

**第19回東京国際ミュージック・マーケット(19thTIMM)／
TIMM ONLINE**



会 期：令和4年10月17日(月)～19日(水)
 会 場：渋谷ストリームホール(リアル開催会場)、TIMM ONLINE サイト(オンライン開催会場)
 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／(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)：12,147人

※オンライン開催における国内外の参加者の内訳についてはアクセスログの解析ができないため報告不能
 ビジネスエリアの来場者数(参加数)：4,580人

※オンライン開催における国内外の参加者の内訳についてはアクセスログの解析ができないため報告不能

出展社数：22社(前年21社、前年比105%)

内訳：(国内出展社数：22社 海外出展社数：0社)

出展参加国と地域数：37の国と地域

バイヤー数：280人

内訳：(国内バイヤー：0人 海外バイヤー：280人)

商談件数：1,768件

成約金額：270,000 USドル

プレス社数：6社

内訳(国内プレス社数：5社 海外プレス社数：1社)

■開催内容

日本音楽の海外進出を支援する国際見本市“第19回東京国際ミュージック・マーケット”は、世界各国で新型コロナウイルス感染症(COVID-19)による規制が緩和されている状況を鑑み、3年ぶりとなるリアル会場開催を再開し、併せて、会期中に渋谷会場に来れない国内外の業界関係者もサポートするべく、「リアル会場+TIMM ONLINE」という初のハイブリッド形式での開催を予定していたが、2022年8月末時点における日本国内での新型コロナウイルスの新規感染状況から、当初予定していたフルスペックのハイブリッド開催を断念せざるを得ない状況となった。

開催方法の見直しによる変更点は商談ブースの設置取りやめにて、丸二日間にわたり商談ブースに参加者が常駐するリアル会場での商談会は非常に高い感染リスクを伴うことから、商談会は「TIMM ONLINE」を使用したオンライン開催をベースにしつつ、リアル会場への来場者を出展者やセミナー・ショーケースライブの関係者と海外バイヤーなど一部の関係者のみに限定し、それら来場者が自由に商談やネットワーキングを行えるスペースとして「商談ラウンジ」を設けて展開した。また、ショーケースライブとビジネスセミナーについてはリアル会場を収録、並びに生配信会場とし、会場での参加とオンラインを融合させて実施した。

なお、出展者、および海外バイヤーはコア日となる10月17日～19日以降も「TIMM ONLINE」上で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、年間を通したビジネス展開もサポートしている。

また、19thTIMMの開催に合わせ、JMCEが2018年2月に開設したアニソンの海外展開支援サイト「Japan Anime Music LAB.」を「TIMM ONLINE」に移管してサイト内コンテンツの拡充を図り、日本音楽の海外展開のBtoB&Cサイトとしてオンラインビジネスマッチングの更なる活性化を図った。

■2022年度の新規取り組みとその成果・特色など

1) 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
- ・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

2) 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、一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144名(前年実績は111名)が参加した。

3) TIMM ONLINEサイトの利便性の向上(サイト改修)

- ・参加バイヤー検索機能
 これまでの、国・地域、職種・属性別やリアルタイムでログイン中の参加者検索に加え、直近2ヶ月以内の新規登録者の表示も可能となり、参加者の利便性を高めた。

コアイベント

第19回東京国際ミュージック・マーケット(19thTIMM)／TIMM ONLINE



- ・アニソン情報サイト Japan Anime Music Lab. の統合

「Japan Anime Music LAB.」は、海外でも人気の高い日本のアニソンに特化したBtoB&Cサイトにて、これまでもTIMMではアニソンジャンルのショーケースライブの実施などを行ってきているが、今般の統合により、TIMM ONLINEはオールジャンルの日本音楽のオンラインビジネスマッチングサイトとして規模を拡大させた。

4) 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開催のメリットは今年も見て取れた。海外バイヤーの参加国は前年から1か国増の37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79ヶ国・地域となった。

■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の実施

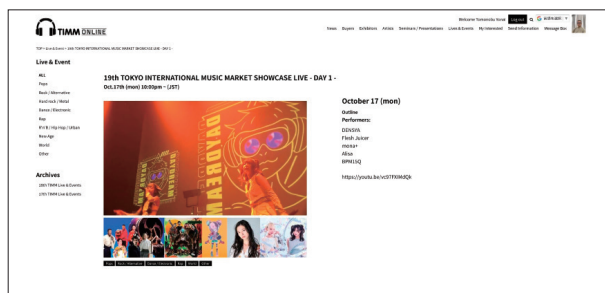
- ・2日間で6本のビジネスセミナーを公開したうち、2本のセミナーを連携セミナーとして実施した。連携先は、(特非)映像産業振興機構 (VIPO)、(一社)日本音楽出版協会 (MPAJ) の2団体

●JETRO との連携

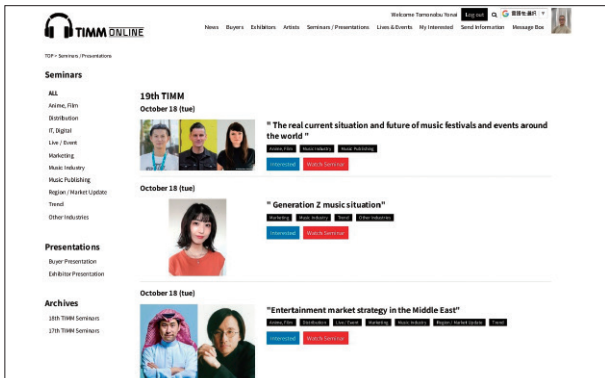
JETROと連携し、2022年9月26日～30日に「TIMM×JETRO 音楽コンテンツ・オンライン商談会」を実施した。両イベントの会期を連続した週末に、出展者や招聘バイヤーへの告知面での相互協力も行っている。



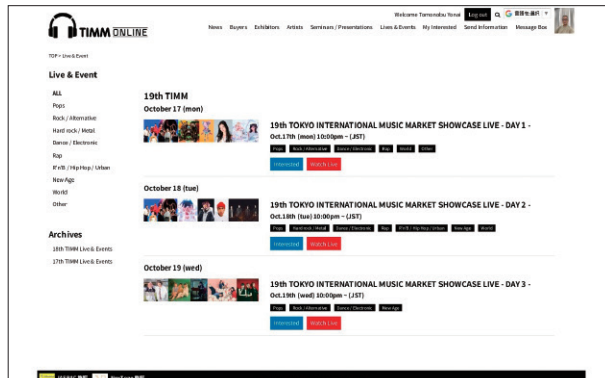
TIMM TOP ページ



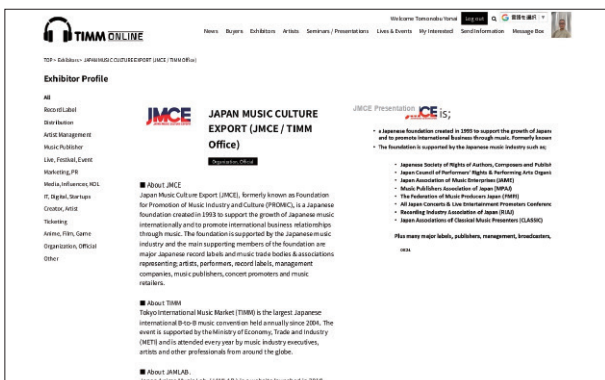
TIMM ライブ日別ページ



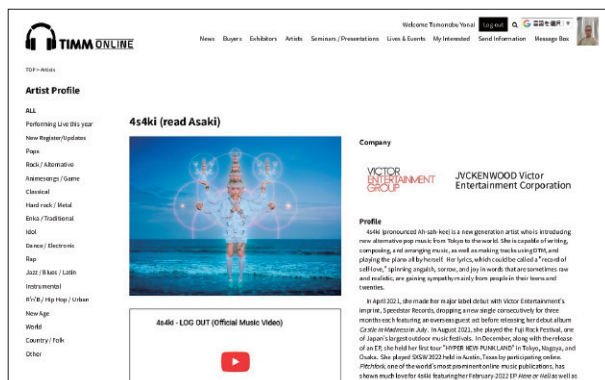
TIMM セミナーページ



TIMM ライブページ



TIMM 出展者ページ



TIMM アーティストページ