

日本の音楽市場概要

－あなたの知らない日本音楽市場、10のこと－

2013年1月26日

MIDEM2013 ジャパン・スタンド

リビエラホール／フランス・カンヌ市



谷口元 （一般社団法人日本音楽出版社協会 会長）

ジョニー・トンプソン （株日音 執行役員

日音インターナショナル、エグゼクティブプロデューサー）

トンプソン：本日のプレゼンテーションは、日本でのクイズ番組人気にちなんでA、B、Cの3択問題形式で行いたいと思いますので、ぜひご参加ください。

それでは皆様、ご紹介します。エイベックス・ミュージック・パブリッシング株式会社の谷口元さんです。

谷口：ありがとうございます。私は日本音楽出版社協会の会長も務めております。

トンプソン：皆様に日本の音楽市場についてプレゼンテーションする機会を与えて下さったMPAJ（日本音楽出版社協会）に感謝します。

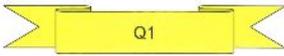
始める前に1つだけ注意して頂きたいことがあります。日本はデータ集計を行っている機関が複数存在する関係で、今日使用するデータもRIAJ（日本レコード協会）、JASRAC（日本音楽著作権協会）、MPAJ、そして日本版ビルボードであるオリコン・エンタテインメント等が発表している資料を情報源とすることで、できる限り正確なデータをご提供できればと考えています。

それでは、さっそく問題を始めましょう。第1問です。

谷口：簡単な問題ですね？

トンプソン：もしかするとそこまで簡単ではないかもしれません。次の中で日本が世界第1位のものは何でしょう(図1)。A. 音楽市場全般、B.パッケージ市場、C. 演奏権収入、演奏権収入とは著作権収入を指します。さあ、どれが正解でしょう？ Cが多いですね。Bの方もいらっしゃるようですが、谷口さん、正解は何でしょう？

図 1





JAPAN IS THE NUMBER ONE?

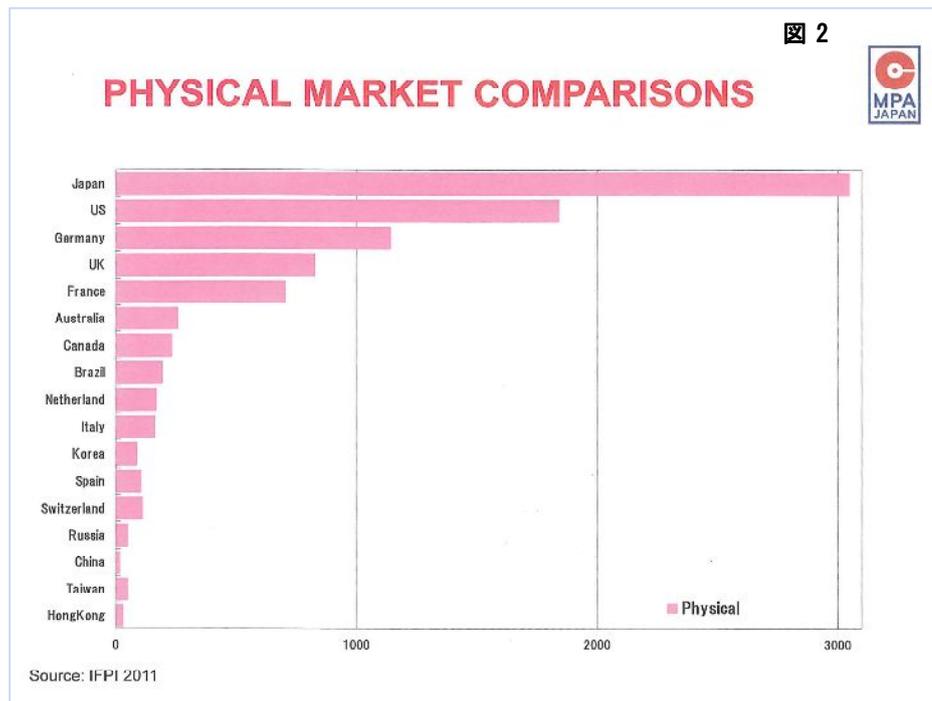
- a. Music Market in the world
- b. Physical Market in the world
- c. Performance Income Market in the world

谷口：正解は、Bの「日本はパッケージ市場において世界第1位である」だと思います。

トンプソン：正解です！日本は2011年度のパッケージ市場において世界第1位でした。2012年のデータはまだ入手できていません。

谷口：ご覧のように、パッケージ市場において日本は他のどの市場よりも多くを占めています(図2)。

トンプソン：日本のパッケージ市場は前年よりも拡大しています。現在も日本の音楽市場を作る大きな要素になっていると言えます。



谷口：なぜだと思いますか？

トンプソン：日本人は実際モノに触れたり収集することが好きであるという特性が関係していると思います。また、日本には現在でもCDをレンタルする文化が存在しています。その他にも理由はあり

ますが、これらのことから日本は力強く健全に成長するパッケージ市場を持っていると言えるでしょう。正解された皆さん、おめでとうございます。

因みに、演奏権収入においては世界第3位に位置していますが、総合すると日本の音楽市場の規模はアメリカに次ぐ世界第2位となっています。

谷口：次の問題へ行きましょう。

Q2



JAPAN'S DIGITAL SALES ARE?

- a. Greater than Physical Sales and increasing
- b. Less than Physical Sales but growing
- c. Less than Physical Sales and declining

図 3

トンプソン：先程より少し難しいです。日本のダウンロード販売は、
A. パッケージ販売より多く、増加している、 B. パッケージ販売よりは

少ないが成長している、C. パッケージ販売より少なく、減少している（図3）。皆さんどうでしょう？
Aの方が多のですが、正解はCです。

谷口：ダウンロード販売はご覧のように青い部分です（図4）。先程ご覧頂いたパッケージ販売の方

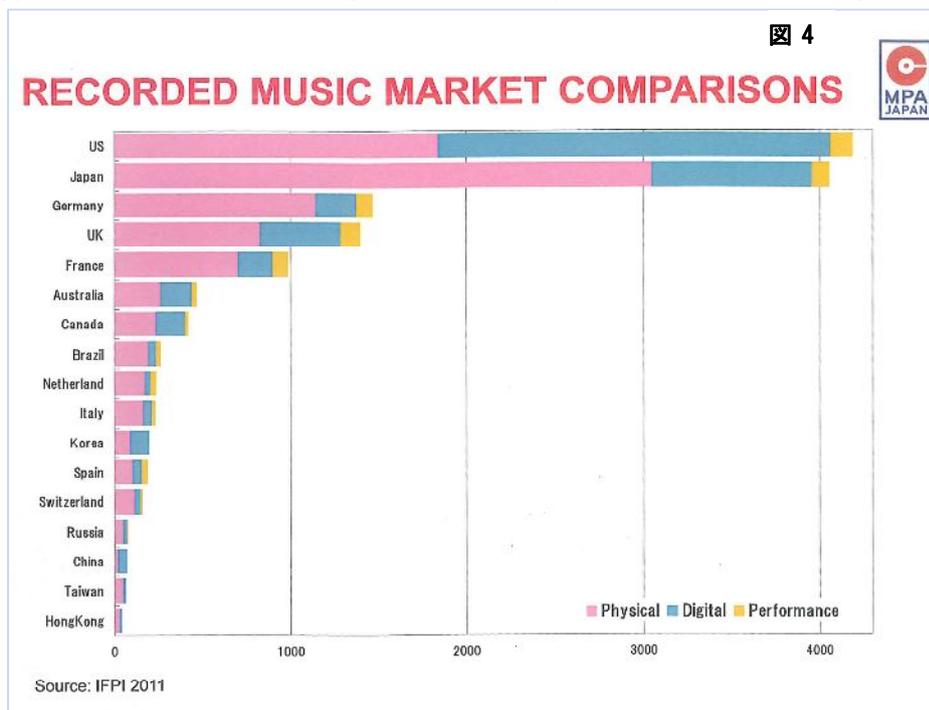
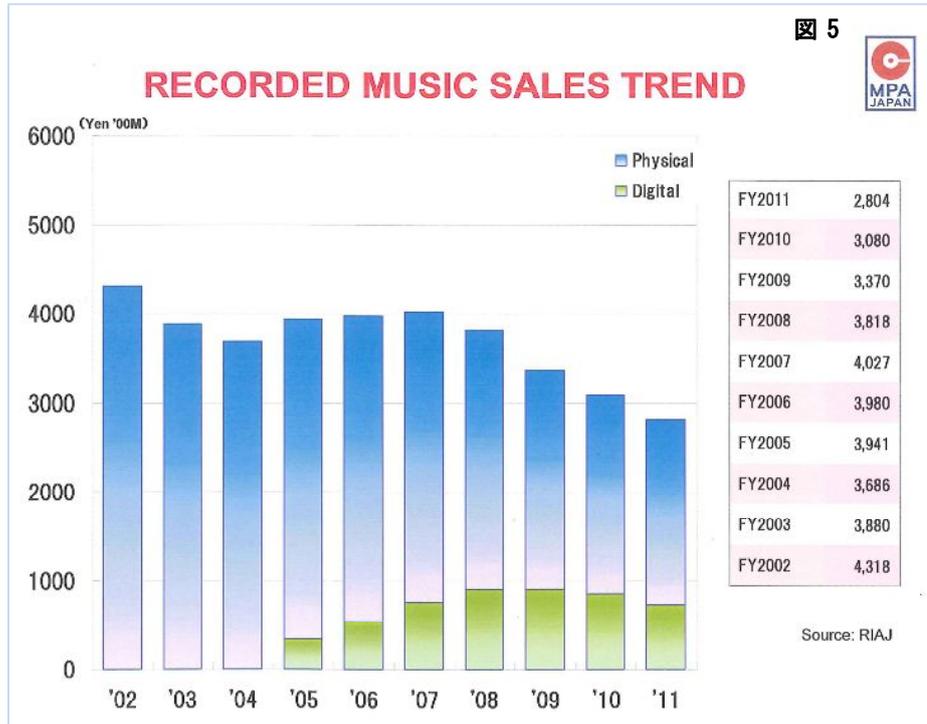


図 4

はピンクで記されています。比較するとかなり小さいことがわかります。因みに、すでにトンプソンさんが言いましたが、このパッケージとダウンロードを足すと日本はアメリカに次いで世界第2位になります。そして、

アメリカと日本の売上は他の国々の2倍以上です。こちらがダウンロード販売のもので（図5）。ご覧のように過去4年間にわたって縮小しています。

トンプソン：現在日本でデジタル市場が縮小している理由はとてもユニークです。日本のデジタル市場は長く携帯電話からのダウンロードが大半を占めていました。実際に2007年と2008年の日本のデジタル市場は90%が携帯電話、10%がインターネットやPCと



なっています。携帯電話のデジタルダウンロードにおける著作権収入が好調だったのは、各携帯会社が独自のエンコードシステムを持っていたためです。そのため、当時ダウンロードした音楽は他の携帯電話に送ることができませんでした。

市場に何が起きたかについてはその期間をご覧ください。2010年を過ぎた頃、特に昨年はスマートフォンへの大きなシフトが起きたことにより、デジタル市場は急速に縮小しました。2011年と2012年9月までの携帯ダウンロード市場を比べると、収益と総ダウンロード件数の両方で前年比の40%という結果になっています。

PCやインターネットベースのダウンロードは25%増加していますが、携帯ベースでは減少しているため、結果的に日本のデジタル市場は約30%縮小したことになります。音楽業界では携帯ダウンロード市場は5年以内に消える可能性があると言う人も多くいます。

デジタル市場はもはや存在しないということではなく、限りなく小さくなったということです。現

図 6

Q3

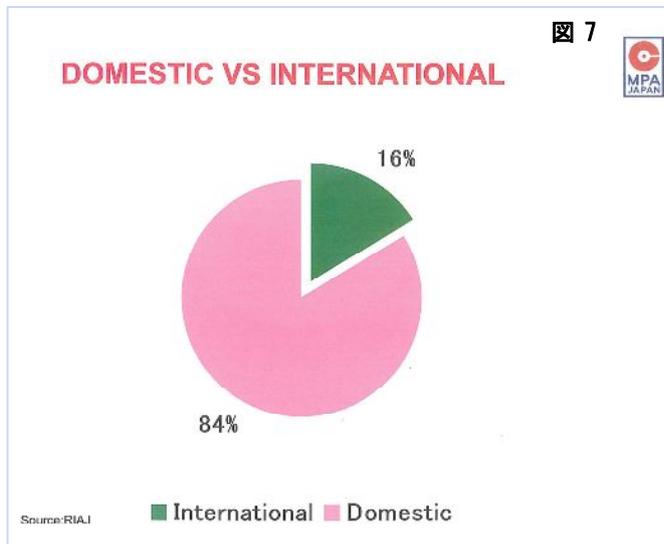
INTERNATIONAL SALES IN JAPAN ARE?

- a. Greater than 50% of the total market
- b. Less than 50% of the total market
- c. Equal to 50% of the total market

在は市場の20%程度しかありません。著作権料の面からいうとそれよりもかなり小さくなっています。このことについては後ほど説明します。以上が現在の日本のデジタル市場における概要です。

次の問題です。日本における洋楽市場の売上は、A: 50%以上、B: 50%以下、C: 50% (図6)。Bの方が多くですね。正解は、Bを選んだあなた方です。50%以下が正解です。

谷口：正解はこちらです（図7）。実際はたった16%なのです。レーベルのクリエイター、ディレクター等、出版社でない方々はこの洋楽市場を示す枠をターゲットにすることになります。しかし、作家や出版社の方であれば、あなた方の曲を日本人アーティストに歌ってもらうことで邦楽市場の枠



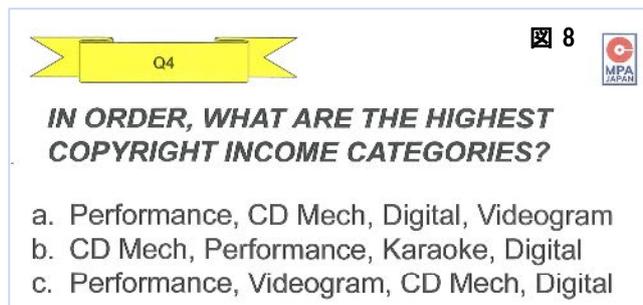
を目指することも可能です。

トンプソン：日本では長く邦楽75%、洋楽25%というのが平均でしたが、過去10年間ほどで海外アーティストの売上の割合がどんどん縮小してきています。詳しくは明日の「共作（コライト）とピッチング」のセミナーでお話しますが、それには幾つかの理由があります。実際の販売数は減少

していますが、それでも20万枚、30万枚と売上げる、勢いのある海外アーティストは存在しています。しかし、それはごく一部に限られると言えるでしょう。過去2年間と比較しても、海外アーティストによる売上枚数とその収益は減少しています。1年間で20%減、トータルで約40%近く減少したことになります。しかし、谷口さんがおっしゃったように、図の、この邦楽の部分の割合が増加したことで結果的にバランスを取ることができています。また、この邦楽の部分には有名な日本人アーティストに貢献した多くの外国人作家達も含まれています。それがこの割合の増加に繋がり、また国

内市場の成長にも貢献したと言えます。

ここからは著作権についてお話をさせていただきますので少し難しくなります。日本での著作権収入は非常に重要です。では、日本における著作権収入に関して最も多くの収益が見込める順番は次のうちどれでしょう（図8）。



A,演奏、CDの録音、音楽配信、ビデオやミュージックビデオのようなビデオグラム、B、順番が異なります。CDの録音、演奏、カラオケ、音楽配信、C、演奏、ビデオグラム、CDの録音、音楽配信。Bが多いですね。

谷口：Bの方がたくさんいらっしゃいますね。

トンプソン：正解は？

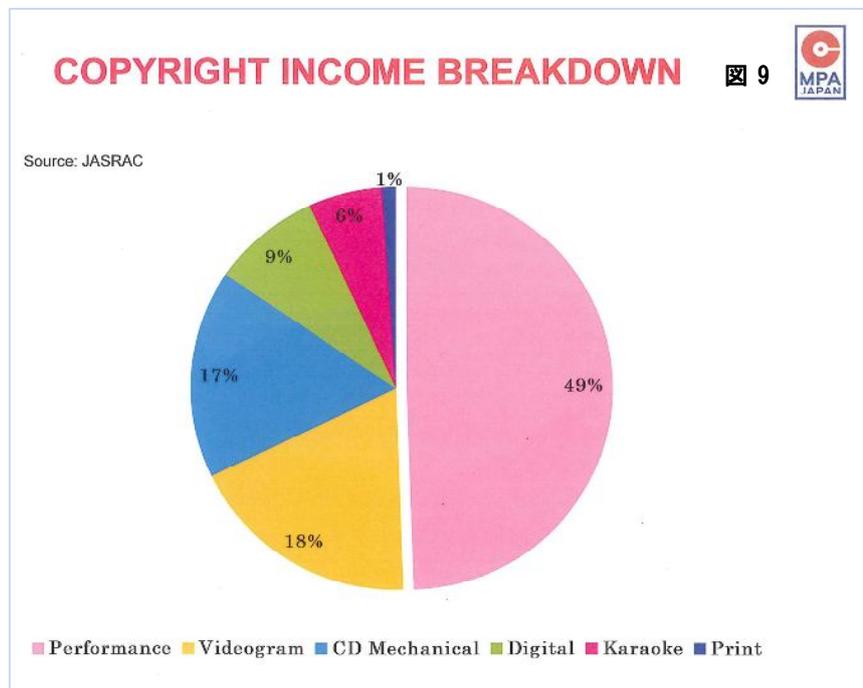
谷口：自信はありませんが、Cではないでしょうか？

トンプソン：正解です。正解はCです。実際にはこのような割合になっているというのはとても驚きですね（図9）。演奏が49%、ビデオグラムが18%、CDの録音が17%、音楽配信が9%、カラオケが6%、出版が1%となっています。



演奏権収入の割合が大きい主な理由は、JASRACが放送局と結んでいる包括契約にあります。明日のシンクロセミナーではなぜ演奏権収入がここまで多いのかについてもお話ししましょう。ここでは日本でのテレビCMやCM内でのように音楽が使われるかも重要になってきます。

パッケージ市場のことに話を戻しましょう。日本はCD・DVD等のパッケージからの著作権収入が全体の約35%を占めています。2011年と2012年を比べると、1年間で18%も成長したことがわかります。世界



中の他の市場を見ても、音楽配信に販売が移行される中でこのような市場が成長するという事は非常にユニークで素晴らしいことだと思います。

しかしながら、音楽配信市場における著作権収入の割合はスマートフォンへの移行がスタートして以来縮小傾向にあります。配信は現在も国内の著作権収入市場の9~10%を占めていますが、市場の約20%、著作権の面ではその割合よりもかなり少なくなっています。また、欧州を中心にサービスを提供するSpotifyのような音楽のストリーミング配信サービスが日本に依然として存在していないということも関係しているのではないのでしょうか。

谷口：収益面に関する傾向ですね。10年前までは収益の3分の1が演奏、3分の1が録音、残りの3分の1がその他という割合でした。

トンプソン：そうですね、割合が大きく変わっています。国内市場がよりパッケージ市場であるということが影響していると思います。同時に日本における音楽配信市場の成長はとても緩やかなため、当面はこのままゆっくりと成長していくと思います。

谷口：JASRACのデータでは過去10～15年間収益が安定しているということにも注目しなければいけませんね。過去10年間は割合が変化しただけで収益はほとんど変わっていません。

トンプソン：ここで素晴らしいことは、谷口さんがおっしゃったようにそれぞれの割合が毎年わずかに増加したり減少したり多少の入替えはありますが、著作権市場自体の収益は非常に安定しているということです。しかし、幾つかの割合は10年前やそれ以前と比べて明らかに変化しているのがわかります。

谷口：次の問題へ行きましょう。2012年にミリオンヒットとなったシングルはいくつあるでしょうか（図10）。Aが多いですね。

Q5

図 10



HOW MANY MILLION SELLING PHYSICAL SINGLES WERE THERE IN 2012?

- a. 5
- b. 0
- c. 2

トンプソン：Aが多いですね。

谷口：Aのみですね。

図 11

AKB48



トンプソン：正解はAです。皆さん、素晴らしい。

谷口：昨年はミリオンヒットしたCDが5枚ありました。驚くことに5枚全てがAKB48というグループ

ループのものだったのです（図 11）。

トンプソン：谷口さんのおっしゃる通りですね。AKB48 は 1 年間で 5 枚のシングルをミリオンヒットにしたのです。1 つのグループで、音楽だけで 2 億 US ドルも売上げています。1 グループのみで、一番売れたシングル CD で 182 万枚だったと思います。日本には現在も CD と CD プレーヤーの文化があるのです。莫大な額になるであろう音楽配信販売の売上はまだ計算していませんが、CD 販売のみでミリオンヒットしたシングルが 5 枚もあるということには驚きです。

実は、2012 年の日本音楽市場の資料を昨日受取ったのですが、昨年と比べて 8% 増加していました。このグループのみでそのうちの 4% 以上に貢献したのではないのでしょうか。

谷口：第 6 問です。

トンプソン：これはサービス問題のようなものです。皆さん正解されると思います。どうぞ。



**EXCLUDING K-POP AND ADELE'S "21,"
WHAT WAS THE BIGGEST SELLING
INTERNATIONAL ALBUM IN 2012?**

- a. Carly Rae Jepsen "KISS"
- b. Che'Nelle "BELIEVE"
- c. Linkin Park "LIVING THINGS"

谷口：K-POP とアデルの「21」を除いて 2012 年に一番ヒットした洋楽のアルバムは何でしょう（図 12）。

トンプソン：A も何名かいらっしゃいますが、正解は B です。これがその数字です（図 13）。問題を出す際に言った「K-POP を除いて」ということを思い出して頂けると、上位ランキングの幾つ



TOP SELLING INTERNATIONAL CD ALBUMS

Che'Nelle "BELIEVE"	239,000
Linkin Park "LIVING THINGS"	140,000
Carly Rae Jepsen "KISS"	135,000

かは K-POP アーティストのものだとわかりますね。アデルの「21」を除いたのもアルバムがリリースされた年が 2012 年ではなかったからです。従って、2012 年に日本国内でリリースされたアルバムとなると、これがそのままランキング順になっていることになります。

シェネルの「ビリーヴ」というアルバムは、海外アーティストによる日本独自企画アルバムで、その選曲が話題となり、ヒットへと繋がりました。彼女自身によるオリジナル曲もありますが、日本語曲の英語カバーも多数収録されています。

我々が目指す現実的なレベルはリンキンパークの14万枚といったところでしょう。海外アーティストとして日本国内で10万枚以上のアルバムを売上げることができれば、日本では大成功したといえます。まずは、約5万枚というのが出発点ではないでしょうか。

谷口：売れる海外アーティストをプロデュースする時はシェネルの時のようにすれば良いかもしれませんね。

トンプソン：いやいや（笑）。ケースバイケースでしょう。重要なのは、不振とはいえ日本には洋楽市場が確かに存在しているということです。曲にしてもアーティストにしても日本市場で海外アーティストを成功させるには幾つかありますが、幾つかのステップが必要です。これまでにお話したアー

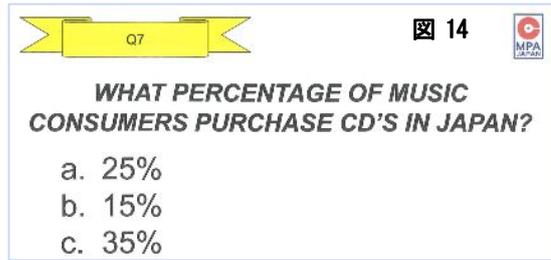


ティスト達が国内/海外を統合したチャートでどのランクに位置しているかご紹介することで市場についてより理解して頂けたらと思います。事実、シェネルのアルバムも日本人アーティストと統合したチャートで見ると22位にランクインしています。つまり、シェネルよりもアルバムを売上げている国内のアーティストが21組もいるということなのです。

よりわかりやすく、他のアーティストの例を幾つか紹介しましょう。シェネルのすぐ後にはカーリー・レイ・ジェプセンが44位にランクインしました。マルーン5は11万枚で57位、テイラー・スウィフトも約10万枚で64位。もっと順位を下げるのであればレディー・ガガです。少し昔のものになってしまいましたが、まだ日本ではチャートインしています。9万枚でした。マドンナは8万枚で83位、もう少し下がるとオフスプリングが7万枚で100位にランクインしています。先程も述べたように、5万枚以上で100位以上を狙うことが可能です。15万枚というのが海外アーティストとして目指すべきところではないでしょうか。10年前、いや、2~3年前と比べてずいぶん少なくなりましたが。また、洋楽のエッセンスが曲自体に入ることにより邦楽曲メインだった日本のファン層が欧米のアーティストの曲に以前よりも親近感を持つようになりました。

谷口：日本では音楽消費者のうち、何%くらいの方がCDを購入していると思いますか（図14）。A. 25%、B. 15%、C. 35%？

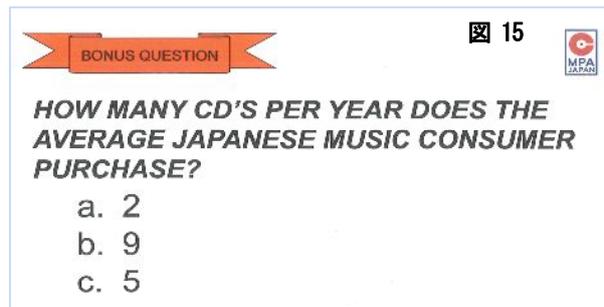
トンプソン: 皆さん正解です。正解はCです。日本では約35%の人が現在もCDを購入しています。その35%を分析すると、CDを継続して購入しているのは30歳以上で構成されていることがわかります。



しかし、この統計では14歳から22歳の、AKB48の全てのシングルを購入しているような若い層も除外していません。実際にこのような年齢層（14～20歳）の男性はAKB48のシングルを購入していることがわかっています。

しかし、これは必ずしも残り全ての人が音楽をダウンロードしているということではありません。実際に多くの消費者が頼りにするように日本ではレンタルCD市場がまだまだ栄えています。事実、ほとんどのCDがリリース翌日、遅くとも1週間後には各地域のレンタルショップに並びます。そのため、CDを借りて好きなプレーヤーに音楽を保存するだけでお目当ての曲が手に入ることになるのです。これが良いことか悪いことかは別としてですが。次の問題へいきましょう。

谷口: ボーナス問題です。



トンプソン: これもサービス問題ですね。

谷口: 日本の音楽消費者は1年間で平均何枚のCDを購入するでしょうか（図15）。A. 2枚、B. 9枚、C. 5枚

トンプソン: Aの方が複数いらっしゃいますね。Cが多いですが、正解はBです。1年間で約10枚のCDを購入していることになります。ここで言うCDはシングルとアルバムが混在していますが、主にアルバムのことです。どのくらいのお金を費やしているのかもとても興味深いですね。後ほど議論しましょう。

このような面から言っても日本は現在も健全で力強いCD市場を持っていると言えるでしょう。全世界がデジタル市場の影響を受ける中で日本もその影響を受け、市場は成長していますが、その成長の仕方は他の国々とはかなり違ったものになっているのかもしれない。

Q8

図 16

MPA JAPAN

WHAT WAS JASRAC'S TOP INCOME EARNING FOREIGN SONG IN 2012?

- a. "POKER FACE" – Lady Gaga
- b. "SHALL WE DANCE" – Rodgers & Hammerstein
- c. "EACH OTHER'S WAY" – Exile

谷口：第8問。2012年のJASRACで徴収額トップを記録した外国の曲は何でしょう（図16）。A.レディー・ガガの「Poker Face」、B. ロジャース& ハマー斯坦の「Shall We Dance」、C. EXILEの「Each Other's Way」

トンプソン：正解はBです。なぜBが正解かお分かりの方はいらっしゃいますか？

女性：日本での英語教育や英語の発音の練習などにとっても役立つからでしょうか？わかりません。なぜでしょう？

トンプソン：正解に近いですよ。なぜ「Shall We Dance」が2012年の外国曲でJASRACの徴収額トップになったかにはテレビCMが大きく影響しています。この曲は特定のブランドの宣伝に長く起用されていて、現在も使い続けられているのですが、それが巨額の演奏権収入を生み出す要因となっています。日本のシンクロ市場は他の国とは全く異なっているからです。1つ目のトピックが「どのような曲がテレビCMに使われるか」、2つ目が「どのようにして曲の収益を生み出すか」です。必ずしもシンクロが関係する必要はありません。

谷口：海外アーティストの曲ということではEXILEは外れるということです。日本のPOPグループですからね。

トンプソン：その通りです。EXILEはエイベックスレーベルに所属する日本のアーティストです（笑）。面白いのは、この第8問の中に日本のマーケットを語る上で重要な複数のポイントが含まれているということです。「Shall We Dance」は日本のテレビCMで使われるスタンダードな曲になっています。レディー・ガガの「Poker Face」は彼女が世界中で成功したこともあり、日本でもCDベースで売上を伸ばしました。

しかし、なぜ日本人アーティストが外国曲を持っているのでしょうか？理由は、この歌が2人の外国人作家と日本人作家によって共作されたものだからです。外国人作家によって書かれたため、この曲

は外国の曲だとみなされました。70万枚かそれくらい売れたのではないのでしょうか。日本では大きな数字ですね。

ここで重要なことは一先程アーティストベースでは洋楽市場は減少しているとお話しましたが、作家ベースでは増加しているということです。外国人作家には自分たちの曲を日本市場で売り出すチャンスがあるのです。このことについては明日「共作セミナー」でお話しましょう。

1つの例として、我々音楽出版社と密接に仕事をしている音楽プロモーション会社についてお話します。昨年は約120曲を制作したようです。この会社には北欧、独、米をはじめ、さまざまな国の作家が所属しています。この会社が制作した曲は、他の日本人アーティストグループ、EXILEのようにとっても成功しているグループの曲として起用されています。因みに、EXILEは日本で2番目に売れているアーティストです。昨年のAKB48の音楽での売上は2億USドルでしたが、EXILEは1.2億USドルでした。昨年の売上についてのみです。全ての曲の売上ではありません。

成功するためには複数の方法があります。国際的アーティストとして成功し、多くの収益を生み出すことも不可能ではありません。日本人受けするような曲や曲目があればあなたの曲がテレビCMやその他に使われるチャンスもあります。

また、もしあなたが作家を抱えている場合や、あなた自身がアーティストであり作家である場合はあなたの曲を日本人アーティストの曲として売り出し、その曲を外国の曲とするという手段もあります。次へいきましょう。

谷口： 第9問。日本におけるCDアルバムとシングルCDの平均価格はいくらでしょう（図17）。

A.アルバム10ユーロ/シングル5ユーロ、B.アルバム20ユーロ/シングル10ユーロ、C.アルバム15ユーロ/シングル7.5ユーロ。



Q9

図 17

MPA JAPAN

WHAT IS THE AVERAGE PRICE FOR A CD ALBUM AND CD SINGLE IN JAPAN?

- a. Album 10 Euro / Single 5 Euro
- b. Album 20 Euro / Single 10 Euro
- c. Album 15 Euro / Single 7.5 Euro

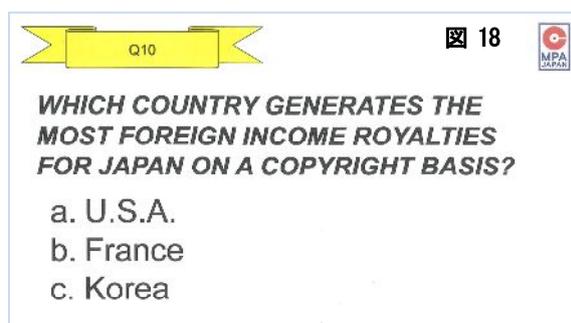
トンプソン： Cの方がたくさんいらっしゃいますね。Bも何人かいらっしゃいます。

谷口： そうですね。Bの方が何人かいらっしゃいますね。

トンプソン: 正解はBです。他国と比較すると高い価格設定ですね。日本では長く非常に高い価格設定になっています。約35%が1年間に10枚CDを購入するわけですから、20ユーロなんてすぐに超えてしまいます。因みにAKB48のようなシングルCDは約10ユーロです。ミュージックDVDを出すアーティストもいます。平均価格は60ユーロくらいではないでしょうか。ミュージックDVDを出すアーティストはアイドルアーティストと呼ばれる分類のアーティストで、DVDには多くの特典が付いてきます。60ユーロもするものが前年比18%も売上を伸ばすということは非常に驚くべきことで、日本のパッケージ市場が成長している証と言えるのではないのでしょうか。

谷口: これが日本のパッケージ市場が現在も極めて健全である1つの理由ですね。

トンプソン: 日本のアーティストが日本語で歌唱する曲はどこで購入することができるのか、ということ。日本以外ではほとんど不可能です。従って、日本市場が唯一の販売場所である以上はその価格を維持し続けることは特に難しいことではありません。また、日本市場で販売するということは、価格設定の面からだけでなく、現在の日本市場の状況から見ても非常に重要なことなのです。また、あなたがどのように日本市場と関わっていくかということが、あなたの日本市場での将来を左右することにもなってくるのです。



谷口: では第10問へと進みましょう。最後の問題です。次のうち、日本に対して最も著作権使用料を支払っているのはどの国でしょう(図18)。A: アメリカ、B: フランス、C: 韓国

トンプソン: この問題についても少しヒントを出しましょう。日本の音楽が日本以外の国で生み出した収益についてです。どの国で一番日本の音楽が売れたのでしょうか。Aの方がいらっしゃると思いますがCが一番多いですね。

正解はBなのです。フランスは世界全体での著作権収入と比較してもその割合の約20%を占めています。これは驚きですね。J-POPやアイドルPOPにとって健全な市場であるということも驚きです。このことは私も知りませんでした。このデータは2011年と2012年のものです。安定した人気があるということもわかります。

韓国は皆さんの予想よりもかなり割合が低いと思います。今、手元に資料があるのですが、本来は私が皆様にお伝えすべきものではないので、そのつもりでお聞き頂ければと思います。実際の第1位

はフランスで、第2位はイタリアです。理由はわかりません。第3位がドイツ、第4位は香港、第5位が韓国となっています。

以上のことから、実際は日本の音楽市場にとって欧州が予想以上に大きな市場であることがわかります。多くのチャンスがあるということです。このことが欧州のソングライターが日本で成功している1つの理由ではないでしょうか。欧州のアーティストについても同じことが言えます。日本にとって音楽を輸出し続けることは非常に重要です。しかし、どこへ輸出するのかということも考えなければなりません。これらのことから言えば、欧州は確実な市場であり、陸続きの欧州であれば日本の音楽市場の収益を今よりももっと増やすことも、もしかすると可能となるかもしれません。

谷口：日本文化が欧州の国々に紹介されていますよね。例えば、アニメはフランスやイタリアをはじめ欧州の国々に輸出されてから数年が経ちました。日本製のものも放送していますよね。このようなことが理由なのかもしれません。これが日本の音楽がこれらの地域でたくさんの著作権使用料を生み出す要因の1つとなっているのかもしれませんね。

トンプソン：以上が日本市場における概要です。先程も申しましたが、これらのデータは異なるソースから入手しています。しかし、日本市場の概要を把握するには役に立ったのではないのでしょうか。より詳しいお話は明日させていただきます。「共作セミナー」は12時から、「シンクロセミナー」はその後、オーデトリウムIで開催されます。質疑応答はこの後すぐに開始します。これらのトピックの問題をより詳しく学びたい方は明日のセミナーに参加することを強く推奨します。

時間がなくなってきましたが、皆様のご質問に喜んでお答えしましょう。



《 Q&A 》

男性1：音楽消費者と非音楽消費者はどのように定義されますか？

トンプソン：良い質問ですね。このような質問が来るのではないかと心配していました（笑）。調査では、実際に音楽を購入する人々を音楽消費者と限定しました。他のものを通して音楽を楽しみ、購入しない人もいますからね。ですから、実際にCDやダウンロードで音楽を購入する人、またレンタルの方が音楽消費者、実際には購入しないのが非音楽消費者としています。非常に大きな市場であると言えます。ただ消費者とだけするつもりでしたが、音楽消費者と限定するように言われたので。お答えになっていると良いのですが。他にご質問のある方はいらっしゃいますか？どんなことでも結構ですよ。

男性2：外国人アーティストが日本語で歌を歌うのはどうでしょう。そのような外国人アーティストは日本で成功できると思いますか？

トンプソン：これにはさまざまな議論がありますね。谷口さん、どう思いますか？

谷口：陳腐だと思います。

トンプソン：ずいぶんと直接的ですね。

谷口：どうでしょうか。わかりません。日本人以外のアーティストが日本語で歌を歌っているという例が思い浮かばないのです。日本でヒットした例が、です。考えられますか？

トンプソン：不可能ではないと思いますが、難しいでしょうね。今後は日本の音楽やアニメの露出機会が増え、それに伴いあなたたちのような方が増えるでしょう。

しかし今、音楽自体が変化してきています。オリジナルの言語のまま歌うだけで十分なのです。ですから、それをすべきでないとは言いませんが、難しいか？と聞かれれば「難しい」とお答えします。

谷口：他のアジア人アーティストについてはどう思いますか？彼らは日本人ではありませんがそのほとんどが日本語で歌っています。アジア人だからでしょうか。我々もそこまで彼らが外国人アーティストであることを意識していません。中国人アーティストであれば日本人ではありませんね。しかし他のアジア人アーティストも日本人ではありませんから…難しいですね。

ですが、もしも素晴らしいアーティストが日本に来て、この国に住み、日本語で歌うとなるとどうでしょう。これも難しいですね。アーティストはまず自分の国で成功するべきであると思うのです。

トンプソン：その通りですね。他に質問はありますか？

女性 1：日本の文化的な一面についてコメントさせて頂きたいと思います。日本には歴史的に民族的純粋性を守りたいということから国際結婚には消極的であり、欧米風の容姿をしたアーティストが日本語で歌を歌うのは不快だと日本人の友人に聞いたのですが。

トンプソン：ある程度は賛成できます。しかし、日本人の母とアメリカ人の父を持つ私としては答えるのが難しいですね。

女性 1：日本で育ったのですか？

トンプソン：両方です。そう感じられる方がいるのは事実です。偏見もいくらかはまだ存在しています。しかし、アーティストは感情を曲に乗せるということについてもっと努力するべきだ



と思います。海外へ出て行ったものの、上手くいかなかった日本人アーティストもたくさんいますからね。どれだけお金を使っても、何をしても、です。しかし、音楽を世界へ広める他の方法がないわけでもありません。というのも、作家を介して音楽を発展させていくことも可能だからです。そのような曲は歌詞がどのようなものであろうとも、歌詞は翻訳されますから、世界中どこへいっても通用することになります。日本の場合は日本語に翻訳されますしね。従って、アーティストとしてブレイクするのは難しくても、他の方法もありますから。他にどなたかいらっしゃいますか？

女性 2：こんにちは。プレゼンテーションで既に触れられたかもしれませんが、クラシック音楽が日本でどれくらいの市場があるのか興味があります。

トンプソン：この件に関しては私の上司の方が詳しいかと思いますが、良い質問です。大きくはありません。実際は非常に小さな市場です。このプレゼンテーションが終了したら向こうにある資料を見て正確な割合をお伝えすることができるのですが、今頭に浮かんだのは5%以下という数字ですが、もしかすると間違っているかもしれません。このプレゼンテーションが終了したらお伝えします。

谷口：日本でクラシック音楽は生演奏の方がレコードよりも多くの収益があるかもしれません。

男性 3：共作についてお伺いしたいのですが、英語のまま日本人アーティストが歌うのと、日本語に翻訳して日本人アーティストが歌うのとではどちらが成功する傾向にあるのでしょうか？

トンプソン：この件については明日詳しくお話しますが、短くお答えすると、外国人作家によって書かれた曲の95%が日本語に翻訳されて歌われることになります。その曲に対してオリジナルの歌詞を書く日本人のライターがもう1名いることになります。

日本では歌に込められたメッセージやコミュニケーション性がとても重要になってきます。彼らが、あなたが書いた歌詞を無視するというのではなく、実際は歌詞の一部を使うということになります。しかし、日本人のアーティストが100%英語で歌うことは極めて珍しいですね。自分が書いた歌詞に大きな変更があるかもしれないということは心に留めておいてください。しかし、その後あなたの素晴らしい曲が世界の他の市場でアルバムになるかもしれません。また、あなたの意向を汲み、あなたの考えた通りにアーティストに歌ってもらうということになることもあり得ます。どうすることがベストなのかはソングライター同士で議論されることになるのですが、この過程は全て日本人の手によって行われることになります。

谷口：今のが短い答えですか？

トンプソン：明日はもっと長くなりますよ。

女性 3：2つ質問があります。日本人アーティストとの共作とソングライティングについて触れられましたが、彼らはどのような種類の音楽に興味があるのでしょうか？

トンプソン: 全てです。しかしながら、我々はその市場の状況についても、チャンスを活かすために何をどこですれば良いのかについてもわかっています。でも、誰に協力をお願いすれば良いのか？これが最も難しいところで、まだ具体的な解決法がない分野でもあります。これからこの分野に参入して来られる方のためにも現在の状況をより良くすることができたらと思っています。

このようなプレゼンテーションを行う理由の1つに、皆さんに日本市場にはチャンスがあるということを知って頂きたいという思いがあります。共作に適したパートナーに出会うのは簡単なことではありませんし、状況は以前よりも厳しくなっています。それだけ、需要が高まっていることではないかと思えます。谷口さんも探していらっしゃるし、実際に多くの外国人作家が直接著作権契約書にサインしています。自分たちの音楽出版社を通してではなく、日本で直接です。日本の音楽市場はより大きくなりましたから。まず日本市場向けに曲を書くということに慣れなければいけません。簡単なことではありませんし、柔軟な対応も求められますが、忍耐強く努力を続けることができれば、大きな成功を掴むことも可能です。良い質問でしたね。

この辺で止めておきましょう。少し話し過ぎてしまったかもしれません。本当にありがとうございます。また来年にも違う資料を用いてプレゼンテーションができればと考えています。先程も触れましたが、明日、今日の内容を掘り下げた2つのセミナーが開催されますのでご参加頂ければと思います。

本日はプレゼンテーションにご参加頂き、誠にありがとうございました。

(終了)

※文中で紹介されているデータは過去のもので、現在のマーケット状況とは異なる部分があります。

2013年1月26日 16:00~17:00

MIDEM2013 ジャパン・スタンドにて開催



Music Publishers Association of Japan

www.mpaj.or.jp