

第21回東京国際ミュージック・マーケット (21stTIMM)



会 期：2024年11月5日(火)～7日(木)  
 会 場：商談会：渋谷ストリームホール  
           セミナー：グーグル6階会場(渋谷ストリーム内)  
           ライブ：Spotify O-EAST (11/5-6)、Veats Shibuya (11/7)  
 主 催：経済産業省／(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／(財)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)：4,289人  
     内訳：(国内入場者数(参加数)：4,113人 海外入場者数(参加数)：176人)  
 ビジネスエリアの来場者数(参加数)：2,183人  
     内訳：(国内入場者数(参加数)：2,007人 海外入場者数(参加数)：176人)  
 出展社数：25社  
     内訳：(国内出展社数：23社 海外出展社数：2社)  
 出展参加国と地域数：21の国と地域  
 バイヤー数：176人  
     内訳：(国内バイヤー：0人 海外バイヤー：176人)  
 商談件数：113件  
 成約金額：260,000USD  
 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、21回目の開催となった今年度、キャッチコピーに“GO GLOBAL”を掲げ、開催地を日本のポップカルチャーの聖地の一つ「音楽の街」渋谷に戻して11月5日～7日の3日間開催した。会場はTIMMのプログラム毎に3会場を使い、商談会・ネットワーキングを渋谷ストリームホールで、ビジネスセミナーは渋谷ストリーム内のグーグルにて、ショーケースライブは11/5～6の2日間をSpotify O-EASTで、11/7はVeats Shibuyaで行い、各プログラムとも盛況を収めた。また、会場の変更のみならず、各プログラムにおいても内容の強化を図っており、大幅に増加した海外バイヤー等の参加者数や、近年招聘強化を進めてきたPRエージェントやイベント主催者などを中心に新規参加者も多かった事から、TIMMに参加した出展者やバイヤーから高い評価を得た。なお、年間を通して稼働しているオンラインのビジネスマッチングサイト「TIMM ONLINE」では、サイトに実装するメッセージ機能を使ってのTIMM会場で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、及びセミナー・ライブのアーカイブ配信も行っており、参加者の利便性も向上させている。

■2024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、キュレーター等の海外からの招聘強化

海外進出における音楽業界のビジネスモデル(収益化)がパッケージ等のフィジカルのライセンスビジネス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事を受け、TIMMの招聘バイヤーについても、これまでは音源の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、今年度は海外バイヤーの参加者数も176人と前年(136人)に比べ大きく増加した。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」の要望に応えるべく、今年度初めて参加した「新規バイヤー」は86名となり、共に参加者から好評を得た。

2) 商談会・ネットワーキング環境の向上

今年度の新たな取り組みとしては商談ブースの改善を行っており、昨年度は会場の広さの問題により各ブースが手狭だったことを受け、スタンダードプランを3m×3mに、ライトプランを2m×2mに拡大すると共に、各ブース間には壁を設置して他ブースへの音漏れも防止した。また、フリーの商談スペースも拡大。4階の総合受付フロア全体をTIMM参加者が自由に使えるスペースとして開放し、両日とも活発な商談が行われた。なお、4階のフリーの商談スペースは近年海外で人気定着した日本のシティポップをテーマに演出。音楽ライターの栗本齊氏が選定したシティポップのアナログ盤のジャケットギャラリーや選曲した各サブスクリプションサービスのプレイリストをBGMにして展開。海外バイヤーらはギャラリーを写真に収めるなど、さながら「シティポップカフェ」の空間も堪能し、日本コンテンツのクールさも持ち帰ってもらっている。

#### 3) ショーケースライブの内容強化

ショーケースライブの出演アーティスト選定において、今年度も出展の有無に関わらずエントリー可能とし、選定基準はアーティストの過去実績や今後の海外展開計画に基づいて出演者を決定した。これにより、すでに海外展開を強化しているアーティストや国内で人気上昇しているアーティストのエントリーが増えると共に、ライブに対する海外バイヤー等からの注目度も高まる事が出来ており、日本の最新J-POPシーンを国際的にアピールする場としても機能した。また、国際マーケットイベントとしてのTIMMの価値を高めるべく、今年度の新たな取り組みとしてVeats Shibuyaで行った最終日(11/7)に、YouTubeと連携してアジア地域からアーティストを招いた「ASIA DAY supported YouTube Music Night」を実施した。

なお、5日のライブ終了後に海外バイヤー等とライブ出演者とのミート&グREETを実施。ライブの熱が冷めやらぬまま、TIMM参加者間の懇親やネットワーク作りをサポートした。また、6日および7日の出演アーティストについては、6日に実施したウエルカムパーティーに参加いただき、上記同様にTIMM参加者間の懇親やネットワーク作りを行っている。

#### 4) セミナー内容の強化について

セミナーテーマの選定に関しては、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実施しており、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、キーノートには海外展開で実績を上げた日本人アーティストのリナ・サヤマ氏が登壇し、自らの体験をもとに日本音楽の海外展開の可能性について語っていただいた。なお、今年度は会場の変更によりセミナーの実施本数を増やす事が可能となり、会期中、全12本(前年度は6本)のセミナーやプレゼンテーションを行い、各セミナーとも好評を得た。

#### 5) 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に配慮した。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

#### ●JETROとの連携

JETROと連携し、2024年9月26日～30日に「TIMM2024×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。

#### ●連携フリーライブの実施

イベント名：ストリートライブイベント「SHIBUYA OPEN LIVE 2024 AUTUMN」

当イベントは、インディーズアーティストの音楽活動を支援することを目的に実施されており、2019年に渋谷中央街で開催された「渋谷中央街 Music Street」や、2024年夏に開催されたSHIBUYA まちびらき2024「OPEN LIVE」と同様に、渋谷の街なかにはライブステージを設置して開催されている。TIMMと連携した今回はTIMM会期中の3日間、渋谷ヒカリエ、渋谷ストリーム、渋谷フクラス、渋谷サクラステージ、渋谷アクシュ、渋谷駅東口地下広場の計6カ所の会場で、未来に羽ばたくインディーズアーティスト50組以上が出演し、熱いライブを繰り広げた。

<開催概要>

- ・日時：2024年11月5日(火)～7日(木) 14:00～21:00
- ・会場：渋谷ストリーム前 稲荷橋広場、渋谷ヒカリエ 4F イベントスクエア、渋谷中央街渋谷フクラス前、渋谷アクシュ SHIBUスポット、渋谷サクラステージ SHIBUYA サイド 2F 桜丘広場、渋谷駅東口地下広場
- ・主催：(一社)渋谷再開発協会、(一財)渋谷区観光協会、東急(株)、東急不動産(株)
- ・協力：東京国際ミュージック・マーケット(TIMM)、(一社)渋谷駅前エリアマネジメント、渋谷ヒカリエ、渋谷ストリーム、渋谷フクラス/東急プラザ渋谷、渋谷サクラステージ、渋谷アクシュ、渋谷中央街
- ・制作協力：(株)エッグス、MOTCHAN NO HEYA-もっちゃんの部屋
- ・企画制作：(株)東急エージェンシー
- ・URL：<https://biz.shibuyabunka.com/watch/29/>

