

令和4年度事業報告書

自 令和4年4月1日

至 令和5年3月31日

一般財団法人 日本音楽産業・文化振興財団

JMCE

【はじめに】

当財団は、日本音楽の海外進出のハブとなるべく、本年度も 19 回目を迎えた「東京国際ミュージック・マーケット (TIMM)」を中心に事業を展開してきた。

その 19thTIMM は、世界各国で新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) による規制が緩和されている状況を鑑み、3 年ぶりとなるリアル会場開催を再開し、併せて、会期中に渋谷会場に來れない国内外の業界関係者もサポートするべく、「リアル会場+TIMM ONLINE」という初のハイブリッド形式での開催を予定していたが、2022 年 8 月末時点における日本国内での新型コロナウイルスの新規感染状況から、当初予定していたフルスペックのハイブリッド開催を断念せざるを得ない状況となった。

開催方法の見直しによる変更点は商談ブースの設置取りやめにて、丸二日間にわたり商談ブースに参加者が常駐するリアル会場での商談会は非常に高い感染リスクを伴うことから、商談会は「TIMM ONLINE」を使用したオンライン開催をベースにしつつ、リアル会場への来場者を出展者やセミナー・ショーケースライブの関係者と海外バイヤーなど一部の関係者のみに限定し、それら来場者が自由に商談やネットワーキングを行えるスペースとして「商談ラウンジ」を設けて展開した。また、ショーケースライブとビジネスセミナーについてはリアル会場を収録、並びに生配信会場とし、会場での参加とオンラインを融合させて実施した。

全世界的な新型コロナウイルスの感染拡大はその他の公募助成事業や内外交流事業についても影響が続いており、各国のイベント等が休止やオンライン開催になったことから海外への渡航を伴う施策の実施は見送らざるを得ない状況となった。

しかしながら、次年度については日本においても感染症法の扱いが引き下げられ、ゼロコロナ政策等を続けてきた中華圏も規制が緩和されたことから、先行して緩和してきた欧米も含め、いよいよ完全なるアフターコロナのフェーズに入ってくる。

令和 5 年度は当財団設立 30 周年イヤーとなり、TIMM の開催も 20 回目の節目を迎える年にて、新型コロナで停滞したリアル活動 (オフライン) による海外展開の 3 年間を一気に取り戻すべく、TIMM を中心に様々な事業を強化し、日本音楽の海外進出をサポートしていく。

【主要事業】

1. 実施事業 (公益目的支出 対象事業)

(1) 「第 19 回東京国際ミュージック・マーケット (19thTIMM)」の開催

※定款第 4 条 (4)

日本音楽の海外進出を支援する国際見本市として、令和4年10月17日から3日間、渋谷ストリームホールと特設サイト「TIMM ONLINE」にて19thTIMMを開催した。本マーケットは、「海外バイヤー等との商談会・ビジネスマッチング」、「海外進出等をテーマとしたビジネスセミナーの開催」、及び「海外バイヤーに直接パフォーマンスをプレゼンできるショーケースライブの開催」を柱に実施しており、今年度も経済産業省、及びVIPOとの共催事業として開催した。

なお、出展者、及び海外バイヤーはコア日となる10月17日～19日以降も商談機能の利用やセミナー、ライブ等のアーカイブ視聴が可能にて、中長期でのビジネス展開もサポートしている。

実施内容の詳細、結果等は以下の通り。

○実施概要

名称： 第19回東京国際ミュージック・マーケット（19thTIMM）/TIMM ONLINE

日程： 令和4年10月17日（月）～19日（水）

会場： 渋谷ストリームホール（商談ラウンジ、ショーケースライブ、ビジネスセミナー）

TIMM ONLINE（商談・ネットワーキング、ショーケースライブ、ビジネスセミナー）

<https://www.timmjp.com/en/market/>

TIMM サイト（公式サイト） / <https://www.timmjp.com>

主催： 経済産業省、特定非営利活動法人 映像産業振興機構（VIPO）、

一般財団法人 日本音楽産業・文化振興財団

後援： 一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会、

一般社団法人 私的録音録画補償金管理協会、

一般社団法人 日本音楽事業者協会、一般社団法人日本音楽出版社協会、

一般社団法人 日本音楽制作者連盟、一般社団法人日本音楽著作権協会、

公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会、独立行政法人日本貿易振興機構、

一般社団法人 日本レコード協会（50音順）

来場者数：（左・コア日10/17～19 / 右・11月20日までの累計数 ※数字はのべ数）

期間中総来場者数：12,147名 / 20,288名（リアル会場+TIMM ONLINE+YouTube）

（内訳） ・渋谷ストリームホール来場者数：240名

・TIMM ONLINE（ビジネスエリア）来場者数：4,580名 / 12,721名

・ライブ視聴者数：合計7,365名 / 7,402名（YouTube 7,327・TIMM サイト 38）

・セミナー視聴者数：794名 / 1,211名

・出展数：22社・団体（掲載アーティスト数336組）

・海外バイヤー登録数：280名 / 280名～37ヶ国・地域

・オンラインビジター登録者数（無料）：294名 / 304名

・オンライン来場者参加国数：79ヶ国・地域

○各パート別詳細

商談会、ネットワーキング

・渋谷ストリームホール「商談ラウンジ」

来日した海外バイヤーと出展者が対面での商談等に利用できるフリースペースとして「商談ラウンジ」を渋谷ストリームホール5階に設け、商談・ネットワーキングの促進を図った。

・TIMM ONLINE

出展者はTIMM ONLINE内に自社ページを持ち、ページ内で自社アーティスト等のプロモーションを、MV動画や自社紹介のプレゼンテーション動画も用いながら展開。

担当者ページやバイヤーページにはAIによる多言語翻訳機能を備えたメッセージの受送信機能を実装しており、出展者はバイヤーリストから選んだバイヤーに、バイヤーは出展者ページから興味のあるアーティスト、出展者へコンタクトが取れる仕様になっている。

なお、バイヤーリストはジャンル別、国・地域別等、詳細の絞り込みやリアルタイムでログイン中の参加者の検索機能を備えているが、今年度は更に直近2ヶ月以内に登録した新規海外バイヤーの表示も可能となり、参加者の利便性を高めている。

ビジネスセミナー

日本音楽の海外展開を進める上で関心・注目度の高いテーマを抽出し、関係団体等と連携しながら10月18日(月)～19日(水)の2日間で6本のセミナーを実施。6本の内訳は、渋谷ストリームからの生配信が3本、事前収録済のセミナー映像の上映・配信が3本にて、リアル会場来場者は、同セミナー会場で全てのセミナーの聴講が可能となっている。

各セミナーのテーマ、概要等は以下の通り。

○10月18日(火)(以下、敬称略)

①11:00～ (事前収録映像)

<テーマ>「世界の音楽フェス・イベントのリアルな現実と未来」

<概要>21世紀始まって以来の世界的な感染症拡大やウクライナ問題によるエネルギー不足などの社会的緊急事態は、音楽業界にも大きな変革をもたらし続けている。特に、音楽フェスティバルやコンサートは時代に即した変容を余儀なくされているが、その変容のあり方はマーケットそれぞれが抱える事情により様々である。このセミナーでは、いくつかの国の代表者によってそれぞれの国の音楽イベントの現状と今後の展望が語られる。

<モデレーター>

津田昌太郎/Festival Life 編集長

<スピーカー>

Andy Jones/FOCUS Wales, Co-Founder & Music Programmer (UK)

Evelyn Sieber/Reeperbahn Festival, Head of Sales & Partnerships (Germany)

②14：00～ （会場からの生配信）

<テーマ> 「Z世代の音楽事情」

<概要> 音楽業界とマーケティング業界の両方で活躍する山口夕依氏が、Z世代の音楽への向き合い方についてカスタマージャーニーに沿って解説。Z世代がどのような音楽を求め、それらの音楽とどこで出会い、どのように共有し、ファン化するのかなどを分析しながらZ世代の音楽事情をつまびらかにする。

<スピーカー>

山口夕依/作曲家、音楽プロデューサー、マーケティングプランナー

③16：30～ （会場からの生配信）

<テーマ> 「中東におけるエンターテインメント・マーケット戦略」

<概要> 2019年、経済多角化の一つとしてエンタメ・観光推進の政策を打ち出し観光ビザを解禁、非ムスリムの観光に門戸を開いたサウジアラビア。中東（中東・北アフリカ）のエンタメ産業は今、世界中から大きな注目を集めている。そして、この変革に伴い日本のアニメが広くアラブ諸国に根付いているという現実が浮き彫りとなりつつある。本セミナーではアラブのエンタメ産業への日本企業の取組や今後の展望が、それらのプロジェクトに関わるクリエイター達により語られる。

<モデレーター>

鷹鳥屋 明/某エンタメ企業のビジネスマン

<スピーカー>

和田 薫/作曲家

○10月19日（水）（以下、敬称略）

①13：00～ （事前収録映像）

<テーマ> 「アセアン地域における MUSIC x TikTok（SNS）ストラテジー」

<概要> 音楽業界において曲のプロモーションや話題作りをする上で大きな役割を果たす SNS。昨今のヒット曲の多くは、指先のスクロールや曲のシェアによって生まれ、それには理由がある場合もあればタイミングが絶妙だったという場合もある。音楽がどのように拡散され、リスナーのプレイリストに反映されるかについて、様々な視点を持つ APAC 地域で活躍する代表者等が徹底討論。

<モデレーター>

Aki Yamaguchi/KOL クリエーター戦略、SFV スペシャリスト、コンテンツ・クリエイター、Tiktoker (Thailand/Japan)

<スピーカー>

Tik Playground/Home Run Music, Executive Producer, Singer and Song Writer, Playground Band, vocal (Thailand)

Laras Anggoro/Influencer Manager (Indonesia)

②15:00～ (会場からの生配信)

<テーマ>「海外での邦楽曲の利用 (YouTube (Google)) に係る著作権使用料の更なる徴収増加を目指して」

<共催>一般社団法人 日本音楽出版社協会

<概要>YouTube をはじめとする DSP において様々な形態により邦楽曲が配信・利用されており、その際の著作権使用料の徴収が正確になされているのか音楽出版社をはじめとする権利者にとっては確認することが難しく課題となっている。そのような中、著作権使用料の徴収の最大化をサポートする企業が出現し、その一社である Muserk 社からの提案を受け実証実験を行った結果、一定額の収益化が実現することとなった。そこで、今回、更なる徴収・収益の増加を目的として、Muserk 社および同社と同様の活動を行っている Orfium 社をお招きし、上記テーマについてのお話を伺うこととした。併せて、第1部では、YouTube (Google) 社から「YouTube における海外での邦楽曲 (音楽著作権) の収益・分配の考え方」について説明をいただくこととした。

<モデレーター>

見上チャールズ一裕/MPA 理事 グローバルビジネス委員会委員長、
ソニーミュージック・パブリッシング代表取締役

■第一部：「YouTube (Google) における邦楽曲 (音楽著作権) に係る収益・分配の考え方」

<スピーカー>

鬼頭武也/グーグル合同会社 YouTube 日本音楽パートナーシップ統括部長

■第二部：Muserk 社、Orfium 社によるパネルディスカッション

<スピーカー>

Paul Goldman/Muserk, LLC, CEO

Alan Swarts/Breaker Inc., Chief Executive Officer (Orfium Japan)

③17:00～ (事前収録映像)

<テーマ>「海外の映像作品で日本の楽曲が流れるために、今すべきこと～最新ハリウッド映画のシンク例から学ぶ」

<共催>特定非営利活動法人 映像産業振興機構 (VIPO)

<概要>日米のシンク・ビジネスの違いを解説しながら、「海外で日本の楽曲がシンクされるためにできること」をテーマにしたパネルディスカッション。ハリウッドを代表するミュージック・スーパーバイザーであり、映画「ブレット・トレイン」で多くの日本語楽曲を採用したケント氏や、日本人初の作家エージェントであり、音楽プロデューサーとして日米で活躍する備氏が映画やゲームの実例を交えながら解説。ロサンゼルスからお届けする。

<モデレーター>

田端花子/VIPO エグゼクティブ・ディレクター、ユーマ(株) 取締役

<スピーカー>

Season Kent/ミュージック・スーパーバイザー

備 耕庸 (そなえ・こうよう) /音楽プロデューサー

ビジネスプレゼンテーション

10月17日(月)～19日(水)の3日間で9本の出展者や海外イベント主催者らのプレゼンテーション動画を「TIMM ONLINE」にて公開した。

○海外バイヤー・イベント主催者プレゼン5本(ABC順)

- ・FOCUS WALES 2021 by Andy Jones (FOCUS Wales)
- ・JADE MUSIC FEST (Canada)
- ・Soundscape Records by Mak Wai Hoo (Malaysia)
- ・SPIKE -Bulgarian Music Showcase (Bulgaria)
- ・Reeperbahn Festival (Germany)

○出展者プレゼン4本(ABC順)

avex group / DREAMUSIC Inc. / JVCKENWOOD Victor Entertainment Corporation / NBC Universal Entertainment Japan LLC

ショーケースライブ

3日間で14組が出演。会場内での新型コロナウイルスの感染防止対策として、当初予定していた全編の生配信を取りやめ、当日に事前収録した映像をTIMM ONLINEのビジネスエリア来場者向けにTIMM ONLINEにて配信すると共に、国内外の一般視聴者向けにYouTubeでも配信した。配信開始時間については、海外視聴者のデイトimeを優先し、全日とも夜22時からの配信とし、かつ配信終了後は24時間限定のアーカイブ配信をする事により、時差による見逃しの回避を図った。

なお、リアル会場来場者はライブ収録中の観覧が可能となっている。

○日程 10月17日(月)～19日(水)

○会場 渋谷ストリームホール6階

○出演者 (出演順/3日間合計14組が出演)

10月17日(月)

でん舎(1日目)、Flesh Juicer(台湾)、mona+、Alisa、BPM15Q

※「でん舎」については、日本の伝統文化の発信にも繋がる事から、出演持ち時間を2日間に分割しての出演となり、両日ともオープニングアクトを務めた。

10月18日(火)

でん舎(2日目)、・エコツミ・、ナノ、Kazuo、ulma sound junction

10月19日(水)

アイラブミー、monje、ウソツキ、LAYRUS LOOP、TRIDENT

TIMM ショーケースライブシリーズ 2022

会期終了後の「TIMM ONLINE」サイトへのアクセスが落ち着く時期に再度商談等の活性化を図るべく、前年度に実施し、効果の高かったショーケースライブと個別商談会をセットにした「TIMM ショーケースライブシリーズ」を継続実施し、ビジネスマッチングの更なる活性化を行った。なお、今年度は実施効果を更に高めるべく、YouTube のイベントとも連携して実施している。

○「TIMM ショーケースライブシリーズ 2022 vol.2」実施概要

配信日時：2022年5月6日（金）～8日（日）

出演者（4組）：和楽器バンド、EMMA WHALIN、ヒグチアイ、MIYAVI

※YouTube Music Weekend vol.5 との連携により、同イベントのスケジュールに沿って配信

※ライブ映像はTIMM ONLINE と各出演者公式YouTube チャンネルにて展開

個別商談会：2022年5月19日（木）・20日（金）13:30～18:30

・ライブ出演者側全4社（10名）、海外バイヤー3名が参加

・個別商談会はZOOMを使用し、1スロットあたり20分の商談・ネットワーキングを実施

※商談時のサポートとして逐次通訳も同席

○「TIMM ショーケースライブシリーズ 2022 vol.3」実施概要

配信日時：2022年11月25日（金）～27日（日）

出演者（3組）：MADKID、Dios、春ねむり

※YouTube Music Weekend vol.6 との連携により、同イベントのスケジュールに沿って配信

※ライブ映像はTIMM ONLINE と各出演者公式YouTube チャンネルにて展開

※個別商談会は、TIMM ONLINE のツールを使い、出演者側主導の実施形態にトライした

2. その他事業(公益目的支出 対象外事業)

(1) アニソン情報検索サイト「JAPAN ANIME MUSIC LAB.」の運営

※定款第4条(2)

2018年2月に開設したアニソンの海外展開支援サイト「JAPAN ANIME MUSIC LAB.」を今回の19thTIMMの開催に合わせてTIMMサイトに統合し、双方の利用者の利便性を高めると共に、海外の業界関係者のみならず、一般ユーザーも含めたBtoB&Cサイトとしてコンテンツの充実を図り、サイトの活性化に結び付けた。

なお、統合後もTIMMサイト内に新たに「JAPAN ANIME MUSIC LAB.」特設ページを展開し、これまで「JAPAN ANIME MUSIC LAB.」内に掲載してきたウィークリーランキングチャートの情報などは今後も継続して掲載していく。

※統合後のTIMM ONLINE アニメジャンル登録アーティスト数：73組/6社

(2) 公募助成、スカラシップ支援等

※定款第4条(2)(3)

本年度も全世界的な新型コロナウイルスの感染状況により各国のイベント等が休止やオンライン開催になったことから、オフラインでの海外展開に関する施策の実施は見送らざるを得ない状況となった。しかしながら、次年度については冒頭記載の通り全世界で新型コロナウイルスの規制緩和が本格化する事から、日本音楽の海外展開に効果的な施策を検討し、実施していく。

(3) 内外交流事業

※定款第4条(5)

本事業についても上記(2)同様、新型コロナウイルスの感染拡大による海外イベントの状況から、渡航を伴うアーティスト派遣や交流事業の実施を見送る事となった。その中で、海外でのオンラインイベントへのアーティスト出演(ライブ動画配信)斡旋等で友好関係は維持できしており、次年度についてはアフターコロナを踏まえたリアルイベントへの参加も含め、効果的な施策を検討し、実施していく。

(4) 文化庁海外展開支援事業

今年度より文化庁が開始した、令和4年度「トップレベルのアーティスト等の人材育成及びキャリア形成支援を通じた文化芸術のグローバル展開事業」のうち、下記2事業について当財団が事務局業務等を請け負い、日本音楽の海外展開に寄与した。

① 「我が国文化芸術のグローバル展開に資するカンファレンス等の実施事業」

イベント名 : TIMM ビジネスセミナー in サマーソニック 2022

日程 : 2022年8月20日(土)~21日(日)

会場 : サマーソニック 2022 東京会場(幕張メッセ内セミナー特設会場)

配信 : JMCE 公式 YouTube チャンネル (<https://www.youtube.com/user/promictv>) 他

・各セミナーは生配信終了後に1週間アーカイブで配信

・上記1週間のアーカイブ期間終了後、「TIMM ONLINE」にて

TIMM 参加者向けにアーカイブ配信を継続

主催 : 文化庁、TIMM 事務局(一般財団法人日本音楽産業・文化振興財団)

期間中、サマーソニック 2022 東京会場内にセミナー特設会場を設置し、同フェスの今年のテーマである音楽とアートの融合に関するセミナーも含め、2日間で以下5本のセミナーを実施した。

<8月20日>

- セミナー1 (13:10~14:05) 「Making of ‘Music Loves Art in Summer Sonic 2022’」
セミナー2 (15:00~16:00) 「インディペンデントレーベル事業者の国際団体WINの会員としてグローバル展開の支援をする IMCJ の役割と今後の展望」
セミナー3 (17:00~18:00) 「The future story of AREA DIP 2022 in MIDNIGHT SONIC」

<8月21日>

- セミナー4 (11:00~12:00) 「ミュージックジャケット&アートワークの未来を考える」
セミナー5 (14:00~15:00) 「Web3/NFT/メタバースから発信するアート、エンタテインメントのグローバル展開と未来」

- ② 「ポピュラー音楽 (J-POP やダンスミュージック、アニメソング、アイドルカルチャー等) の分野における我が国のアーティストの国際的活動の拡大促進に向けて、海外に派遣すべきアーティストの選定や派遣先での評価形成に繋がる活動の立案等の準備事業」

本事業は、日本アーティストのグローバル展開に関する活動を支援するプログラム、及びグローバル展開に資する人材育成・仕組みづくりの支援を行うもので、当財団は、北米、及びASEAN地区においての支援対象となる日本アーティストの選定業務を行った。

具体的な選定作業は、当財団の会員社 (団体会員の加盟社含む)、およびTIMM 出展者に公募し、当財団会員社から選出された委員で構成する選定委員会にて第一次選考となる 15 組を選出。第二次選考は、北米地区の事業を行う Project Astri, Inc. 社、タイ地区を担当する株式会社 KSR 社との面談 (ヒアリング) を経て支援アーティスト 9 組が決定した。

【運営体制】

1. 評議員会
2. 理事会
3. 三役会
4. 評議員選定委員会

以上