

流通とS C・私の視点

2020年12月12日

視点(2395)

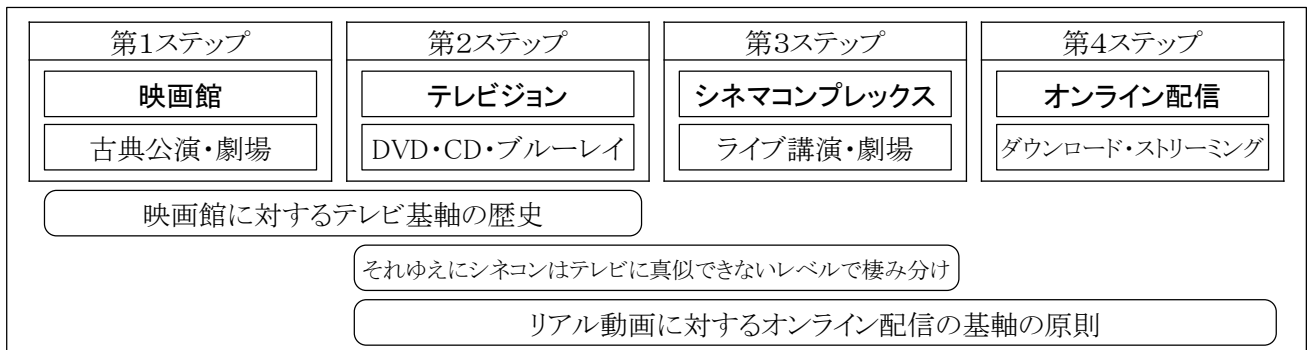
動画ビジネスの基軸の原則の変遷!!

(ICT&ネット市場編)

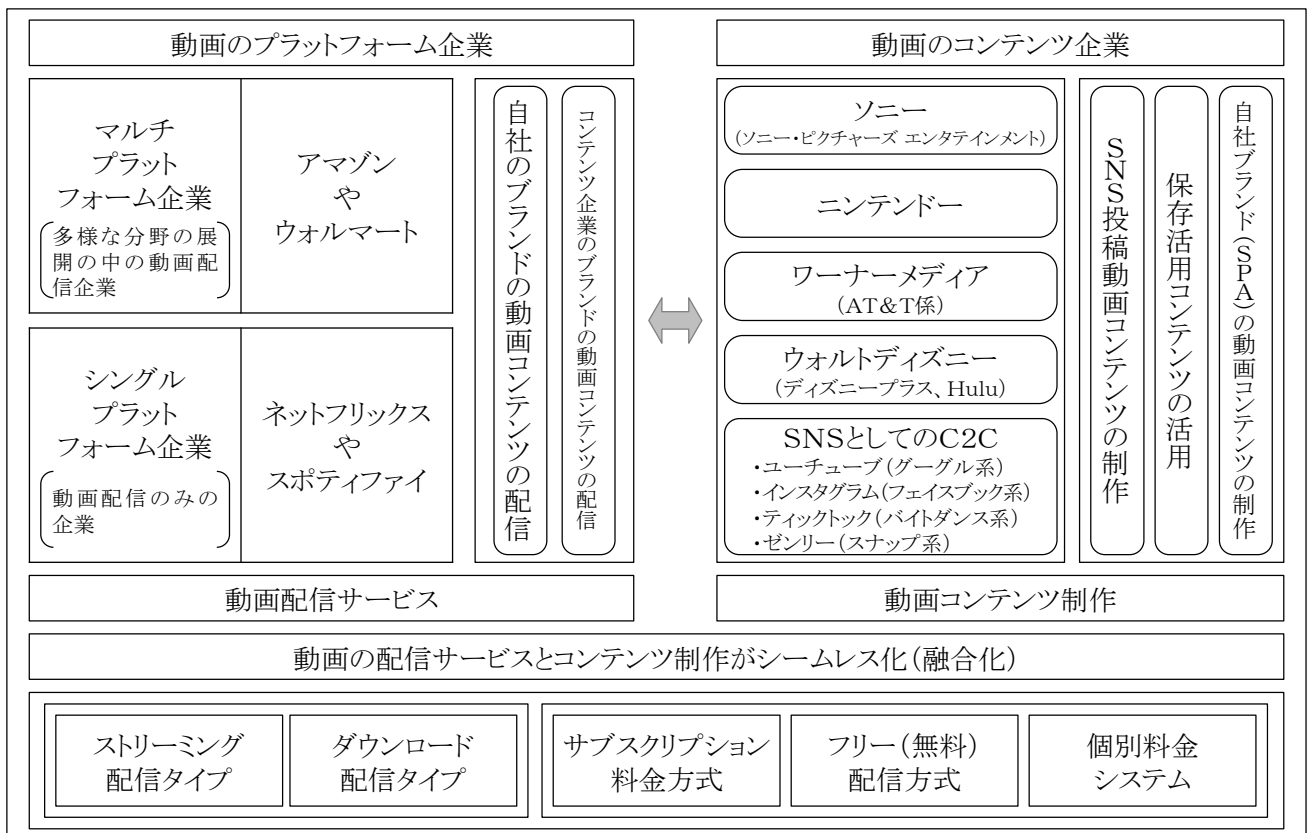
動画ビジネス業界の中に「映画館に対するテレビの基軸の原則」があります。すなわち、映画館とテレビが同じレベルで競争するとテレビが勝つ、それゆえに映画館はテレビが真似のできないレベルで対応しなければ勝つことも棲み分けることもできないという原則です。

現在、さらに一步進んで「リアル動画に対するオンライン配信の基軸」が起こり、動画ビジネス業界は圧倒的にオンライン配信が優位になっています。

動画ビジネスの基軸の変遷を見ると次の通りです。



今、アメリカの動画ビジネス（映画、アニメ、スポーツ動画、音楽動画、SNS動画…等）のオンライン配信の実態は次の通りです。



動画のオンライン配信により、ブロックバスター（9,000店）やハリウッドビデオ（3,000店）や書店と兼用のボーダーズ等が動画業界から淘汰され、動画ビジネス業界は今や総合業態の売場や中小零細企業のみになっています。ただ、日本ではレンタル方式でT S U T A Y A（1,400店）、G E O（1,200店）が存在しています。推定ですが、アメリカの動画ビジネスの70%以上がオンライン配信です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁸

代表 六 車 秀 之