

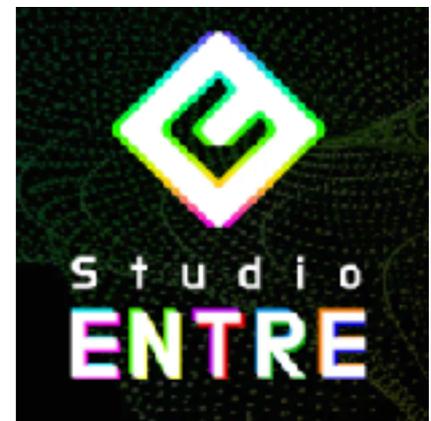
知財戦略本部コンテンツ戦略WG

0201/2024

# 日本の音楽産業の課題と 官民連携による可能性

山口哲一 StudioENTRE株式会社 代表取締役

(音楽プロデューサー/エンターテック・エヴァンジェリスト)



## 本日のアジェンダ

- ▶ デジタル化で変化した音楽ビジネス構造と、日本の音楽業界の「デジタル敗戦」
- ▶ 官民連携で取り組みたい、課題と展望

# 山口 哲一 / Norikazu Yamaguchi

音楽プロデューサー / エンターテック・エバンジェリスト

StudioENTRE(株) 代表取締役 / (株)バグ・コーポレーション代表取締役

「CiP協議会」フェロー / iU超客員教授

国際基督教大(ICU)高校卒。早稲田大学 在学中から音楽のプロデュースに関わり、中退。1989年、株式会社バグ・コーポレーションを設立。「SION」「村上"ポンタ"秀一」「佐山雅弘」「村田陽一」「こだまさおり」など実力派アーティストのマネジメントを行う。「東京エスムジカ」「ピストルバルブ」「SweetVacation」などの個性的なアーティストをプロデュースし、メジャーデビューさせた。

時代の変化に鋭敏に対応、音楽ビジネスとITに関する実践的活動を行い、2010年頃から著作活動を始め。ビジネスを知悉した経験を活かしエンターテインメントとテクノロジーの関係について提言を続けている。『新時代ミュージックビジネス最終講義』ほか著書多数。メディアアート作品のクリエイティブディレクターとして「SHOSA/所作 ~a rebirth of human body ~」で、Asia Digital Art Award 2017のインタラクティブ部門で優秀賞を受賞した。

デジタル時代に対応した人材育成にも積極的に取り組んでいる。2013年からプロ作曲家育成セミナー「山口ゼミ」は、卒業生によるクリエイター集団「Co-Writing Farm」が生まれ、数々の楽曲を世に送り出している。安室奈美恵『In Two』NexToneAward2019でGold賞受賞など、共創(Co-Write)の活用で目覚ましい成果を上げている。

2014年からは新時代の音楽ビジネスを担う人材のために「ニューミドルマン養成講座」を行い、現在も「ニューミドルマンコミュニティ」として活動が続いている。エンターテインメントによる起業家支援のための「START ME UP AWARDS」を実行委員長となって立ち上げた。

2020年8月エンターテック分野の起業家育成と新事業創出を行うStudioENTREを設立し、代表取締役に就任。mixエンタメファンドへのソーシングも行うと発表、注目を集めた。

『音楽業界の動向とカラクリがわかる本』『世界を変える80年代生まれの起業家』等著書多数





デジタル化によって音楽ビジネス生態系が構造的に変化しました。日本の音楽業界(だけ)が世界の流れ(DX)に乗り遅れた結果「失われた〇年」と揶揄される日本の負けパターンの典型例となっています。



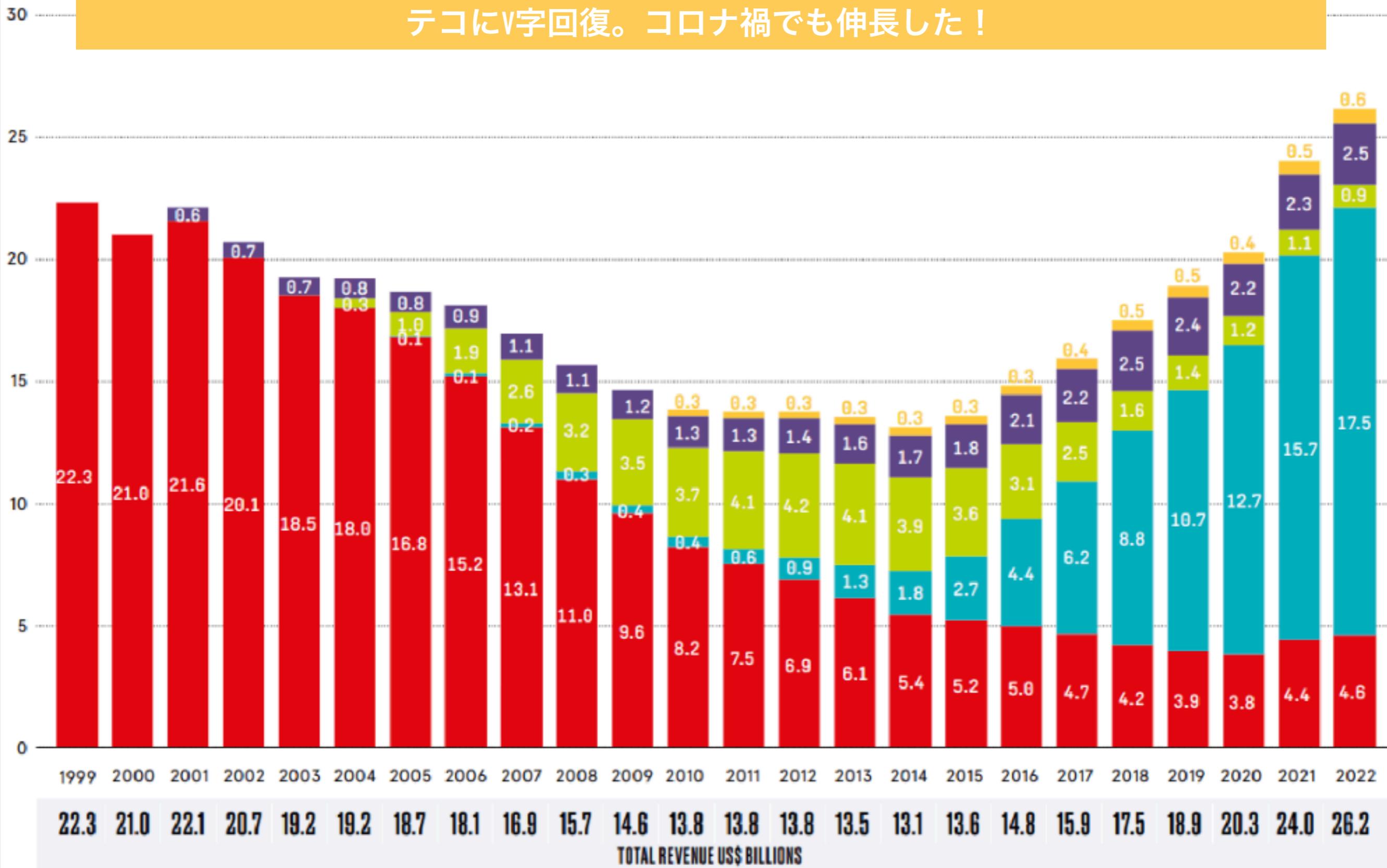
# デジタル化による構造変化

- ▶ 1) クラウド化⇒「所有から利用」という変化は、マスターからの「複製」を基本とした著作権概念を根本から変えている。クラウド上で管理されるアクセス権をコントロールするビジネスモデルが生まれている)
- ▶ 2) **SNS/UGM**がインフラに (情報の民主化) ⇒楽曲ヒットの理由が、マスメディアでの宣伝からSNS上でのユーザー発信、UGM上でのユーザー利用に移行。
- ▶ 3) 音楽市場の**グローバル化**⇒クラウド化は音楽サービスをグローバル化し、国別のライセンス契約の意味は無くなり、グローバルサービスとの契約に収斂。
- ▶ 4) レコーディングの著しい**低廉化**は音楽制作の民主化と権利分配のルールの変化を呼んでいる。レコーディング費用が一曲あたり100~150万円⇒音楽家自身が0円で可能に。「原盤権」の概念が陳腐化。

# サブスクをテコに上昇気流に乗る世界の音楽市場

GLOBAL RECORDED MUSIC INDUSTRY REVENUES 1999 - 2022 (US\$ BILLIONS)

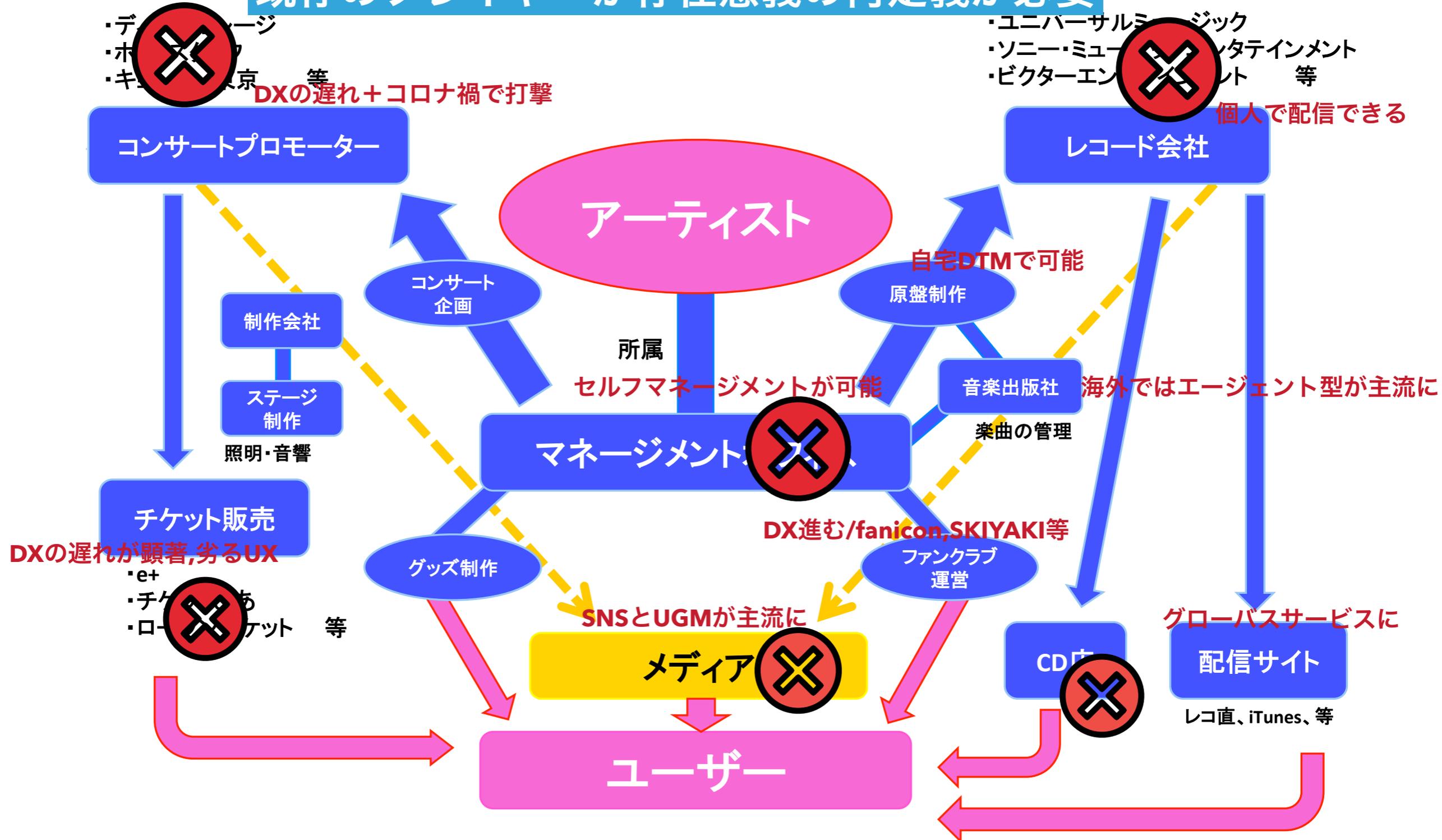
(日本以外の)世界のレコード業界（録音原盤市場）はストリーミングサービスをテコにV字回復。コロナ禍でも伸長した！



これまでのビジネスモデルは賞味期限切れ！

# 音楽ビジネス関係略図

既存のプレイヤーが存在意義の再定義が必要



# 世界一のIT後進国となった日本の音楽界

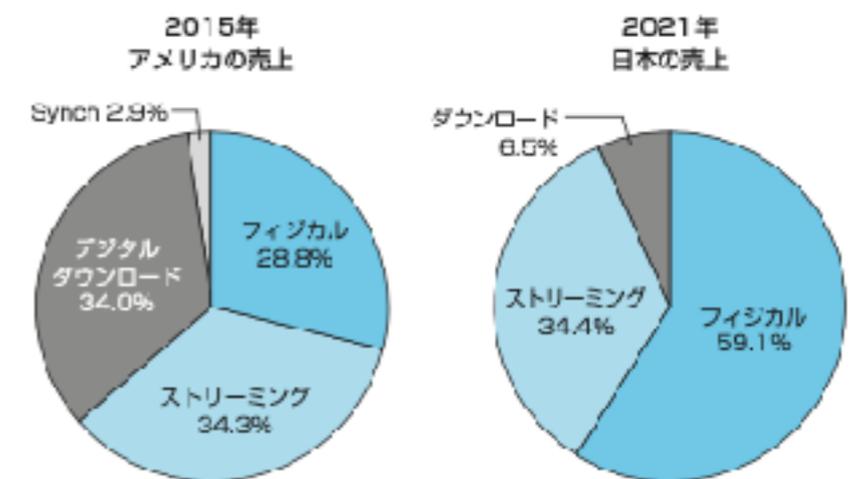
## 3つの致命的な遅れの原因は既存レコード業界の保身

- ▶ 6年遅れるストリーミングサービス普及の遅れ（消極的で不十分な原盤許諾とデータベースの未整備）
- ▶ デジタルマーケティングの遅れ（国内CD市場に最適化したマスメディア主導の従来型手法への固執）
- ▶ グローバル市場進出の大幅な遅れ（K-popと対照的）

＜デジタル化とグローバル化はコインの裏表＞

**国内でのDXの遅れが  
グローバル市場での不振の理由**

2015年のアメリカと2021年の日本の音楽マーケット比較



出典: NIAA 「US Recorded Music Revenue 2015」より作成

出典: 株式会社日本レコード協会「日本のレコード産業2022」より作成

# V字回復し明るい未来を描く世界の音楽産業

- ▶ ファイル交換（違法）⇒アラカルトDL（iTUNES）⇒ストリーミング&サブスクリプション（Spotify）という大きな流れ
- ▶ イノベーションのジレンマに陥り、Spotifyに市場を奪われたAppleもBEATS買収（2014年）でストリーミングに転換して再伸長。
- ▶ レコード業界は強気の未来予測「テクノロジーが音楽（原盤）売上を押し上げる！」ミュージックテックのスタートアップも積極的に支援。
- ▶ スマートスピーカーも主な用途は音楽聴取、自動運転もウェアラブル端末も、AR/VRも、5G普及も全て増収要因と見ている。
- ▶ ライブエンターメントの価値も上がり、音楽市場は伸長の予測

**日本だけが乗り遅れている音楽ビジネスのDX**

# 個へのパワーシフトという大きな流れ

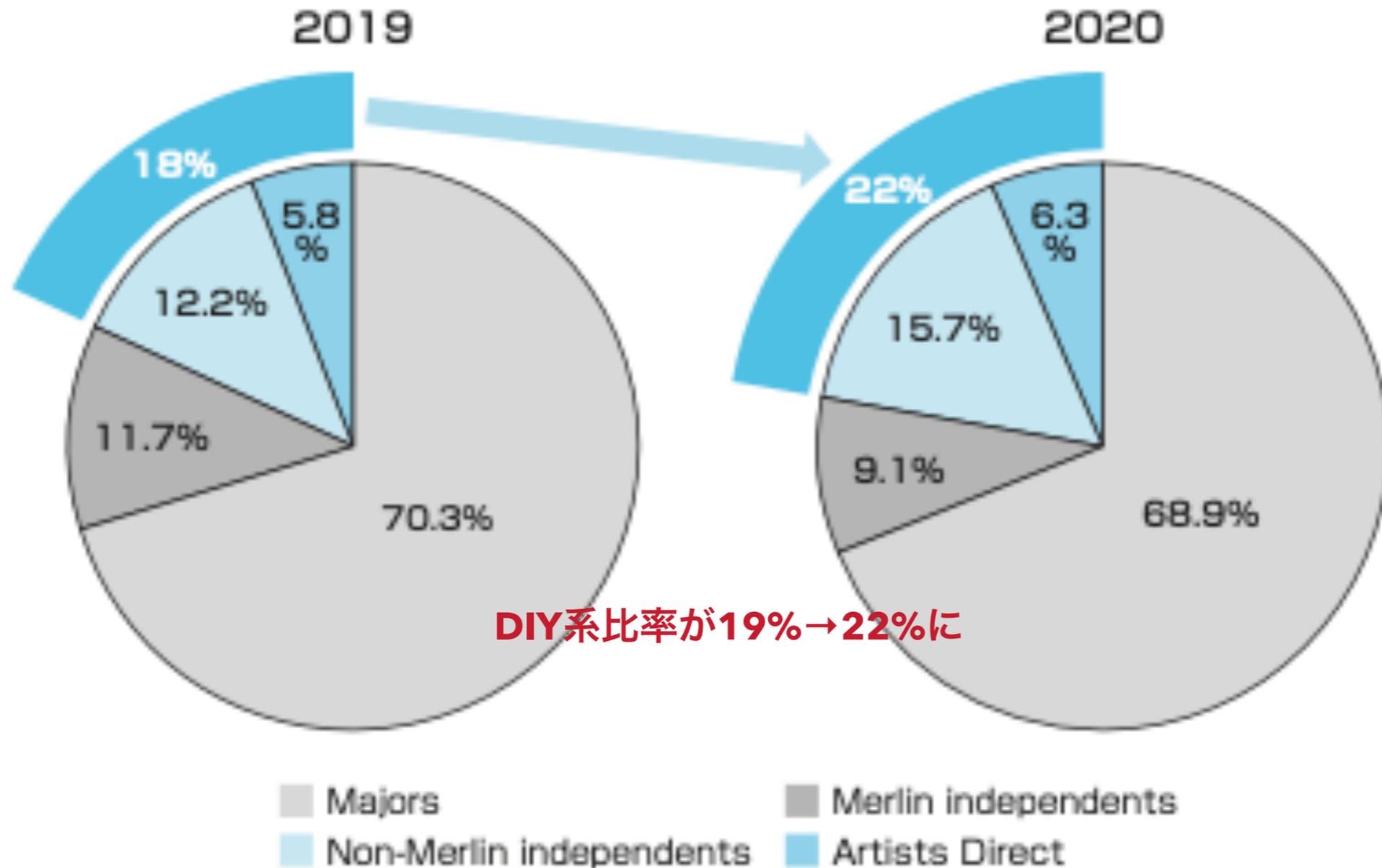
---

- ▶ 原盤制作：プロ用スタジオとプロエンジニア➡自宅でDAW
- ▶ 宣伝：マスメディア➡SNS/UGM(TikTokとTwitter)でのユーザー投稿が主流
- ▶ 販売：CD店に大量に並べる➡Spotify等のDSPでの再生。プレイリストも肝に。
- ▶ 流通：レコード会社とCD店の強い結びつき➡ディストリビューターを使えば誰でも世界配信が即可能に。
- ▶ ターゲット：ぼんやりと日本全体で「お茶の間でヒット」➡世界中がターゲット。グローバルニッチ市場などの属性別戦略も可能（本来はサブカルカのある日本に有利）
- ▶ コーライティングの普及：音楽創作/制作がレコード会社ディレクター主導から、クリエイター側のイニシアティブに。

◎大きな資金も会社もマストに必要でない時代。レコード会社や音楽出版社の意義は？事務所が付けられる付加価値は？既存会社は自らの再定義が必要になっている

# 世界でDIYアーティストの売上比率が上昇中

## メジャー／インディーズ別 Spotify 再生シェア

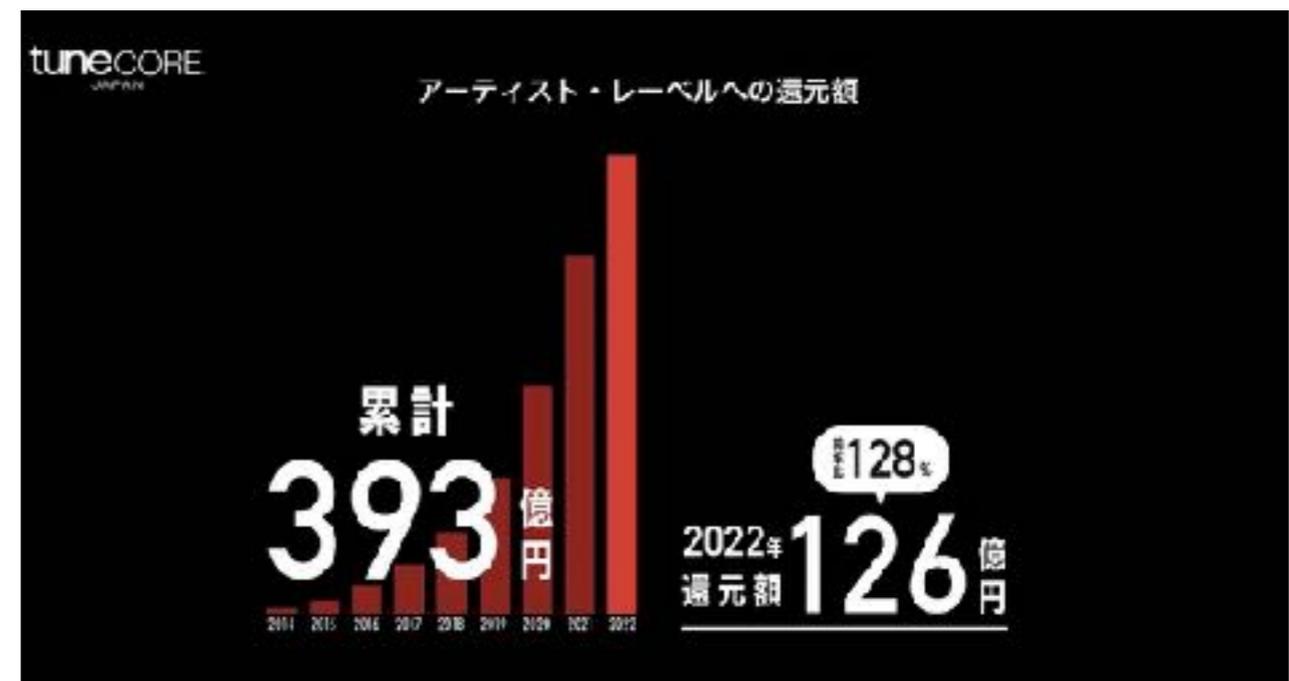


出典: MIDiA, "Smaller independents and artists direct grew fastest in 2020"

- ▶ 世界市場で、3大メジャー比率が下がり、新興レーベルやDIYアーティストの比率が上がっている

# 日本でもDIYアーティスト比率が急増

- ▶ デジタル市場比率で、レコード協会加盟全社で1050億円、TunecoreJ社取扱額は126億円、レーベルとして3位(協会分の12%)。成長率も凌ぐ。



※DIYアーティストが主に使うディストリビューター。

TuneCoreJapan(日本のスタートアップがアメリカと合併で設立)が日本のインディー市場を広めた。

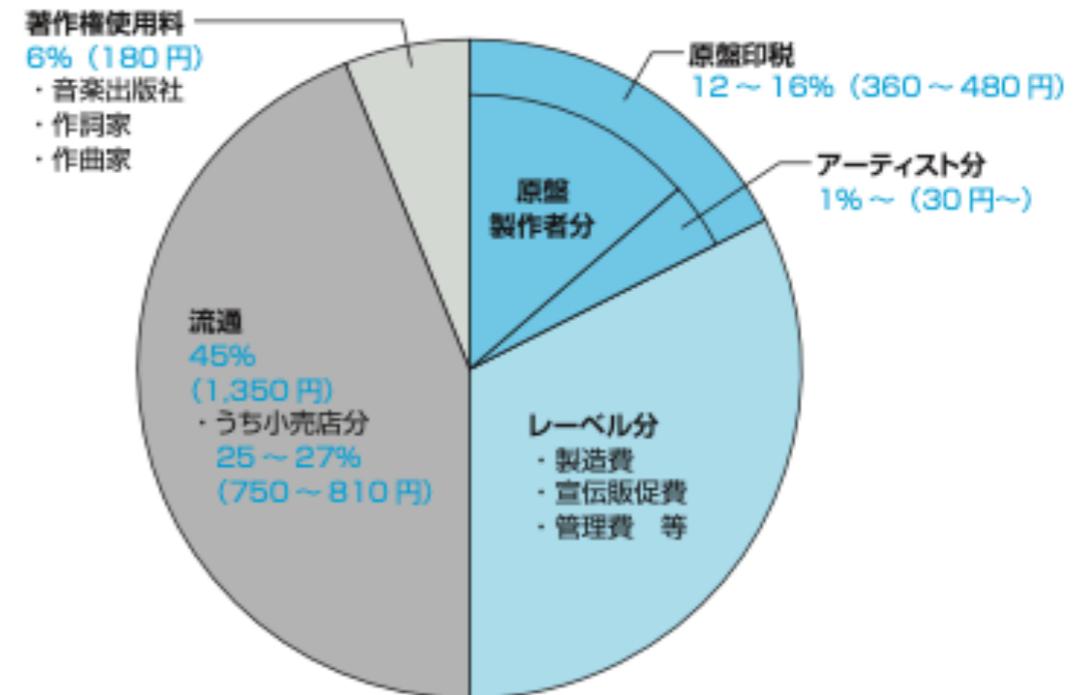


## 【変化】音源からの分配比率

- ▶ ストリーミングによってユーザー支払額から音楽家側が受け取る比率は2.5倍～5倍に増加。
- ▶ 日本では業界のミスリードや音楽家の不勉強で「サブスクは音楽家の支払額が少ない」という誤解も。
- ▶ 民主化によるロングテール化で、少額受領の音楽家が増えたという別の変化も。

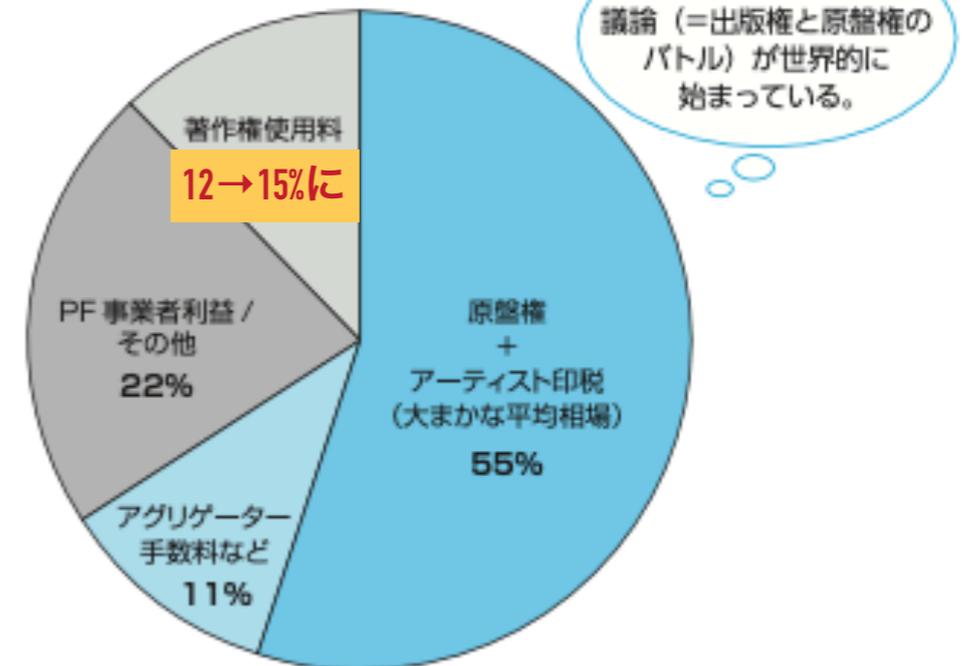
### CD時代とサブスク時代の分配率の違い

#### CD時代の大まかな分配率



※メジャーレーベルの場合、CD1枚の値段を3,000円(税別)とした場合の内訳(概算)。

#### サブスク時代の大まかな分配率

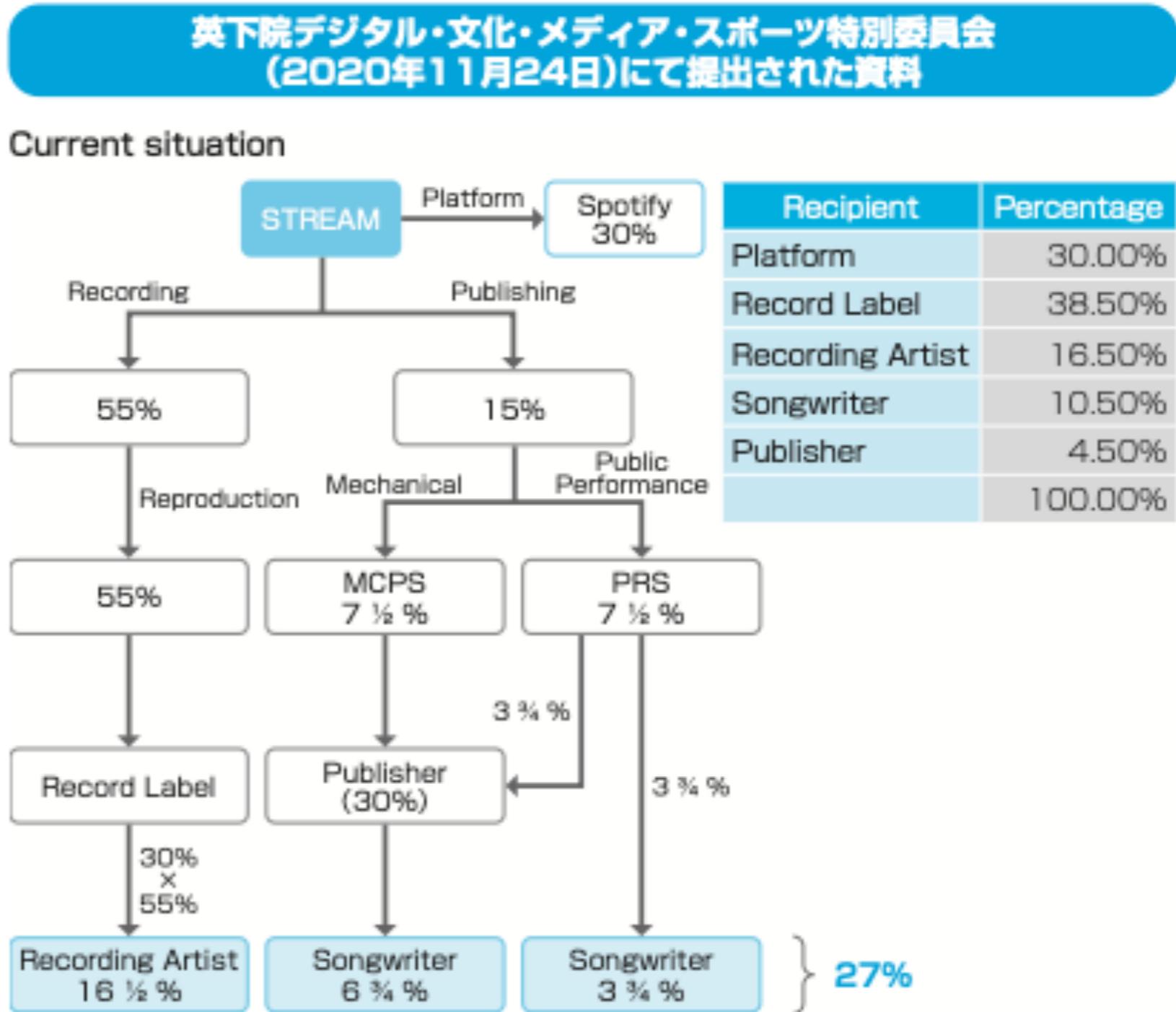


分配率について、議論(=出版権と原盤権のバトル)が世界的に始まっている。

※アップル、グーグル等の決済手数料除く  
出典:「CD時代の大まかな分配率」は「音楽主義」をもとに作成

# 英国国会での適切な分配割合論議

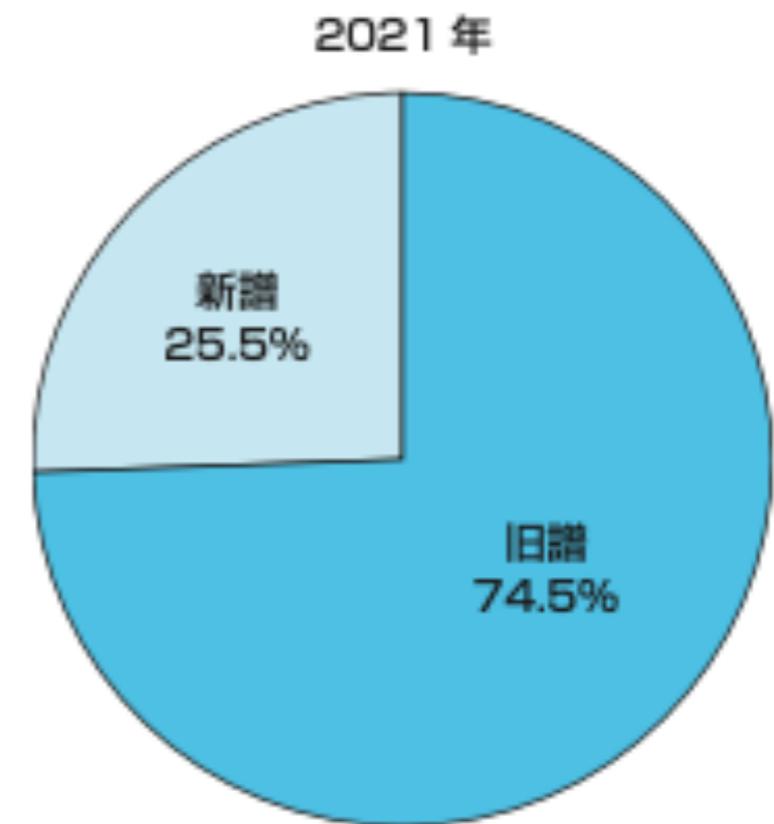
- ▶ 英国では国会主導で調査が行われ、現状の一般的な割合が適切かどうかの議論が開始。
- ▶ デジタルサービスにおけるレコード会社の貢献度と受領金額がみあっているのか疑問が呈されている



# 新譜旧譜比率が逆転、旧作品が中心の市場に

- ▶ サブスクサービスに消費行動が変わったことに伴い、米国では旧譜(18ヶ月以上前発表)比率が75%になり、2030年には90%になるという予測も。
- ▶ CD時代の新譜が売上の9割だった時代とは、レコード会社のビジネスモデルが大きく変化する。
- ▶ 旧譜活用が十分に行われる環境作り。デジタル契約が不十分な契約見直しの促進、作品リリース先行の動きが望まれる
- ▶ 旧譜が充実した日本に有利。「日本ブランド」確立のための多様で豊穡な作品群を伝える多言語で重層的なキュレーションが重要。

米新譜旧譜比率



出典:MRC Data「2021 U.S. Year-End Report」より作成

## 【変化】 著作権債権化と異分野からの資金導入

# 著作権投資市場の出現

- ▶ 収益予測が可能になり、上振れ期待がある音楽著作権/原盤権は、業界外からも魅力的な投資商品に
- ▶ 異業種からの投資による音楽市場の活性化への期待。
- ▶ 日本でも、円滑な「著作権のファンド化」ルール整備が急務

### 著作権の高額取引事例

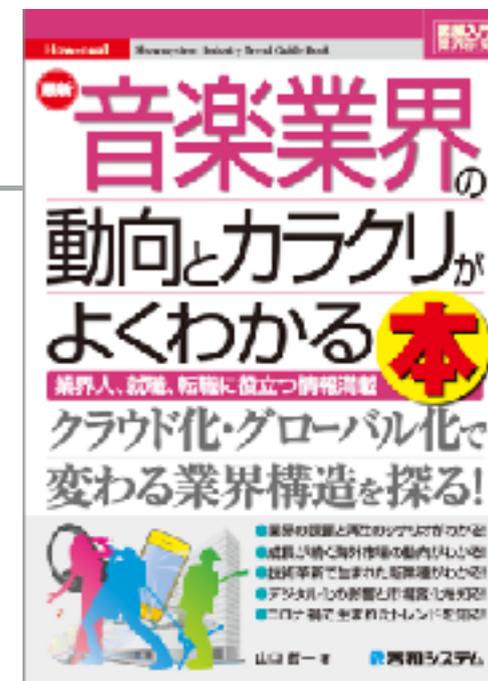
時期	売り手	対象	金額	買い手
2020年11月	ビッグマシン・レコーズ (イサカ・ホールディングス)	Taylor Swift(1989-)のビッグマシン在籍時の6枚のアルバムの原盤権	3億米ドル	Shamrock Capital
2020年12月	ニール・ヤング (Neil Young, 1945-)	全楽曲の50%(590曲)の音楽出版権	1億5千万米ドル	Hipgnosis Songs Fund
2020年12月	ボブ・ディラン (Bob Dylan, 1941-)	全楽曲(600曲以上)の音楽出版権	3~4億米ドル	ユニバーサル・ミュージック
2020年12月	スティーヴィー・ニックス (Stevie Nicks, 1948-)	全楽曲の音楽出版権の80%	1億米ドル	Primary Wave
2021年1月	ライアン・テダー (Ryan Tedder, 1979-)	2016年以降に他のアーティストのために作曲した曲および自身のグループのために作曲した曲の音楽出版権の過半数	2億米ドル	KKR
2021年3月	ポール・サイモン (Paul Simon, 1941-)	(サイモン&ガーファンクル時代を含む)全音楽出版権	2億5千万米ドル	ソニー・ミュージック
2021年7月	プリンス(Prince, 1958-2016)の相続人(6名の内3名)	楽曲の権利を含むPrinceの遺産の約42%相当	1億~3億米ドル	Primary Wave
2021年10月	ティナ・ターナー (Tina Turner, 1939-)	全楽曲の原盤権と音楽出版権 著作隣接権および肖像権	6,800万米ドル	BMG
2021年12月	ブルース・スプリングスティーン (Bruce Springsteen, 1949-)	全楽曲の原盤権と音楽出版権	5億5千万米ドル	ソニー・ミュージック
2022年1月	デヴィッド・ボウイ(David Bowie, 1947-2016)の遺産管理団体	遺産管理団体が保有する全ての音楽出版権	2億5千万米ドル以上	ワーナー・ミュージック
2022年1月	ボブ・ディラン (Bob Dylan, 1941-)	全原盤権	2億米ドル 以上	ソニー・ミュージック
2022年2月	スティング (Sting, 1951-)	ポリス(The Police)およびソロアーティストとしての全楽曲の音楽出版権	3億米ドル 以上	ユニバーサル・ミュージック
2022年2月	ニール・ダイヤモンド (Neil Diamond, 1941-)	全楽曲(未発表曲110曲を含む)の原盤権と音楽出版権	-	ユニバーサル・ミュージック
2022年5月	ジャスティン・ティンバーレイク (Justin Timberlake, 1981-)	全楽曲(約200曲)の音楽出版権	1億米ドル	Hipgnosis Songs Capital (Blackstone)
2022年9月	フィル・コリンズ(Phil Collins, 1951-)と「ジェネシス(Genesis)」のメンバー	全ての音楽出版権と原盤権	3億米ドル 以上	コンコード・ミュージック
2022年11月	Shannon Rubicam, George Merrill (Boy Meets Girl)	Whitney Houston (1963-2012) のヒット曲を含む Shannon Rubicamと George Merrillによる楽曲 約60曲の音楽出版権	5千万 ~1億米ドル	Primary Wave Brookfield Asset Management
2023年1月	ジャスティン・ビーバー (Justin Drew Bieber, 1994-)	2021年以前にリリースされた全楽曲(290以上)の音楽出版権・原盤権・著作隣接権	約2億米ドル	Hipgnosis Songs Capital (Blackstone が支援)
2023年1月	Robby Krieger, Ray Manzarek(故人) (The Doors)	創立メンバー4名の内2名が保有するThe Doors作品の音楽出版権、録音、商標、マーチャンダイズの権利と収入などに関する権利	-	Primary Wave
2023年9月	ケイティ・ペリー (Katy Perry, 1984-)	「Teenage Dream」「One of the Boys」「PRISM」「Witness」「Smile」5枚のアルバムの権利	2億5千万米ドル 以上	Litmus Music (Carlyle が支援)

(注) 金額については相違ベース(確定金額を含む) (出所) プレスリリースおよび各種報道等より野村資本市場研究所作成

## これからの音楽ビジネス

- ▶ 「デジタルとグローバル」が重要（他はおまけ）
- ▶ 「個へのパワーシフト」が加速
- ▶ ヒット曲はユーザーが決める≡アルゴリズムが推奨する時代
- ▶ しばらくは「Web3.0」到来までの過渡期？（ブロックチェーン社会実装の最初の実験場は音楽著作権かもしれない!?)

**結論：従来の方法論、業界ルール、人材が対応できずに「選手交替」が不可避**



官民連携で取り組みたい

---

障壁と展望

## 産業界にとって、「音楽」に取り組む意義

- ▶ <前提> これからの主要産業としての広義の文化資産、コンテンツビジネスの重要度が著しく上がっている
- ▶ <その中での> 音楽ビジネスから改革を始める意義は？
- ▶ 1) 鍵となる「個人へのパワーシフト」が既に起きている
- ▶ 2) 音楽はアニメ、ゲーム等あらゆるジャンルで使われるので、異業種クリエイター含めた波及効果が大い
- ▶ 3) Web3の実験場の役割は音楽シーン発になり、ここでルールやトナマナが決まっていく。
- ▶ 4) 音楽の存在感は、売上市場規模以上にユーザーからのマインドシェアが高い

# 指標データ作成と数値目標設定の必要性

- ▶ 国内市場だけを対象に競い合っていた音楽業界が、海外市場を開拓するには、大同団結して、「日本ブランド」でのキュレーションを行い、海外市場での日本楽曲のシェア向上を通じて、「デジタルとグローバルで稼ぐ」体質、ビジネス発想の転換が必須。
- ▶ 日本国内音楽市場をデジタル市場も世界2位にして、世界における日本のプレゼンス維持する。サブスクリプションの月額金額の日本だけ安価。（eAlbum価格＝月額という基準だと1800円程度が世界相場であり、現状の980円は極端に安く、円安で拍車）国内市場デジタル化の推進も重要。
- ▶ 現状では不正確な情報になっている「新譜旧譜比率」「国内海外比率」「国別の日本音楽シェア」等のデジタルサービス売上データと、インバウンドエンタメ収益データ等の継続的な作成と公開を官民連携で実施したい。
- ▶ デジタル市場に適合したステークホルダーの分配率（ないし英国国会参考）などの現状把握の調査も必要
- ▶ その上で、主要国ごとに日本の音楽のシェア目標を5～20%で設定、官民連携でシェア目標からの逆算で具体施策を実施したい。（2030年に世界の音楽原盤権出版権の10%＝約4000億円などの目標設定も重要）

## 除去すべき障害や取り組むべき課題の例

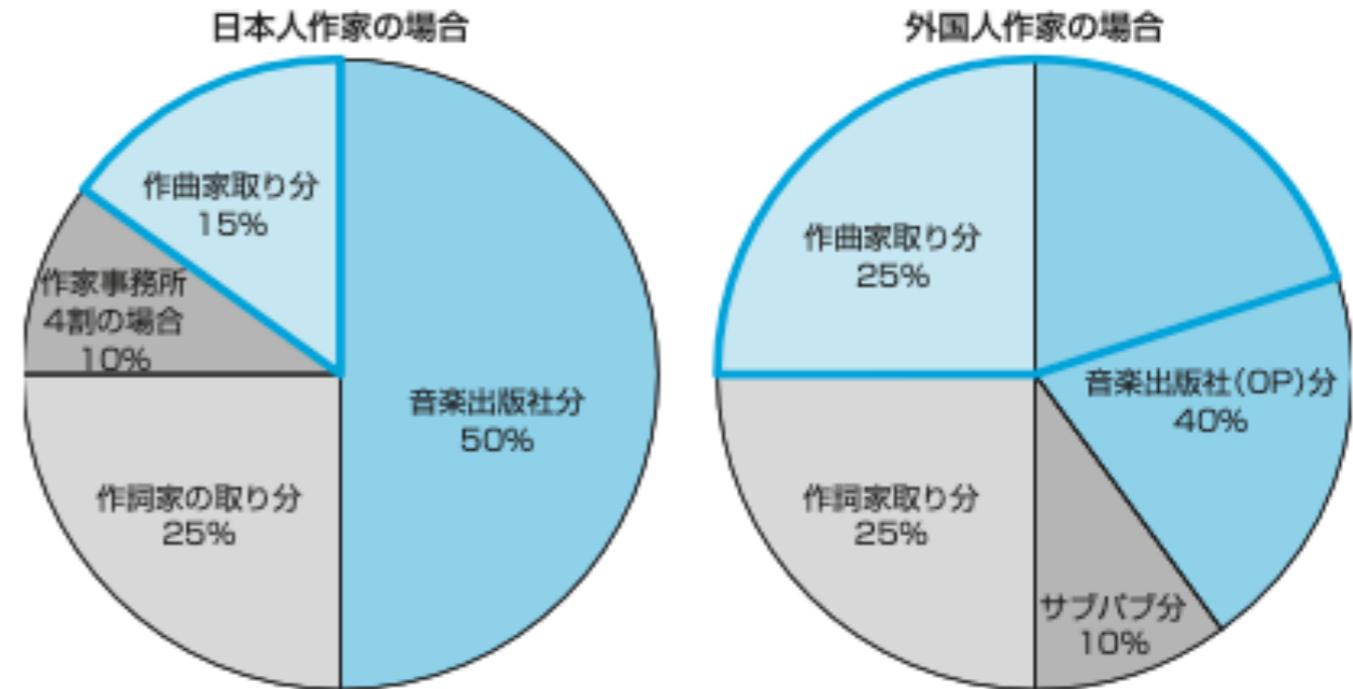
- ▶ 「複製権」（物理的な商品）を前提とした「専属実演家契約」がアーティストの活動を阻害。デジタル化で「実演」の範疇が広がる一方、レコード会社が専属性を持つ必然性は下がっている現状でも、慣習的に（専属契約が歌唱印税1%等CD基準をデジタルにも援用された）旧式契約書テンプレートが残存している。
- ▶ デジタル以前の曖昧で複雑な契約関係が旧譜活用の障害に。再契約サポートシステム等で、作品のデジタル市場への参加を優先させることが国益。
- ▶ 音楽出版権の世界標準から外れた業界慣習の国際化対応（後述）
- ▶ 放送優先、デジタル制御、海外後回しの許諾方針が、作品のデジタルサービス展開への遅延を呼んだ（地上波TV局やレコード会社の消極的な姿勢）
- ▶ 国内市場を前提としたコンサート事業のインバウンド対応（コンビニ紙チケットの廃止）
- ▶ 円滑な「著作権のファンド化」推進のためのルール整備

## 日本人作曲家の現状

- ▶ 日本の出版権は、アーティスト側(事務所/レーベル)がコントロールするのに対し、世界標準ルールでは作家が出版権のイニシアティブを持ち、作家に前払契約をした音楽出版社や、作家自身の出版社が権利を持つ
- ▶ 結果として、外国人作曲家への「逆差別」が生じている。海外楽曲も増え、作曲家の活動範囲もグローバル化していく中で、両者の業界慣習をどうバランス取るのか？
- ▶ 出版社業界の作曲家育成は十分なのか？作家事務所の過剰な取り分(30~50%が相場)で作曲家受領額がますます少なくなっている。クリエイターもグローバル化が進み、看過できない状況に。
- ▶ 放送局が子会社経由で代表出版権を持つ日本の慣習も、アメリカでは独禁法違反と見做される
- ▶ 欧米では権利を持たずに20~30%で徴収分配を受け持つ「アドミニストレーション型」出版社（Kobalt / DownTownMusic等）が台頭、日本は周回遅れの状況が進む。TuneCoreJapanが手数料15%での著作権分配を開始して注目される。

### 外国人作曲家の逆差別

実質的な作家取り分は、外国人扱いだと45%なので、日本人作家の3倍!?



**デジタルとグローバルの時代に合致した音楽出版権の業界慣習のUPDATEが不可避**

## 日本の音楽の可能性⇔と課題

- ▶ 高いレベルのアマチュア/セミプロクリエイターが存在し、世界の二次創作/n次創作文化を持っている。⇔著作隣接権のスムーズな権利許諾の仕組みやマネタイズのPFの不足
- ▶ 豊穡な旧譜カタログがあり、日本のサブカルチャーと共に世界的に評価され、強いファンも存在する（シティポップ、アニソン、アイドルカルチャー等々）⇔権利不明者やデジタル以前の契約諸条件、メタデータの未整備、Jカルチャーとしての継続的なキュレーションメディア/コンテンツ
- ▶ 地上波TV局が所有する音楽番組⇔海外(デジタル)許諾およびキュレーションの不徹底

# 具体施策の考え方（日本版KOCCAの役割は何か？）

---

- ▶ 柱1：国内市場のデジタル化促進とグローバル市場での日本作品活性化を連動させて実施。  
（デジタルサービスはグローバル展開が基本）
- ▶ 柱2：海外向けの「キュレーション」強化。日本の強みである多様性と歴史を重層的に伝えて、日本ブランドを上げて、日本ファンを継続的にブーストする
- ▶ 柱3：日本発のエンターテック/ミュージックテック・スタートアップの支援（外国人起業家との連携施策含む）
- ▶ 柱4：NFT、ブロックチェーン、メタバースなど新技術とコンテンツの掛け合わせを積極的に挑戦できる環境作り
- ▶ 柱5：Web3時代に日本のコンテンツ活用＝n次創作およびクリエイターエコノミーを活性化  
する環境整備
- ▶ 柱6：円滑な著作権の債権化等、異業種からの投資や、ユーザーの小口投資が可能な金融  
ルールの緩和および整備。
- ▶ 柱7：デジタル時代の人材育成：既存会社のリスキリング、既存教育機関に頼らない業界主  
導の産学連携的な仕組みが必須。業界全体で現役ビジネスパーソンが人材育成に携わる場つ  
くり。舞台技術スタッフが足りないビジネスプロデューサーもデジタルマーケターも。
- ▶ 柱8：AI学習データ活用/管理ルールの積極的な整備、クリエイターファーストのルール設定

# 具体施策事例案（仮）

- ▶ **AIクリエイティブ支援ルール作り**：クリエイティブ領域でのAI活用について、世界の潮流に先んじる形で、AI活用の健全性を前提として学習データの提供を担保する。同時に、日本楽曲の音源/映像について、メタデータを付与して、総合的なアーカイブを整備、国内テック企業（スタートアップ含む）にR&Dとして自由に使用させる。
- ▶ **旧譜カタログの自動許諾制度**→クレーム基金とセットで原則許諾の制度を確立。同時にメタデータ整備支援し、カタログで長期的に稼ぐ体質に。学習データが利用された著作者にも利益が還元されかつオプトアウト型での意思表示も可能な仕組みを提供する
- ▶ **エンターテック・スタートアップ支援**→1.日本の課題を抽出し、起業家と業界団体を連携させる  
2.日本をリスペクトする外国人起業家と日本人起業家のスタートアップ連携支援
- ▶ **音楽家グローバル活動支援策**→1.日本文化に興味を持つ外国人音楽家と日本人ソングライターの共同制作（コーライティング）の促進と、キュレーション施策との連動。過去作品外国人によるカバーの促進  
2.n次創作をスムーズにするブロックチェーン活用の原盤権管理の仕組み提供
- ▶ **J-pop Museum** 日本の音楽の豊穡さと多様性を伝えるインバウンドの目玉に、デジタルアーカイブも充実させ、世界回遊ツアーも。アニソンやビジュアル系などの日本発ジャンルの魅力を歴史を踏まえて伝える。インバウンド向けのコンサートチケットセンター付設。日本音楽のキュレーション力を高め、文化価値向上のブランドだけではなく経済効果のあるミュージアムにする。

# APPENDIX

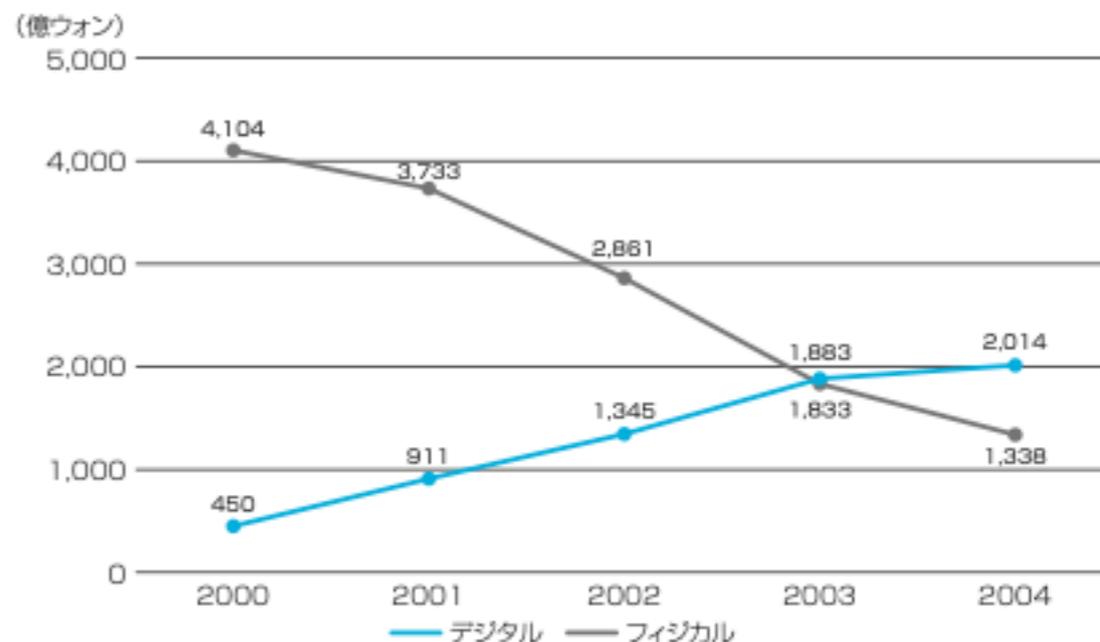
# 韓国ブームというチャンスと日本の戦略

▶ ブロードバンド普及によって、国内レコード産業が世界で最初に壊れた韓国は、日本のクリエイティブやファンコミュニケーション等のプロデュース方法を学ぶとともに日本市場を開拓。その経験をテコに世界で成功していったというK-popは韓日合作という歴史的事実。

▶ アメリカでの韓国作品ブーム、世界でのアジアへの注目は日本にとっては大きな追い風である。

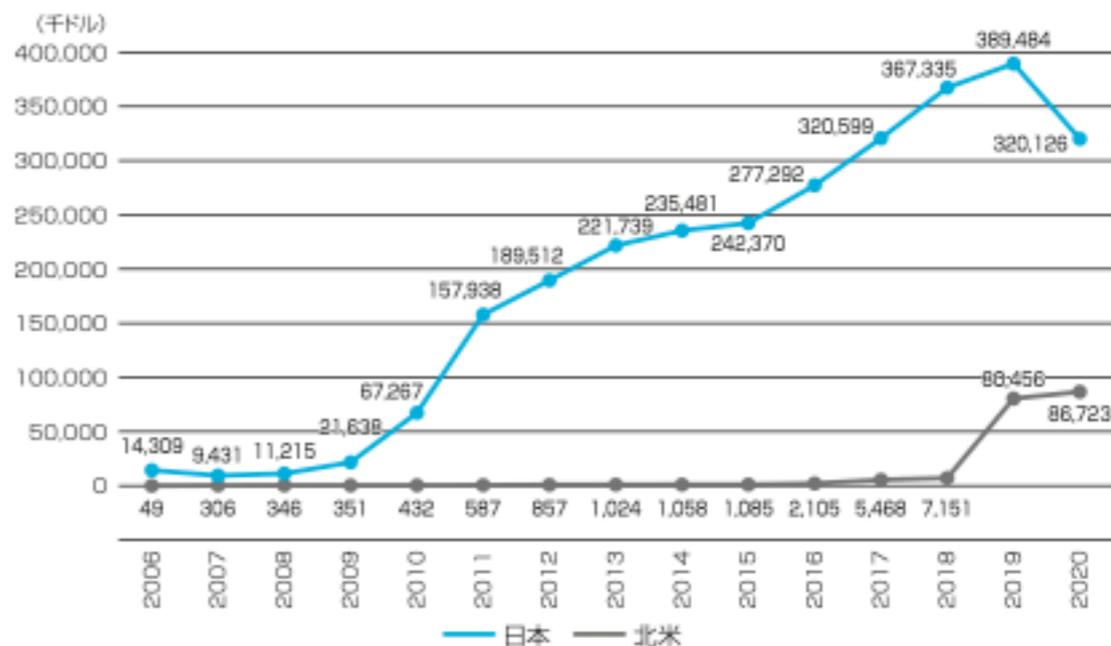
▶ 「選択と集中」型の韓国に対して、「多様性と歴史」が武器である日本の勝ちパターンを戦略的に考える必要がある。

韓国の音楽産業のデジタル/フィジカル市場規模比率



出典：韓国文化観光部「音楽産業白書 2005年」より作成

韓国の音楽産業の輸出額



出典：文化体育観光部「コンテンツ産業調査」より作成

# 日本のミュージックテック・スタートアップ/起業家紹介

Audiostock：クリエイターエコノミーの先駆者  
動画BGM販売PF



にしおかしんいちろう  
西尾周一郎

1982年岡山県生まれ。4歳からエレクトーンを習い、その後バンド活動や音楽制作にのめり込む。岡山大学経済学部在学中の2007年にオーディオストックを設立し、音楽コンテスト事業を展開。2013年から、音楽クリエイターが創った作品を販売するストックミュージックサービス「Audiostock」の提供を開始。「音楽を生み出す人をハッピーにする」を理念に掲げて、クリエイターの音楽作品の収益化に取り組んでいる。



TuneCoreJapan：日本のインディーズ市場を切り開いた  
デジタルディストリビューター

の だ いちろう  
野田威一郎

1979年生まれ。東京都出身。香港で中学、高校（漢基国際学校）時代を謳歌し、1997年に日本に帰還。クラブでイベント企画、デザイナーをしながら、慶應義塾大学を2004年に卒業。同年、株式会社アドウェイズに入社、メディアディビジョンマネージャーとして上場を経験。2008年に独立しインターネットサービスでクリエイターを支援する会社「Wano株式会社」を設立。2012年には TuneCore Japan K.Kを立ち上げ、現在に至る。



Peatix：グローバルユーザーに対応可能な  
電子チケットサービス



はらだあき  
原田暁

1973年、東京都生まれ。生後間もなくニューヨークに移住。音楽家の家庭で、ミュージシャンやアーティストに囲まれ、世界中を旅する環境で育つ。米国イエール大学卒業後、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントに入社し、海外契約業務に携わる。アマゾンジャパン合同会社、Apple Japan 合同会社を経て、Yoox Japan 株式会社代表取締役役に就任。その後、Peatix Inc.の立ち上げに携わり、2011年より現職。



nana：誰でもスマホで共作できる音楽コラボ  
サービス

ぶんぶんあき  
文原明臣

1985年10月生まれ。神戸高専機械工学科卒業。19歳の時にF1の世界に惹かれ、そのままモータースポーツの世界へ。プロドライバーを目指し、スーパーカート、フォーミュラへとステップアップするが、目標に届かず夢を断念。その後、2011年に音楽×ITを用いたよりよい音楽の在り方を構想し、nana music Inc.を創業。2013年4月にはnana musicの日本法人である株式会社nana musicを設立し、米国法人から日本法人へ本社移管。現在、株式会社nana music代表取締役社長。



# 日本のミュージックテック・スタートアップ/起業家紹介

dot-mura：NFT音楽マーケット。ブロックチェーン技術でファンエンゲージメントに取り組む

ばんこうすけ  
伴幸祐

1987年生まれ、福井高専出身、福井大学工学部卒業。音楽活動経験10年、エンジニア歴10年。スタートアップ数社で開発マネージャーを経験。2018年に起業し音楽アーティスト向けトークン発行サービスを公開。2022年6月にはエンタメ領域特化のスタートアップスタジオであるStudioENTRE株式会社と共に、音楽NFTマーケットプレイス事業を展開するドットミュージア株式会社を共同創業、同社代表取締役。



Blockfm：ダンスM特化のネットラジオ局  
トップアーティストによる起業

☆Taku Takahashi (m-flo, block.fm)

DJ、トラックメーカー、プロデューサー。1998年にVERBAL、LISAとm-floを結成。ソロとしても国内外アーティストの楽曲プロデュースやRemix制作も行うほか、アニメ、ドラマ、映画、ゲームなど様々な分野でサウンドトラックも監修。2010年世界最大のダンスミュージック配信サイト“beatport”で、[MUSIC AWARDS 2011 TOP TRACKS] を獲得し、日本人として初めての快挙を成し遂げる。2011年に自身が立ち上げた日本初のダンスミュージック専門インターネットラジオ「block.fm」は新たな音楽ムーブメントの起点となっている。

