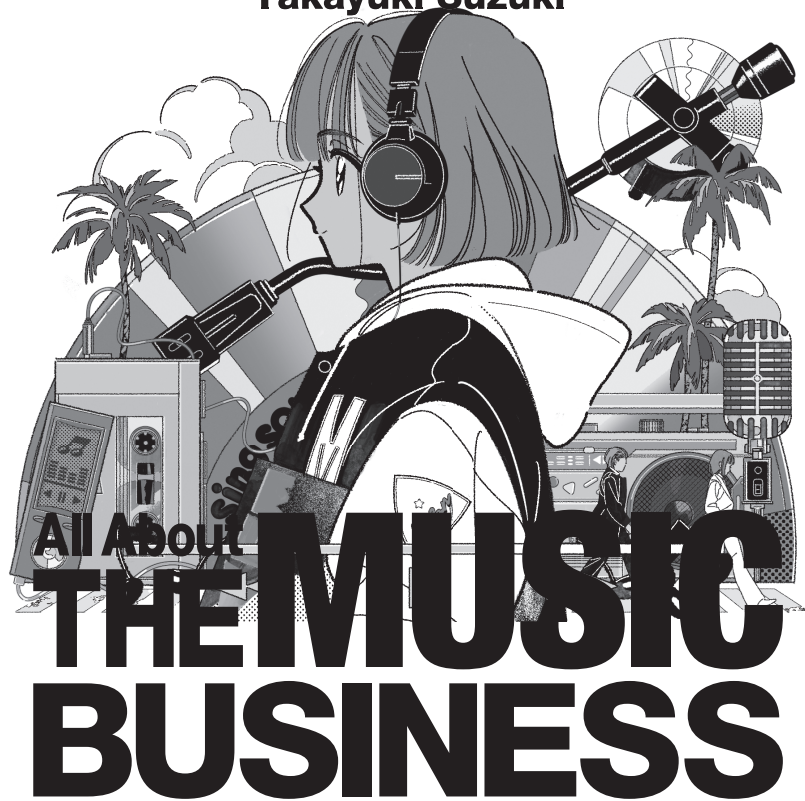


音楽ビジネス

歌を聴くのが好きな人から専門家まで楽しく読める音楽の教養

鈴木貴歩
Takayuki Suzuki



CROSSMEDIA PUBLISHING

ブックデザイン

金澤浩二

カバーイラスト

電Q

アートプロダクション

ROUNDHOUSE

編集協力

まつもとあつし

序章

202X年、日本の音楽が 世界に響く理由

Chapter 0 :

Why J-Pop Is Taking Over the World Today

「音楽ビジネス」という言葉を聞いて、どんなイメージが思い浮かぶでしょうか？CDの売上やチャート、ライブの動員、あるいはレコード会社やアーティスト契約といった、従来の音楽産業の枠組みを想像する人が多いかもしれません。

ところが2025年現在、音楽を取り巻くビジネス環境は劇的に変化しています。特にJ-POPはいま、世界の音楽シーンにおいて確かな存在感を放っています。Ado、BABYMETAL、YOASOBI、藤井風といった面々が国際的なアワードやフェスティバルに登場する機会が増え、海外チャートにランクインする例もはや珍しくなくなりました。

この動きを支えているのは、ストリーミングサービスやYouTube、SNSやショート動画、そしてそれらに組み込まれたアルゴリズムの力です。日本発の音楽が、ジャンルや国境、言語の壁を越えて世界中のリスナーに届き、ファンダムを形成する。そんな時代がすでに現実のものとなっています。

ほんの数年前までは、日本の音楽ビジネスは「ガラパゴス」世界から取り残された環境」と評されることもありました。国内市場に閉じたメディア展開、CD市場の活況が続く一方でストリーミング導入の遅れ、国際展開における戦略不足など、K-POPと比較されて課題が多く指摘されていたのは記憶に新しいところです。

ではなぜ、この数年でJ-POPを取り巻く状況は大きく変わったのでしょうか？本書ではこの問いに対して、まずは“ビジネス構造の変化”、そして“技術の進化”を軸に読み解いていきます。ただし、これは音楽業界にとって初めての变化ではありません。レコードからCD、CDから配信、そしてストリーミングへと至るまで、業界は何度も困難と再構築を経験してきました。私たちは常に変化の只中にいるのです。

そうした変化を先取りするアーティストやクリエイターが次世代の中心となる流れが連続して起こっているのです。

そして2025年、音楽ビジネスの本質もまた大きく更新されつつあります。アーティストが原盤権を保持しながらグローバルに展開できる流通環境、スーパーファンを基点としたエンゲージメント経済、ファンダムとデジタル上でコラボをおこなう企業の台頭。アーティストが主体的に資本を活用するなど、かつて大企業が握っていた主導権は、いまやテクノロジーと権利設計に強みを持つ新たなプレイヤーに移りつつあります。

本書は、音楽ビジネスの構造、ダイナミクスの変化を中心に、音楽そのものがどのようにグローバル化し、ビジネスとして再構築されているのかを描いていきます。AI生成音楽、ファン

ダム設計、アーティスト主導の流通モデル、音楽ディストリビューターやDSPの戦略、レーベルやプラットフォームの買収事例など、従来の音楽の枠に収まらない広がりを読み解くための視座を提示したいと考えています。

ここで少しか自己紹介をさせていただきます。私はParadeE株式会社代表取締役として、音楽とテクノロジーの重なる領域に特化したコンサルティング会社を経営しています。キャリアの出発点はゲーム会社や放送局でのコンテンツ企画・事業開発。2009年にはユニバーサルミュージック合同会社に入社し、デジタル本部長として音楽配信売上の拡大や全社のデジタル戦略を推進しました。そして2016年に起業し、現在に至ります。

現在は、日本や欧米の企業に向けた事業戦略・海外展開支援、日欧スタートアップのアドバイザー、SXSW PitchやベルギーのWallifornia MusicTechなど海外の音楽テック領域のアドバイザーボード、著作権管理団体JASRACの理事、プロダクションの業界団体、日本音楽制作者連盟のアドバイザーなど、「ローカルとグローバル」、「トラディショナルとイノベーション」をつなげる活動をしています。

いままで30カ国、104都市の音楽フェスティバルへの参加や音楽ビジネスカンファレンスで

の登壇を通じて、世界中の同じビジョンを持つ仲間と未来へのビジョン、エコシステムを一緒に築いています。

2024年は毎月海外で登壇をおこない、欧米に加えて、アルゼンチン、ブルガリア、サウジアラビアといった国に赴き、グローバルに音楽ビジネスの拡大を体感しました。

なぜ私はこの領域に関わり続けているのか。その理由はシンプルです。音楽の未来が、もっと面白くなると信じているからです。音楽は、社会や技術の変化を最も敏感に反映する文化表現であり、それを支える仕組み——すなわち音楽ビジネスの変革——に携わるからこそ、未来の文化に貢献できると考えています。

日本の音楽が世界中で響き、アーティストやクリエイター、そしてそれを支えるすべての関係者が正当な価値と恩恵を享受していくためには、音楽ビジネスの仕組みそのものが、柔軟かつ創造的に進化し続ける必要があります。

本書が、そうした変化の本質を捉え、これからの音楽に関わるすべての人にとって、新たな一歩を踏み出すためのヒントとなれば幸いです。

序章 Chapter 0 : Why J-Pop Is Taking Over the World Today

202X年、日本の音楽が 世界に響く理由	003
-------------------------	-----

第1章 Chapter 1 : The World of New-Era Hit Music Production

新時代のヒットから学ぶ音楽制作の世界

1 ヒットの基準は「ミリオンセラー」から「ビリオンストリーム」へ	016
2 ヒットを生み出すチーム編成	021
3 DTMの登場がもたらした制作スタイルの多様化	026
4 音楽制作を支えるDAWとハードウェアの進化	028
5 日本発の電子楽器が世界を席巻	030

第2章 Chapter 2 : The World of Streaming Music Distribution

ストリーミングから学ぶ音楽配信の世界

第3章

Chapter 3 : The World of Music Marketing from TikTok

TikTokから学ぶ 音楽マーケティングの世界

1	聴き方の大転換——所有からアクセスへ	034
2	Spotifyが海賊版との戦いに終止符を打った	036
3	Spotifyを成功に導いた技術と「プレイリスト」	040
4	ストリーミング中心となった音楽業界の収益構造	043
5	ストリーミングサービスの影響で音楽制作は変化したか？	050
6	メタデータエンリッチメント（充実化）とは	054
7	ストリーミングで縮まる世界の距離	059
8	音楽の「あるべき姿」に立ち返る	062

1	新曲リリース時のマーケティング戦略の昔と今	066
2	バズる音楽マーケティングエッセンスSNSがもつ役割	069
3	最新作と過去作がフラットに並ぶ時代	073
4	音楽評論の意味	076

第4章

Chapter 4 : The World of Live Music

フェスから学ぶ音楽イベントの世界

1	音楽フェスが引き起こす社会現象とは	080
2	映像、音響、照明……観客を魅了するコンサート演出	085
3	強化されていく音楽イベントの安全対策	090
4	上昇を続けるチケット価格	092
5	アーティストのストーリーとライブ会場の関係性	095

第5章

Chapter 5 : The World of Independent Artist Development

インディーズに学ぶアーティスト育成の世界

1	メジャーとインディーズ	100
2	いきなり世界でヒットするインディペンデントアーティスト	103
3	アーティスト育成の投資とリターンの仕組み	106
4	専属契約から流通契約へ	109
5	デジタル時代に再評価されるCDシヨップ	113
6	宅配便と音楽の意外な関係	116
7	音楽ビジネスの司令塔としてのマネジメント	118

第6章

Chapter 6 : The World of Globalization from K-Pop

K-POPから学ぶグローバル化の世界

- | | | | |
|---|-----------------------------|---|---|
| 1 | K-POPから学ぶ世界を席巻する「機動力」 | 1 | 2 |
| 2 | テクノロジー活用——V LIVE、Day1から世界展開 | 1 | 2 |
| 3 | グローバル展開のカギを握るファンダムの活躍 | 1 | 2 |
| 4 | ビートとメロディで見る音楽のトレンド | 1 | 3 |
| 5 | J-POPの海外進出と成功例 | 1 | 3 |
| 6 | 次に注目すべきはアフリカとラテンアメリカ | 1 | 3 |

インタビュー

日本の音楽がグローバルで勝つために

——株式会社ミュージックレイン代表取締役執行役員専務

屋代陽平氏

1
4
3

第7章

Chapter 7 : The World of IP Business from Karaoke

カラオケから学ぶIPビジネスの世界

- | | | | |
|---|-----------------------------|---|---|
| 1 | 音楽から生まれるさまざまなIPビジネス | 1 | 6 |
| 2 | 作曲家、作詞家、編曲家……印税はどのように分配される？ | 1 | 7 |
| 3 | 著作隣接権——音楽は仕組みが整っている | 1 | 7 |

2
0
2

4	他人事ではない楽曲のライセンス契約の仕組み	175
5	登録するだけでも使用料が——カラオケ印税の仕組み	179
6	JASRACも進化を続けている	183

第8章 Chapter 8 : The World of Music Business History

歴史から学ぶ音楽ビジネスの世界

1	パトロンが支えた「パトロネージュの時代」	188
2	企業が支えた「音楽資本主義の時代」	190
3	ファンがつながって支える「スーパーフানের時代」	193
4	自ら資金調達をおこなう「アーティスト主導型資本主義」	197

第9章 Chapter 9 : The World of Future Music Business with AI

Aーから学ぶ

これからの音楽ビジネスの世界

1	イマージブで拡がる音楽ビジネス	204
---	-----------------	-----

2	生成AIだけではないAIの活用	209
3	ライクネス、音声、肖像、ダンス、そして考え方そのものへ	213
4	人間の創造性と生成AIのバランス	217
5	ユニバーサルミュージックとYouTubeのコラボレーション	221
6	技術がもたらす業界再編・金融としての音楽	224

インタビュー

AI時代に問う、アーティストの可能性	228
——シンガーソングライターsyudou氏	228

終章 Chapter 10 : Connecting Globally, Shaping the Future of Music

グローバルスタンダードを取り入れ	249
「世界とつながり、音楽の未来を灯す」	249

おわりに	254
------	-----