

第 6 回東京アジア・ミュージックマーケット（TAM）

実施報告書

財団法人 音楽産業・文化振興財団

2010 年 3 月

目 次

1. はじめに.....	2
1. 1 事業の背景.....	2
1. 2 事業の目的.....	2
1. 3 事業の内容.....	2
2. 事業の概要.....	4
2. 1 東京アジア・ミュージックマーケット (TAM) 開催概要.....	4
2. 2 商談会概要.....	5
2. 2. 1 ショーケースライブ.....	5
2. 2. 2 商談会	6
(1) 実施概要.....	7
(2) 成果等.....	11
2. 2. 3 ビジネスセミナー.....	13
セッション1 ～ 欧米の非メジャーレーベルの現状	
セッション2 ～ 日本アーティストの欧米進出と配信の現状	
2. 2. 4 オープニングレセプション	17
2. 2. 5 共催イベント	17
2. 2. 6 広報活動	18
(1)主な広報活動	
(2)主要メディア露出実績	

平成 21 年度コンテンツ国際取引市場強化事業（音楽に係る国際展開促進事業）

1. はじめに

1. 1 事業の背景

近年、日本のアニメ、映像・ゲーム・音楽等日本のコンテンツに対する世界の評価が高まっている。これらの日本コンテンツの世界に対する発信力をさらに強化していくことは、「ジャパnbrand」の確立に不可欠なものである。また、コンテンツ産業の強化はその市場を拡大させるだけでなく、日本の文化や社会の理解を増進させるなど、海外に対する日本の文化戦略としても有効である。

日本の音楽については、CD の市場規模はアメリカを抜いて世界第 1 位となり、海外からも注目を集めているが、その市場規模に比して海外展開は未だ発展途上であり十分なシェアを獲得できていない状況にあるといえる。

1. 2 事業の目的

本事業においては、日本の音楽の海外展開促進のため、2009 年 10 月に経済産業省と財団法人音楽産業・文化振興財団（PROMIC）主催、NPO 法人映像産業振興機構、社団法人日本レコード協会の協力のもと「第 6 回東京アジア・ミュージックマーケット（以下、「TAM」という。）」を実施し、アジアのみならず欧米各国の音楽業界関係者及びレコード会社バイヤー等の招聘、日本のアーティストのショーケースライブ、招聘バイヤーと日本のレコード会社関係者との商談会の開催、日本の音楽の海外進出を促進するためのセミナーを実施することにより、日本の音楽コンテンツの海外ライセンス、及び日本人アーティストの海外興業を促進するための足がかりとすると共に各国音楽業界とのグローバル化を図ることを目的とする。

1. 3 事業の内容

日本の音楽を「日本ブランド」として海外に発信し、日本のアーティストの海外展開を促進するため、日本アーティストを海外へ売り出すための機会を創出する。

具体的には、日本の音楽の海外進出を促進するために以下の事業を実施する。なお、実施にあたっては NPO 法人映像産業振興機構が主催する J A P A N 国際コンテンツフェスティバル（以下、「CoFesta」という。）の他イベントと連携することにより海外の映像業種に対しても協力して「日本の音楽コンテンツ」の紹介を行い、日本音楽の“今”を提案する。

（1）商談会の開催

昨年に引き続き、日本の楽曲に興味がありライセンス契約の権限を持ったレ

コード会社バイヤーをアジア、欧米を含む各国から招聘する。また、前年以上にレコード会社バイヤーのみならず配信業者、配信アグリゲーター、興業関係者を招聘し、急激に変化する欧米の音楽ビジネスに対応したビジネスマッチングをサポートする。海外招聘者に対しては、日本のレコード会社担当者から海外進出のプライオリティー・アーティストの情報を中心に 1 社 15 分程度の紹介プレゼンテーションを行う。また、海外で人気の高いアニメソングに的を絞り、海外進出を希望するアーティストのアニメソングのショーケースライブを開催し、招聘者に演奏を聞いてもらい、商談に繋げるものとする。

(2) ビジネスセミナーの開催

日本の音楽関係者の中では、過去の TAM の成果もあり、アジア各国の音楽市場の情報が比較的に浸透している一方、Cool Japan ブームが起こる欧米市場に関する最新の情報が著しく不足しており、欧米の最新情報を欲している。それを受け最新の欧米の音楽産業の現状、及び既に欧米でさまざまな活動を行い実績を出している企業の成功事例を紹介し、欧米で日本音楽、又は日本人アーティストのプロモーションにかかわる様々なゲストを呼び、成功のためのノウハウを検証する。

(3) 事業の効果的な周知の実施

国内外において本事業の知名度を高め、TAM への国内外からの数多くの参加を促すために、CoFesta の PR 活動に参加する。特にフランスでは世界最大級の日本のアニメ、及び日本コンテンツの祭典 JAPAN EXPO に出展している CoFesta ブースの中で TAM の告知をおこない、欧米での認知の向上をはかる。

また、今年度は TAM ウェブサイトを更に強化し、イベントの 2 ヶ月以上前から出展者情報、招聘者を掲載し、出展者情報の中では契約アーティスト情報をはじめ写真付の担当者情報、希望する商談に関してコメントをアップし、招聘者には自社の PR、興味があるアーティスト、もしくは希望する商談内容、更には写真付の担当者情報をアップさせ、TAM が始まる前のタイミングから双方向でコミュニケーションを取り、事前の情報確認、商談、そしてイベント期間中のアポ取りを促進する。

TAM のウェブプロモーションの為に、CoFesta の公式 WEB サイト、RIAJ で企画している「日本音楽娯楽快線」、北京の日本音楽情報センター及び、TIFFCOM と連携し、それぞれのサイトとリンクを張り、内外の音楽関係者のみならず映像産業の関係者に対しても日本音楽のニーズの掘り起こしを図る。

2. 事業の概要

2. 1 東京アジア・ミュージックマーケット (2009 6th TAM) 開催概要

■開催主旨

◎欧米、アジア各国のレコード会社のバイヤー、配信業者、イベント/コンサート制作会社のキーマンを招聘し、日本の音楽及びアーティストに関するプレゼンテーションと商談会を実施する。通常の出展者の他に高品質 CD の展示ブースを設営し、海外ライセンスの可能性を検証する。

◎欧米の Cool Japan ブームの中心となっているアニメにちなみ、アニメソングのショーケースライブを行い海外招聘者の興味を引き出す。日本の出展者に対しては欧米市場の最新情報を提供し、実際の欧米でのビジネスの成功例を紹介し、内外両サイドから商談をサポートする。

◎TAM 開催期間前から海外招聘者と出展者の情報交換とコミュニケーションを密にする為、WEB を強化する。

■ 会期 (2009 年 10 月 19 日 (月) ~10 月 23 日 (金) (5 日間))

レセプション	2009 年 10 月 19 日 (月)
プレゼンテーション	2009 年 10 月 20 日 (火)
商談会	2009 年 10 月 21 日 (水) ~22 日 (木)
ライブショーケース	2009 年 10 月 23 日 (金)
ビジネスセミナー	2009 年 10 月 23 日 (金)

■会場：品川プリンスホテル、品川ステラボール

■主催：経済産業省、財団法人音楽産業・文化振興財団 (PROMIC)、

協力：社団法人日本レコード協会、NPO 法人映像産業振興機構 (VIPO)

後援：外務省、社団法人私的録音補償金管理協会、

社団法人日本音楽著作権協会、社団法人日本芸能実演家団体協議会、

社団法人日本音楽事業者協会、社団法人音楽出版社協会、

社団法人音楽制作者連盟、社団法人全国コンサートツアー事業者協会

日本映像振興株式会社

2. 2 商談会概要

2. 2. 1 ショーケースライブ

昨年に続き、CoFesta オフィシャルイベントとして開催された「6th TAM」は、商談会との連動をより強固に意識したショーケースライブとして、最も高い制約が見込まれるアニメソングに的を絞り、海外への進出を目指す日本アーティスト 10 組が参加した。海外招聘者、国内関係者、メディア、web にて観覧当選した一般客も含めて満席の観客を前に熱いパフォーマンスが繰り広げられた。開催スケジュール、会場名、出演者等、詳細は以下の通りである。

◆ 10 月 23 日（金）

会場 / 品川ステラボール 開場 / 17 : 30 開演 / 18 : 00

出演 / 生沢祐一、ELISA、Keno、Kimeru、下川みくに、スフィア、戸松遥、飛蘭、腐男塾（フダンジュク）、牧野由依

※集客方法

一般客に対しては、入場無料、完全招待制

（TAM オフィシャル WEB サイトによる申込受付、抽選の上、当選者に招待状を発送）

◆ 集客 / 総入場者数 1,960 名 （内 メディア、音楽関係者数 約 160 名）



（アニメソングライブ）



生沢祐一



ELISA



Keno



Kimeru



下川みくに



スフィア(戸松遥)



飛蘭



腐男塾 (フダンジュク)



牧野由依

(アニメソングライブ出演アーティスト)

2. 2. 2 商談会

プレゼンテーション及び商談会

2007 年はアジア諸国から 7 カ国 39 名のレーベル担当者を招聘し、21 作品の成約、2008 年はアジアに欧米を加え、更にレーベル以外の配信企業の担当を加え、欧米から 6 カ国、19 名を、アジアから 7 カ国 30 名、トータル 13 ヶ国 49 名を招聘し、成約が 50 件、2009 年は欧米から 7 カ国 26 名、アジアから 5 カ国 23 名、トータル 12 カ国 49 名が出席し、成約が 414 件となった。

今年度は日本側の参加メーカーに SMA (ソニー・ミュージック・アーティスト)、Avex Group、ユニバーサルが加わり、日本の参加者で見る限り All Japan に近い体制での商談会となった。更には日本で先行している高品質 CD 主要 3 方式 (ソニー、ビクター、メモリーテック) の CD 音源の海外輸出、もしくはライセンスの可能性を探るため、輸出可能タイトルのリストを作成して WEB に掲載し、またそれぞれ 3 方式の製造を行っている企業 (ソニー、ビクター、メモリーテック) のブースも設置した。

海外では欧米を中心に「Cool Japan」という言葉が定着し、音楽に関しても欧米において「アニメ系」「ビジュアル系」といったジャンルに人気が集中して

いる。「JAPAN EXPO」「ANIME EXPO」「OTAKON」等の海外イベントには毎年日本のアーティストが出演し好評を博していること、及び海外の CD 市場が落ち込んでいる状況を考慮し、3年目を迎えるライセンスアウトに重点を置いた TAM への招聘者を、絞込みと欧米招聘者の増加、配信業者及びイベント業者、コンサート・プロモーターにまで広げることとした。

海外招聘者に関しては、事前に特色・過去の日本音楽の取扱い実績・参加者プロフィール等を入手し、また顔写真も掲載する形式で招聘者リストを作成し、それらを WEB に掲載し、更に日本の出展者に関しても同様の情報と海外担当者・責任者の情報を写真付で掲載し、内外双方の情報を事前に提供し、ホームページの活性化と商談の効率化を促進した。

日本レコード協会が運営する日本音楽情報ポータルサイト「日本音楽娯楽快線」、もしくは北京の日本音楽情報センターのサイトともリンクをはり、更には隣接業種のイベント「TIFFCOM」のリンクを張り、より広く TAM のイベント露出を図り、招聘者以外の来場を促進した。

宿泊施設は昨年同様ショーケースライブ、セミナー、商談会と全てのプログラム（TIFFCOM 共催セミナーを除く）を一つの施設内に集約し、移動に係る無駄な時間を省略し、効率化を図った。

TIFFCOM と共催で、日本の音楽を取り入れて大成功を収めた台湾映画を題材に共催セミナーを実施し、映画監督、もしくはプロデューサーの日本の音楽への興味、関心をあおり、TIFFCOM の TPG パーティーで作品で日本の音楽に興味を持つ映画業界キーマンと TAM 出展者の見合いを実現し、商談機会を提供した。

（１）実施概要

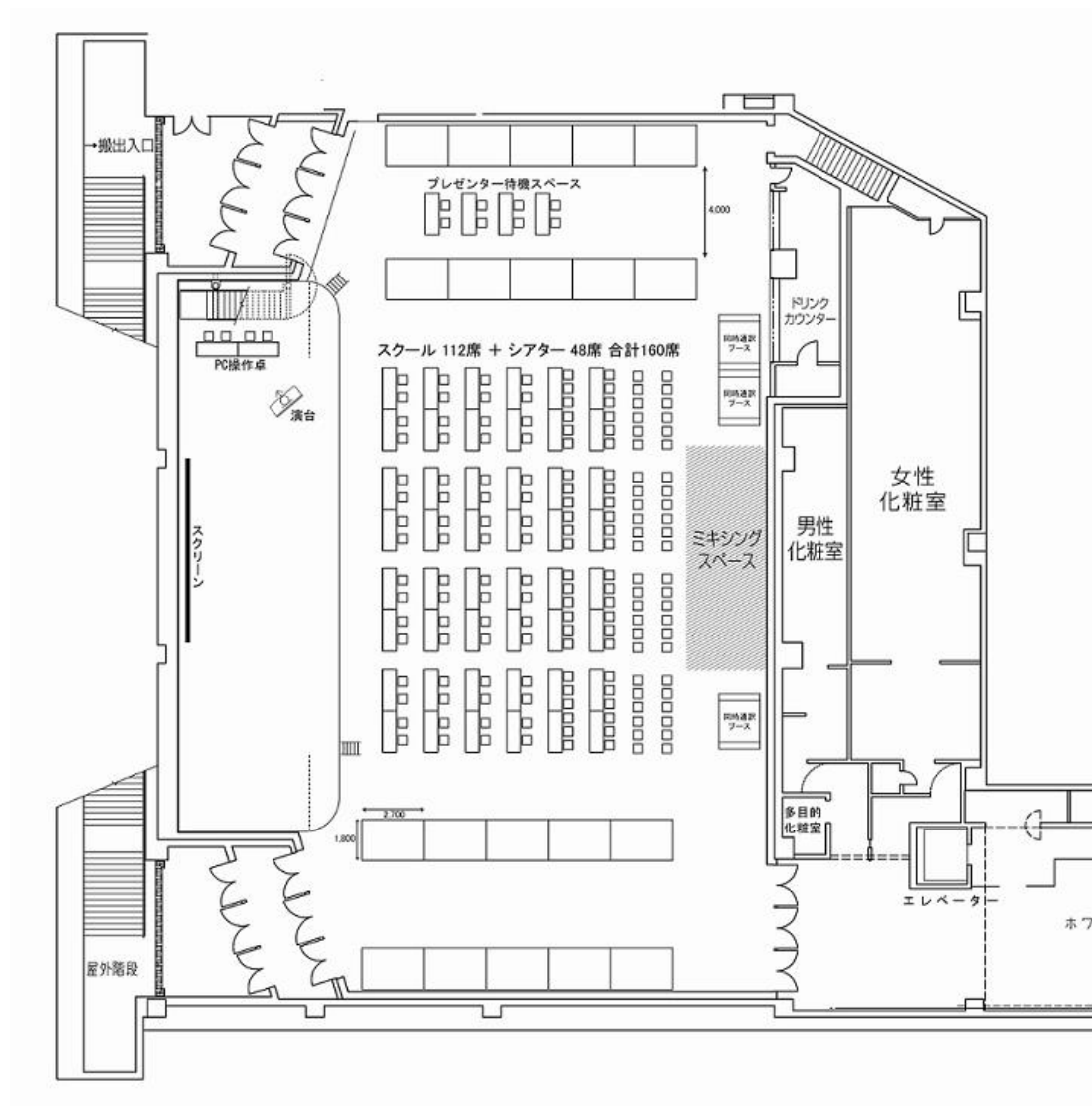
10月19日（月）～23日（金）の開催期間中の主要イベントは以下のとおりである。

① プレゼンテーション

全海外招聘者に対して、英語・北京語・韓国語の同時通訳を交えて日本側出展者が映像を使いながら自社とそれぞれのアーティストのプレゼンテーションを行った。

プレゼン時間は各社 15 分間、紹介するアーティスト及び作品に関しては、各

社が翌日からの商談会でプッシュしたいアーティストを中心に内容を作成し、音と映像を駆使したプレゼンテーションが実施された。



<プレゼンテーション会場 品川ステラボール>

プレゼンテーションメーカー一覧

順番	メーカー名	プレゼンテーションアーティスト
1	(株)ドリーミュージック	3 PLATINUM、藤澤ノリマサ、中村鮎子
2	(株)パップ	2 マキシマムホルモン、オーガユー
3	(株)エル・ディー・アンド・ケイ	3 羊毛とおはな、かりゆし58、Knotlamp
4	バウンディ(株)	※アーティスト紹介なし(会社紹介のみ)
5	(株)イーストワークス エンタテインメント	3 菊地成孔、渡辺和美、綾戸千絵
6	ナクソス・ジャパン(株)	※アーティスト紹介なし(会社紹介、楽曲紹介・純邦楽)
7	ジェネオン・ユニバーサル・エンタテインメント・ジャパン(合)	9 KOTOKO、川田まみ、MELL、fripSide、Sachi Tainaka、YOUNHA、ELISA、Flat Three、THE PRODIGAL SONS
8	(株)ばれっと	1 Keno(成海カズト)、Naomi Grace
9	ビクターエンタテインメント(株)	4 EMI MARIA、High Speed Boyz、NOA NOWA、avengers in sci-fi
10	(株)ハッツ・アンリミテッド	4 葉加瀬太郎、古沢巖、西村由紀絵、大城らん
11	(株)ソニー・ミュージック・アーティストズ	12 Puffy、YUKI、氣志團、西野カナ、AN CAFE、木村カエラ、CHEMISTRY、UNICORN、CHAT MONCHY、DOPING PANDA、東京スカパラダイスオーケストラ、detroit 7、分島花音
12	(株)アテンドコム	3 生沢祐一、フルトラ、Yang Qian、KUROKO ∞SHOW
13	(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ	2 BROWN SUGAR、ayabie-
14	(株)ティチクエンタテインメント	2 下地勇、腐男塾
15	ユニバーサル ミュージック(合)	3 風花(fu-ca)、MEG、GUNDAM ROCK
16	(株)ポニーキャニオン	4 下川みくに、GRAPEVINE、城南海、L.M.C
17	(株)フォーライフミュージックエンタテイメント	6 BENNIE BECCA、DOUBLE、the HATUS、榎本くるみ、菅原紗由理、一青 窈
18	アブソリュートレコーズ/(株)パーディハウス	1 Kimeru
19	ビージービーカンパニー(株)	1 牧野由依
20	キングレコード(株)	7 AKB48、Sound Horizon、秋元順子、西本智実、水木奈奈、angela、CHERYL BENTYNE
21	(株)レインボーエンタテインメント	5 cargo、i-dep、Note native、Ayaka Ikio、SINSUKE FUJIEDA GROUP
22	エイベックス・マーケティング(株)/avex group	※アーティスト紹介なし(会社紹介)

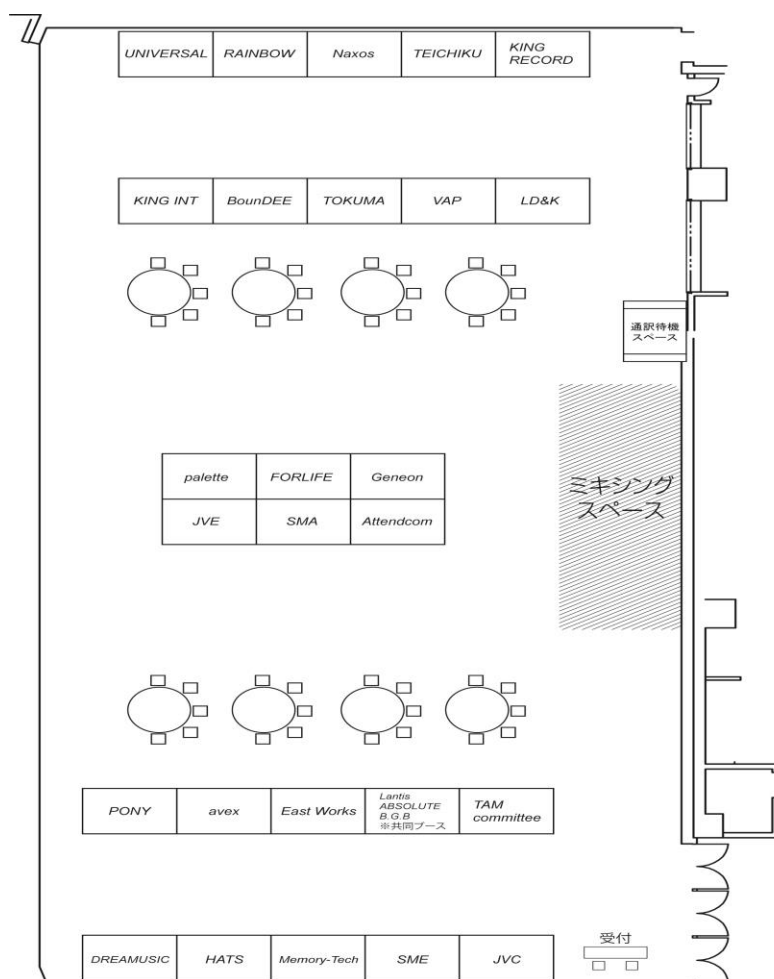


(プレゼンテーション)

③個別商談会

前日に行われたプレゼンテーションを受け、2日間をかけた個別商談会を行った。各出展者の商談をサポートする為、会場には英語、フランス語、中国語（北京語）、韓国語の通訳を待機させ、商談会開始前には通訳に必要な専門用語に関して質疑応答の時間を作り、商談の戦力になる通訳の供給に努めた。その結果初日は常に通訳が商談に呼ばれ、待機通訳ゼロの時間帯も多々発生する活況となった。

商談会参加メーカー
ユニバーサル ミュージック(合)
(株)レインボーエンタテインメント
ナクソス・ジャパン株式会社
(株)テイチクエンタテインメント
キングレコード(株)
(株)キングインターナショナル
バウンディ(株)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ
(株)パップ
(株)エル・ディー・アンド・ケイ
(株)ばれっと
(株)フォーライフミュージックエンタテイメント
ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(合)
ビクターエンタテインメント(株)
(株)ソニー・ミュージックアーティスツ
株式会社アattendコム
(株)ポニーキャニオン
エイベックス・グループ
(株)イーストワークス エンタテインメント
アブソリュートレコーズ / (株)パーディハウス
ビージービー カンパニー(株)
(株)ドリーミュージック・
(株)ハッツ・アンリミテッド
メモリーテック(株)
(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント
日本ビクター(株)



出展者ブースの列の空きスペースに丸テーブルを配置し、商談が重なりブース内で商談ができない出展者スタッフの為のエクストラのスペースを提供したが、こちらも2日間を通じ、殆どの丸テーブルが使われて、活発な商談が行われた。

<商談会会場> 品川ステラボール

(2) 成果等

①全体として

海外招聘者数：欧米…26名、アジア23名、自主参加者…20名、合計69名

今年度のTAMは、昨年参加しなかったユニバーサルミュージック、エイベックスが出展ブースを構え、更にソニーグループからSMA（ソニー・ミュージックアーティスツ）がソニーグループを代表して出展したことにより、限りなくAll Japanのイベントに近づき、海外からの来場者に対するTAMのバリューがアップした。また、海外展開を積極的に行っていたがTAMに出展したことが無かった小規模のプロダクションからも出展があり、事前のサポートの結果、海外で無名の初出展ブースであったにもかかわらず商談ブースが常に賑わっている状態を作ることができた。会社の規模を問わず、優れたアーティストを抱え、海外を目指すメーカー、プロダクションの海外展開をサポートするイベントとして、出展者に主要メーカーが増えたことと、実際の商談会で自力で海外展開の為に組織力、スタッフ力は不足気味の企業がTAMのシステムを最大限活用している姿は、共に目指したものが形になりつつあると実感できる内容であった。

②ライセンス成約状況

今年度の成約件数は以下のとおりで、他にも多数交渉が進行している。

パッケージ：247件（1カ国1アルバム（又はシングル）を1件とカウント）

配信：138件（延べ契約国数138カ国、10,500曲）

イベント・興業：29件

トータル：414件

昨年のこの時期の成約トータルが52件であったものに比べると、実に796%の伸びとなり、昨年度では考えられないほどの成果実績を上げることが出来た。

③アンケート結果

参加者からのアンケートによると、海外招聘者からは事務局運営、プレゼンテーション・商談会、ライブ、セミナー全てに対し「Excellent」か「Good」の高評価が得られ、日本の音楽情報の入手方法としても、「日本の契約先から」、

「Internet」に続き「TAM」が上げられ、日本の音楽情報の情報源としての認知が進んでいることが見て取れた。

国内メーカーからの意見も概ね良好な評価を頂いたが、一方でもっと欧米企業を招聘して欲しい、もっとコンサート・イベント会社を招聘して欲しい、という意見があり、昨年から今年にかけて事務局が目指している方向と出展者の声が一致していることが確認できたので、次回の TAM で更に対応していきたい。

④作成物

例年同様 TAM ガイドブックを作製し、イベントにかかわる諸情報を掲載し、同じデザインをベースにポスター、チラシを制作し TAM 会場、TIFFCOM 会場、その他 CoFesta 会場に配布し、業界諸団体にも配布した。

ホームページに関してはイベントの諸情報の他に出演者と招聘者にかかわる諸情報及びアーティスト情報、音源、PV 等を掲載し、内外のサイトとリンクを張り、告知に努めた。



(ポスター)



(ガイドブック)



(チラシ)

2. 2. 3 ビジネスセミナー

- ◆開催日：2009年10月23日（金）
- ◆開催場所：品川プリンスホテルメインタワー宴会場（17F 大磯）
- ◆主催：経済産業省、財団法人音楽産業・文化振興財団
- ◆日英同時通訳
- ◆延べ参加者：430名

○セッション1

テーマ：欧米の非メジャーレーベルの現状

時間：14：00～15：40

入場者：200名

○セッション2

テーマ：日本アーティストの欧米進出と配信の現状

時間：16：00～17：30

入場者：230名

【前段】

2008 年にアメリカの金融業界から始まった不況は、1 年を経て世界同時不況となり、インターネットの普及に伴うパッケージ市場の縮小を加速し、この 2-3 年間で欧米の音楽市場はすっかり様変わりしたと言われている。パッケージ市場が比較的健全な日本からみると、欧米での変化は既に想像と理解を範囲を超え、未知のマーケットになりつつある。

その一方で巻き起こった Cool Japan ブームは、この数年間で急激に拡大し、2009 年の Japan Expo の来場者数は 16 万人に達した。アニメから始まり、映画、音楽までエンターテインメント市場に興味を示し、日本語そのものを学ぶ学生が急増するに至った現状において、日本のコンテンツに注がれる期待感は大きく、過去に例が無いスケールでビジネスチャンスが拡大している。しかしながら欧米市場に拠点を持たない日本の非メジャーレーベル各社にとっては、欧米の海外展開を図る上で必要な最新情報が不足しており、各社の欧米展開の足を鈍らせている。

今年の TAM では、2 件のセミナーのテーマを共に欧米市場にフォーカスし、日本の音楽業界が欲している欧米の音楽業界の近況、欧米で活躍する先駆者の具体的な取り組みの現状、更にその日本のレコードメーカーのプロモーションを行うことで業績を上げてきた現地の日本音楽への理解が深いレーベル、配信企業、及びメディアの活動状況、そして実務担当者そのものをパネルディスカッション方式で紹介する。

■ビジネスセミナー

○セッション 1

欧米の非メジャーレーベルの現状

100 年に一度の不況が市場を襲い、同時にパッケージビジネスからノンパッケージビジネスへの劇的な変化が起こりつつある欧米の音楽市場。そんな激動の欧米音楽市場に巻き起こった空前の Cool Japan ブーム。通常のものさしでは図りきれない大きな変化が起こる欧米の音楽ビジネスの市場は、日本の音楽産業にとってチャンスなのか、否か。

今年の TAM のビジネスセミナーは 100 年に一度の向かい風と前代未聞の追い風が交錯する欧米の音楽ビジネス市場にスポットをあて、1 部では日本音楽関係者として欧米の主要インディーズ団体の連合体である、「Merlin」「WIN」双方に参加している上出卓氏にご登壇頂き、豊富な人脈の中から様々な欧米の非メジャーレーベルの関係者、及び学識関係者をパネラーとして招聘し、激動する欧米の音楽ビジネス市場の現状を紹介、分析し、欧米市場の可能性を検証した。

★ モデレーター：上出 卓、ILCJ 理事

★ パネリスト：(順不同)

- ・ Dr. Angela Beattie, PhD、人類学博士、准教授 マウントロイヤル大学 社会学・人間学部 (カナダ)
- ・ David Vodicka、AIR(the Australian Independent Record labels association) 理事長 , MIFF(メルボルン国際映画祭)理事 , ARIA (オーストラリアレコード産業協会)理事 (オーストラリア)
- ・ Jonas Sjöström、SOM (Swedish Independent Producers Association) 会長、SLR (Swedish Label Rights Association) 会長 (スウェーデン)

○セッション 2

日本アーティストの欧米進出と配信の現状

セッション 1 で検証した激動の欧米の音楽市場に対し、独自のフットワークで足を運び、市場の変化を体感しながら現地のニーズを探り出し、欧米の主要な音楽イベントに様々なアーティストをブッキングし、日本音楽とアーティストの欧米進出を手がけてきた福光氏を 2 部の講師として招き、欧米の音楽市場の第一線で活躍される方々を国内外からゲストとして招聘し、最前線の活動状況の報告を頂きながらその活動を通して見えてくる欧米市場の可能性と、ノンパッケージに変わり期待が持たれる配信ビジネスの可能性を検証した。

★ モデレーター：福光 衛、(株)Rightsscale 代表取締役

★ パネリスト：(順不同)

- ・ Isaac Bess、グローバル・ビジネス・デベロップメント部
シニアディレクター (アメリカ)
- ・ Pierre 'Reyep' Renaud、JaME Networks CEO (フランス)
- ・ Rob Kelso、レーベルマネージャー、Maru Music (アメリカ)
- ・ Gaelle Buecheler、Wasabi Records (フランス)
- ・ 伊佐山 健、(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント IMA グループ IM
オフィス マーケティング課 課長

【セミナー会場写真】

○セッション 1



○セッション 2



2. 2. 4 オープニングレセプション

海外招聘者と出展者、及び日本の音楽諸団体の関係者を集め、レセプションを催し、2009年の東京アジア・ミュージックマーケットがスタートした。

10月19日 19:00 -- 21:00 品川プリンスホテル 宴会場「大津」

来場者数：200名



(オープニングレセプション)

2. 2. 5 共催イベント

(1) TIFFCOM 共催 TIFFCOM 共催セミナー

「海角7号 君を想う、国境の南」その成功に学ぶ
～映画と音楽のコラボレーション～

◆開催日：2009年10月19日（月）11：00 ～ 12：30

◆開催場所：六本木アカデミーヒルズ4 9 オーディトリウム

◆主催：TIFFCOM、TAM

◆日英同時通訳

◆延べ参加者：120名、（内音楽関係者：20名）

○セッション内容

日本人アーティスト・中孝介をキー・ロールに抜擢して制作され、台湾映画史上最大のヒット作品となった『海角七号』。なぜ日本人キャストだったのか、なぜ中孝介だったのか、そしてなぜこの作品が台湾で記録を塗り替えるヒットを達成できたのか？必然と偶然が絡み合った記録的成功の裏側に切り込み検証する。

★ モデレーター：関谷 元子、音楽評論家

★ パネリスト：(順不同)

- ・ランディー・チャン、Neutron Innovation (BVI) Ltd. CEO
- ・関根直樹、Epic Record Japan、総合企画部開発課課長

(2) TPG ネットワークレセプション

◆開催日：2009年10月19日(月) 13:00～14:30

◆開催場所：六本木 aLIFE

◆主催：TIFFCOM、

◆協力：TAM、

◆延べ参加者：300名、(内音楽関係者：20名)

TIFFCOM が海外映画、アニメの監督・プロデューサーを集め行ったパーティーに TAM 出展の音楽関係者を招聘し、制作中の映像作品と日本の音楽に関してミーティングを行った。

2. 2. 6 広報活動

国内外において日本の音楽および TAM の認知度を高め、商談会及びビジネスセミナーの国内外からの数多くの参加を促すために以下の広報活動を行った。

(1) 主な広報活動

■音楽関係業界誌での PR

以下の雑誌等で TAM の認知度を高めるための広告を行った。

2009.10.12 ORICON BIZ



■JAPAN EXPO における PR

2009年7月2日～5日の4日間にわたり開催された世界最大のアニメイベント JAPAN EXPO において、来年度の TAM への音楽関係者の参加促進のため

の PR 活動を行った。経済産業省が出展するブースにおいて CoFesta の一環として TAM のビデオ映像を流し、ブース来場者に対して TAM および CoFesta の告知を行った。

■ 地下鉄銀座線における PR

2009 年 9 月 29 日～10 月 27 日の約 1 ヶ月間にわたり営団地下鉄銀座線において NPO 法人映像産業振興機構（VIPO）の協力を得て、CoFesta 各イベントと共に TAM のイベント広告を行った。

■ WEB サイトを活用した PR

①TAM WEB サイト

2009 年 5 月に今年の TAM の WEB サイトをオープンし、TAM 関連情報の告知を開始した。TAM のイベント情報のみならず、出展者情報、担当者情報、アーティスト情報、招聘者を含む海外からの来場者情報、輸出可能な高品質 CD の情報等を満載し、イベント告知ツールとしてではなく、商談サポートツールとして出展者と海外バイヤーとの商談をサポートした。

更にこのサイト自体の認知を拡大する為、昨年同様社団法人日本レコード協会が制作する日本の音楽関係情報を英語および中国語で海外へ広く発信する日本音楽情報サイト「日本音楽娯楽快線」、北京の日本音楽情報センターの WEB サイト、TIFFCOM の WEB サイトともリンクを張り、海外音楽関係者への告知を行った。



(TAM WEB サイト(Top Page))



(TAM WEB サイト(アニメソングライブ・英語ページ))

②日本音楽娯楽快線

昨年同様日本レコード協会が日本の音楽を海外に発信する目的で運営するサイト、日本音楽娯楽快線（英語、北京語）とリンクを張り、世界の音楽関係者に TAM の WEB サイトへのトラフィックを誘導した。今年は更に TAM の WEB サイトで使用するアーティスト情報、音楽データ、映像データを日本音楽娯楽快線のデータベースに蓄積し、日本音楽娯楽快線と TAM の両方の WEB ページ使用する為のデータベース共有化システムを作り、効率化を図った。



(日本音楽娯楽快線英文ページ)



(日本音楽娯楽快線中文ページ)

(2) 主要メディア露出実績

媒体名	区分	放送・掲載日	備考
NHK	テレビ	10月20日	日本音楽 海外売り込みを図る
日経産業新聞	新聞	10月19日	海外に日本音楽を売り込み
日刊レコード特信	新聞	10月21日	TAM オープニングパーティ
文化通信	新聞	10月21日	TAM オープニングパーティ、プレゼンテーション
日刊レコード特信	新聞	10月26日	月曜掌論「TAM オープニングパーティ」
日経トレンドネット	WEBNEWS	10月30日	東京で商談会、日本のアーティストが世界で活躍するには？
musicman	WEBNEWS	11月2日	セミナー紹介
アニメ！アニメ！	WEBNEWS	11月18日	アニソンライブ
ITメディア	web	11月下旬	アニソンライブ
oriconBIZ	業界誌	10月12日	海外へ売り込むシーン紹介
AERA	雑誌	12月7日	アニソンライブ
The Record	団体	11月号	開催紹介 RIAJ
mpa	団体	11月号	開催紹介 MPA
navi	団体	winter	開催紹介 ACPC