



## 世界の映画興行業界最新動向

川上 一郎

さて、今月号では世界の映画興行業界を 巡る最新動向と今後の展望について紹介していく。図1には、デジタル化の進捗により様々な上映形態が取られており、話題となっている上映形態毎の2018年末推定値を示している。まず、総スクリーン数は17万5千を突破したと推定されている。映画のデジタル化が話題になり出した21世紀初頭にUNESCOが集計した映画スクリーン数が12万であったことから、経済成長が著しかった新興国での映画スクリーン数が顕著であることがうかがえる。

まず、2017年末に9,500台を突破したレーザー光源プロジェクタは、新設や更新を迎えたプロジェクタの8割以上がレーザー光源であり、新設ラッシュの続く中国市場は大半がレーザー光源であることから2万5千台以上がレーザー光源プロジェクタとなっていると推定される。また、3Dサウンドや次世代立体音響と総称される没入型音響システム(Immersive Sound)はDolby Atmosが4千スクリーン、GDCーDTXが1千スクリーン突破を発表するなどしており、総数として6千スクリーンを越えていると推定されるが、今後は客席稼働率の向上などの費用対効果が厳しく評価

されそうである。

PLF (Premium Large Format) スクリーンは IMAX に代表される有名ブランドの PLF はおおよそ 2 千スクリーンで、映画館 チェーン独自の PLF が 1 千 5 百スクリーンと推定され、ライセンス料やロイヤリティーの発生しない独自ブランド PLF が主流となると考えられている。

IMAX は中国での現地法人設立でスクリーンを拡大してきており、昨年末で1,443スクリーン(2017年末では1,382)とスクリーン数を増やしている。2018年第三四半期報告書では200スクリーンにレーザー光源システムを展開しており、特に米国ではAMCと提携して新規システムを導入するとの報道もある。Dolbyシネマは325スクリーンにまで拡大し、日本でも導入映画館が出現している。

また、韓国の CJ エンターテインメント グループが展開するモーションライドの 4DX は全世界で 500 スクリーンを突破 し、3 面スクリーンによる没入感を追求する ScreenX も 147 スクリーンとなってお り、この二つを合体させて究極の没入感を 標榜する PLF スクリーンも出現してきている。

なお、PLFの定義については明確な基準があるわけでは無く、一般的にはシネコンで最も大きなスクリーンに 4K レーザープロジェクタを設置し、次世代立体音響を装備しているスクリーンを PLF と総称している。IMAX の場合には上映作品のアスペクトを IMAX フォーマットに変換していることから、観客の視野角一杯に上映される映像が没入感を与えることになるが、最近の映画館では映像フォーマットのアスペクト比に合わせて上下左右に暗幕を移動させる電動カットマスクを装備していないことから、最悪の PLF スクリーンでは上下左右に黒浮きしたスクリーンが見えている場合もある。

個人的には、PLFスクリーンと称するためには、電動カットマスクの装備、客席通路照明の自動調光、35 デシベルの遮音特性、スクリーン周辺の低反射率内装材選択などが最低限必要ではと考えている。

表 1 には、中国の映画興行市場推移を示しているが、デジタル化の規格策定が始まった 2005 年は 4,425 スクリーンあったのが 2011 年以降は不動産バブルに伴う

年度	興行売上 (億元)	国内映画シェア	チケット 販売枚数 百万枚	スクリーン 数
2004	1.50			
2005	2.00	60	157	4,425
2006	2.67		176	4,753
2007	3.33	55	196	5,630
2008	4.34	61	210	5,722
2009	6.21	56	264	5,323
2010	10.17	56	290	7,831
2011	13.12	54	370	9,286
2012	17.07	48.5	462	
2013	21.77	59	612	18,195
2014	29.60	55	830	23,600
2015	44.00	61.6	1,260	31,627
2016	45.71	58.33	1,370	41,179
2017	55.91	53.84	1,620	50,776
2018	60.98	62.15		60,079

Cinema of China-Wikipedia (2018/03/20) 2017年データは人民日報日本語版2018/01/02記事より 2018年データはChinaFilmInsider2018/12/31記事より

表 1 中国映画興行市場の推移

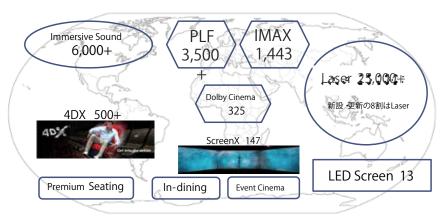


図1総スクリーン数は17万5千突破

都市部再開発の象徴として巨大ショッピン グセンターの建設が地方都市にまで波及し、 巨大ショッピングセンターには当然のこと ながらシネコンが建設されたことから5千 ~ 1 万を超えるスクリーン数増加が続いて いた。ただし、中国政府発表の経済成長率 も 6.6%と低迷し、一部報道では実質マイ ナス成長と大学教授が講演したとも伝えら れており、先に計画ありきの実態を無視し たスクリーン数増加は終焉を迎えることに なりそうである。

\$400

\$350

\$300

\$250

\$200

\$100

相変わらず、メディアの検閲統制に全力 投球の中国共産党政権では海外映画の配給 は25~35本程度で統制されているが、 その本数にしては国内映画の興行成績シェ アは6割前後で推移しており、特に昨年は 中国共産党の改革開放 40 周年記念行事な どもあり、中国映画興行業界にとっての稼 ぎ時である旧正月休暇期間には海外作品の 上映が見送られたことが貿易障壁だとして ハリウッド関係者が苦情を言っていたこと が思い出される。中国の政治経済状況も理 解せずに、中国向けの映画制作や配給に関 係するお気楽ハリウッド業界人が未だに生 き残っているのかと、思わず苦笑してしま った。

さて、VPF 契約満了となり更新時期とな ったプロジェクタや新設映画館での新規購 入機種が8割以上レーザー光源搭載機とな っており、デジタルシネマプロジェクタを 展開する各社のレーザー光源搭載機種を図 2に示している。2014年3月に青色レ ーザーと蛍光体を組み合わせ、しかも300 万ドルの価格で市場に投入した NEC がレ ーザー光源搭載機の市場ではトップを独走 している。輝度不足が懸念されていたが、 青色レーザーと蛍光体に赤色レーザーを組 み合わせた機種で35,000 ルーメンの機 種まで展開しており、映画館の設置スクリ ーン幅の8割迄はレーザー+蛍光体の光源 でカバー可能となっている。BARCO も同 様な品揃えで展開しており、レーザー+蛍 光体の機種を一時的に上市した Christie は RGB レーザー機のみに集中し、高価格の原 因となっていたライトガイドファイバーを 使用せずに光源部にレーザーダイオードを 直結した構造として価格帯を従来のキセノ



図2レーザー光源デジタルシネマプロジェクター



H1'13 H2'13 H1'14 H2'14 H1'15 H2'15 H1'16 H2'16 H1'17 H2'17 H1'18 H2'18 H1'19 図3 光源用レーザーダイオードの市場価格推移

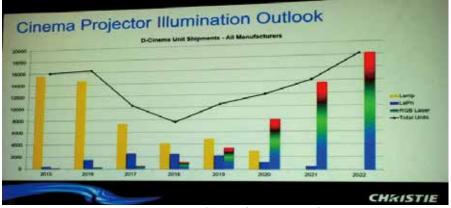


図4 クリスティの市場予測(CineEurope2017)

ン光源機種と同等に設定した品揃えで巻き 返しを計っている。

なお、Sony については SXRD に RGB レーザーを搭載した 15,000 ルーメンの 1 機種のみであり、急成長するレーザー光源 搭載のシネマプロジェクタ市場に本格参戦 とは言いがたい状況である。

このレーザー光源搭載機の急成長を支え たのは、OA 用やホームシアター向けプロ ジェクタでのレーザー+蛍光体光源機であ り、現在店頭で販売されている民生用プロ ジェクタは9割以上がレーザー+蛍光体

光源機であり、モバイル向け等でわずかに LED 光源機が販売されている状況である。

図3に示しているのは、ウシオが買収し た緑色半導体レーザーの NECSEL が ICTA セミナーで発表した資料に現在での推定市 場価格を付け加えたグラフであり、プロジ ェクタ光源向けレーザーダイオードの市場 拡大に伴って出力 1W 当たりの部品単価は 急落し、2013年に\$370であった緑色 レーザーも十数ドルに、\$250 であった赤 色レーザーも 10 ドルを割り込む価格にま



全米の21 州42 館に展開。 客席稼働率は5%以上向上アリゾナ:2館、カリフォルニア:5館、フロリダ:2館、ジョージア:4館、イリノイ:4館カナサス:3館、ニュージャージー:4館、オハイオ:2館、テキサス:4館アラバマ、コロラド、ルイジアナ、ニューヨーク、バージニア、ベンシルバニア、テネシーノースカロライナ、メリーランド、マサチューセッツ、ミスーリ、モンタナDNE-N+255,MacGuffins+288,CokeFreestyle+630



AMC DINE-IN Marina 6 3455 Maxella Ave, Ste 280 MARINA DEL REY CA 90292



リクライニングシート 680 スクリーンに導入 米国全体でも30%のスクリーンが導入 座席数は減るが集客数は増加(AMC: 47%) Cnemark も追随

図 5 AMC の営業戦略 (Dine-In & リクライニング)



SAMSUNG LED Screen 2018 年30スクリーン計画発表も13 スクリーン止まり。 3D 対応モデルも発表 (5 千~7 千万円の高価格がネック)

韓国 2スクリーン(Lotte Cinema World Tower,Centum City)中国(北京、香港)、タイ、マレーシア、インド米国(カリフォルニア)、メキシコドイツ 2スクリーン、オーストリア、スイス





ソニー Crystal LED 2012 年ラスベガスで試作機展示 今後の展開は?

マイクロLEDは消費電流1/1000、発光速度1000倍する新技術 新型iPhoneはµLEDパネル採用へ開発加速

街頭展示LED (3mm) ・高精細映像ミニ LED (0.3mm) ・マイクロ LED (5~10ミクロン) 図 6 マイクロ LED スクリーンの登場

で急落している。また、蛍光体関連部品に ついても価格の急落があることから、レー ザー光源搭載プロジェクタの置き換えで問 題視されていた装置価格の高さは完全に解 消されていると言える。

図 4 は、CineEurope2017で Christie が今後のレーザー搭載機市場を予測した 講演資料であり、次世代メディアの動向を幅広く調査している Insight Mediaの Chris Chinockが Christieの新型レーザー光源搭載機 CP-4325のお披露目内容の紹介とともに引用している (https://www.insightmedia.info/christie-taking-rgb-laser-projection-to-mainstream-cinemas/)。

シネマプロジェクタの市場予測であり、2015年ではキセノン光源機が約1万5千台、レーザー+蛍光体機が400台、2016年ではキセノン光源機1万4千5百台、レーザー+蛍光体機が1千5百台と推移し、2018年はキセノン光源機4千台、レーザー+蛍光体機2千2百台、RGBレーザー機1千台と予測しており、2022年にはRGBレーザー機のみが1万8千台の出荷と推定している。レーザー+

蛍光体機の出荷量と RGB レーザー機の出荷量推移については、Christie が RGB レーザー機しか品揃えしていないのでなんとも言えないところであるが、この市場予測で衝撃的なのが 2021 年以降はキセノン光源機が市場から姿を消す予測となっているところである。昨年度の新規・更新需要の推定でもキセノン光源機のシェアは2割と推定されており、コダックの映画上映用フィルムの急激な衰退と撤退が思い出される新旧交代劇の幕開けである。

さて、米国内での Carmike 買収に始まり 欧州での Odeon/UCI 買収等々で 1,000 館・10,000 スクリーンの経営規模に到達した AMC は積極的な営業戦略を展開している。図 5 に示しているのは客席稼働率の向上に加えて大幅な客単価向上で AMC の業績を牽引している Dine-In シアターとリクライニングシートによる営業戦略である。 Dine-In はフルサービスの食事と飲み物を観客席に提供する映画館スタイルであり、現在全米 21 州で 42 の映画館に展開している。昨年末の投資家向け経営資料には、今後 255 館にまで拡大し、合わせてフル

サービスバーの MacGuffin も 288 館へ、そして日本でのドリンクバー形式の Coke Freestyle も 630 館(経営映画館の 9 割相当)へ拡大すると発表している。また、リクライニングシートにリニューアルしたスクリーン数も 680 スクリーンとなり、座席数は減るが集客数は前年度比で 47%増加したと発表している。この、顕著な営業効果から、他の映画館チェーンも追随し30%のスクリーンでリクライニングシート導入に踏み切っている。

図5の右上に表示しているのはロサンゼルス国際空港に隣接している高級住宅街マリーナ地区に立地している AMC Dine-In Marina 6の外観である。徒歩圏内に世界最大規模のヨットハーバーであるマリーナ・デル・レイや太平洋に沈む夕日の風景で有名なベニスビーチもある。乗り継ぎ便などの影響で空港近辺に急遽宿泊となった方は車で10分もかからない場所であり是非足を運んで Dine-In での映画鑑賞を楽しんでいただきたい。

さて、2012年のCESやNABでの お披露目以降具体的な事業戦略が見えて こないソニーの Crystal LED に比べて、 SAMSUNG の LED Screen は当初計画の 2018年度30スクリーンには到達しなか ったものの 13 スクリーンにまで展開して いる。韓国ソウルのロッテワールドタワー 内のロッテシネマに最初のスクリーンが設 置された。また釜山の釜山映画際会場で有 名な Centum City のロッテシネマにも設 置されている。その他のアジア地域では中 国が北京・香港、そしてタイ・マレーシア・ インドに設置され、ドイツに2スクリーン、 オーストリアとスイスにも設置された。米 国ではロサンゼルス郊外のバンヌイ空港近 郊の映画館にも米国進出第一号となるスク リーンが設置されハリウッド関係者の興味 を引いている。この他にメキシコにも設置 されているが、5~7千万と高価であり、 マイクロ LED の量産化に伴う価格低下が最 優先課題と言える。

一般的な街頭ディスプレイに使用されている LED ディスプレイは 3mm 前後のLED チップであるが、最近の展示会にはミニ LED と称される 0.3mm 前後の表面実

装型 LED チップを使用した高精細ディスプレイも展示されており、この LED スクリーンに使用されているマイクロ LED は5~10ミクロンの極小サイズであり、従来の LED に比べて消費電流は 1/1000のピコアンペア、発光までの応答速度は 1,000倍のピコセコンドとなり次世代ディスプレイの本命となる発光素子として注目されている。米国の国立標準研究所では 1ミクロンを下回るさらに極小サイズのマイクロLED 製造技術の開発に成功しており、来年発売される iPhone の表示パネルはマイクロLED が採用されるとの報道も出てきている。

したがって、モバイル系などでのマイクロ LED 量産化が進行すれば LED スクリーンも一挙に数百万円台にまで価格が下がってくる可能性も充分にあり、10年を待たずして映画館からプロジェクタが消えるのではとの予測記事も出現してきている。

さて、図7は今年8月に亡霊がよみが えったとして話題になっている "パラマ ウント同意書"https://www.justice. gov/opa/pr/department-justice-opensreview-paramount-consent-decrees)  $\mathcal{O}$ 見直しについての記事を紹介している。70 年前に連邦裁判所に提訴されたハリウッド スタジオによる映画館へのブロック配給契 約強制(大作の配給と合わせて B 級作品も 押しつける配給形態)や映画館チェーン全 体を一つの契約で縛る等の取引形態が独占 禁止法に違反しているとの訴訟に対して、 当時のハリウッドメジャースタジオで最大 規模であったパラマウントの役員を裁判所 に召喚して合意文書にサインさせた問題で ある。この、合意文書には、問題が解消さ れた場合の合意内容見直しや有効期間の規 定が無いこと等の手続き上の問題に加えて、 70年前とは映画興行ビジネスの形態が様 変わりしており、一つの都市に複数の映画 館チェーンの映画館が運営されており、し かも多数のスクリーンを設置したシネコン スタイルで営業されていることに加えて、 視聴者側にはネット視聴等を含めた多様な 視聴手段を自由に選択できることから、映 画制作・配給・興行関係者の意見聴取を行 って合意内容の見直しが必要かどうか判断

PARAMOUNT
CONSENT
DECREES
UNDER
REVIEW
CLOC HERE FOR MODE

DOJ To Review Paramount Consent
Decrees Governing How Studios
Distribute Movies To Theaters

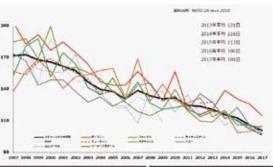
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees
The Real Impact of Getting Rid of the Paramount Consent Decrees

図7パラマウント合意の見直問題

70 年前のスタジオによる、強引な配給 契約や映画館経営参入が独占禁止法 に抵触するとの連邦裁判所判断の見直 しが開始され、業界関係者への意見聴 取が開始されている。

スタジオ再編や新興勢力参入で米国映 画興行業界の勢力地図が大幅に改変 される可能性が強い。

スタジオ参入? ネット企業参入? 新規ビジネス形態転換?



封切り3 週間でのプレミアム VOD は秒読段階

Amazon Film,NETFLIX は 封切同時配信を宣言

映画館でしか見られない! は崩壊 映画館でも見られますの時代へ

2003 Row 2000	2000 2001	tern hear hour ha	to Non Nev	JOHN JANE 2000 MILL	Mary Sairt St	or Note Store Sec.	
X993	2017 Eximin	リリースラインドウ 4ヶ州家性作品的	45月 遵守比率	3,951	2017 Rechitate	リリースちゃンドラ ンド有限が内容的	ラケ月 資介に単
ディズニー	8	4	50%	ディスニー		5	63%
フーナーブラザース	18	4	22%	/=-	29	14	48%
ライオンズゲート	20	3	15%	ライオンスタート	20	7	35%
/=-	29	4	14%	メジャースタジオ学問	133	44	33%
ジャースタジオ年内	133	17	13%	<b>プーナープラザース</b>	18	5	28%
ユニバーサル	22	2	9%	フォックス	- 25	2	20%
フォックス	25	0	096	オラマウント	- 11	2	28%
(ラマウント	11	0	096	ユニバーサル	22	4	3.0%

ネット視聴が 4K 主流となる中で 映画館が生き残る為には

画質・音響・サービス

大衆娯楽の原点回帰が必須

図 8 封切後 120 日ルールの崩壊

するとの宣言文書である。

パラマウント合意により、ハリウッドスタジオによる直営館は米国内から事実上消滅し、チャイニーズシアターの真向かいでディズニーが直営館として運営しているエルキャピタンが唯一の存在と言って良いが、当然のことながらディズニー作品しか上映しておらず、ロビーはディズニーグッズの売店であることから観光施設と言って良い映画館である。

さて、2年程度で司法省の判断がでると予想されているが、スタジオ自体もディズニーによる20世紀FOXの買収、AT&Tによるワーナー買収、ユニバーサルやパラマウントそしてソニーピクチャーの売却話などスタジオ再編を巡る話題には事欠かない現状では、ガラガラポンで何が起きるのかは想定不能との見方が強い。今月に入って、NETFLIXが作品制作に150億ドルの資金を調達し、収益源となっている独自制作のドラマ作品の新シリーズ投入や映画制作への体制強化を図っている。特に、日本のアニメ関連プロダクションは数年前から

NETFLIX からの受注が相次いでおり多忙を極めている。

Amazon Film を含めて、即戦力になる クリエーターの高給での引き抜きの話題に は事欠かない状況で制作側の勢力地図激変 が目前ではとの見方も強い。

図8に示しているのは、ハリウッド映画 の DVD 販売が開始された頃にスタジオ側 と映画興行側が合意した 120 日ルール (新 作映画の封切り後 120 日間は DVD 販売 を開始しない)の遵守状況である。グラフ で明らかなように、年ごとに DVD リリー ス迄の期間は短縮され2017年にはスタジ オ平均で101日となっている。封切り後 4ヶ月での DVD リリースを守った作品は 平均でわずかに 13% であり、フォックス とパラマウントは実にゼロである。ディズ ニーは配給作品数が少ない事もあり 50% の作品は 120 日ルールを守っている。そ して 90 日での DVD リリース比率となる とスタジオ平均で33%となり、ワーナー・ フォックス・パラマウント・ユニバーサル



封切後30日でAppleStoreVOD 解禁

パッケージメディア市場の 予想を超える縮小で費用回収 ビジネスモデルが崩壊

AT&T 傘下となることで、VOD 売上で収益力回復を狙う 2013 年 2,118 億円のDVD・電 子配信売上が2015 年では1,717 億円と20%低下。DVD市場は年 率30%で縮小。

一時代を築いたコンビニでの DVD 販売端末のREDBOX 社もい まや倒産寸前となる

図 9 ワーナーの 30 日 VOD 宣言

# 

#### **Smart Pricer**

航空券の早割と同様な発券システム 座席位置と発券状況により価格変動

発券は全て外部受託 発券窓口の無人化が進む欧州で拡大中





図 10 映画館チケットの動的価格変動制導入



### AMC Stabs<sup>R</sup> A☆LIST

月額\$19.95 (1年契約)で週3本:AMC 全作品 (IMAX at AMC, Dolby Cinema, PRIME at AMC, RealD 3D, BigD and D-Box)

60万人到達 910人/館 来客増 2730人/週 売店割引き、ポイント還元などの特典サービスも展開 観客動員は5% 以上増加、特に平日の客席稼働率向上が顕著

#### CineMark MovieCLUB 月額\$8.99 (1年契約)で月1本(2D作品のみ)

売店2割引き、ポイント還元などの特典サービスも展開

60 万人到達! 1400人/館

その他の映画館チェーンでも独自のサービス手法を展開しており、観客動員数の底上げが期待されている。 特別招待客のみへの見放題サービス等も話題になっている

図 11 映画館の定額鑑賞サービス拡大

は3割以下の作品しか90日も待てずにDVDリリースを行っている。毎年、繰り返されるリリースウィンドウ短縮に向けての駆け引きで先陣を切ってきたのがパラマウントであったが、2016年にワーナーが封切り後30日でプレミアVODを開始したいとのアドバルーンを映画興行側に投げかけた。下段に示している積み上げ棒グラ

フがワーナーの収益構造であり、最下段が映画興行による収益で、2段目が DVD &電子配信による収益、3段目がテレビ放映である。2013年では映画興行 2,158ミリオンドル・DVD &電子配信が 2,118ミリオンドルと、ほぼ同額の水準であったが、2015年では映画興行が 1,578ミリオンドル、DVD &電子配信の収益が 1,717ミ

リオンドルと上回っており、封切り後4週 間迄の興行収入が全興行収入の8割以上 となる作品が大半の現状では、話題性のあ る内にプレミアム VOD を開始することが 得策と判断したわけである。この30日 VOD 開始についての具体的な交渉を大手 映画興行チェーンと開始しようとしていた 矢先に AT&T による買収交渉が本格化し、 かつ独占禁止法に抵触しないのか。買収後 の経営体制、そして最も重要なハリウッド スタジオで最多の6千本をこえる映画作 品の電子配信に関わるインフラ構築等々の ごたごたが続いていたが、まもなく買収を 巡る一連の手続きも終了することから早け れば年内にも封切り後30日でのプレミア ム VOD が開始される模様である。さらに、 NETFLIX や AMAZON は当初から封切り 日と同時にネット配信することを宣言して おり、前述の高給によるクリエーター引き 抜きと合わせて数年内にはオスカー賞ノミ ネート作品の大半がネット系2社の作品に なるとの観測もでていることから、"映画館 でしか"鑑賞できない時代は終焉を迎えて、 "映画館でも"鑑賞できる時代が到来すると の危機感が映画興行関係者にはある。

この30日VODによる興行収入の減少 は確実に5%以上になるとAMC経営陣は 述べており、配給側との交渉では封切り週 で85%となり、週を経るごとに低下して いく作品レンタル料率の見直しが最優先課 題となることは確実であるが、映画館チェ 一ン自体での経営努力も必須となるために、 客席稼働率向上に向けて冒頭でも紹介して いるハード面での改良改善に加えて、魅力 ある会員カードの発行により、映画館経営 で最大の課題である平日の客席稼働率向上 に直結するソフト面での手法を開発してい る。発表後に、ユーザーから支持を得て順 調に会員数を増やした AMC による定額見 放題サービス(正確には割安映画鑑賞)が 図 11 の AMC Stabs A ☆ LIST である。

月額 \$19.95 の年間契約で週三本の全作品 (IMAX at AMC、Dolby Cinema、PRIME at AMC、RealD 3D、and D-Box)が鑑賞できる会員カードで、売店購入の10%割引きやポイント還元による特典チケット等のサービスから会員数は60万人に到達している。AMC の映画館平均では

910人の会員数となり、週3回の映画鑑 賞により、週当たりの来館客数が2.730 人増加となる。当然のことながら都市部の 映画館では会員数が集中し週当たり 5,000 人以上増加していると推定され AMC 全体 での観客動員数は5%以上増加し、特に平 日の客席稼働率向上が顕著であり、まもな く発表される年度会計報告でどのように収 益構造が改善されているのか興味深いとこ ろである。

また、図 12 には会員数 300 万人突破で 話題を集めた moviepass の現状である。 以前の連載記事でも指摘しているが月額 \$7.95 での映画見放題では映画館へのチケ ット代金支払い資金が枯渇し、料金引き上 げや鑑賞作品数の引き下げなどを行ってい るが焼け石に水で、6割以上の会員がキャ ンセルとなり、運営会社の株価は 0.016 ドルとバブル崩壊後の山一証券株を思い出 させる水準にまで下落している。

最後に図10で紹介しているのが、以前 の連載記事でも紹介した映画館チケットの

movie pass. 0.016 USD -0.00000 (1.67%) + RANN 0.017 Pinto

LANCES

図 12 moviepass の失速

動的変動価格によるチケット発券をサポー トするスマートプライサである。映画館の スクリーン側や、左右壁面などの最適鑑賞 位置とは言えない座席を早割で低価格で発 券し、発券状況や作品の知名度・集客状況 により日々刻々と割引対象とする座席位置 や座席数を変動させて電子発券するシステ ムの運営を受託するビジネスである。欧州 地域では発券窓口の無人化が進んでおり、 空港での e チケットと同様にスマートホン でのチケット画面提示により館内への入場 を行う。このスマートプライサを導入した 映画館は、この運営会社へのリンクを張る だけで動的価格変動型の発券が行えること

月額\$7.95で映画見放題を標榜し、300万会員も

現在は\$43.95(月三本) ~ \$73.95(月三本: IMAX 含む)

映画ファンのビッグデータ市場を開拓!! の触れ込みは完全 に空手形。

上映された映画の観客動向には顧客は無い スクリーン広告市場との連動も無く不発

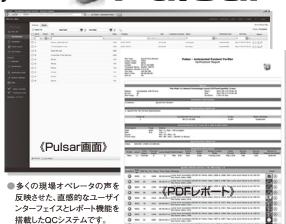


から、欧州地域で実績を上げており、同社 のウェブサイトでは日本市場も視野にいれ て日本語表示の WEB も立ち上げているこ とから近日中に、近所の映画館がこの発券 システムに切り替わっている可能性がある。

今月号では、映画興行関係者向けに行っ た講演資料を基にして、現在の映画興行を 取り巻く話題を俯瞰する形で紹介さしてい ただいた。

> Ichiro Kawakami デジタル・ルック・ラボ





- ■コンテンツファイルのコンテナ、 メタデータ、AVフォーマット、そ の他品質パラメータを解析テ ンプレートに従って高速に自動 品質評価します。
- ●特定の検証プロセスに適用できるルール/プロファイル/テンプレートを独自に 定義できます。
- ■HLSやSmooth StreamingフォーマットなどのAdaptive Bitrateコンテンツの 解析に対応しています。
- ●ハーディングPSE解析エンジンをオプション追加可能です。

/T^^"" 伊藤忠ケーブルシステム株式会社 **///OGHU** クロスメディアソリューション本部 TEL.03(6277)1851

〒141-0022 東京都品川区東五反田 3-20-14 高輪パークタワー