



Really! Mad+Pure

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 御中

日本発音楽コンテンツによる海外売上獲得に向けたご提言

エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ株式会社 代表取締役社長

猪野丈也

2025年12月22日

- ① 日本発 音楽コンテンツのポテンシャル
- ② グローバルファンダムを作るためのサプライチェーンの構築
- ③ 国際競争を念頭に置いた環境整備(再掲)

②グローバルファンダムを作るため のサプライチェーンの構築

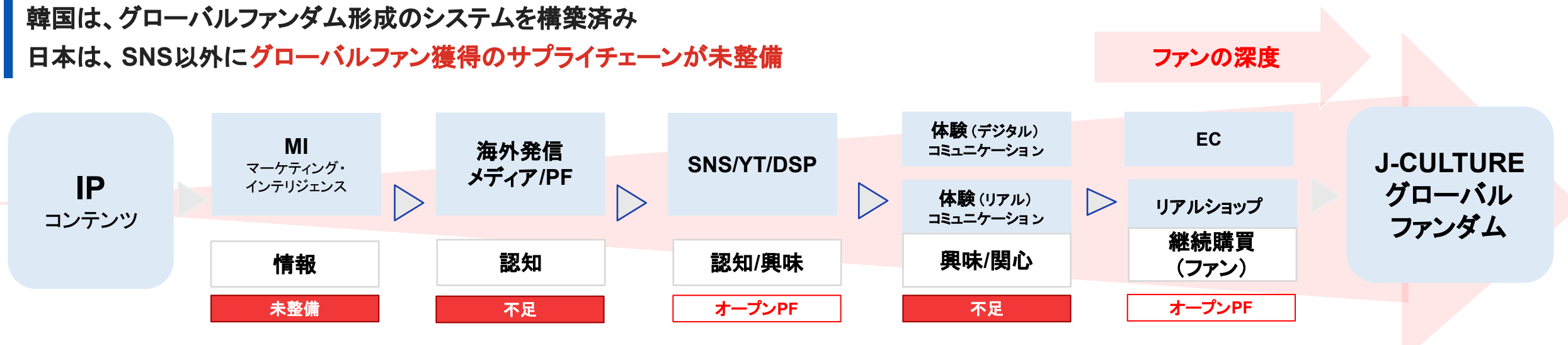


Really! Mad+Pure

② グローバルファンダムを作るためのサプライチェーンの現状分析(韓国との比較)

韓国は、グローバルファンダム形成のシステムを構築済み

日本は、SNS以外に**グローバルファン獲得のサプライチェーンが未整備**



要素	韓国	日本
MI (情報)	戦略的に実行 官民一体の分析基盤を元に、精緻な需要予測と戦略的な海外展開を実現	未整備 データが各社に散在しており、海外の実態把握が困難
メディア (認知)	豊富 英語圏向け発信メディアが確立。 TV局も世界発信・多言語化を前提にコンテンツを制作。	不足 日本発のグローバル向けメディアの発信力が限定的。 情報流通が国内中心。
SNS (認知/興味)	戦略的に実行 YouTube/Spotifyをフル活用し、世界中へリーチ。 MV公開スケジュールまで緻密に設計。	一定出来ている グローバル視点での戦略的な運用が不足。
体験 (興味/関心)	豊富 KCON、ファンミ、オンライン LIVE等、接触機会多数。 「推し活」を促進するイベント設計。	不足(一部のアーティストの LIVEのみ) 海外での接触機会がほぼない。 オンラインイベントも国内向けが中心。
EC・リアルショップ (ファン)	豊富 Weverse、Ktown4u等。180カ国配送・多言語・関税対応。 アプリ内でコミュニティとECが直結。	不足(Amazon依存) 越境EC基盤がなく、自社でコントロール不可。 顧客データも取れない。

②-1 サプライチェーンの構築に向けた 課題と解決の方向性

課題

解決の方向性

MI
マーケティング・
インテリジェンス
(情報)

- ・海外市場における潜在顧客のデータ分析基盤の未整備
- ・データの散在によるデータドリブンな戦略立案機能の不在

- ・官民連携による一元的なデータ分析 PFの構築
- ・輸出対効果最大化に向けた市場分析インフラの整備・強化

メディア
(認知)

- ・海外市場にリーチしている日本発のメディアの不足
- ・海外発信の情報プラットフォームが不足

- ・メディア /PF会社等への支援
- ・各国展開時のネゴシエーションの支援
- ・海外ローカルチャンネルへの参入
- ・国内権利の処理

デジタル体験
(興味/関心)

- ・認知をファン化へ転換するデジタル滞留基盤の不在および多言語対応の遅れ
- ・「体験」から「消費」への導線分断による収益機会の逸失

- ・体験型コミュニティ PFの導入および越境 EC連携基盤の整備及び支援

リアル体験
(興味/関心)

- ・海外における常設発信拠点及び複合型イベントモデルの不足
- ・チケット決済・VIP対応等の受入環境不備によるインバウンド機会損失

- ・グローバル・リアル PFの構築および政府間交渉を含む会場確保・海外公演支援
- ・インバウンド消費拡大に向けたチケット流通基盤の標準化・高付加価値化

③国際競争を念頭に置いた環境整備
(再掲)



Really! Mad+Pure

前回提示した課題と解決策

課題: グローバル基準のコンテンツを制作する上での投資・規制のハードル

戦略的支援

国内投資

解決策: 投資インセンティブが高まるような政策ツールの検討、会計基準の検討の必要性、ビザを含む規制緩和及び各国へのネゴシエーションの支援

課題: ビジネスプロデューサー・プランナーの不足

戦略的支援

国内投資

解決策: エンタメ×ビジネス人材の育成が可能なインキュベーション施設、海外留学制度等の拡充検討、日本での海外人材活用における規制緩和

課題: 定期的な情報ツールや日本発メディアの不足

国内投資

海外展開

解決策: メディア / PF会社等への支援、各国展開時のネゴシエーションの支援、国内権利の処理、海外ローカルチャンネルへの参入

課題: リアルプラットフォーム構築の上での需給バランス・金銭的リスク

戦略的支援

国内投資

国内各社をまとめる体制の検討、ライブ会社への支援、各国展開時のネゴシエーションの支援



一部R7年補正予算に反映

デビュー前のパフォーマーは**米国渡航のビザ**を簡易的に取得できない。
現在の世界の潮流として、グローバルアーティストに対しては「**パスポートの柔軟な活用**」を行っている。



海外ツアー時におけるビザ取得の課題(米国事例)

デビュー前の場合



ビザへ適合しないため
認めない



ESTA申請ではパフォーマンスやPRが認められず、
また、O1ビザ取得も難航

デビュー後の場合



適合するビザがあるため
認められる



パフォーマンスが可能

海外公演時のパスポートの申請代行

通常のパスポート



VISAを獲得するための
申請用パスポート



エージェントが入国予定の
国のビザを申請

提言

海外公演時のパスポート取得手続きの柔軟化(デビュー前から海外での公演を可能とする、また、海外公演中のパスポートの申請代行を可能とする)

01. グローバルファンダムを作るためのサプライチェーンの構築

- a. マーケティングインテリジェンス組織の構築
- b. メディアの構築と支援
- c. デジタル/リアルプラットフォームの構築と支援
- d. ECの構築と支援

02. 国際競争を念頭に置いた環境整備

- a. グローバル基準のコンテンツを制作する上での支援及び会計基準のアップデート
- b. 海外公演時のパスポート取得手続きの柔軟化
- c. ビジネスプランナーの育成

EOF



Really! Mad+Pure