

## 台湾を中華圏のクリエイティブセンターとして位置付けるエイベックス

浜崎あゆみや倅田来未などの有力アーティストを含む20以上のレーベルを擁し、多彩なクリエイティブを提供しているエイベックス・グループ。「J-POPの輸出」を目的に始まった海外事業では近年、現地アーティストを育てるマネジメントビジネスの比重が高まっており、中国で活躍する台湾発のアーティストも生まれている。今回は同グループの台湾法人、愛貝克思股份有限公司(エイベックス台湾)の寺田明弘董事共同総経理を訪ね、アジアビジネスにおける台湾の役割や「CDが売れない時代」の音楽ビジネスの発展方向についてお話を伺った。



愛貝克思(股)董事共同総経理  
寺田明弘氏

### エイベックス台湾の体制と事業概況について

エイベックス台湾は、香港のエイベックス・アジア・ホールディングス(愛貝克思亞洲控股有限公司=エイベックス・グループの海外中間持ち株会社)の傘下であり、レコード会社としての事業(楽曲制作、宣伝、販売、ライセンス受託)とマネジメント会社としての事業(専属アーティストのマネジメント、ドラマ出演や企業イメージキャラクターへのキャスティング、ライブ企画、グッズ販売など)を行っています。当社は共同総経理制を採っており、J-POP、K-POP(韓国POP)は宮崎伸滋氏が、C-POP(台湾POP)は私が担当しています。日本人はほかにクリエイターが一名台湾に常駐しています。

### エイベックス・グループの海外事業の変容について

エイベックス・グループの海外事業は「J-POPのアジア販路開拓」を目的に90年代に始まりました。レコード会社としての海外進出であり、当時はまだマネジメントの展開はありませんでした。その後、日本ではCD市場の縮小が進み、05年にグループ本社が「脱レコード会社」宣言を行いました。これは、アーティストのマネジメント機能を強化し、プロダクションビジネスの収益を高め、レコード会社から総合エンタテインメント企業へと転化しようというものでした。そこで海外事業の体制も見直され、エイベックス台湾が新たにマネジメント事業に乗り出したほか、06年には北京にマネジメント会社のエイベックス・チャイナ(愛貝克思音楽映像制作(中国)有限公司)が設立されました。

当社では07年に信(Shin)のマネジメント権を獲得して以降、現在は5組のアーティストをマネジメントしています。

### エイベックス台湾の事業戦略について

当社は05年、J-POPアーティストの人気や王心凌、羅志祥といった台湾人アーティストのヒットに支えられて、レコード会社として台湾市場で売上トップを記録しました。近年はK-POP(韓国の協力先マネジメント会社に所属する東方神起やSuper Juniorら)が伸びており、ライセンスビジネスの柱の一本となっています。しかし、同時期に有力な台湾人アーティストの移籍やCD市場全体の落ち込みがあり、収益の多角化が図りづらいライセンスビジネスだけでは長期的な成長は図れないということで、マネジメントビジネスの強化を図っています。具体的には次の三つの方針を掲げています。専属アーティストをしっかりと育て、ヒットアーティストとすること。ドラマや映画でも活躍できるマルチタレントを持つこと。台湾でバリューを高めたアーティストを中国に出し、さらなる収益を上げることです。

台湾の音楽市場ではトップアーティストの層が長らく変わっておらず、周傑倫や蕭亞軒、蔡依林、SHEらに続く有力なトップアーティストがあまり見当たりません。マネジメントには長期的な視点が必要なのですが、台湾ではマネジメント会社がアーティストの長期的なブランディングを展開する習慣が浸透しておら

日本企業から見た台湾

ず、このことが新たなトップアーティストが生まれづら  
い環境を作っているのではないかと思います。当社  
にとってアーティストはブランドです。じっくりと育  
てていくことを前提に、事業セグメントごとに長期目  
標を定め、実績を積み重ねていけるようにマネジメン  
トを行っています。

そして、台湾でのマネジメントの出口にあるのが中  
国市場です。既に中国において、信や A-LIN などの  
台湾人アーティストがコンサート開催や CM キャスティング、  
イベント出演など様々な活動を行っています。なお、当社  
所属の台湾アーティストの中国でのマネジメントにつ  
いては、エイベックス・チャイナに業務委託していま  
す。このように、台湾は中華圏全体で通用するア  
ーティストを輩出できる場所であり、我々は台湾を「  
中華圏のクリエイティブセンター」と位置付けていま  
す。

台湾が中華圏のクリエイティブセンターとなりうる  
背景について

まず台湾には新人をデビューさせやすい環境がある  
ことです。適度な大きさの市場があり、プロモーション  
資源を投入するポイントがはっきりしています。例  
えば都市なら台北、台中、高雄の三大都市、メディア  
ならケーブルテレビの若者向け音楽番組やドラマとい  
った具合です。また、台湾ではニューメディアを通じた  
印税ビジネスや楽曲配信でも収益を挙げることが可  
能です。つまり、まず良好な市場環境を持つ台湾でヒ  
ットを出し、そのバリューを大陸に投入する方が、い  
きなり中国でデビューさせるより効率が良いわけ  
です。

次に、当社では日本企業であるエイベックスのク  
リエイティブを台湾で中華圏向けにアレンジしていま  
す(「中華変換」)。日本語の楽曲であれ、日本のク  
リエイターが中国市場を想定して作った楽曲であ  
れ、日本のクリエイティブを直接中国に投入しても  
なかなかヒットしません。その背景として、日本  
人が思う「カッコよさ」と中国人が感じる「カ  
ッコよさ」に隔たりがあるように思われます。一  
方で、日本人と台湾人の感性は比較的近いもの  
があります。そして、中国には台湾での「カ  
ッコよさ」が受け入れられやすい環境がありま  
す。こうした三者の関係の背景には、台湾は以  
前から日本文化や日本語になじみがあること、  
また、台湾と中国は同じ言語と中華文化を  
共有することがあるのだと思

います。そこでまず、日本での楽曲制作のノウ  
ハウを活用しながら、台湾で受け入れやすい  
楽曲風にアレンジすることが重要になります。  
日本の楽曲の中国語カバーの場合には、四  
声の配置や翻訳の自然さなどを考慮する  
内に、歌詞の意味内容も譜割り(メロ  
ディの中で詞が載るリズムの割り  
ぶり)も変わりますが、この作業  
により、日本のヒット曲が中華圏  
のリスナーにとって心地の良い  
楽曲へと変換されるわけです。

最後に中国でのプロモーション戦略上の台湾の優  
位性が挙げられます。中国では「日本のヒ  
ットアーティスト」や「日本のヒ  
ット曲」は台湾ほど大きなバ  
リューを持ちません。一方で、  
様々な海外文化の影響を吸収  
して洗練され、かつ同じ中国  
語で歌う台湾人アーティスト  
はとても人気が高い(07年の  
年間チャート上位20位の8割  
が台湾人アーティスト:同社  
IR資料)。そこで、まず台湾  
に日本のバリューを投入して  
ヒットを出した上で、「台湾の  
ヒットアーティスト」として  
中国に出すモデルが有効と  
なります。

音楽ビジネス及びエイベックス台湾の展望について

音楽ビジネスの世界では今後もパッケージビ  
ジネスの縮小傾向は続くでしょう。このよ  
うな環境下では、映画やドラマ出演など  
音楽以外の分野にも、また、デ  
ビュー地以外のマーケットにも進出  
できるような、アジア全体でボー  
ダレスに活躍できるアーティスト  
を育てることが成長の条件とな  
ります。その意味で、将来的には  
台湾から中国の流れに加え、台  
湾人アーティストの日本デ  
ビューもぜひ実現させたいです  
ね。

ありがとうございました。

愛貝克思股份有限公司の基本データ

会社名	愛貝克思股份有限公司
設立時間	1998年
董事長	谷口元
資本金	2.25億元
社員数	75名(内日本人3名)
事業内容	アーティストのマネジメント、音 楽パッケージの制作及びライ センス販売。
所属アーティスト	信(Shin)、A-LIN、彭于 晏(Eddie Pong)、dance flowなど

注)2010年2月時点のデータによる。  
出所)公開資料及びヒアリングよりNRI整理