

谷口 元 (たにぐち・はじめ) 先生

一般社団法人日本音楽出版社協会 会長

1980年1月 Belmont College(米国テネシー州ナッシュビル)、
Music Business 学部 入学

1983年1月 Commercial Music 学部に転部

1986年5月 同大学卒業 学士号取得

1986年6月 ベルリッツ専属翻訳家

1986年8月 株式会社エイプリル・ミュージック

(現株式会社ソニー・ミュージックアーティスト)入社、出版部所属

1994年1月 株式会社ソニー・ミュージックアーティスト出版部

プロデューサー・1994年9月 同社退社

1994年10月 エイベックス・ディー・ディー株式会社

(現エイベックス株式会社)入社、国際業務担当部長

1995年3月 株式会社プライム・ディレクション取締役

1996年7月 エイベックス・ディー・ディー株式会社取締役国際本部国際部長

1998年4月 同社 取締役 商品事業本部洋楽部長 兼 法務部長・1998年7月 株式会社プライム・ディレクション常

務取締役・1998年7月 社団法人音楽出版社協会 理事・1998年9月 社団法人日本音楽著作権協会 評議員

2001年4月 エイベックス ネットワーク株式会社 専務取締役

2001年10月 社団法人日本音楽著作権協会 理事 (現職、2010年から一般社団法人)

2002年6月 株式会社プライム・ディレクション 専務取締役

2004年6月 社団法人音楽出版社協会 常務理事

2005年4月 エイベックス・グループ・ホールディングス株式会社 取締役 国際戦略室長 兼 知財戦略室長

エイベックス・ライブ・クリエイティヴ株式会社取締役

2006年5月 Avex Hawaii, Inc(エイベックス・ハワイ・インク) 取締役(現職)

2006年11月 Avex International Holdings(エイベックス・インターナショナル・ホールディングス)取締役(現職)・Avex

Taiwan Inc(エイベックス・台湾) 取締役会長・Avex China Co Ltd(エイベックス・チャイナ) 取締役会長・Avex Hong

Kong Ltd(エイベックス・香港) 取締役会長

2009年11月 社団法人音楽出版社協会 理事副会長

2010年4月 エイベックス・ミュージック・パブリッシング株式会社 代表取締役社長 (現職)

2010年6月 一般社団法人 日本音楽出版社協会 会長 (現職)

2010年6月 社団法人 私的録音補償金管理協会 理事 (現職)

2010年9月 財団法人 音楽産業・文化振興財団 副理事長 (現職)



《講義概要》

本講座の寄附団体のひとつである一般社団法人日本音楽出版社協会の会長谷口元氏が、ネット時代の音楽出版ビジネスについて講義を行った。

講義ではまず、日本の音楽ビジネスの構図や音楽産業の現状について、あらゆる側面からの詳細なデータを用いて分かりやすく説明。また、実態の見えにくい音楽出版社や JASRAC の活動内容についても具体的に解説し、その重要性について説いた。

さらに、音楽出版ビジネスについて、音楽業界を牽引するエイベックスの戦略や各国の音楽市場の現状を提示しながら説明。デジタル化によりCDの売上が低迷する中、今後の音楽出版ビジネスを考える上で、音楽とあらゆるデジタルとの親和性を高めてビジネス範囲を拡大することと、マーケットの国際化が重要であることを示した。音楽産業の更なる発展のために音楽出版ビジネスの今後の展開が重要であることを学生は実感した。

《受講生の感想》

●「CDが売れない」＝音楽産業の衰退という図式は一面でしかなく、本日は音楽出版ビジネスから見た音楽産業について勉強ができ、大変興味深い内容でした。音楽出版ビジネスは私たちが日常生活で触れ合う全ての音楽に関わっているビジネスであると感じました。また、日本は世界第2位の音楽ビジネス大国であるが、国内市場にまだまだ頼っており、今後海外の多くの人に日本の楽曲を楽しんでもらうため、新しいビジネスのフィールドを開拓するために国際ビジネスが大切であることを改めて分かりました。

立命館大学・産業社会学部・4回生

●音楽業界はCDの売上が落ちているため、ネット配信を増やすべきという単純なことではなく、JASRACのシステムや海外の音楽市場の実態、CDとネット配信の実態などを考慮した上で具体的な音楽輸出のビジネスモデルを聞くことができ、音楽業界が今後どうなっていくのかを具体的に考える上で大変勉強になりました。

立命館大学・産業社会学部・4回生

●音楽はCDばかりでなく他のコンテンツとの合体で、より多くの利益を上げることができる強力な知的財産であると感じました。CDや配信だけに注目して音楽ビジネスについて考えてはいけなかったと思いました。

立命館大学・経営学部・4回生

●いかに音楽を生活の中に埋め込み、音楽が溢れる社会にするかが音楽出版ビジネスには大切な視点だと思いました。また、市場を日本だけでなく、世界に広げて利益を生み出す必要があることを知り、日本の強みであるゲーム、コミック、アニメといったコンテンツと音楽の結びつきを強めることで、日本の音楽のグローバル化が効果的に推進できると感じました。

立命館大学・産業社会学部・4回生

●今までにないビジネス形態が、ネット時代の進行と共に増えていくと思います。単に音楽の活躍の場をCDの売上だけで考えるのではなく、より広い視野で海外も含めてビジネス形態を変えていく柔軟な発想が大切だと感じました。そうすることで、クリエイター達の環境も改善され、日本の音楽市場もより盛り上がっていくと思いました。

立命館大学・映像学部・3回生

●まだ市場が開拓しているとは言えないアジアでエイベックスが事業展開を進めているように、現在の市場規模を把握した上で、これからの近未来を予測し、戦略を立てていく必要があることを理解しました。音楽出版ビジネスは音楽のフィールドだけでなく、様々なフィールドで市場を拡大していくことにより非常に大きなビジネスとなり得ることを学びました。またそれは私たちにとっても有益なサービスを生むことになると感じました。

立命館大学・産業社会学部・3回生

