

第18回東京国際ミュージック・マーケット (TIMM)



会 期：2021年11月1日(月)～3日(水・祝)
 会 場：TIMM ONLINE サイト (オンライン開催)
 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)：19,080人(前年18,992人／前年比100.5%)
 ビジネスエリアの来場者数(参加数)：5,309人(前年4,018人／前年比132.1%)
 出展社数：21社(前年22社／前年比95%) (国内出展社数：20社 海外出展社数：1社)
 出展参加国と地域数：2の国と地域(前年は日本のみ)
 バイヤー数：227人(国内バイヤー：0人 海外バイヤー：227人)
 ※36ヶ国・地域のバイヤー等が参加(前年170人、32ヶ国・地域)
 商談件数：1,398件
 成約金額：57,500,000円
 プレス社数：3社(国内プレス社数：3社 海外プレス社数：0社)

■開催内容

今年度のTIMMも新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響を受け、昨年同様「TIMM ONLINE」を使用したオンライン開催となった。「TIMM ONLINE」は、出展者ページ・バイヤーリスト等により商談相手の検索が可能にて、参加者はメッセージ送受信機能やプレゼン動画などを活用してビジネスマッチングやネットワーキングを実施。また、ビジネスセミナーやショーケースライブも配信し、例年のリアル会場開催と同様のメニューをオンライン上で展開した。出展者、および海外バイヤーはコア日(会期)となる11月1日～3日以降も商談機能の利用やセミナー、ライブ等のアーカイブ視聴が可能で、年間を通じたビジネス展開もサポートしている。なお、今年度の「TIMM ONLINE」では、参加者の利便性の向上や商談の更なる活性化を図るべく様々な改修を行っており、主な改修点については、事項に記載する。

■2021年度の新規取り組みとその成果・特色など

- 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は、新人・若手アーティストを中心として構成した。
- インフルエンサー、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、これまではバイヤーや興行イベントの主催者らが中心であったが、昨年度から各国のインフルエンサー、キュレーター等の招聘強化にも取り組んでおり、今年度はプロモーターも含むそれらカテゴリーで111名(前年実績は64名)が参加した。

○TIMM ONLINE サイトの利便性の向上(サイト改修)

- ・TIMM ONLINE サイト内の多言語翻訳
 参加者間の商談・ネットワーキング時の言語の問題をサポートするべく、AIによる多言語翻訳機能を実装。これにより、主要言語については母国語等へ変換がなされ、海外関係者とのコンタクトを容易にした。
- ・参加バイヤー検索機能
 これまでの、国・地域、職種・属性別等の検索に加え、ログイン中の参加者検索も可能となり、リアルタイムのネットワーキング、商談相手の検索も容易となった。特に欧米とは時差の関係から、オンラインイベント時のリアルタイムコミュニケーションが取りにくい事が課題となっていたが、これにより事前のミーティングブッキングが無い相手との「出会い」も可能となった。
- ・メッセージの一斉送信機能
 これまで個別に送信する必要があった新着情報などのインフォメーションメッセージの発信に関し、一斉送信が可能となった。なお、送付先は、国・地域別などの絞り込みも可能。
- ・BtoB&C対応
 アーティスト情報ページは、これまでTIMM参加者向けのBtoBコンテンツとしてTIMM参加者のみへの限定公開だったが、同ページは英語版のBtoCコンテンツとしても有効なツールであることから、アーティストページを一般にも公開し、海外向けのプロモーションツールとしても活用できるようにした。

コアイベント

第18回東京国際ミュージック・マーケット (TIMM)



- ・ TOPページの改修
ログイン後のTOPページに新着情報の掲示やショーケースライブ出演アーティストページへのダイレクトリンクを追加し、利便性の向上を図った。

○来場者について

リアル会場に行かなくとも参加できるというオンラインのメリットが今年も見て取れた。海外バイヤーの参加国は前年から4か国増の36か国・地域になると共に、ライブの視聴者も含めたサイトへのアクセス国数は57ヶ国・地域となり、ビジネスエリア来場者数、及び総来場者数とも増加している。

なお、海外バイヤーらの招聘強化策として、これまでのGoogle、Facebookでの展開に加え、LinkedInを使用している音楽業界関係者への告知展開も新たに実施した。

■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・成果

○他団体との連携セミナー実施

3日間で7本のビジネスセミナーを公開したうち、4本のセミナーを連携セミナーとして実施した。

連携先は、(特非)映像産業振興機構 (VIPO)、(一社)日本音楽出版社協会、(一社)Independent Music Coalition Japan (IMCJ)、Music Ally Japanの4団体

○JETROとの連携

JETROと連携し、2021年10月25日～29日に「TIMM×JETRO 音楽コンテンツ・オンライン商談会」を実施した。両イベントの会期を連続した週末に、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。



TIMM TOP ページ



TIMM アーティストページ



TIMM セミナーページ



TIMM ライブページ



TIMM 出展社ページ



TIMM ライブ日別ページ