

## **クールジャパン推進の起爆剤：音楽**

～第 1 回クールジャパン戦略推進会議にあたって～

# 音楽は、全てのコンテンツと融和する

## (1) 音楽は、アーティスト＝“生身の人間”による「顔の見える」表現。

- ・音楽は、生身の人間のぬくもりを感じられるコンテンツ。
- ・アーティストへの好意の高まりは、中長期的視点において「日本国民」「国家」への好意醸成につながる。

## (2) 音楽は、グローバルなコンテンツ流通のインフラが整っている。

- ・iTunes等の音楽ダウンロード配信サービス、YouTube等の動画投稿サービス、Spotify等の聴き放題型ストリーミングサービスなど、音楽がグローバルに流通する環境が整っている。
- ・SNSの普及と相まって、音楽・アーティスト情報が一気に世界に拡散する。

## (3) 音楽は、様々なモノ・コトと組み合わせられ、アウトバウンドで活きる。

- ・アーティストによる演奏だけでなく、映画音楽やゲーム音楽としての利用、そしてレストランやショッピングモール等でのBGMとしての役割も大きいなど、他産業との連携・相乗が図りやすい。
- ・日本の様々なモノ・コト・サービスをグローバル展開する際に、音楽は欠かせない。

## (4) 音楽ビジネスには、これからのインバウンド消費が大きく期待できる。

- ・音楽は音声・映像コンテンツとして流通するだけでなく、実演（ライブ）によって、直接ファンとの接点を持つことができる。コンテンツがアウトバウンドに広がるのみならず、ライブを見るために日本に来る～インバウンドの促進にも寄与する。