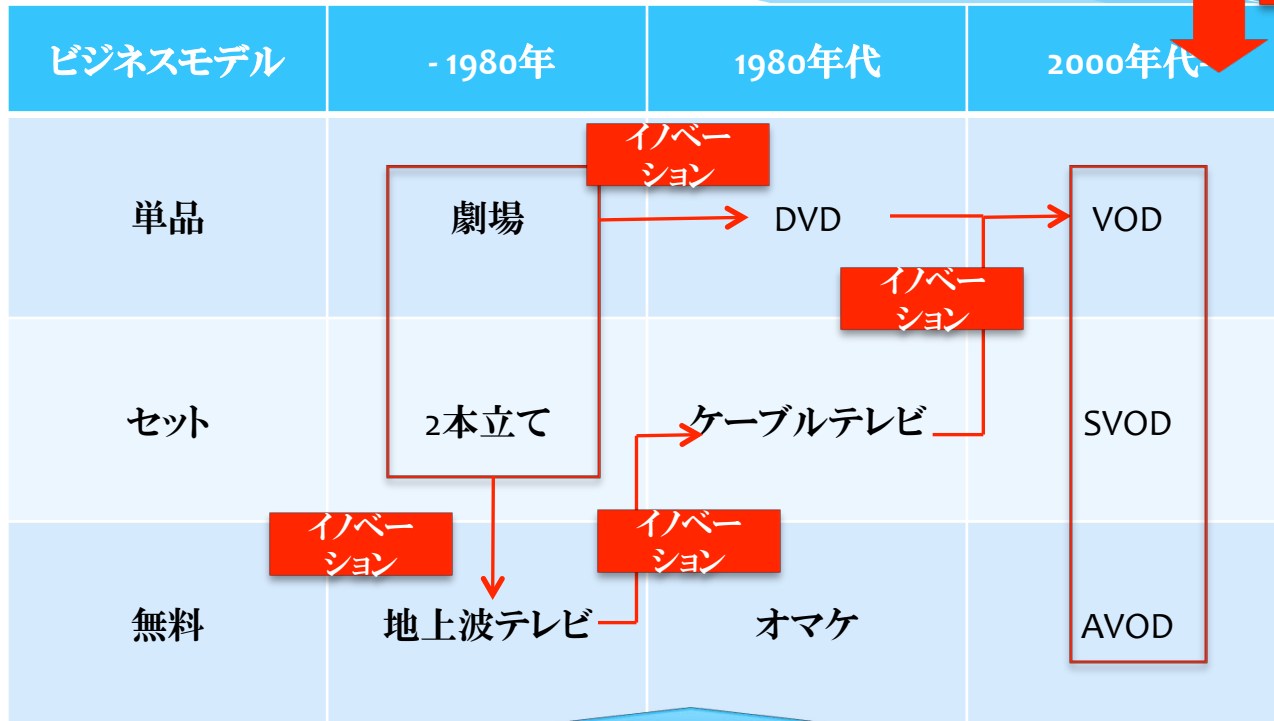


竹芝CiP 2020年のコンテンツビジネス

志村一隆
ヤフー株式会社
2014年9月
連絡先: shimurakazu@gmail.com

2020年のコンテンツビジネス

- * コンテンツ「ビジネス」のポイントは、『著作権』と『複製技術』である。
- * そして、そのビジネスモデルは3種類(単品・セット・無料)しかない。
- * 映画が生まれた1920年代から90年間、変わっていない。



インターネット革命第1段階

インターネット革命第2段階

- 『作り手』と『複製技術』の独占が崩れた。
- このモデルは新たな領域でも応用できるのか？

『著作権』管理と『複製技術』の低コスト化がコンテンツビジネスを支える

2020年のコンテンツビジネス

- * 著作権管理と複製技術が普遍化すれば、効率性を求める企業経営とロジカルでないコンテンツ制作との両者が抱える矛盾が拡大する。
- * その解決策は3つ、①国家保護、②他ビジネス利潤から補填、③広告としてコスト化。

	モデル	事例
パトロン	税金・金持ち	<ul style="list-style-type: none">• 幕府お抱え絵師。パリのサロン• 政府が保護する伝統芸能。• AmazonベゾスCEOはワシントンポストを保有。• 調査報道NPOは、多額の寄付で運営されている。
コングロマリット	他ビジネスの利潤で制作	<ul style="list-style-type: none">• 「ELEE」などを発行する出版社アシェットは、エアバスの傘下企業である。• 米国地上波ネットワークNBCは、1986年から2009年までGE傘下だった。
ネイティブアド・広告	広告としてコスト化	<ul style="list-style-type: none">• 企業スポンサーのコンテンツ、イベント。。

2020年のコンテンツビジネス

- 作り手が大量にいて、複製技術がコストゼロ時代のコンテンツビジネスは、まだ試行錯誤？
- * 2020年以降に、巨大化するか？

ビジネスモデル	事例
ソーシャル	<ul style="list-style-type: none">• 米国「Demand Media」• How To (レシピ、DIY)、旅行、グルメ <p>ビジネスとして立ち上がりません。</p>
個人・バイラル	<ul style="list-style-type: none">• YouTuber: MAKER STUDIO• アプリ。ゲーム。 <p>今後大規模化？</p>

2020年のコンテンツビジネス

- * 「コンテンツビジネス」=「著作権ビジネス」という枠組みと違うモデルを開発
- * 海賊版アプリ、ストリーミングサービスが氾濫。だったら、海賊版を容認し、日本に来てもらう「聖地」ビジネスをしたほうがよい？
- * メーカー、サービス業などと、コンテンツビジネス企業が合体？

クールジャパンをビジットジャパンにつなげる

現状

- インターネットで番組チェック、自ら制作。
- 正規版が放送される前に海賊版が流通



日本の全テレビ局がリアルタイムでストリーミングされるサービス。(バンコクにて)



今後

- 海賊版容認。
- ハウハウ提供、ローカル番組制作。
- コンテンツを見て、日本に憧れ、聖地巡礼。



2020年のコンテンツビジネス

- 「著作権＝一片の完成品」から、語り部ごとに展開の違う物語へ
- コンテンツは、「ビジネス」なのか？「文化財」なのか？

