

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5回「『デジタルコンテンツ白書2016』のデータから視える音楽ビジネス近未来」





- 第1回「音楽業界における主役の交替、CD からコンサートへ」(18号)
- 第2回「コンテンツビジネスの環境変化とスタートアップの優位性」(19号)
- 第3回「グローバルプラットフォームとどう向き合うか?」(20号)
- 第4回「犬は吠えるがデジタルは進む」(21号)

* これまでの全記事をウェブでお読みいただけます http://ip-edu.org/ipmr koukaikiji

知財ホルダー向けのエンタメビジネスコラムの第5回。僕が編集委員を務める経済産業省監修の『デジタルコンテンツ白書2016』が9月1日に発刊されます。音楽部分は6年続けて、執筆を担当させていただいています。今回のコラムでは、白書の概要を紹介しながら、昨年から今年への傾向で見えてきたこと、そして来年以降の音楽ビジネスの展望について白書のデータから読み取れることをまとめたいと思います。

今年の執筆については、僕が主宰するニューミドルマンラボの有志が協力してくれたので、高い視座から幅広く音楽ビジネスを捉えることができたのではないかと自負しています。興味のある方はご覧になって下さい。

2015年の特徴は、3年ぶりにレコード産業の売上が昨年比でプラスになったことです。2012年の増加が、東日本大震災の反動による値で、1998年のピークから減少トレンドが15年以上続いている日本の音楽業界にとって、転換点になるのかもしれません。理由はストリーミングサービスの伸張です。

欧米に比べると約5年遅れていますが、2015年は日本における音楽「ストリーミング元年」でした。LINE MUSIC、AWA、そしてグローバルサービスである Apple Music と Google Play Music が日本でもサービスを開始しました。これら「オンデマンド型ストリーミングサービス」は月額1000円程度で聴き放題が一般的な値付けです。有料会員は公式には発表されていませんが、約100万人と推測されています。市場規模としてのインパクトはまだ大きいとは言えません。

2015年の日本のレコード市場を押し上げたのは、「多チャンネルラジオ型」のストリーミングサービスです。代表的なサービスは月額300円または500円で会員数が362万人のNTTドコモのdヒッツです。このタイプのサービスの問題点は、アクティブユーザー率が異常に低いことです。正式には発表されていませんが、月額に1回以上アクセスするユーザーが10%前後だと言われています。音楽サービスは習慣性がありますから、アクティブユーザー率はデイリーで見てもよいくらいで少なくとも週数回程度使っているのが、本来の定義のアクティブユーザ

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ト「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。

ーでしょう。では、何故そんなにユーザーから支持されてないサービスが大きな売上を上げているのか。それは、「レ点営業」と言われる、ドコモショップでのバンドル販売です。ユーザーが解約し忘れていることで売上が立っている状態は、短期的にはメリットがあっても、コンテンツ産業の振興という観点では、マイナスだと思います。アクティブ率が低いサービスは「レ点営業」から外す、解約方法をきちんとユーザーに伝えるなどは総務省から明確なガイドラインを出すべきではないでしょうか?

オンデマンド型ストリーミングサービスでは、世界でNo.1のSpotifyが遂に日本でもサービスを開始します。これまで日本になかった「フリーミアム」モデルで、無料サービスからの高いコンバージョン率を誇る、世界の音楽ファンから支持されたSpotifyの日本開始を期待したいです。

もう一つ注目のデータが、レンタル CD 売上の減少です。微減を続けながらも存在感を保っていたレンタル売上が、2015年は、前年比 12.7%減の 386億円に大きく下落しました。世界に類を見ない CDのレンタルという業態は、iTunes Store などのダウンロード型音楽配信には勝利しましたが、ストリーミングサービスの普及で、遂に歴史的な役割を終えようとしています。

ストリーミングサービスで、CD レンタル業は終焉しますが、パッケージ市場が無くなるわけではありません。音楽消費の主役の座は、スマートフォンなどで便利に聴けるストリーミングに譲るかもしれませんが、アーティストとの関係性の証、コレクションの喜びなど、パッケージでしかできない体験があるからです。その証拠として、アメリカ市場におけるアナログレコードの伸張のデータを白書内に示しました。アメリカ音楽市場では、2014年にストリーミングサービスがダウンロード市場を上回り、パッケージ市場は下落を続けて第3位となっていますが、その中でアナログレコード市場は前年比10%以

上の増加を続けています。2015 年はパッケージ市場においてアナログレコードの割合が 20%にまでなりました。コレクションとしては CD よりレコードが優れているということなのでしょう。これからも音楽消費の重要な役割をパッケージが担うことになるでしょう。

日本における大きな問題として、オリコンシングルチャートの形骸化があります。5年にわたって、コンテンツ白書で指摘を続けているのですが、一向に改まらないので、今年は、対抗馬であるビルボードジャパンのチャートの年間の上位30曲を図表で比較しました。シングルCDの購入枚数は、既に人気楽曲の指標にはなっていません。熱量が高い、平たく言うとお金をたくさん使ってくれるユーザーパワーの指標になっているのです。市場を活性化するためには、興味を喚起するランキングが重要です。オリコンシングルチャートをマスメディアが採り上げるのは止めて欲しいと思います。

もう一つ日本独自の課題として、インターネット ラジオの普及があります。欧米ではインターネット ラジオ局が音楽市場の活性化に役立っていますが、 日本ではまだ存在感が薄いです。理由は、著作権法 における取り扱いにあります。アメリカでは、DMCA (デジタルミレニアム著作権法)を 2000 年から施 行して、ウェブキャスティングを明確に定義、放送 に準ずる形で、報酬請求権型のルールにしました。 SoundExchange という NPO 法人に届出すればネッ トラジオ局が誰でもできるようにしたのです。個別 許諾が無いとウェブキャスティングが行えない日本 のルールは国際標準から大きく外れています。日本 型 DMCA 法、日本版 SoundExchange の設立が急務 と考えます。インターネットの雄、楽天が7月から 始めたインターネットラジオプラットフォーム 「Rakuten.FMI の普及に期待したいです。

JRC とイーライセンスが合併してできた NexTone

社への期待は以前書いたので、そちらをご覧ください。著作権徴収手数料の適正化としての JASRAC への対抗馬の役割も重要ですが、それ以上にグローバル音楽市場での役割に期待しています。

大きなトピックとしては、風営法の改正もあります。音楽を中心に様々なカルチャーのインキュベーションを担ってきたクラブの灯火が消えなかったこと、それが音楽家や業界関係者の地道な努力で行われたことに惜しみない賛辞を送りたいです。日本にとって重要になっているインバウンドにおいても非常に重要です。二度目のオリンピックを迎える東京の観光都市としての魅力にナイトエンターテインメントは欠かせないものですから。

日本人アーティストの海外進出は、レコード会社の関心は低いままですが、各マネージメント事務所は非常に積極的な姿勢を続けています。そんな中で、今年は、BABYMETALが大きな成果を上げました。4月23日付のBillboard200の総合アルバム・チャートで39位となり、坂本九の14位に次ぐランキングを得ました。ハードロック/ヘビーメタルというグローバルニッチの音楽シーンと、アイドルというクールジャパンの打出し。2つの文脈(コンテキスト)を掛けあわせたマーケティング手法と丁寧でレベルの高いクリエイティブは、他のアーティストにとっても参考になる成功事例と言えるでしょう。

コンテンツの流通の中心がスマートフォンになっている「スマホシフト」の流れの中で、若年層から大人気のコラボレーションアプリ「nana」で起きた現象も紹介しました。ユーザーが 200 万人を超えたnana 発で、廣野ノブユキという 25 歳の銀行員の「Rainy」という楽曲が、3000 以上のパターンでユ

ーザーに歌われ、60万回以上再生されたのです。第 一興商がカラオケ配信楽曲に取り入れ、新しい「カ ラオケヒット」の形が生まれようとしています。

SNS を使って誰でも情報発信ができる時代では、セルフプロデュース力が高いアーティストが活躍するようになるでしょう。TuneCore という音楽配信のソリューションを提供するサービスが、これまでの3年間で6億円以上をアーティストに分配したと発表しました。TuneCore を使えば、誰でも世界中の音楽配信サービスで作品をリリースすることができるのです。

そんな中で、レコード会社の役割はどうなるの か? レコード会社で無ければできないことという のは、ほとんど無くなってきています。効率性を意 識すると従来型のビジネスとの接点などで有利性は 残ると思いますが、現在のレコード協会加盟社 20 社は多すぎます。大型再編は不可避でしょう。日本 人が見逃しがちなのは、世界視点で言えば、エイベ ックスやビクターはインディーズレーベルだという ことです。グローバルではメジャーレーベルは、ユ ニバーサルミュージック、ワーナーミュージック、 ソニー・ミュージックの3社に集約されていまます。 それ以外のドメスティックメジャーレーベルは、世 界視点ではインディーズレーベルです。音楽配信サ ービスとの交渉力、効率性を高めるために、そして 海外市場に出て行くために効率性を高めるという 「攻めの姿勢」での再編が進むことを期待します。

VR とスタートアップへの期待についても、注目のサービスを中心に紹介しました。僕自身、音楽プロデューサーのテーマとして、テクノロジー活用、グローバル市場、異業種連携の3つを掲げています。大企業の研究所やスタートアップと連携して、テクノロジーで音楽表現を拡張するプロジェクトを立ち上げようと準備しています。もちろん市場はグローバルです。

http://ip-edu.org/library/pdf/ipmr/IPMR20_30_34.pdf

^{*} 第3回「グローバルプラットフォームとどう向き合うか?」(20号)

さて、今回も知財ホルダー向けの無料セミナーを 行います。音楽、エンタメ業界の近未来について真 剣に考えたい方は、足をお運びください。

東京コンテンツプロデューサーズ・ラボの協力を 得て、「ニューミドルマン養成講座」も年2~3回の ペースで行っています。

紙面だけではお伝えできない内容、オフレコのお

話など、より実践的な内容になるかと思います。知 財ホルダーの活躍への期待は高まっています。その ための戦略をお伝えしますので、できれば具体的な 質問を持って、足をお運び下さい。どんな質問にも 本音でお答えするつもりです。

(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

<本コラム連動>9/21 無料セミナー

「エンターテイメント業界の近未来と知的財産活用によるビジネス」開催

本コラム執筆者の山口哲一氏が、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 "エンターテイメント業界の近未来と知的財産活用によるビジネス"をライブで語ります。

【セミナー講師山口氏より】

「日本が「先進国」として元気で要るためのキーワードは、エンタメ、観光、テクノロジーであることは異論はないと思います。今後あらゆる業種で進む、テクノロジー活用、グローバル市場展開、異業種連携。コンテンツ系スタートアップを支援する START ME UP AWARDS オーガナイザーと

しての新市場への知見や音楽プロデューサーでの現場体験に基づき、これから の知財ビジネスが音楽業界、エンターテイメント業界において、どのように展 開していくのかを紐解いていきます。

また、他業界での知財展開の可能性を、参加者の皆様とのディスカッションも 踏まえ議論を深めていく予定です。」

(講師プロフィール)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ト「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。



本コラムには書かれない貴重な話も聴ける機会ですので、お見逃しなく。 これからのビジネスの可能性と、知財の資格を活かすためのヒントをみつけてみませんか。

日時:2016年9月21日(水)19:30~21:00

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: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

以下よりお申込みください(9/19申込締切)

http://tcpl.jp/archives/2495

知的財産管理技能検定1級(コンテンツ専門業務)実技対策講座

🛗 2016年10月13日 (木) 💮 18:45 ~ 22:00

知的財産管理技能検定2級対策講座

| 2016年9月24日・10月2・8・22・29日 各土曜日(10/2のみ日曜日) (※10:30 ~16:15

第5期ニューミドルマン養成講座「Jエンタービジネスの近未来」

日本が「先進国」として元気で要るためのキーワードは、エンタメ、観光、テクノロジーであることは 異論はないと思います。クリエイターとユーザーの間に、プロフェッショナルは必要だが、既存の仕組 みは有効性を失いつつある、という前提の中で、知っておくべき知識、情報をリアルに伝える講座です。

オーガナイザー:山口哲一(バグコーポレーション)

講師:山崎卓也(弁護士・FieildR 法律事務所)/吉田正樹(ワタナベエンターテインメント会長)/

大岩直人 (Creative Director, Curator) / 石川真一郎 (GONZO 代表取締役) / 齋藤貴弘 (弁護士・ニューポート法律事務所) 他

懂2016年10月13日~12月15日 各木曜日 ※19:30~21:00 全8回

説明会 2016年9月17日(土) 11:00~

TOKYO CONTENTS PRODUCERS-LAB 東京コンテンツプロデューサーズ・ラボ kouza@tcpl.ip 東京都新宿区下落合 1-1-8

詳しくは Web サイトへ **http://tcpl.jp/**

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



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▶