

フランスを中心とする欧州の  
コンテンツ市場調査  
(2011-2012)

音楽編

2013年2月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 調査企画課

本報告書に関する問合せ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

調査企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL: 03-3582-5544

FAX: 03-3582-5309

E-mail: [ORA@jetro.go.jp](mailto:ORA@jetro.go.jp)

#### 【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

## 目次

欧州全体の傾向 .....	3
概況 .....	3
欧州市場でのパッケージソフトの売上は大幅減 .....	5
欧州の有料デジタル配信市場は北欧が牽引し順調に拡大 .....	6
欧州で進化するデジタル配信サービス .....	8
欧州における各種メディアの動向 .....	8
欧州市場における J-Music .....	9
ニッチ市場ながら存在感示す～少数企業によりビジネスモデルが確立 .....	9
パッケージソフト市場 .....	10
デジタル音楽市場（オンラインでの音楽消費） .....	10
各種メディアの動向 .....	11
コンサートとフェスティバル .....	12
新しい傾向 .....	18
K-pop .....	18
東欧における J-pop カルチャー .....	20
Bishi-Bishi : 新しい形のレーベル .....	20
<b>資料</b> .....	21

## 欧州全体の傾向

### 概況

音楽産業は数年来危機的な状況下にある。音楽産業は、世界経済が停滞する中でとりわけその影響を受けており、更にデジタル革命という大変化の波にもさらされている。

2004 年を境に、世界のパッケージソフト（注）、および音楽業界全体の売上は減少し続けているが、2011 年は、2004 年以降でもっとも前年比の減少率が小さくなっている。

（注）CD や DVD など物理的に形のある媒体を指す。

「国際レコード産業連盟（IFPI）」の年次報告によれば、2011 年世界におけるアルバムの売上（パッケージソフトおよびデジタルなど全販売形態を含む）は、前年比で 3.0% 減となった。

図表 1 世界の音楽売上の推移—1（2009 年～2010 年）（単位：100 万 US ドル）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）

	2009 年	2010 年	前年比
パッケージソフト売上	12,166	10,440	-14.2%
有料デジタル配信売上	4,407	4,643	+5.3%
権利収入	813	851	+4.6%
合計	17,386	15,933	-8.4%

図表 2 世界の音楽売上の推移—2（2010 年～2011 年）（単位：100 万 US ドル）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）

	2010 年	2011 年	前年比
パッケージソフト売上	11,142	10,170	-8.7%
有料デジタル配信売上	4,840	5,229	+8.0%
演奏権収入	862	905	+4.9%
原盤ライセンス収入	324	342	+5.7%
合計	17,168	16,646	-3.0%

注）2012 年の項目に「原盤ライセンス収入」が新設されたことにより、図表 1 と図表 2 で 2010 年の売上に差額が生じている。

一方、同じく IFPI の報告によれば、2011 年のデジタル配信市場は前年から 3 ポイント上昇の 8.0% 増となっており、業界内では 2013 年中、もしくは 2014 年秋以降における一層の伸びを期待する声もある。ただし、売上が増加しているとはいえ、違法ダウンロードや海賊版によってデジタル配信による売上が損なわれている状況に変わりはない。

図表 3 世界における音楽売上：上位 20 国（単位：100 万 US ドル）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）「Recording Industry In Numbers」

	国名	2011 年	前年比 (%)
1	米国	4,373	-0.1
2	日本	4,088	-7.0
3	ドイツ	1,474	-0.2
4	英国	1,434	-3.1
5	フランス	1,002	-3.7
6	オーストラリア	475	5.7
7	カナダ	434	2.6
8	ブラジル	263	8.6
9	オランダ	240	-12.1
10	イタリア	240	-6.4
11	韓国	200	6.4
12	スペイン	190	-3.3
13	スイス	158	-16.2
14	スウェーデン	155	3.0
15	メキシコ	141	5.5
16	インド	141	6.2
17	ベルギー	141	-10.2
18	オーストリア	119	-7.3
19	ノルウェー	115	-0.7
20	南アフリカ	102	-18.7
	合計	16,646	-3.0

図表 4 音楽売上におけるパッケージとデジタル配信売上の割合（2011 年）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）「Recording Industry In Numbers」

	国名	パッケージ	有料音楽配信
--	----	-------	--------

1	米国	42%	51%
2	日本	75%	22%
3	ドイツ	78%	15%
4	英国	58%	32%
5	フランス	71%	19%
6	オーストラリア	55%	38%
7	カナダ	54%	38%
8	ブラジル	74%	17%
9	オランダ	71%	14%
10	イタリア	68%	20%
11	韓国	44%	54%
12	スペイン	56%	24%
13	スイス	72%	23%
14	スウェーデン	45%	44%
15	メキシコ	70%	28%
16	インド	41%	46%
17	ベルギー	75%	13%
18	オーストリア	70%	18%
19	ノルウェー	43%	45%
20	南アフリカ	93%	6%
	全体	61%	31%

### 欧州市場でのパッケージソフトの売上は大幅減

他のすべての地域と同様、欧州市場もパッケージソフトの売上は大幅に減少している（図表 5 参照）。

それでも世界の音楽産業における欧州市場の存在は依然大きく、パッケージソフト売上およびデジタル配信あるいは演奏権収入の各分野を合わせた総合順では、英国、ドイツ、フランスの 3 国が、米国、日本に続き上位 5 位に入っている（図表 6 参照）。

**図表 5 欧州におけるパッケージソフトの売上推移（単位：ユーロ）**

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）

2010年	71億	2011年	31億
-------	-----	-------	-----

図表 6 音楽市場の売上世界ランキング (2012年)

出所：国際レコード産業連盟 (IFPI)

	パッケージソフト 売上 有料デジタル 配信売上	有料デジタル配信 売上	演奏権収入	総合順位
米国	2	1	1	1
日本	1	2	3	2
英国	4	3	2	3
ドイツ	3	4	4	4
フランス	5	5	5	5

### 欧州の有料デジタル配信市場は北欧が牽引し順調に拡大

ここ数年、有料音楽配信サービスの多様化が急速に進んだ。現在、世界には約 500 の合法オンラインサイトから、2000 万点の商品が視聴あるいはダウンロード可能である。2011 年には 36 億曲がダウンロードされ、これはデジタル音楽配信全体（アルバム、楽曲双方を含む）の前年比 17% 増の数字となっている。

国際レコード産業連盟 (IFPI) によれば、欧州については、300 を超えるオンラインサイトがあり、1,300 万点のデジタル商品（アルバム、楽曲、音楽ビデオ等）が入手可能である。

前述の英国、ドイツ、フランスの欧州 3 国は、デジタル音楽配信の売上においても、世界で最も重要な市場を形成している。2011 年の欧州でのデジタル配信売上は 23% 増と世界平均の 8% 増 (図表 7) に比べ約 3 倍であり、うちスウェーデンが 51% 増、ノルウェーが 55% 増と、特に北欧で顕著伸びを示している。ダウンロード (注 1)・ストリーミング (注 2) サイトや、アーティスト公式サイトといった、有料サービスの種類は増加傾向にあり、欧州のデジタル市場はますます興味深いものとなっている。

※ (注 1) ダウンロード：音楽や動画ファイルを mp3、PC、スマートフォン、タブレットなどに保存し

て再生するもの。

(注2) ストリーミング：音楽や動画ファイルを再生して視聴するもの。ダウンロードと異なり、再生可能期間が決まっており、ファイルの保存ができない。

図表 7 世界の有料デジタル音楽配信売上の推移（単位：US ドル、%）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）

	2009 年	2010 年	2011 年
収入	46 億	48 億	52 億
前年比	+10%	+5%	+8%
収益全体からみた割合	18%	29%	32%

図表 8 2011 年における有料デジタル音楽配信数（注）の増減（前年比）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）DMR-Digital Music Report- 2012

	単曲の配信数	アルバムの配信数
世界	--	+24%
米国	+8%	+19%
英国	+10%	+21%
フランス	+23%	+71%

（注）ダウンロード数およびストリーミング視聴数

このデジタル形式での消費増加は、音楽市場全体にも影響を与えており、数量別の総売上は、フランスの市場において 6.4%増加している。また、パッケージソフト購入時にデジタル（mp3）でもダウンロードを可能にしたり、ストリーミングサイトへの有料登録時にサイトが保有する膨大なアーカイブへのアクセスを可能にするといった、新サービスの提供が始まっている。

近年欧州では、アーティストへの報酬に関する問題などから、契約制の有料ダウンロード・ストリーミングサービスや、広告運営により無料で再生可能なストリーミングサービスが導入された。これらのサービスはここ 2~3 年で急激な伸びをみせ、契約制サイトのサービス事業者が得る契約料や、無料サイトの事業者が得る広告料が、携帯電話からのダウンロードによる売上の落ち込みを補うに至っている。



図表 9 世界における有料音楽配信サイトへの契約数の推計（単位：件）

出所：国際レコード産業連盟（IFPI）DMR-Digital Music Report- 2012

2010年	820万
2011年	1,340万

フランスにおけるデジタル音楽市場の売上推移については、以下参照。

<http://www.jetro.go.jp/world/europe/fr/contents/trends/1210001.html>

## 欧州で進化するデジタル配信サービス

さまざまなデジタル配信方法を組み合わせた複合的なサービスを提供するところも出てきている。

ダウンロードもしくはストリーミングサイトではソーシャルネットワーク（SNS）と提携することにより、登録者が聞いている音楽やお気に入りの曲、作成したプレイリストなどをネットワーク上で直接共有できるほか、独自のスマートフォン用アプリを提供しているサイトが増えている。サイトの登録者は、このアプリを使うことによって、ネットが接続されていない場所でもストリーミングもしくはダウンロードした音楽を聴くことができる。またPC、スマートフォン、タブレットなどの別々のデバイスがアプリで繋がることにより、ストリーミングもしくはダウンロードしたツールとは別のツールでも、例えばスマートフォンとタブレットの両方で、サービスを利用することができる。

また大手ストリーミングサイト各社では、若年層をターゲットに携帯電話会社との提携も進めている。携帯電話を契約すると、本来有料であるストリーミングサイトのプレミアムサービスが無料についてくるというものだ。代表的な例として、フランス発のストリーミングサイト「DEEZER」とフランス最大手携帯電話事業者「Orange」、同じくフランス市場第2位の携帯電話事業者「SFR」とスウェーデン発のストリーミングサイト「spotify」との提携が挙げられる。

## 欧州における各種メディアの動向

### -出版メディア

出版関連事業の衰退に伴い、音楽関連の雑誌は消費者への影響力をほとんど失っており、

雑誌の購入者は、自分のお気に入りのアーティストの特集記事などを入手するためだけに購入する 경우가ほとんどである。

#### -ラジオ

フランスの「全国音楽出版組合（SNEP）」によれば、2010年にフランスのラジオで最も放映されたフランス語の歌謡曲に占める新人アーティストの数は18であった。この数は2006年には40、2007年には31、2009年には25と減少傾向が続いており、フランスに限らず欧州ならび世界的にも、新しいアーティストの減少傾向がレーベルやメディア間で語られている。こうした影響を免れ得ないが、依然としてラジオは視聴者にとって音楽を聞くための重要な選択のひとつであり続けている。ラジオの聴取者が移動時やリラックスタイムなどに聞くものとして、ラジオ番組の3分の1近くを音楽番組が占めている。

#### -テレビ

近年のインターネット時代にあっても、テレビへの露出は、アーティストにとってアルバム販売促進の大きな原動力となっている。テレビへの出演は限られた数のアーティストに許された「狭き門」ではあるが、知名度を上げ、他のメディアに露出するための足がかりとして最も強力な手段であり続けている。

### 欧州市場における J-Music

#### ニッチ市場ながら存在感示す～少数企業によりビジネスモデルが確立

J-Pop と比して K-Pop と呼ばれる韓国発のポップミュージックの登場後も、J-Pop グループが欧州でのアジア発の音楽市場で最も重要なポジションを占め、またファンの熱心な支持を得ていることには変わりない。

欧州における J-Music 市場は、音楽スタイルからみても非常にニッチであり、日本人アーティストや日本のポップカルチャーを専門に扱う限られた数の関係業者（レーベル、ツアー企画催行者、アソシエーション、コンサート会場、イベント企画業者など）によって営まれている。

J-Music 市場はまだ新しいが、しだいに各関係業者が経験を蓄積し、J-Music を専門に扱い、一定の収益をあげるビジネスモデルを確立してきたことによって、一定の安定を得つつある。

## パッケージソフト市場

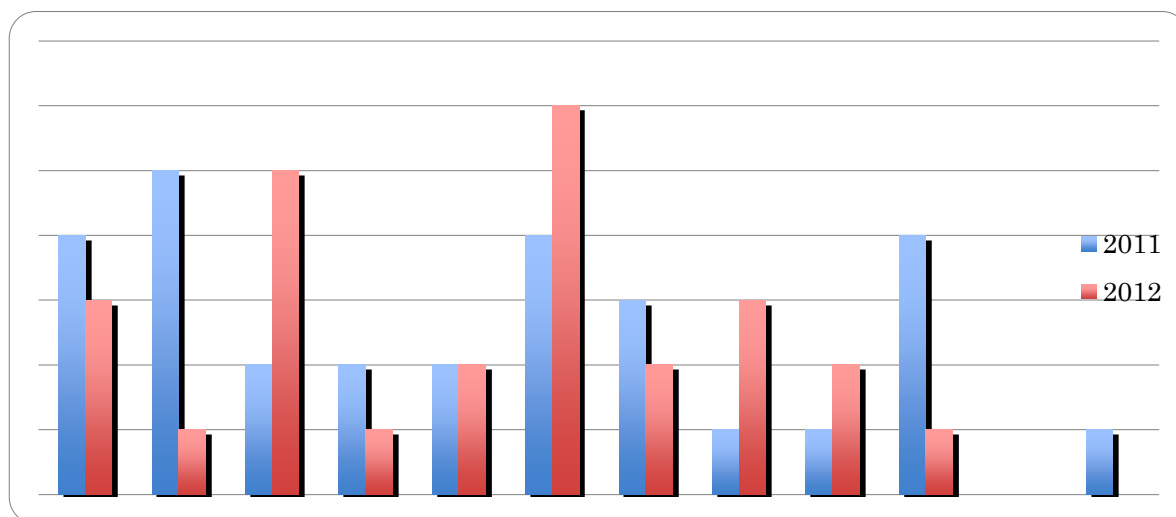
その代表例として、欧州には「GAN-SHIN (独)」、「Soundlicious (仏)」、「Bishi-Bishi (仏)」、「Wasabi (仏)」、「JPU (英)」を筆頭に、J-pop を扱う少数の音楽制作会社が存在する。

ほとんどの日本人アーティストのパッケージソフトは、通常の流通販路での入手が難しい。ハイパー／スーパーマーケットはもとより、「FNAC」、「Virgin Megastore」といった大型総合メディア小売チェーンでもほとんど流通していない。専門店や、レーベルが運営するサイト上でのオンラインショップ、あるいはコンサートやイベントなどでの購入が主になっている。

これらの販売の実態については、数字として把握するのが難しく、アルバムの制作数や売上数に関しては、ほとんどの業者が非公開としている。

図表 10 2011 年および 2012 年における、日本人アーティストのパッケージソフトの欧州での発行点数

(出所: 日本音楽の情報サイト「Japanese Music Entertainment (JaME)」の発売情報より)



(注) 2011 年 11 月は「0」。2012 年 11-12 月分については、データ未入手。

## デジタル音楽市場(オンラインでの音楽消費)

### インターネットラジオ配信

インターネットラジオ局のなかには、日本あるいはアジアのコンテンツを専門に配信して

いる独立系の小規模局がいくつかある。とくに名が知られているものとしては、「Radio Japan (仏)」、最近配信が始まった「NRJ Asia (仏)」などが挙げられる。

#### -合法的なデジタル配信サイトからのダウンロード

近年、デジタル配信サービスの急増がみられる。より多くのアルバムがネットで配信されるようになり、パッケージソフトはイベントなどの機会にのみ販売されるというスタイルも増えている。

#### -ストリーミング

「Deezer (仏)」や「Spotify (スウェーデン)」といった、欧州中心に提供されている合法的なデジタル配信サイトで扱われている日本人アーティストはまだ極めて少ないのが現状である。この種のサービスで認知されるためには、各サイト上のカタログに収録される必要がある。

### 各種メディアの動向

#### -出版

各種の音楽関連ウェブサイトの充実により、出版業界は難しい時期に来ているが、それでもいくつかの専門雑誌は健闘している。これらの雑誌はマンガやゲームなどの日本のポップカルチャー全般を同時に扱っているものが多い。一方、主に若年層を対象とする一般的な音楽ファン向けの雑誌である「My Rock (仏)」などは、J-Musicの専門誌ではないが、定期的に日本人アーティストを扱うコラムを掲載している。

#### -ラジオ

地方ラジオ局の番組の中に、同好会的性質の強い番組の根強い存在が認められる。これらの放送は、中心スタッフとして運営を担う一部のJ-Musicの情熱的なファンの努力によって実現している場合がほとんどであり、より一般的な音楽番組でのJ-Musicの放送はほとんどないのが現状である。

#### -テレビ

テレビへの進出は、ラジオ以上にハードルが高い。欧州では、音楽を含む日本のポップカルチャー関連のコンテンツの放映は、限定された視聴者ターゲットに向けた小規模な専門的メディアに依然限定されている。しかしながら、日本やアジアのポップカルチャーを扱

う一部の専門チャンネルが存在し、J-Music を視聴することができる。

たとえばフランスでは、IP およびケーブル TV 局である「Nolife」、「Game One」などである。例えば「Nolife」では常に J-Music、例えば「L'Arc En Ciel」、「The gazetE」、「Perfume」、「中島美嘉」等の PV を放映している。また、同局の番組「J-TOP」では聴取者投票による PV のランキング発表が行われており、同じ同局の番組「OTO」内では J-Music の最新ニュースを放映している。また、ヨーロッパツアーで訪仏中のアーティストをゲストとして招き、特別番組を放映することもあり、これまでに「TRILL-DUN」「HITT」等が出演した。「Nolife」は自社のサイトにファンによる掲示板も設けており、フランスの J-POP ファンの情報交換の場所となっている。

メディア業界でも J-Music のプロモーターとして活動する業者はごく少ないが、一方で扱う対象を熟知しているという優位性もある。

日本人アーティストがより一般的なシーンへ進出した例としては、2006 年のビジュアル系グループ「kagerou (蜉蝣)」の仏公共ラジオ局「Mouv'」への出演、あるいは仏大手有料ケーブル TV 局「Canal+」での女性パンクバンド「54 Nude Honey」の放映などがある。これらの実現は積極的なプロモーション活動の結果といえるが、いまのところ単発な性質のものに留まっている。

J-Music の大衆化のためには、ツアー催行者やレーベル、プロデュース会社などの業界関係者が、プロモーション・キャンペーン活動などに一層注力していくことも重要だ

### コンサートとフェスティバル

欧州での J-Music 関連イベントについてのブッキングおよびツアーマネジメントは、ほとんどの場合、日本人アーティストを専門に扱う少数の業者によって行われている。主なものに「Torpedo Productions (仏)」、「Twisted Talent (独)」といったツアー企画催行会社、あるいは「Ankama Music (仏)」傘下のアジア系ポップミュージック専門のレーベルで

ある「BishiBishi (仏)」、コンサートのブッキングからチケット販売、関連商品販売などを手がける「Soundlicious (仏)」などのレーベルがある。

図表 11 2011年に欧州で公演を行った日本人アーティスト（ジャンル別）

出所：Japanese Music Entertainment (JaME)

Jpop	kanon×kanon 分島花音、LOVERIN TAMBURIN、May'n、Shanti、麻生夏子、七海 有希、PASSPO☆
Jpop・クラブ	MEG
JRock	GACKT、雲心、Melt-Banana
アニメ、映画音楽	田中公平
エクスペリメンタル・ロック	Ruins
エレクトロ	1000Say、Jemapur、Aural Vampire
エレクトロロック	Galaxy7
オルタナティブポップ	Tokumaru Shugo、YANEKA
オルタナティブ・ポストパンク	Praha Depart
ゲーム音楽	浜渦 正志、山岡 晃、植松 伸夫
サイケデリック	棒人間
サイケデリック・ロック	Acid Mothers Temple
ジャズ	Satoko Fujii
ジャズ・ポスト・ロック	mouse on the keys
ショックロック	MUCC/ムック
スカ	東京スカパラダイスオーケストラ、DALLAX
テクノ	Ken Ishii
テクノロック	GalapagosS
デジタル・ニューウェーブ	GOTHIKA
ドゥームメタル	Church of Misery、COFFINS
ノイズ	Merzbow
ノイズ・ロック	KK NULL
ハードコア	MAXIMUM THE HORMONE
ハードコアテクノ	ナヲトスズキ
パンク	BALZAC

パンク・ロック	TRILL-DAN
ビジュアル系	DIR EN GREY、HANGRY&ANGRY-f、雅、Közi、lix、NEGA、OROCHI、OZ、SiSeN、the fool
ビジュアル系・ポップ・ロック	HITT
ビジュアル系エアークバンド	Golden Bomber
ビジュアル系メタル	Versailles -Philharmonic Quintet-、D
ビジュアル系ロック	amber gris
ヒップホップ	DJ Krush
ブレイクコア	Maruosa
ヘビーマタル	METALUCIFER、lightning
ヘビーロック	HEAD PHONES PRESIDENT
ポストロック	MONO
ポップ・パンク	少年ナイフ
ポップ・ロック	Fujimura Ryo、Kitade Nana、Daisy×Daisy、ザ ブルーマーガレット
マンボ	東京パノラママンボボーイズ
メタル	envy
メロロック	UPLIFT SPICE
ロック	ギルガメッシュ、Eddy、LITE、にせんねんもんだい、LAZYgunsBRISKY、Guitar Wolf、00100、Pinky Doodle Poodle、Tar0&Jir0、The 5. 6. 7. 8' s、Lin、Kawaguchi Masami's New Rock Syndicate
ロック・メタル	X JAPAN、Boris
伝統・ロック・ハウス	Ohno Keisho
その他	久石譲、坂本龍一、Tamari、Wotaku World Wave

下記の欧州で公演を行った日本人アーティスト数の 2011 年と 2012 年の増減（図表 13）について、客観的な傾向を導き出すのは難しい。いくつかの重要なアーティストの公演の有無によって数値が容易に変わる可能性が大きく、それが必ずしも市場の根本的な変化とは呼べない場合があるからだ。

他方、日本人アーティスト出演数が 7 月にピークを迎えるのは、フランスでの大規模なジャパンポップカルチャーイベント「Japan Expo」に合わせて毎年この時期に多数の招待者

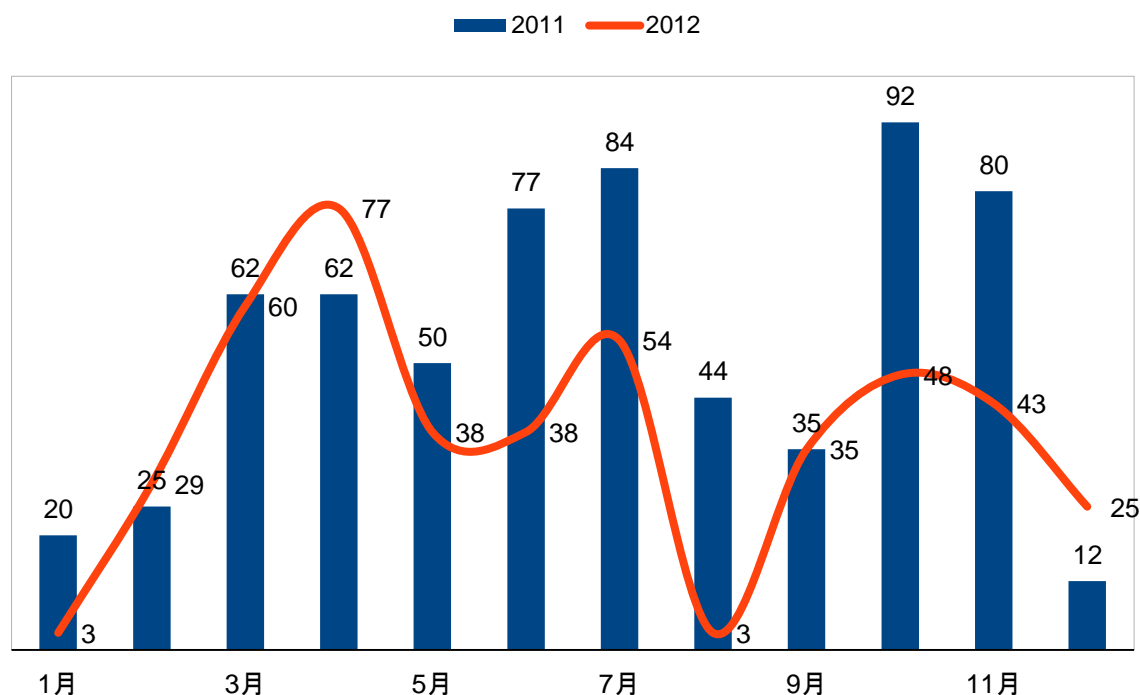
(特に音楽関連) が来仏するためだ。

主にエレクトロやメタルなどの、エクストリームミュージックあるいはアンダーグラウンドミュージックと呼ばれる先鋭的なジャンルを扱う音楽フェスティバルにおいては、かなり以前から恒常的に日本人アーティストが参加している。しかしながら、2012年のフランス北部の都市 Arras で行われた音楽フェスティバル(注)での日本人アーティスト雅-MIYAVI-の出演といったごく少数の例外を除けば、より一般的な音楽フェスティバルへの日本人アーティストの招待はまだほとんど実現していないのが現状である。

(注)「Main Square Festival」; 2004年から7月初旬に毎年開催されており、「Linkin Park」、「Cold Play」(共に2011年出演)といった世界的に著名なグループも出演している。

図表 12 欧州で公演を行った日本人アーティスト数の2011年/2012年の比較(すべての公演形態を含む)

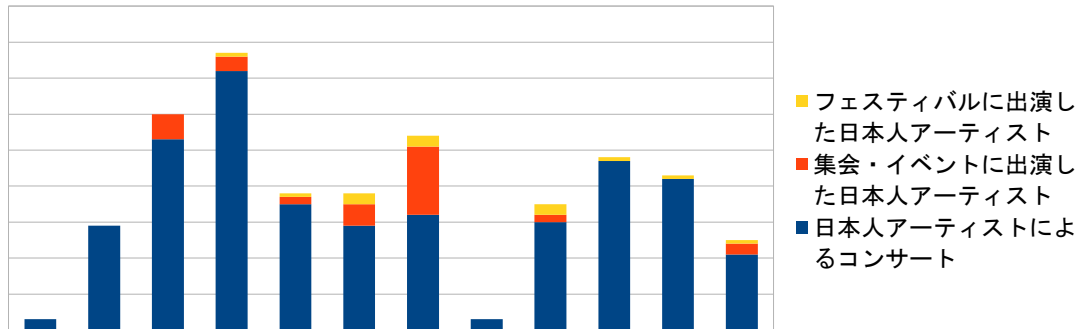
出所: Japanese Music Entertainment (JaME)





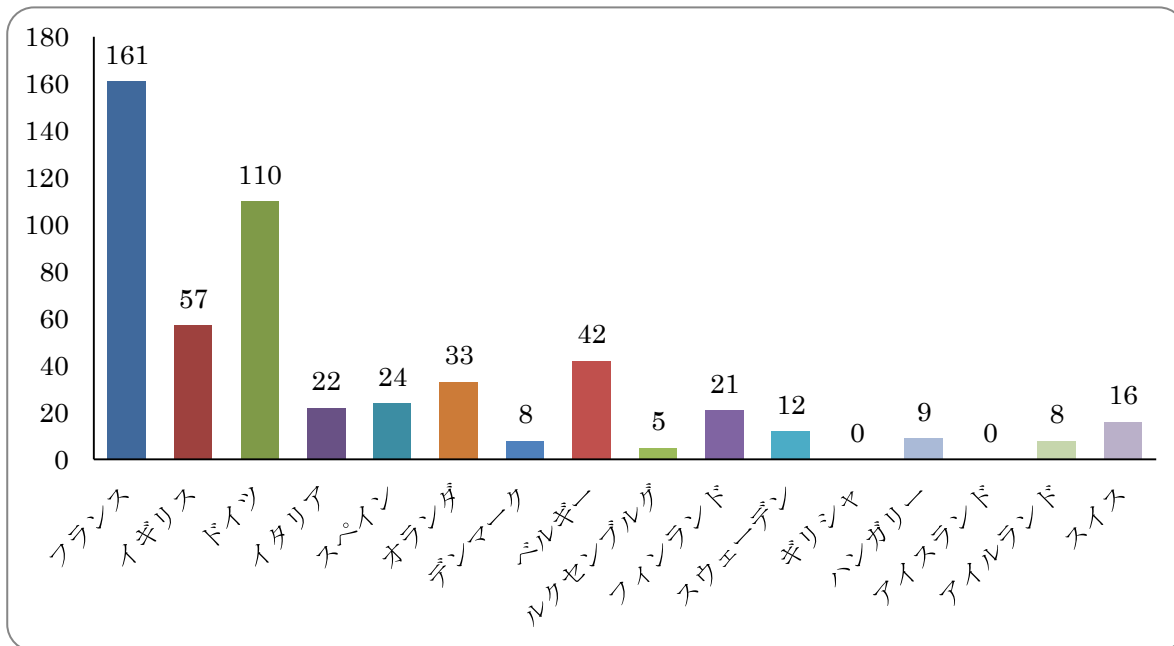
図表 13 2012年に欧州で公演を行った日本人アーティスト数

出所： Japanese Music Entertainment (JaME)



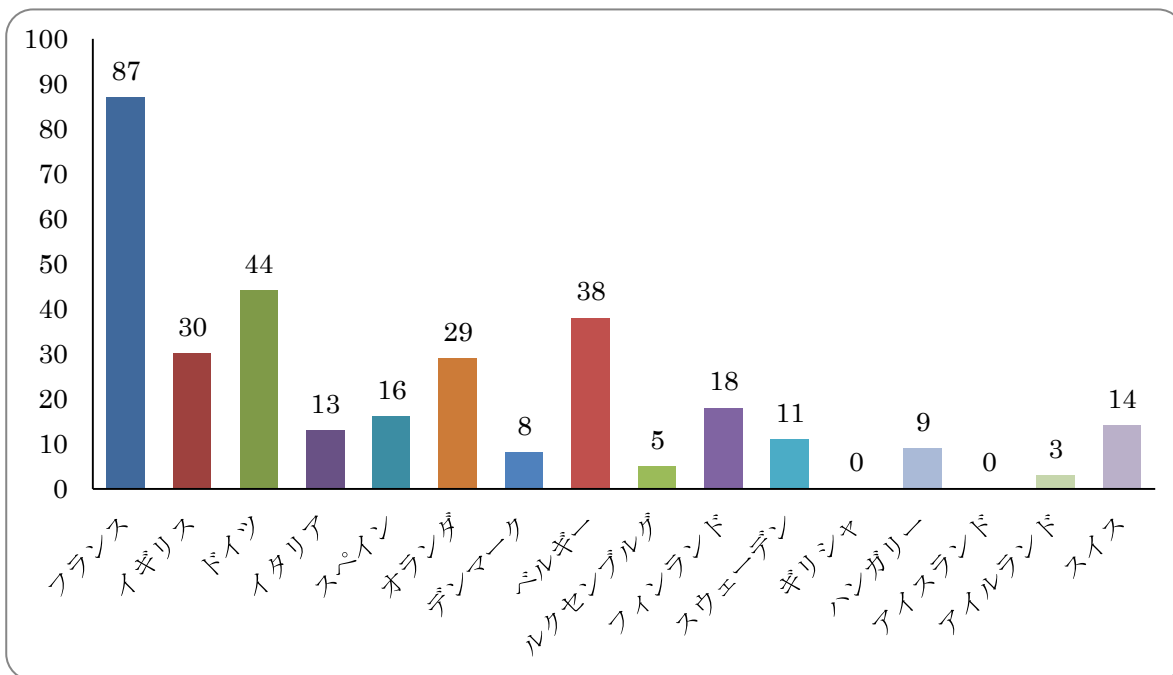
図表 14 2011年欧州における日本人アーティストによるコンサート数（国別）

出所： Japanese Music Entertainment (JaME)



図表 15 2011年欧州で公演を行った日本人アーティスト数（国別）

出所： Japanese Music Entertainment (JaME)



(注) 月毎のアーティスト数の合計であるため、複数月に渡り公演する場合は各月に計上される。

図表 16 2011年欧州で日本人アーティストが出演したフェスティバルのリスト

出所：Japanese Music Entertainment (JaME)

フェスティバル名	都市/国	時期
Japan Expo Sud 2011	Marseille - France	2月
Mnga Party Festival	Paris - France	4月
L'EXPERIENCE JAPONAISE 2011	Paris - France	5月
Nuits Sonores	Lyon - France	6月
Japan Expo 2011	Paris - France	6月
Stockholm Goes Alternative Festival	Stockholm - Sweden	7月

### Japan Expo2012

第13回目を迎えたJapan Expoは、2012年7月5～8日にパリ北東の郊外にあるパリ・ノール・ヴィルパント見本市会場で開催され、約20万8,000人の来場者（2011年は約19万2,000人）を数えた。

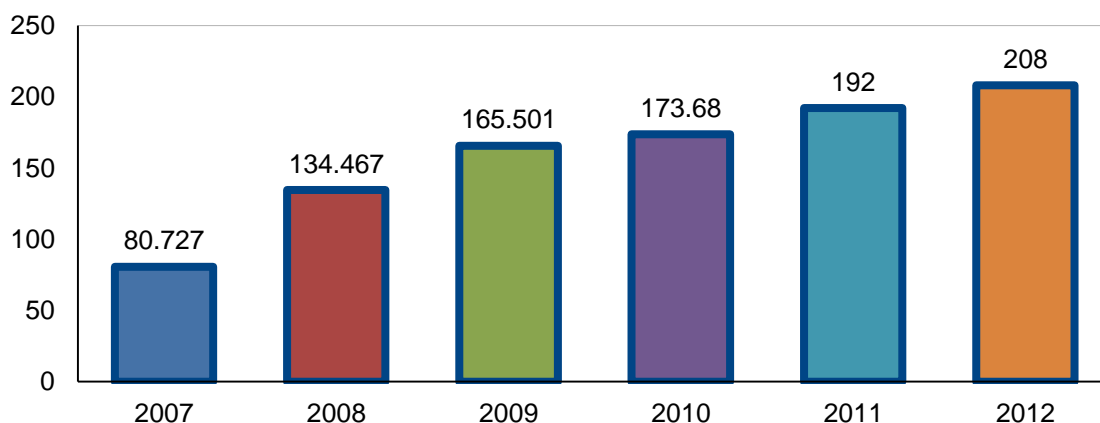
Japan Expo2012でコンサートを行った日本人ミュージシャンは以下のとおり。

Anli Pollicino/DaizyStripper, /FLOW/Hemenway/きゃりーぱみゅぱみゅ/ももいろクロー

バー Z/Man With a Mission/田中公平

図表 17 2007 年以降の Japan Expo 入場者数の推移（単位：千人）

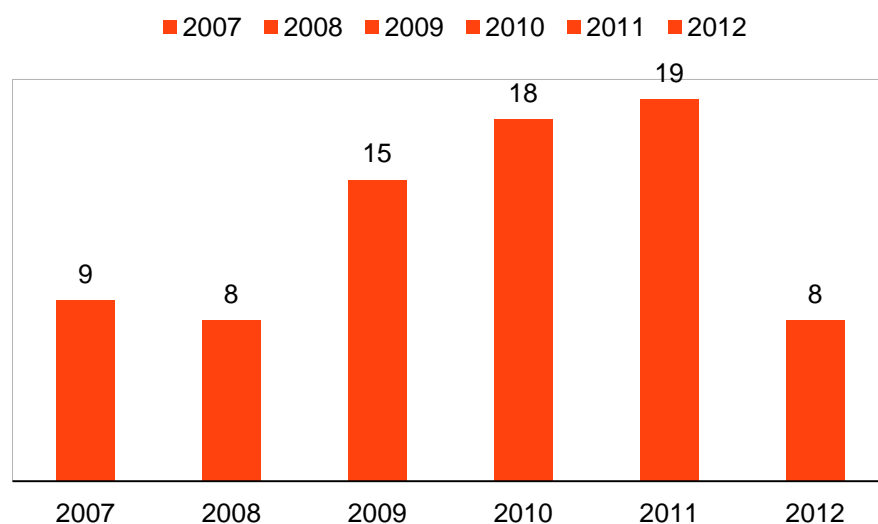
（出所：Japan Expo 事務局発表より）



図表 18 2007 年以降の Japan Expo でコンサートを行った日本人ミュージシャンの数（注）の推移

（注：ライブ、ショーケース、サインセッションへの参加数すべてを含む）

（出所：Japan Expo 事務局発表より）



新しい傾向

K-pop

韓流（フランスでは「hallyu」と表示）と呼ばれる韓国発のカルチャーブームは近年世界規模での広がりを見せており、韓国政府は経済活性化のための国策として、アーティストによるヨーロッパツアーへの財政支援やツアーへの政治家の同行等により、それを後押ししている。K-popと呼ばれる韓国のポップミュージックアーティストは、欧米でのアルバム発売やライブ開催などを通して、国際的シーンへの露出を急増させている。

欧米における近年のK-pop進出を特徴づけるイベントとしては、以下が挙げられる。

**2009:** 韓国出身のミュージシャン BoA のアルバム「BoA」の米国での制作・販売

**2010-2011:** 韓国の大手芸能事務所およびレコード会社である SM エンタテインメントが主催するコンサートイベント「SM Town Live 10' World Tour」の米国（ロサンゼルス）およびフランス（パリ）公演開催。なお各種メディアによると SM Town のパリのライブは 12000 人を集めている。

**2011-2012:** 韓国の人気アイドルグループの海外ツアー：Super Junior（フランス・パリメディアによると 5,000 人集客）、Big Bang（米国・ロサンゼルス/ニュージャージー、ペルー・リマ）、2NE1（米国・ニュージャージー）、JYJ（スペイン・バルセロナ、ドイツ・ベルリン）

**2012:** 韓国放送公社（KBS）の人気歌番組 Music Bank のワールドツアー Music Bank World Tour のフランス（パリ）公演

**2012:** K-pop の人気アイドルグループである少女時代（欧州では Girls Generation または SNSD と呼称される）は、2012 年 2 月に行われた Music Bank World Tour パリ公演に伴い、フランスの一般向けメジャーメディアである有料ケーブル TV 局である「Canal+」のニュースバラエティ番組「Grand Journal」に初めて出演した韓国のグループとなった。

これらの現象は、韓国人アーティストの欧州市場への本格的参入が、一般視聴者レベルにおいても、またメディアにおいても受け入れられたことを示している。

韓国人アーティスト「Psy」の楽曲「Gangnam Style」は、2012 年 7 月の発売以来、動画サイト youtube で 8 億ビューを超える勢いで（2012 年 11 月末現在）視聴され、韓国人歌手として初めて米国の iTunes サイトで売上トップの座を獲得した。「Psy」は「Ellen DeGeneres Show（日本では「エレンの部屋」として知られる）」、「Saturday Night live（同じく「サタデーナイトライブ」として知られる）」などの米国の人気長寿エンタテインメント番組にも

出演を果たし、youtube を通じた「バズマーケティング（注）」の成果と相まって、わずか数週間のうちに世界的に名が知られるようになった。

（注）：ロコミによるマーケティング手法

フランスでの報道によると「Psy」はまた、2012年11月にパリのトロカデロ広場で2万人を超えるファンを前に「Gangnam Style」の歌と乗馬ダンスを披露した。同イベントへは、Facebook を通じて事前に4,452人が参加登録をしたという。

また、フランス「全国音楽出版組合（SNEP）」によれば、2012年12月10日～16日の週におけるアルバム売上げランキングに、韓国人のジャズ歌手である「SUN NAH YOUN」のアルバム「same girl」が初めて81位に入った。

### 東欧における J-pop カルチャー

世界第2位のマンガ消費国であるフランスは、日本に対する親和性が強く、日本のポップカルチャーの最重要市場であり続けており、マンガをはじめとする「日本のポップカルチャー」はフランスの市場から英国、ドイツ、スペイン、イタリアなど他の欧州市場へと広がっていった経緯がある。

日本のポップカルチャーの受け入れ方にはそれぞれの国で独自の特徴があり、現地の好みに合わせたテーマ別 J-Pop イベントが各地で開催され、その数は増え続けている。そして、この波はポーランド、ルーマニアなどの東欧へ、そしてロシアにまで広がりつつある。

Japanese Music Entertainment (JaME)によれば、日本人アーティストのコンサートが2010年には17回、2011年には25回開催されるなど、ポーランドはいまやヨーロッパツアーの公演先として欠かせない国のひとつとなった。とくにビジュアル系バンドに対する重要なファン層が築かれ、一定数のファンクラブや同好会が生まれるなど、日本人アーティストの誘致を容易にする下地が出来つつあるといえる。

### Bishi-Bishi：新しい形のレーベル

フランスに本拠を置く総合エンタテインメント制作会社である Ankama によって2010年に創設されたレーベルである Bishi-Bishi は、従来の音楽レーベルとは一線を画す存在だ。Bishi-Bishi は、欧州の J-Music 市場の需要に適応し、アーティストの発掘、契約などの

権利関係の管理、コンテンツ管理、ライブの企画運営など、日本人アーティストが欧州で活動するために必要な要素を総合的に扱う初めてのレーベルであり、今後の欧州での J-Music 事業の新しいモデルケースとなりうる存在として注目されている。

Bishi-Bishi の主な活動：

- アルバムの制作支援
- 欧州向けアルバム制作支援
- コンサートのブッキング、プロデュースおよびツアーマネジメント
- CD・DVDなどの音楽ソフト、およびデジタルコンテンツの販売促進のための戦略の導入
- メディアへのプロモーション活動
- 地元の J-Music 各種ファン団体へのマーケティング活動

Bishi-Bishi では、日本の音楽配信、番組・イベント企画を手掛ける BounDEE 社 (Space Shower Records) とのパートナーシップにより、数多くのインディー系日本人アーティストの作品のデジタル配信を実現してきた。近年では、ロックグループ「TRILL-DAN」の、日本や世界に先駆けてのフランスでのアルバム制作とリリース、およびヨーロッパツアーのプロデュースを担当。またアイドルグループ「モーニング娘。」のパリでの「Handshake Anniversary」イベント企画実行およびヨーロッパバージョンの新作アルバムのプロデュース、ビジュアル系ロックグループ「MicroHead4n's」のヨーロッパツアーのサポートなどを行っている。

取材・執筆協力 Xavier Norindr (Bishi-Bishi) , Lucie Coroller (AZN Consulting)

## 資料

図表 19 日本人アーティストが公演した主な会場リスト (2011年、フランス、英国、ドイツ)

出所： Japanese Music Entertainment (JaME)

### フランス

都市名	会場名
Anancy	Le Brise Glace
Allonnes	Salle Jean Carmet
Blois	Maison de Bégon

Bordeaux	The Houses Of Parliament
Bordeaux	Congo Café
Bordeaux	El Boqueron
Bordeaux	L'Antidote
Bourg en Bresse	La Tannerie
Carmaux	Maison de la Musique de Cap' Découverte
Clermont-Ferrand	Centre Camille Claudel
Clisson	Hellfest
Dijon	Deep Inside
Grenoble	L'ampérage
Joué-Les-Tours	Le Temps Machine
Labège	Espaces de congrès et d'exposition
Lattes	La villa rouge
Le Havre	Magic Mirrors
Lescheraines	Café des Bauges
Lille	Le Splendid
Lille	Gare Saint Sauveur
Lille	La Rumeur
Limoges	La Fourmi
Lyon	La Marquise
Lyon	Ground Zero
Lyon	LE TRANSBORDEUR
Lyon	Marché Gare
Lyon	Metal Café
Lyon	Ninkasi Kao
Lyon	Sonic

Marange-Silvange	Dock Club 412
Marly le Roi	La petite entreprise
Marseille	Le Paradox
Marseille	Le Poste à Galène
Marseille	L'Embobineuse
Marseille	Parc Chanot
Metz	Salle Braun
Montbéliard	L'Atelier des Mômes
Mulhouse	LE NOUMATROUFF
Nancy	Palais des Congrès
Nancy	La Carrière
Nantes	Le Ferrailleur
Nantes	Le Quai' Son
Nantes	Stereolux
Nîmes	Parc des Expositions de Nîmes
Orléans	Chateau de Charbonnière
Orléans	L'Infrared
Orléans	Parc des Expositions & des Congrès
Paris	Belushi's
Paris	Abracadabar
Paris	Aquarium de Paris-Cinéaqua
Paris	Baroc Café
Paris	Bataclan
Paris	Be There
Paris	Cité de la musique
Paris	Cité internationale des Arts



Paris	Elysée Montmartre
Paris	EPITA
Paris	Espace B
Paris	Flèche d'Or
Paris	Glaz' Art
Paris	IRL-Espace Mercoeur
Paris	Jardin d'Acclimatation
Paris	Klub
Paris	kraspek myzik
Paris	La Gaîté Lyrique
Paris	La Java
Paris	La Machine du Moulin Rouge
Paris	La maroquinerie
Paris	La Miroiterie
Paris	L'Archipel
Paris	L'Autre Canal
Paris	Le Divan du Monde
Paris	Le Lieu Unique
Paris	LE MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN
Paris	Le Périscope
Paris	Le soleil de la butte
Paris	Le Trianon
Paris	Le Viziteur
Paris	Le Zénith
Paris	LeMoko
Paris	Librairie Le Monte-en-l'air

Paris	Lieu multiple
Paris	Maison de la culture du Japon
Paris	Nouveau Casino
Paris	Paris Expo Porte de Versailles
Paris	Petit-Bain
Paris	Place Joachim du Bellay
Paris	Scène Bastille
Paris	Star Cafe
Paris	TGS Ohanami
Paris	Théâtre Adyar
Paris	Trabendo
Paris	Villette Sonique
Paris-Nord Villepinte	parc des exposition villepinte
Plassac	Terrain du Peyrat
Reims	L'Excalibur
Rennes	Mondo Bizarro
Rennes	Le Scaramouche
Rodez	La guinguette Lautrec
Roubaix	Bar 301
Saint Alban	Le Caravan Serail
Saint-Jean de Vedas	Secret Place
Saint-Nazaire	VIP les Escales
Selestat	LES TANZMATTEN
Sète	Théâtre de la Mer
Strasbourg	LA LAITERIE
Toulouse	la Dynamo

Toulouse	Le Bikini
Toulouse	Le Ramier
Tourcoing	L' imaginarium
Vendôme	Le Minotaure

## 英国

都市名	会場名
Aberdeen	The Tunnels
Birmingham	The Flapper
Birmingham	The Custard Factory
Brighton	Concorde 2
Brighton	Prince Albert
Bristol	The Fleece
Glasgow	Cathouse
Glasgow	Nice'n'Sleazy
Glasgow	Stereo
Glasgow	The Arches
Islington	02 Academy Islington
Leeds	Brudenell
Liverpool	Leaf Cafe
London	Barfly Club ULU
London	Borderline
London	Café Oto
London	Corsica Studios
London	HMV Forum
London	Hoxton Square Bar
London	Koko
London	02 Academy Islington
London	Roundhouse
London	Royal Albert Hall
London	Royal Festival Hall

London	Shepherd's Bush Empire
London	The Gallery Café
London	The Peel
London	The Pipeline
London	The Relentless Garage
London	The Scala
London	The Underworld
London	XOYO
Manchester	Deaf Institute
Manchester	Islington Mill
Manchester	Moho Live
Manchester	Sound Control
Nottingham	The Bodega Social Club
Plymouth	The White Rabbit
Southampton	Joiners
Wrexham	Central Station

## ドイツ

都市名	会場名
Berlin	CCCP
Berlin	Chez Jacki
Berlin	Columbia Club
Berlin	Columbia Halle
Berlin	Comet Club
Berlin	Festsaal Kreuzberg
Berlin	Huxleys
Berlin	K17
Berlin	Le Petit Mignon
Berlin	Levee Club
Berlin	Marie Antoinette
Berlin	Roadrunner's Rock & Motor Club
Berlin	S036

Berlin	West Germany
Bochum	Zeche
Bremen	Lila Eule
Cologne	E-Werk
Cologne	Gebäude 9
Cologne	Magnet Club
Cologne	MTC
Cologne	Sonic Ballroom
Cologne	The Werkstatt
Cologne	Underground
Dortmund	FZW
Duisburg	Steinbruch
Erfurt	Stadtgarten
Erfurt	Stoned from the Undreground
Essen	Turock
Frankfurt	Cocoon Club
Frankfurt	Hauptwache
Frankfurt	Yachtclub
Hamburg	Gruenspan
Hamburg	Hafenklang
Hamburg	headCRASH
Hamburg	Kampnagel
Hamburg	Knust
Hamburg	Logo
Hamburg	Ü&G
Hamburg	Uebel & Gefährlich
Hannover	Cafe Glocksee
Karlsruhe	Jubez
Leipzig	Conne Island
Leipzig	Haus Auensee
Leipzig	OPER unplugged
Leipzig	Ut Connewitz

Muenster	Triptychon
Munich	BACKSTAGE
Munich	Feierwerk
Munich	Feierwerk
Munich	Garage deluxe
Munich	The Atomic Café
Munich	Theaterfabrik
Nurnberg	K4 Nuernberg
Oberhausen	Druckluft
Stuttgart	Zwölfzehn
Wacken	W:O:A – Wacken Open Air

アンケート返送先 FAX: 03-3582-5309

e-mail: ORA@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 海外調査部 調査企画課宛



● ジェトロアンケート ●

調査タイトル: フランスを中心とする欧州のコンテンツ市場(音楽編)

今般、ジェトロでは、標記調査を実施いたしました。報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1: 今回、本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか? (○をひとつ)

4:役に立った 3:まあ役に立った 2:あまり役に立たなかった 1:役に立たなかった

■質問2: ①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

--

■質問3: 今後のジェトロの調査テーマについてご希望等ございましたら、ご記入願います。

--

■お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<http://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～