンスマネジメントの下、現行のメーカー事業/卸事業、POP UP STORE/イベント事業、シネコン (デジタル/フィジカル) 事業、ネット (デジタル/フィジカル) 事業を各事業領域として育成します。

フル・リニューアルするICAのHPに於いて、これら各事業のサービス・プラットフォームとしての機能づくりを目指し、ビジネスの再構築を図ります。

これらライツマネジメントの事業として大きく成長し得る各ビジネスの「種」を育て、事業マネジメントする為には、先ずその基盤として キャッシュフロー及び、予算と実績のマネジメントができる人と体制を設定し、次に営業上一元的に各ビジネスを統括しマネジメントできる仕組みと体制を構築しなければいけません。ここは現在、管理スタッフの役割です。自らがサバイバルできる様、それぞれ役割を完全に果たしつつ、成長を目指さなければいけません。