

第20回東京国際ミュージック・マーケット (20thTIMM)



会 期：2023年10月25日(水)～27日(金)  
 会 場：東急歌舞伎町タワー  
     商談会：17階-HOTEL GROOVE SHINJUKU  
     セミナー：10階-109シネマズプレミアム新宿  
     ライブ：地下-Zepp Shinjuku  
 主 催：経済産業省／(特非)映像産業振興機構／(一財)日本音楽産業・文化振興財団  
 後 援：(一社)コンサートプロモーターズ協会／(一社)私的録音録画補償金管理協会／(一社)日本音楽事業者協会／  
     (一社)日本音楽出版社協会／(一社)日本音楽制作者連盟／(一社)日本音楽著作権協会／  
     (公社)日本芸能実演家団体協議会／(独)日本貿易振興機構／(一社)日本レコード協会  
 対 象：国内外の音楽業界関係者  
 公式サイト URL：<https://www.timmjp.com>

総来場者数(参加数)：3,058人  
     内訳：(国内入場者数(参加数)：2,922人 海外入場者数(参加数)：136人)  
 ビジネスエリアの来場者数(参加数)：1,479人  
     内訳：(国内入場者数(参加数)：1,343人 海外入場者数(参加数)：136人)  
 出展社数：25社  
     内訳：(国内出展社数：24社 海外出展社数：1社)  
 出展参加国と地域数：24の国と地域  
 バイヤー数：136人  
     内訳：(国内バイヤー：0人 海外バイヤー：136人)  
 商談件数：128件  
 成約金額：270,000USドル  
 プレス社数：9社  
     内訳(国内プレス社数：9社 海外プレス社数：0社)



■開催内容

日本音楽の海外進出を支援する国際見本市“東京国際ミュージック・マーケット (TIMM)”は、20回目の記念開催となった今年度、待望の4年ぶりとなるフルスペックの会場開催を再開し、コロナ禍で停滞したリアル会場でのビジネスマッチングを再び活性化させるべく、主要プログラムである商談会・ネットワーキング、ビジネスセミナー及びショーケースライブのそれぞれを例年以上にパワーアップさせて実施した。

会場は、同年4月に新宿歌舞伎町にオープンした各種エンターテインメント施設が集結し、新宿の新たなランドマークとなる「東急歌舞伎町タワー」を使用。これにより、TIMM参加者は商談会やセミナー、ショーケースライブ等、各プログラムの参加から宿泊まで同一施設の中で完結する事が可能になった。

また、コロナ禍のオンライン開催会場として使用したビジネスマッチングサイト「TIMM ONLINE」を引き続き活用。サイトに実装するメッセージ機能を使っての商談のアポイント取りや会期後の参加者間の事後フォロー、更にはセミナーやライブのアーカイブ動画もサイト内で配信し、年間を通したビジネスマッチングもサポートしている。

■2023年度の新規取り組みとその成果・特色など

1) 音楽系エージェント、キュレーター等の招聘強化

世界の音楽業界ではサブスクリプションがビジネス(収益化)、プロモーション等の主流になっており、これまでのCD等の商品毎のライセンスビジネスやプロモーションから、サブスクリプションの契約を経ていかに楽曲の再生回数を上げていくか、というフェーズに移行している。その傾向を受け、TIMMの招聘バイヤーについても、これまでは音源ライセンス契約を目的とするバイヤーや興行イベントの主催者らが中心であったが、近年は現地のプロモーションに直結するエージェントやキュレーター等の招聘強化にも取り組んでおり、今年度はそれらカテゴリーで88名が参加している。

また、毎回参加している出展者から希望の多い「新規の人脈作り」の声に応えるべく、今年度初めて参加した「新規バイヤー」は71名となり、共に参加者から好評を得た。

2) ショーケースライブの内容強化

過去のTIMMでは、ショーケースライブへの出演エントリーが可能となるのが出展申込者のみとなっており、自ずと出展者サイドの意向が強いラインナップのライブとなっていた。一方で、海外バイヤー等からは、既に国内、もしくは海外で人気の出演を望むアーティストの出演を望む声が寄せられるという現状があった。

この状況を両者にとって最適な状態にするべく、今年度の出演エントリーに際しては、出展申込の有無に関わらずエントリー可能(出演決定後はブース出展による商談会への参加が条件)とし、選定については、エントリーアーティストの過去実績や今後の海外展開計画の内容によって選定した。

これらにより、国内において既に人気があるアーティストの出演が増え、海外バイヤー等からも好評を得ると共に、海外に向けて今の最新のJ-POPシーンをアピールする事にもつながった。

3) セミナー内容の強化について

セミナーのテーマ選定に関しては、毎年音楽業界の海外進出に関する注目度の高いテーマを中心にピックアップし、各方面のオピニオンリーダーらに講師を依頼しており、毎年好評をいただいていた。今年度についても、同様にテーマの決定や講師のブッキングを続けると共に、キーノートトークについても20回目の記念開催に相応しい内容とするべく、海外展開で大きな実績を上げてきたアーティストに登壇いただき、そのノウハウや感触など、アーティスト視点での経験談を講義いただいたことで、キーノートも含めた全6本のセミナーに関し、どれも好評をいただいた。

4) 新人・若手クリエイターが活躍できる機会を創出するビジネスマッチングスキームの確立

出展プランの「ライトプラン(個人プラン)」を継続展開し、新人・若手クリエイターが個人でもローコストで参加できるよう配慮した。また、ショーケースライブの出演アーティストの選定については、前述の通り原則過去の実績や今後の海外展開計画等を評価ポイントとして選出しているが、実績等で劣る新人・若手アーティストに関しては、オープニングアクトとして出演枠を確保した。

■他イベントや非コンテンツ企業との連携事例などの実施事例、件数や成果

●他団体との連携セミナーの実施など

2日間で6本のビジネスセミナーを公開したうち、2本のセミナーを連携セミナーとして実施した。連携先は、(一社)日本音楽出版社協会(MPAJ)と(一社)Independent Music Coalition Japan(IMCJ)の2団体。

また、出展に関し、(一財)デジタルコンテンツ協会(DCAJ)の紹介による出展社が1社参加した。

●JETROとの連携

JETROと連携し、2023年9月25日～29日に「TIMM2023×JETRO音楽コンテンツ・オンライン商談会」を実施した。実施に際しては、出展者や招聘バイヤーへの告知面での相互協力も行っている。

●その他連携セミナーの実施

TIMM初日のプログラムは夜のショーケースライブとオープニングパーティーのみにて、開始までの昼の時間帯を利用してTIMMのセミナー会場にて以下2本の連携セミナーを実施した。

- ・セミナー①テーマ：「YouTube Music Insider」

主催：YouTube Music Japan

日時：10月25日(水) 15:30～17:00

会場：109シネマズプレミアム新宿 シアター7

- ・セミナー②テーマ：「グローバルに活躍できる次世代の音楽業界のリーダーを育成するために必要なこと」

主催：(一社)Independent Music Coalition Japan(IMCJ)

日時：10月25日(水) 17:30～18:00

会場：109シネマズプレミアム新宿 シアター7

●連携フリーライブの実施

TIMM会期中の二日間、TIMM会場の東急歌舞伎町タワー前にあるシネシティ広場においてフリーライブを実施し、音楽系マーケットイベントとしてのバリューアップを図った。なお、TIMMでは同ライブ出演アーティストの斡旋も行っている。

- ・イベント名：Kabukicho Music Live

主催：歌舞伎町商店街振興組合、TSTエンタテインメント他

会場：シネシティ広場

日時及び出演者：

10月26日(木)18:00～21:00/出演者：ナタリアダナエ、高橋一輝、MindaRyn

10月27日(金)18:00～21:00/出演者：中村滉己、坂田隆一郎、TENSONG

