



東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ プレゼンツ

知財の資格をビジネスに活かす！

～音楽プロデューサーの現場から～

第3回「グローバルプラットフォームとどう向き合うか？」



知財ホルダーがコンテンツビジネスに実践に関わる際のポイントを浮き彫りにする本コラム。今回は、グローバルに展開するコンテンツプラットフォーム事業者に対して、日本のコンテンツプロデューサーはどう対処すべきなのかというテーマでお話をしたいと思います。

拙著『新時代ミュージックビジネス最終講義』（リットーミュージック）第2章で、「経営戦略視点で音楽ビジネスを捉えろ」というテーマで鼎談を収録しました。ボストン・コンサルティングからアニメ制作会社のゴンゾに「華麗なる転身」をして、株式公開させた石川真一郎さんと、金融系シンクタンク日本総研で大活躍中の若き論客東博暢さんの知見を提供していただいています。コンテンツビジネスで戦略を立てる時に、前提として知っておくべき、いわば「一般教養」だと思ったからです。以下に論点を紹介します。

現在は、株価の「時価総額」が企業価値の最大の基準になっています。PANDORA や Spotify は、赤字でありながら高い評価をされています。シェアリング・エコノミーの代表的存在である Uber の時価総額は、タクシー業界の産業規模より大きくなっています。タクシーの分野で圧倒的な勝ち組になると、多くのユーザーを抱えたプラットフォームとして別

の業種でも成功する可能性が高いだろうというのが、評価の根底にある考え方です。PANDORA や Spotify が赤字でも数千億円以上の高い評価をされるのは、彼らが Apple の次の覇者だと期待されているからではなくて、100 兆円近い時価総額を誇る Apple やそのライバル会社を買収すると投資家は考えるというのが理由だそうです。

音楽プロデューサーの僕にとって、数千億円単位の M&Aなんて、仕事からは縁遠いことでしたが、今では無関係とは思えません。例えば、音楽配信ビジネスをする際のインフラとして Apple や Spotify の存在は無視できません。音楽ビジネスに携わる時に、グローバルに展開するプラットフォーム事業者の動向に無関心では居られない状況になっているからです。

この鼎談では、コンテンツプロデューサーの立場を踏まえて、グローバル企業にとっての音楽の価値について話し合いました。石川さんの慧眼では、Apple は、コンテンツを上手に使うけれど、基本的にはハードを入りにビジネスを考える会社との指摘です。アメリカの著名ヒップホッププロデューサー Dr.Dre が始めた高級ヘッドフォンメーカー BEATS が、音楽サービスを始めて数ヶ月で Apple に超高額買収されましたが、これはハードを製造する会社同士だから相性が良かったのだそうです。一方、インターネットのもう一つの覇者である Google は、

山口 哲一（やまぐち・のりかず）：1964 年東京生まれ。音楽プロデューサー、コンテンツビジネス・エバンジェリスト。株式会社バグ・コーポレーション代表取締役、「デジタルコンテンツ白書（経済産業省監修）」編集委員。経済産業省「コンテンツ産業長期ビジョン検討委員会」委員。音楽と IT に関する知見に定評があり、著書多数。エンタメ系スタートアップを支援する「STAERT ME UP AWARDS」やプロ作曲家育成「山口ゼミ」、新時代型の音楽エージェンツ「ニューミドルマン養成講座」などを主宰し、人材育成にも注力している。

サービスが基本の立ち位置です。プラットフォームの定形を作って、ハードメーカーに開放していくのが基本戦略です。このように考えると、巨大企業の今後の方向について予見が可能になりますね。

ちなみに、その区分で言うと、Amazon は e コマース、突き詰めると物流がベースの会社となります。コンテンツはあくまで、商材ないし、ユーザー集めのツールに過ぎません。最近の Amazon プライムの拡充を見ると、その見方が正しいことがわかります。顧客を囲い込むために、オマケとして、無料で音楽や映画を提供しますという構造は、作品に命をかける僕らプロデューサーにとっては屈辱的な態度ですが、そんなプラットフォーマーと対峙することが必要な時代になっています。

日本のコンテンツプロデューサーにとっての最大の恐怖は、勝者となったプラットフォーマーにゲームのルールを勝手に決められてしまうことです。スマホアプリの世界では、既にそのような事態が起きています。公式アプリショップ App Store では、Apple の審査を通らないと、無料有料問わず、アプリをリリースすることはできません。審査基準は公表されているのですが、実態としては恣意性が高く、グレーゾーンが存在します。既発のアプリで認められているから大丈夫と思ってリリースすると、却下されたりします。異議申し立てを行うにも、日本人には窓口すらなく、本社の窓口で英文メールを送る以外の方法はありません。返信は不親切で、説明が不十分。アプリの仕様変更をどうすればよいのか分からないケースも少なくありません。

僕は拙著『世界を変える 80 年代生まれの起業家』を上梓して以来、一貫して起業家支援の活動をしています。エンタメ系スタートアップを支援する START ME UP AWARDS を主宰しました。いくつかのスタートアップのアドバイザーも務めています。そんな経験で言うと、創業時の起業家にとって、App Store でアプリがリリースできない、半年遅れるというのは、それだけで会社が倒産してしまいかねな

い大事件です。プラットフォームを外資系企業に握られるマイナスを実感させられます。彼らに影響力を持っているのは、米国政府か裁判所か、米国資本市場です。いずれも日本人や日本企業がすることは無に等しい状況です。

音楽ビジネスは、著作権、著作隣接権などのルールが、国ごとに定められていて、権利者の許諾が必要なので、スマホアプリほどの一方的なパワーバランスになっていませんが、ルールを決められてしまうことのリスクは常にあります。

前述の『新時代ミュージックビジネス最終講義』の最終章で、尊敬する田坂広志さんに、この問題について質問したところ、以下のようなお答えでした。以下に引用します。

「すでに勝負がついてしまった後で議論をしても仕方が無い」ということでしょう。昔、ボウリングをしていた時、横でプロが投げているので、「プロは、こういう難しいスプリットをどうやって倒すのか？」と聞いたら、「そもそも、プロは、そういうスプリットを作らない」というのが答えでした（笑）。まさにその通り、局面が決まってからあれこれ言うのはアマチュアだということを教えられました。

スマホのコンテンツ流通については、もう勝負はついています。僕ら日本人は、次のプラットフォームで、同じ過ちを犯さないように考えて準備しておかなければいけません。おそらくは IoT やウェアラブルデバイスと呼ばれている分野が次世代のコンテンツプラットフォームになるはずです。

また、今とりうる、グローバルプラットフォーマーへの対抗策は、日本のコンテンツのパブリックなデータベース構築です。日本語という複雑な表現を含む、日本のコンテンツのデータベースの構築は、欧米の仕組みの単純な置き換えでは機能しません。ジャンルを超えて、共通のコンテンツデータベースを作って、リーズナブルな使用料で開放すれば、グローバルプラットフォーマーもそのデータベースは

利用します。そうなれば、対等とは言えないまでも、一定の発言力は確保できます。彼らのビジネスにとって「無くなっては困る」存在になれるからです。少なくとも前述の Apple のような、「英文メールを送ってもレス無く放置」みたいな事態は避けられるでしょう。

また、「黒船対策」として有効だけでなく、マーケティングで利用できるデータベースの存在は、コンテンツ関連の新しいサービスが生まれる機会を広げます。現状で、コンテンツと何かを結びつけるようなサービスを作ろうと考えた事業者は、一からデータベースを用意する必要があります。検索して名寄せをしてトリートメントしてアップデートし続ける手間とコストは、スタートアップなどでは耐えられません。デジタル化の促進は、コンテンツ輸出促進と IT サービス、特にスタートアップの促進にもつながるのです。コンテンツの輸出についても、有益な存在になるでしょう。

残念ながら、これまでは日本のコンテンツ業界大手企業の経営者の皆さんの意識が低く、国内の縄張り争いや面子論が理由で、パブリックなデータベース構築はできていません。この分野でも専門家である知財ホルダーは、知見を活かした言動で日本のために貢献できることがあるはずです。

さて、最後に、著作権関係のトピックスである NexTone 設立について私見を述べておきます。

2016 年 2 月に NexTone という会社が設立されたことは、本誌をご覧の方はご存知かと思います*。イーライセンスと JRC の合併で、JASRAC への対抗軸ができると期待されています。

僕も素晴らしい動きだと思って、非常に期待しています。これまでもブログなどに書いてきましたが、良いと思うポイントは 3 点です。

* <http://www.nex-tone.co.jp/index.html>

1) 健全な管理手数料競争が起きること

著作権信託の分野で大切なのは、確実な徴収とガラス張りの分配が、リーズナブルな手数料で行われることです。長い歴史を持ち、高年齢の作詞作曲家理事が影響力を持つ JASRAC は、仕組みを変えるスピードが遅くなりがちな体質を持っています。また、演奏権の分野は独占状態が続いているため、25%という高い手数料のまま据え置かれています。コンサート使用料額が上がっても、手数料が下がらないのは、健全な競争が起きていないからです。NexTone の存在があることで、改善されていくことでしょう。

2) デジタルサービスに対してポジティブで対応力が高い

NexTone の経営陣は国際的な視野とデジタルサービスへの知見をお持ちの方々です。新しいサービスに対して、後追いで受動的な対応ではなく、先回りしてより効果的な動きができることが期待できます。僕に Spotify の存在を最初に教えてくれたのは、JRC 社長時代の荒川祐二さんです。今回は NexTone の COO に就任して、中心的な役割となることでしょう。最近サービスを停止してしまいましたが、USTREAM ASIA が日本サービスを始める際には、事前に話をし、「ホワイトリスト」の作成をご一緒しました。闇雲に違法だと言うのではなく、音楽ファンとアーティストのメリットを考えて、実務に落とす能力のある方です。

3) 旧イーライセンス経営陣の「正義の味方」路線が明確に修正されること

JASRAC との訴訟や、FM 局に対する楽曲使用停止など、数々の騒動を起こしてきたイーライセンスのやり方は、問題提起としての意義はありましたが、害も大きかったです。音楽家にプラスでない「正義」を掲げた戦いで、経営戦略的に行き詰まっていました。今回、合併したことで、信託した音楽家たちの作品が宙に浮かずに「救済」され、経営方針が明確

に修正されたことは、日本のコンテンツ業界にとってプラスだと思います。

さてその上で、NexTone に一番期待したいことは、グローバル戦略の構築です。

従来型の音楽著作権ビジネスでは、海外での著作権徴収については 2 つの方法があります。JASRAC が相互契約を結んでいる各国の著作権信託団体経由の徴収。もしくは日本の音楽出版社が契約しているその国のサブパブリッシャー経由の徴収。いずれも時代遅れになっています。

何故なら、本稿のテーマにも繋がりますが、音楽流通の主役が、国境を越えたプラットフォームを事業するグローバル企業になっているからです。条件交渉もコンテンツ流通のシステム構築も包括して行う方が効率的ですし、交渉上も優位です。既に欧米では、グローバル型の著作権エージェント会社が力を持ち始めています。このままでは、日本の楽曲や音楽家は旧式の仕組みの中で、不利な立場に留まることになってしまいます。

NexTone が既存のエージェントと事業提携するのか、M&A を用いるのか、国際戦略についてはいくつかの選択肢があるでしょう。コンテンツの価値や収益を最大化して、日本の国力向上に資することに期待したいと思います。

これからの日本が期待する新たな主産業は、キーワード的に言うと、「クールジャパン」と「インバウンド」です。エンターテインメントが果たす役割が大きく、コンテンツプロデューサーが活躍すべき分野です。そして、コンテンツの取引も、情報流通もインターネット上で行われます。

インターネットは、その出自から本質的にグローバル市場を志向します。コンテンツを武器にして国際経済に戦う日本にとって、グローバルプラットフォームと対峙することが重要で、その際は本稿のような視座が必須だと僕は考えています。そして、知財ホルダーの重要性は、ますます高まっていると確信しています。

(次号へつづく)



東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ プレゼンツ

3/27「知財の資格をビジネスに活かす！」無料セミナー開催

本コラムの山口哲一氏が、知財技能士の皆さんをはじめとする知財ホルダーに向けた「知財の資格をビジネスに活かすためのヒント」をライブで語ります。

講師より「音楽業界の近未来をお話しするだけでなく、何でも質問を受け付けます！」

皆さんの知識を実ビジネスに活かす方法を考えましょう！」

日時：2016 年 3 月 27 日（日）13：00～14：30

場所：東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ（最寄り駅：JR 高田馬場駅から徒歩 5 分）

参加費：無料 定員：35 名

主催：東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ

協力：一般社団法人知的財産教育協会

申込・詳細：東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ ウェブサイト <http://tcpl.jp/archives/2096>



TOKYO CONTENTS
PRODUCERS-LAB
東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ



Contents
innovation
Program

with



KEIO MEDIA DESIGN.
慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
GRADUATE SCHOOL OF MEDIA DESIGN, KEIO UNIVERSITY

東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ株式会社（通称：TCPL）は、一般社団法人 CiP 協議会との共催（協力：慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科）の「Next Generation 育成講座」を開講予定！

2016 年 3 月 6 日（日）以降 第 1、3 土曜 8 日間

1) 13:00 ~ 14:30 2) 14:45 ~ 16:15

TEL: 03-5338-9822 MAIL: info@tcpl.jp 詳しくは web サイト <http://tcpl.jp/> へ

「コンテンツビジネス・ラボ 福岡」開講準備室 開設

アジアのゲートウェイとして、更なる発展を遂げようとする「福岡」その「福岡」で、コンテンツ、クリエイティブ、知的財産等を活用して起業を目指す若手起業家、業容 / 販路の拡大を図り、NEXT STAGE を模索する経営者をメインターゲットに、東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ、コンテンツビジネス・ラボ 大阪が展開する、東京 / 大阪スタンダードな講義をタイムリーに開講することで、等価値の刺激と知識を提供します。

2016 年 5 月 22 日（日）

「開講記念パネルディスカッション」+「説明会」
於）エルガーラホール（予定）

お問い合わせはコチラ

〒810-0041

福岡県福岡市中央区大名 2-4-30 西鉄赤坂ビル 9F

株式会社サヴィー内「コンテンツビジネス・ラボ 福岡」
開講準備室

TEL: 092-711-8839

中小企業センター

Center for Small and Medium Enterprises



知的財産に関する無償サービス提供のご案内

知的財産教育協会中小企業センターでは、中小企業の皆さまの声を集め、中小企業に役立つ知財政策を実現するための活動を行うとともに、皆さまに知的財産に関するサービス提供を行っています。

- ・ 経営に役立つ知財専門誌『IP マネジメントレビュー』の無償提供（PDF 形式バックナンバー）
- ・ 関係省庁等からの中小企業に関する役立つ情報を無償配信
- ・ 経営に貢献する知的財産管理技能士の養成を支援
- ・ 登録者限定のイベントの開催（予定）など

完全
無料

中小企業の経営者・従業者の方はどなたでも無料ご登録いただけますので、ぜひご登録ください。



知的財産教育協会 中小企業センター

詳細・登録・お問い合わせはウェブサイトから

知的財産 中小企業センター

検索