

デジタル著作権タスクフォース向け資料
音楽ビジネスへの取り組み

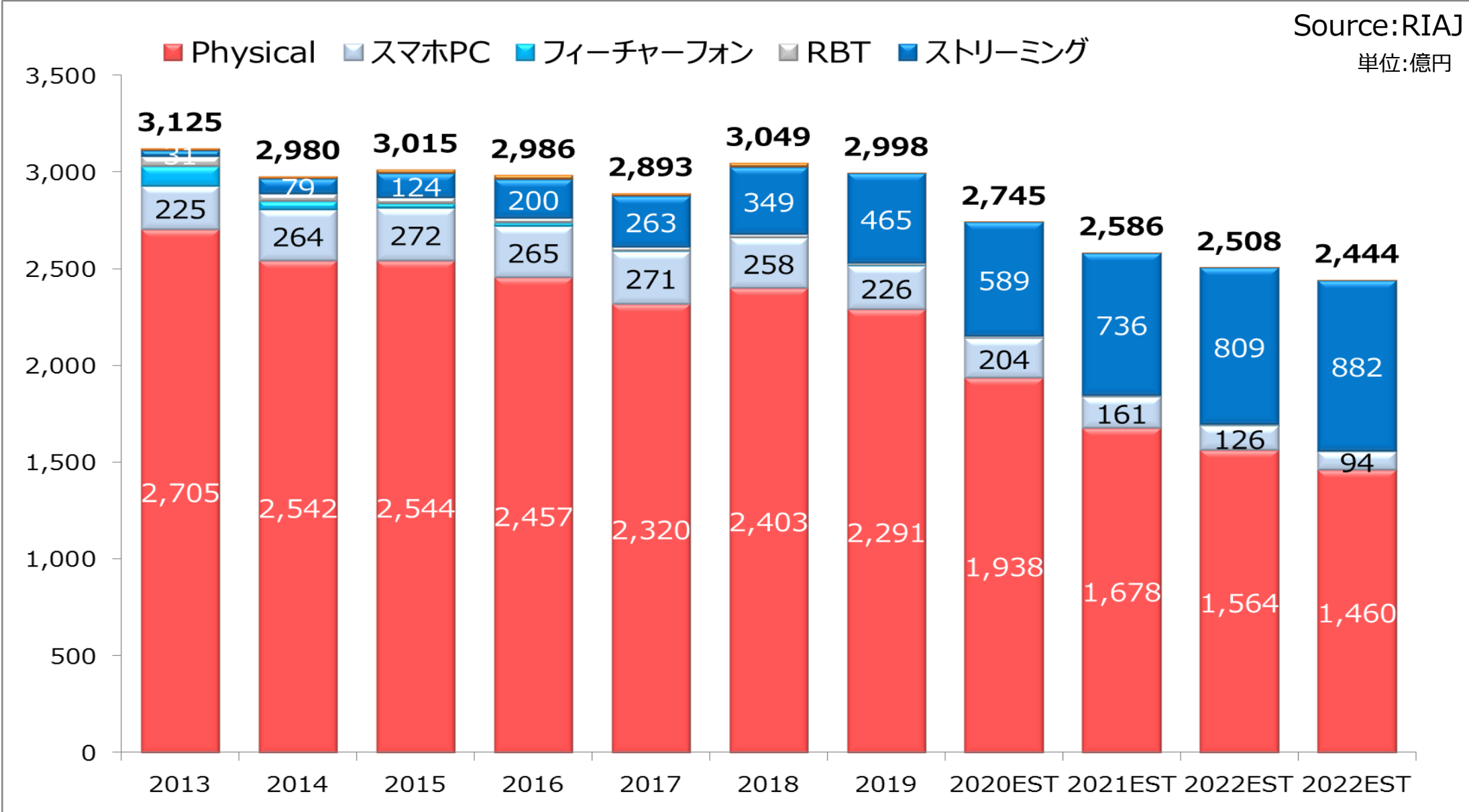
2020/11/19

本日のアジェンダ

- 原盤ビジネスの現状
- SMEJにおけるデジタルビジネスへの取組
- UGCへの取組に対する問題点
- SMEJで進めている対応

日本国内マーケット推移

Source:RIAJ
単位:億円



世界のマーケットトレンド

Source: IFPI GLOBAL MUSIC REPORT / The global recording industry in 2019

GLOBAL RECORDED MUSIC REVENUES 2019:

us\$20.2bn

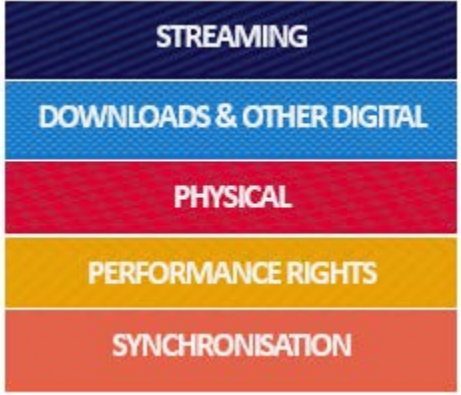
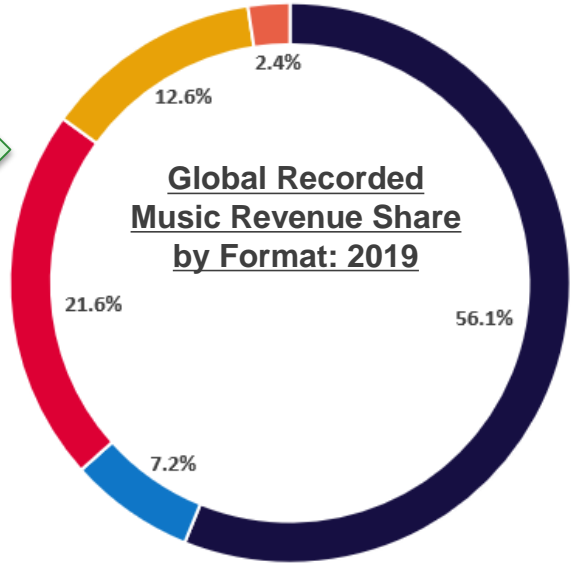
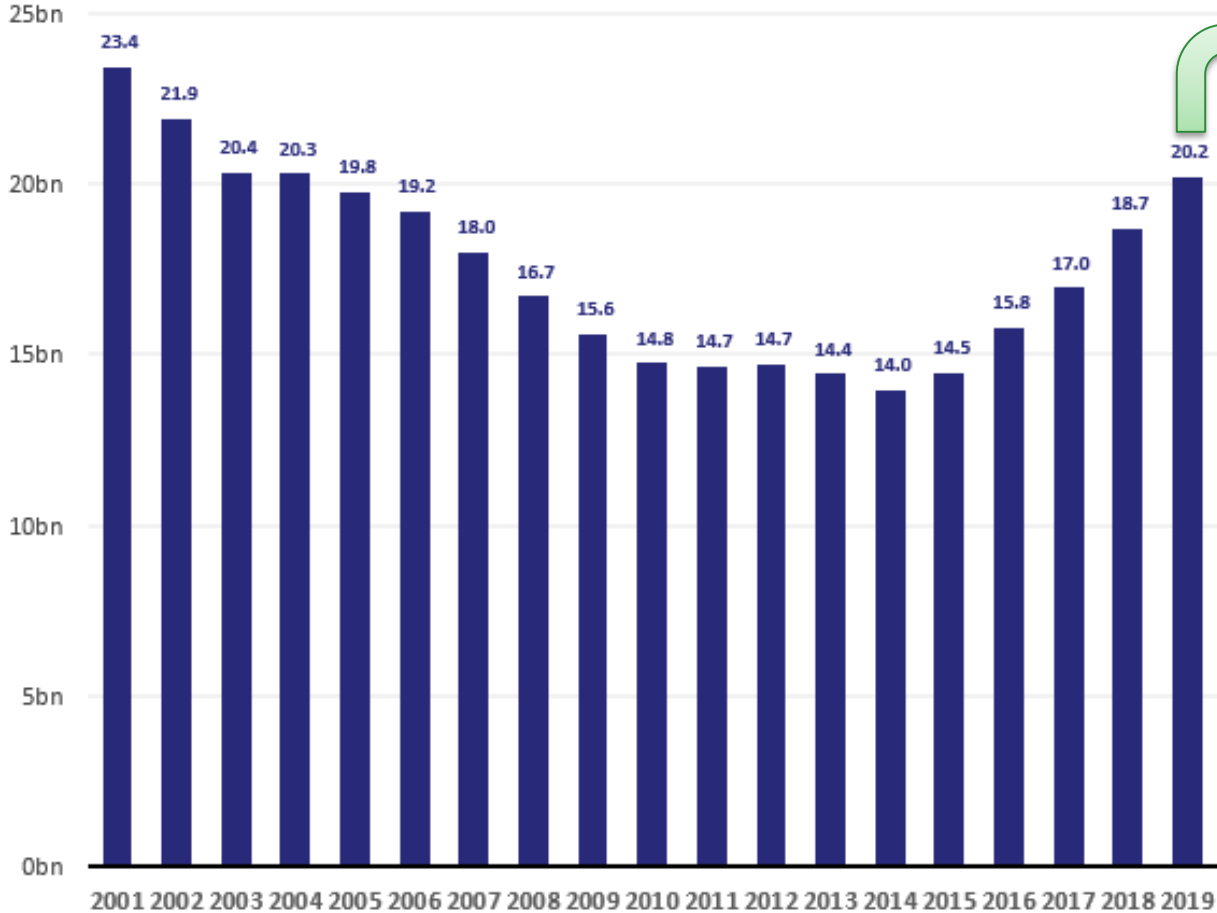
CHANGE VS. 2018:
▲ **8.2%**

ABSOLUTE REVENUE GROWTH:
▲ **us\$1.5bn**

CONSECUTIVE YEARS OF REVENUE GROWTH:
5

GAP TO 2001 REVENUE LEVEL:
us\$3.2bn

Global Recorded Music Industry Revenues: 2001 - 2019
(US\$ billion)



- 前年比+8.2% (5年連続前年比増、金額としては+15億ドル)
- 14年連続でストリーミングが対前年二桁増 (初めて全原盤収入の50%以上を占める)

■ 海外マーケットへのリーチ

国内の原盤マーケットがシュリンクする中、成長し続ける海外マーケットへ活路を見出す。
システムを含めたソリューションへの投資を加速。

■ アーティスト等権利者への分配における更なるサービス向上

パッケージから配信にいたるまで、透明性をもった分配システムを構築しており、海外マーケットへのリーチを
主眼とした対応も完了しつつある。投稿型サービス（UGC等）においても同様。

■ データ分析の深化

原盤ビジネスの主体がストリーミングに移行していく中、データ分析の重要性は更に増す。
海外マーケットやUGCビジネスへの対応も同様。

当社におけるUGCへの取組

UGCは原盤ビジネスでありながら、重要なプロモーションメディアになりつつある
分配への対応も完了しつつあり、今後は積極的に推進していく



但し、大前提としてアーティストを始めとする権利者が望まない対応は取らない
例え権利があってもステークホルダーへの理解を得た上で対応していく

UGCへの取組に対する問題点

サービス内容が様々

- ✓ 音楽ダウンロードやストリーミングサブスクリプションにおいて、サービス仕様はプラットフォーム事業者ごとの差異はほとんどないが、UGCは様々な仕様である
- ✓ 原盤を提供するにあたり、権利者へ各サービスの仕様説明が容易ではない

プラットフォーム事業者側の管理方法も様々

- ✓ 原盤の積極的活用を促進するためには正確なレポートが必要であるが、状況はプラットフォーム事業者側ごとに異なる
- ✓ 意図しない原盤使用に関する対策も必要となるが状況はプラットフォーム事業者側ごとに異なる

権利者への分配

- ✓ 各プラットフォームからのレポート内容も様々であるため、都度分配方法の検討が不可欠
- ✓ レポート量が膨大であり、権利者への分配システムへの負担が大きく、対応が必要

ソニーミュージックの取り組み

海外マーケットへのリーチ

基盤システムの刷新

- ・全世界への音楽配信を一元化
- ・印税分配や新サービス対応の取り組み
- ・業務の効率化

海外マーケティングの推進

◆データ分析によるマーケティング強化

- ・ストリーミングビジネスの重要性
- ・海外での音楽視聴データを分析
- ・海外マーケットの情報収集

ファンビジネスの追求

顧客、IPを軸にしたデータ分析

- ・CDやDVDなどのパッケージ商品、配信の売上だけでなく、物販や興行売上など、全ての売上を統合、可視化

パーソナライズ化した顧客接点の推進

- ・自社ECサイトや運営しているファンクラブの顧客の行動履歴を分析・活用

データ分析の推進

Sony Music 売上分析 ツイート分析 ファン分析 レポート ニュース

LiSA 売上分析

企画一覧 単曲一覧 売上サマリー

企画分析 2019/4/22(月) - 2020/11/13(金)

紅蓮華

売上

売上内訳

パッケージ	売上	円	販売枚数
ダウンロード	売上	円	ダウンロード数
ストリーミング	売上	円	再生回数

アルバム
リリース日: 2019/7/3
品番: 初回仕様限定
1. 紅蓮華
2. "PROPAGANDA"
3. やくそくのうた
4. 紅蓮華 -Instrumental-

売上推移 2019/4/1(月) - 2020/11/30(月) | すべて見る

内訳表示 累積グラフ切替

パッケージダウンロードストリーミング

● パッケージ ● ダウンロード ● ストリーミング

Twitter

主要KPI

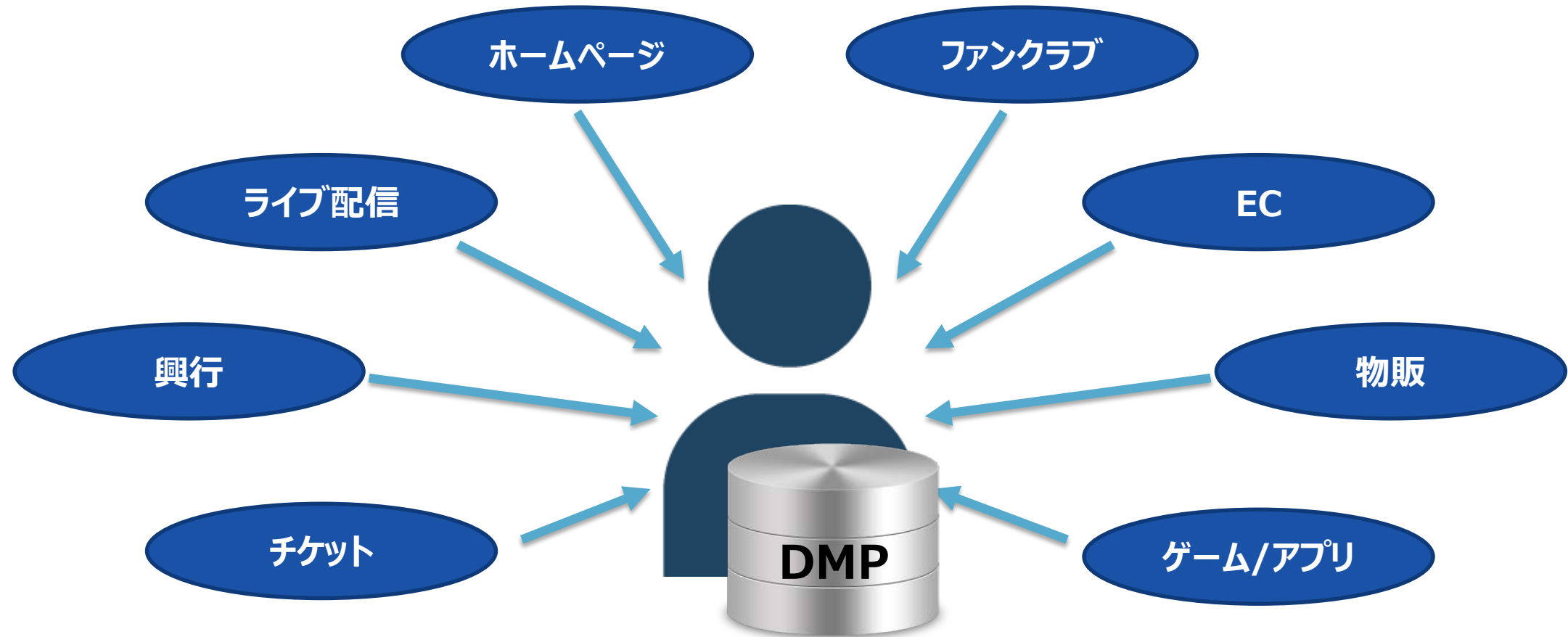
ツイート ユニークユーザー リツイート リプライ NGツイート

ポジネガ平均スコア ▲

● 平均スコア

+2 ● 非常に満足
+1 ● 満足
0 ● 普通・どちらとも言えない
-1 ● 不満
-2 ● 非常に不満

- ✓ パッケージ、ダウンロード、ストリーミング売上を様々な切り口で可視化するダッシュボードを構築
- ✓ TwitterだけでなくYoutubeの反応、アーティストHPのアクセスログなどから、デモグラ情報も可視化
- ✓ 海外での視聴データ取り込みなど、継続的に機能を拡張
- ✓ データ分析部門によるミクロな分析から、更なるアクションを検討



- 各サービスの顧客行動データを集積
- ユーザーの興味の繋がりを可視化
- マーケティングに活用

以上