

各 位

2025年1月7日
株式会社リットーミュージック

柴 那典+山口哲一+脇田 敬による書籍『音楽未来会議』が1月22日に発売に
1月19日には沖縄で書籍化記念スペシャルトークイベント開催！



インプレスグループで音楽関連のメディア事業を手掛ける株式会社リットーミュージック（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：松本大輔）は、『音楽未来会議 4つのテーマで読み解く「これまでの10年」と「これからの10年」』（柴那典+山口哲一+脇田 敬 著）を、2025年1月22日に発売します。

本書では音楽ジャーナリストの柴那典、エンターテック・エバンジェリストの山口哲一、音楽マーケティングスタートアップ株式会社 LAB の代表・脇田敬の3人が、それぞれの経験から「ヒットとブレイクの10年」「ライブとフェスの10年」「メディアとレーベルの10年」「マネーとクリエイトの10年」という4つのテーマについて語り合い、音楽シーンや音楽業界の未来を見据えています。立場の違いを超えてときに呼応し、ときに意見を異にしなが縦横無尽に豊富なトピックを俎上に載せ熱い議論が交わされるさまは、まさに刺激的な音楽の未来を予感させるものと

なっています。書籍のもとになった計4回の「音楽未来会議」の熱量が、そのまま再現されているといえるでしょう。

はじめに

音楽について語るときに僕たちが語ること What we talk about when we talk about Music

音楽は個人的体験の集合体なので、音楽（ポップス）について語ろうとすると、ひとりずつ曲ごとに違う物語になります。共有して意味がある気がするの、ポップスの流行や、聴き方の変化、音楽体験の方法の変化についても語ることもかなと。そうすると、体験を支えているビジネスの構造についても語ることになり、自然と、テクノロジーの変化に伴うメディア（放送局という意味のメディアも、媒体物という意味のメディアも）について掘り下げることになるのです。この本は、2024年に1年間かけて3人で話した内容を2024年12月初頭の段階でまとめたものです。「テクノロジーの急速な進化によって、大きく変化した音楽」について、できるだけ多方面から、音楽に携わるものとしてのリアリティを持って、音楽を愛する人たちが共有するべき内容について分かりやすくまとめるように取り組みました。僕ら3人の努力が、皆さんの音楽ライフを少しでも豊かにすることができれば、音楽を愛する仲間として望外の喜びです。 山口哲一

オープニングクロストーク ～07年をキーに循環する説と2024年節目説

衆 今から10年前、2014年時点でポカロイドがこんなにJ-POPのメインストリームになると言っていた人はあまりいない。かつストリーミングも日本ではまだほぼローンチしてなかったくらいタイミングで、ポカロとストリーミングにベクトルしていたみたいなタイミングがありました。

山口 その通りには、大勝ちでしたね。

衆 なので、ベクトルしていたのが今に繋がっているんだと自分では思っています。僕は基本的にはアーティストに取材する、そこから話を聞いてま

とめることが本業だと思っているのですが、こういう機会をいただいて、どちらかというと山口さんと脇田さんがマーケティングやビジネス寄りの土壌ということもあって、刺激的な話ができればなと思っています。

脇田 「音楽デジタルマーケティングの教科書」という本をリットミュージックから出させていただいて、それと合わせて株式会社LABという音楽マーケティングの会社を設立して、その会社設立のタイミングで皆さんがゲストに来ていただいてイベントをやったのが今日の音楽未来会議に繋がっているということになります。いろいろな流れの中でイベントを開催できて、しかも本にもなるという楽しい企画ができてうれしいです。



山口 いま僕さんのお話を聞いて思ったのですが、2014年の時点で音楽業界の中で「デジタル」って本気で言っている人は僕も脇田さんしかいなかったんですよ。そういう意味では、僕らも「デジタルとグローバル時代の音楽」をベクトルして、活動が広がっていった側面もありました。この「音楽未来会議」もその流れにあるんですね。イベント紹介文に「未来は予測はできないけど予見はできる」と書いたように、日本の音楽業界は世界の趨勢に6〜7年遅れてしまったので、これから起きることの方向性は決まっています。

そんな感覚を持ちながら節目かもしれない2024年に、僕らの活動も「音楽未来会議」に集約したいと思っています。

脇田 株式会社LABを作るに当たって昨年開催したイベントは「デジタル音楽ビジネス人材の育成と、新たなヒットの形〜音楽業界のイノベーションと未来を語る」というものでした。こんな硬いタイトルのイベントに皆さんが出演されることはあまり無いと思いますが（笑）、デジタル音楽ビジネス人材の育成、音楽業界のイノベーションと未来を語るというすごく大切なことをやっています。まあ楽しかったですね。

山口 あまりに楽しかったから、今回もやろうよというきっかけになったわけですよ。

002

003

【ライブレポート】風質法改正問題と高額チケット転売問題

風質法改正問題:2010年に大阪でのクラブの一斉摘発を契機に、ダンスミュージックとカルチャーを育むクラブが、女性接客を行なう風俗店と同じ法律内で対応されていることに対し、有名DJも加わり「クラブとクラブカルチャーを守る会」を結成するなど運動が広がり風質法改正に繋がった（2016年施行）。改正内容は不完全なもの、運動がきっかけになり異業種交流による市場創出の議論が進み、「ナイトタイムエコノミー推進協議会」が設立されるなど大きな成果に繋がりに至っている。（Y）

高額チケット転売問題:発売しているコンサートのチケットが定価の10倍以上の金額で転売されている事象に、音楽業界の3団体で合同で取り組んだ。2016年に117名の著名アーティストの連名による新聞広告が出されたことで社会的な注目を集め、兵庫県警がチケットキャンプ運営企業を詐欺罪で逮捕するに至る。国会でもチケット不正転売禁止法が成立され、音楽業界側の大きな勝利に終わる。社会的な支持を得ただけに、ユーザーの利便性を確保したチケット販売、適切な二次流通市場の成立など、業界側に課題が残されている。（Y）

004

Q&Aコーナー

それでも海外アーティストは日本にやってくる?

Q 円安で海外アーティストのフェスブックキングは厳しくなっているのか?

A もちろんなっているが、関係性の蓄積と日本への評価、主催者の努力でしのいでいるようだ。

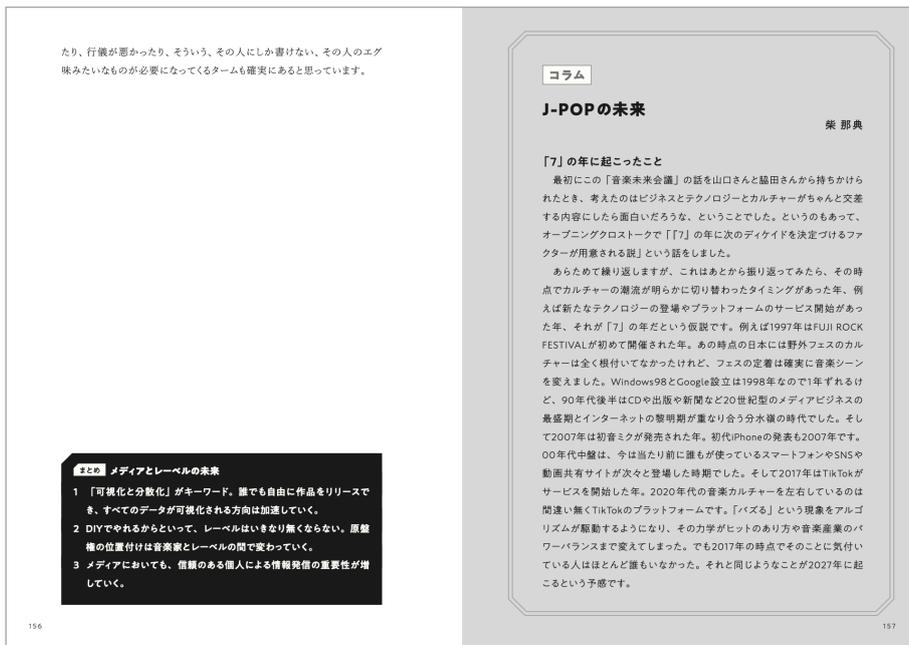
参加者1 円安と日本のフェスについて伺いたい。海外アーティストのキャスティングは厳しくなっているのかなと思いますが、展望はいかがですか?

脇田 LIVE NATIONやAEGの話をしたんですが、グローバル独占企業から日本はちょっと外れていて、オーストラリアとかシンガポールとか韓国から日本に回るという流れでコスト削減をすることは難しいんじゃないかなと思っています。独特な市場があることがブックキングにも影響している面があるのかなと。あとは円安によってビッグアーティストを日本に呼びづらくなっている面もあるでしょうね。

衆 大前提として円安によってブックキングを巡る状況はとも厳しくなっていると思います。でも僕の肌感で言うと、もっと楽になるだろうと思っていたんです。日本はもっとスルーされると思っていた。でも、例えばボンセがアルバムリリースタイミングでタワーレコードでサイン会をしったりしていた。あれはいろいろな意味で衝撃でした。だって、普段のタワレコのサイン会なんて地下アイドルがほとんどなわけですよ。そのラインナップにボンセが加わったわけですから、それにテイラー・スウィフトもブルーノ・マーズも日本でライブをやっている。アーティストが日本に親しみを持ってくれていること、それでも音楽市場の大きな国であること、いろんな理由はあると思いますが、ある程度は採算度外視で日本のステージに立ててくれるというのが、これから先も続いていくのかなと思っています。

005

006



また1月19日には、沖縄・コザにて開催される国際・ショーケース・フェスティバル Music Lane Festival Okinawa 2025 内での出張「音楽未来会議」の開催が決定。現地参加に関しては Music Lane Festival Okinawa2025 のチケットが必要ですが、安価なオンラインチケットも用意されているのでお気軽にご参加ください。

■EVENT

書籍化記念イベント★音楽未来会議 in 沖縄

日時：2025年1月19日（日）

場所：Lagoon KOZA（沖縄県沖縄市中央1丁目7-8）

参加費：1,000円（オンライン）、現地参加に関しては Music Lane Festival Okinawa2025 のチケットが必要となります。詳しくは下記プレイガイドをご確認ください。

<https://musicokinawa.official.ec>

詳細：<https://peatix.com/event/4153811>

■書誌情報

書名：音楽未来会議 4つのテーマで読み解く「これまでの10年」と「これからの10年」

著者：柴 那典+山口哲一+脇田 敬

定価：2,420円（本体2,200円+税10%）

発売：2025年1月22日

発行：リットーミュージック

商品情報ページ <https://www.rittor-music.co.jp/product/detail/3124317104/>

CONTENTS

はじめに 音楽について語るときに僕たちが語ること

CHAPTER1 ヒットとブレイクの10年

CHAPTER1_1 ビルボードジャパンが変えたヒットチャート～社会的な合意が見えるチャート

へ

寄り道コラム CD 複数枚購入問題

寄り道コラム 着メロ・着うた

CHAPTER1_2 YOASOBI が示したゲームチェンジ～注目されない側から物事を始めた人たち

スタッフも顔を出さないといけない時代

寄り道コラム 88rising

ソニー・ミュージックとアニメビジネスの話

寄り道コラム Crunchyroll

CHAPTER1_3 TikTok 発ヒットの時代～アルゴリズムとユーザー行動の掛け算がヒットを生

む

寄り道コラム TikTok のアルゴリズム

大事なものはアーティストと音楽ファン

後日談 TikTok とユニバーサル ミュージック

ちょっと深掘り バリューギャップ問題

CHAPTER1_4 2024 年のグラミー賞は女性が勝った～アメリカの音楽業界の中の集団無意識

とは？

ちょっと深掘り WOMEN IN MUSIC

後日談 MUSIC AWARDS JAPAN

テイラー・スウィフトのライブを見て考えたこと

戦うテイラー・スウィフト

ファンダムは未来は明るいのか？

CHAPTER1_5 2030 年代のヒット未来予測～次の 10 年に力を持つのはアナーキーなもの

方

Q&A コーナー

TikTok との付き合い方

「洋楽」は死んだのか

シティポップの人気は本物か？

寄り道コラム Gacha Pop プレイリスト

CHAPTER2 ライブとフェスの 10 年

CHAPTER2_1 2024 年のコーチェラから見えること～88rising と日本人アーティスト

88rising とはなんぞや？

コーチェラで一番フックアップされたのは Number_i

ちょっと深掘り Number_i

今アーティストがレーベルに求めるもの

寄り道コラム 山口のアジアでの挑戦

CHAPTER2_2 2010 年代からのフェスカルチャーの台頭～SNS によりメディア化する大型フ

ェス

ビフォー／アフターコロナの音楽界

ちょっと深掘り コロナ禍における政府の対応

CHAPTER2_3 グローバル化したライブエンタメビジネス～日本の優位点はどこに？

ちょっと深掘り フェスのアジア展開

CHAPTER2_4 ライブビジネスの課題～チケットティングやライブ制作の DX、ファンクラブ

アジアの音楽シーンとの距離感

「2016年問題」が残したもの

ちょっと深掘り 風営法改正問題と高額チケット転売問題

Q&A コーナー

それでも海外アーティストは日本にやって来る？

ライブ配信のあるべき姿

日本人アーティストがワールドツアーで稼ぐには？

コンビニ紙チケットは日本の恥？

フェスの理想像は村祭り!?

ますます高まるコラボレーションの重要性

海外からのお客さんとフェスでわてやわてやしたい

CHAPTER3 メディアとレーベルの10年

CHAPTER3_1 かつてレコード会社が音楽業界の中心だった～メジャーデビューが成功への一本道の時代

10年前はダウンロードサービスの時代だった

ちょっと深掘り 音楽マーケティングブートキャンプ

CHAPTER3_2 透明化と分散化の功罪～個人がむき身で市場と向き合わないといけないタフな時代

CHAPTER3_3 ディストリビューターとレーベルサービス～透明化と分散化の果てに登場した新興勢力

レーベルサービス、Believe は原盤権を持たない

ヒップホップ、フィーチャリング文化、ローカリティ

ちょっと深掘り フィーチャリング文化の起源

レーベルと大手事務所はほぼ同じものになっていく

ちょっと深掘り 事務所

寄り道コラム UKのインディーズレーベル

ちょっと深掘り 360度ビジネス

CHAPTER3_4 デジタルメディアは旧メディアを代替できるか？～過渡期の混乱を超えて音楽を伝えていく

「お茶の間ヒット」の消滅と「ヒット曲の復権」

進化するアニメタイアップ

ちょっと深掘り アニメタイアップとレーベル

寄り道コラム radiko

紙媒体からWEB、そして動画と個人メディアの時代へ

寄り道コラム 「コロンブス」MV事件

寄り道コラム 小山田圭吾と東京五輪

CHAPTER3_5 SNS の仕組みの変化～一発屋で終わらないためにはバズった後が大事

Q&A コーナー

「大人まかせ」のミュージシャンはカッコ悪い？

単なるアニメタイアップを超えて

勝手にアーティストを応援して海外での認知度を上げる

ライティングのプロの力はどこに発揮されるのか

CHAPTER4 マネーとクリエイトの10年

CHAPTER4_1 デジタル革命後の音楽ビジネスの現在～音楽の未来はエンタメコンテンツの未来を先取りする

音楽ビジネスと不動産ビジネスが近くなってきた

ちょっと深掘り 山下達郎

ポップハウスは楽曲を「バリューアップ」する

IP化する音楽、ABBAはなぜ人間であることを捨てたのか？

寄り道コラム 音楽業界の市場規模

CHAPTER4_2 J-POPと「IP化する音楽」～アニメの世界観に合わせて曲を作るということ

キャラクターのために曲を書くことが文化的な土壌に

CHAPTER4_3 AI時代の創作活動～何がクリエイティブで何がスキルなのか

身体性を持ったコミュニケーションが音楽の本質である

AIが枯れた技術になったときの風景

ちょっと深掘り SXSW (サウスバイサウスウエスト)

歌声生成AIの進化がもたらすもの

ちょっと深掘り AIシンガー:GEMVOX

ちょっと深掘り デジタルコンテンツ白書

アーティストが生成AIを使って自らミュージックビデオを作る

すべての人々が知的財産を創出する未来へ

Q&A コーナー

創作物にユーザーがお金を払う理由が必要

アニメができるような国だからJ-POPがある

全4回の会議を終えて見えてきたもの

コラム

Z世代と音楽の未来 山口哲一

音楽マーケティングの未来 脇田 敬

J-POPの未来 柴 那典

ミニ用語解説

おわりに

犬が吠えてもキャラバンは進む

PROFILE

柴 那典（しば・ともりのり）

音楽ジャーナリスト

1976年神奈川県生まれ。音楽ジャーナリスト。京都大学総合人間学部を卒業、ロッキング・オン社を経て独立。音楽を中心にカルチャーやビジネス分野のインタビューや執筆を手がけ、テレビやラジオへのレギュラー出演など幅広く活動する。著書に『平成のヒット曲』（新潮新書）、『ヒットの崩壊』（講談社現代新書）、『初音ミクはなぜ世界を変えたのか？』（太田出版）、共著に『ボカロソングガイド名曲100選』（星海社新書）、『渋谷音楽図鑑』（太田出版）がある。

山口哲一（やまぐち・のりかず）

- ・音楽プロデューサー／エンターテック・エバンジェリスト
- ・Studio ENTRE(株)代表取締役社長
- ・エンターテック・ユニバーシティ学長ファンダー
- ・情報経営イノベーション専門職大学（iU）超客員教授
- ・内閣府「知的財産戦略本部」コンテンツ戦略WG委員
- ・Music Lane Festival 沖縄 プログラムディレクター

起業家育成と新規事業創出を行うスタートアップスタジオ代表。デジタル化とグローバル化が進むエンタメビジネスの近未来を実戦的に切り拓く行動を続けている。2014年からプロ作曲家育成「山口ゼミ」を主宰、150人超のプロ作曲家を輩出、Da-iCE「CITRUS」など数々のヒット曲を生み出している。

『最新音楽業界の動向とカラクリがよくわかる本』『世界を変える80年代生まれの起業家』など著書多数。

脇田 敬（わきた・たかし）

- ・株式会社LAB 代表取締役
- ・音楽プロデューサー
- ・マネージャー
- ・「デジタルコンテンツ白書」（経済産業省監修）編集委員

1971年生まれ。レコード会社勤務、ライブハウス／クラブ・マネージャーなどを経て、有限会社FLYMUSICを設立。多くの新人アーティストのマネジメント、制作を行い、メジャーデビュー、ブレイクへと導く。並行して音楽ビジネス知識を広める発信や著述活動、人材育成も行う。2023年、音楽マーケティングスタートアップ、株式会社LABを設立。『音楽デジタルマーケティングの教科書 ポストSNS時代のヒットの作り方』（小社刊、山口哲一との共著）を出版。

【株式会社リットーミュージック】 <https://www.rittor-music.co.jp/>

『ギター・マガジン』『サウンド&レコーディング・マガジン』等の楽器演奏や音楽制作を行うプレイヤー&クリエイター向け専門雑誌、楽器教則本等の出版に加え、電子出版、映像・音源の配信等、音楽関連のメディア&コンテンツ事業を展開しています。新しく誕生した多目的スペース「御茶ノ水 RITTOR BASE」の運営のほか、国内最大級の楽器マーケットプレイス『デジマート』やTシャツのオンデマンド販売サイト『T-OD』等のWebサービスも人気です。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証スタンダード市場 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

以上

【本件に関するお問合せ先】

株式会社リットーミュージック 広報担当

E-mail: pr@rittor-music.co.jp