

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked



Nabiha og

Christopher gennemgår for sidste gang deres repertoire bag scenen i Astro Hall beliggende i et af Tokyos mest fashionable ungdomskvarterer. Lydprøverne er færdige, og snart skal de to danske sangere gå i kødet på beslutningstagerne indenfor den forvænte og ombejlede japanske musikbranche.

Kunstnerne er udvalgt af den japanske promotor, Creativeman Productions Co, til at repræsentere Danmark på den årlige Hokuo Music Fest koncert, der også byder på bands fra Sverige, Finland og Island.

Nomex (samarbejdet mellem de nordiske musikeksportkontorer) inkl. MXD bakker op om projektet. Akkurat ligesom MXD står i spidsen for et Ja Ja Ja-fremstød for de nordiske lande i Wien (i begyndelse 2015), så projektleder Music Finland Nomex' indsats i forbindelse med Hokuo Music Fest. Finnerne, der har haft en stor tilstedeværelse på det japanske marked over en længere årrække, har således aktiveret den japanske musikbranche ved forskellige netværksarrangementer, ud over selve koncerten.

»Jeg glæder mig til at møde nogle af mine japanske fans,« siger Nabiha og hentyder til, at koncerten ud over musikselskaber, koncertarrangører og andre vægtige branchefolk også er åben for almindelige billetkøbende musikinteresserede. Sidstnævnte udgør omkring halvdelen af de godt 200 gæster, der venter foran scenen.

Nabiha er allerede sluppet igennem nåleøjet for vesterlandske musikere, der udgiver plader i Japan. Det japanske pladeselskab, Manhattan, udgav hendes, »Mind the Gab«, både elektronisk og på CD i maj og har også givet lovning på at udgive Nabihas kommende album.

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked



Nabiha i selskab med Manhattan Records, Sony Music Publishing og KSR Records. Foto: Petri Artturi Asikainen

## Christopher

Mens Christopher har cementeret sig som artist i Danmark og Skandinavien, så er Japan et helt nyt territorium. Hans danske manager Steffen Strojeck fra We Made greb chancen, da den japanske koncertarrangør, Creativeman Productions Co, pegede på den 22-årige danske musiker, som en mulig repræsentant for Danmark.

Warner Music er Christoffers pladeselskab i Danmark, og det japanske søsterselskab har vist interesse for Christopher. Derfor er en repræsentant for det japanske musikselskab blandt tilhørerne i Astro Hall.

»Det er som at starte helt forfra, og jeg glæder mig til at give den gas på scenen,« siger Christopher, som er rystet godt sammen med sit band ved hjælp af et lille jordskælv tidligere på dagen. »Jeg troede, at jetlag gjorde mig svimmel, da hotellet gyngede,« smiler

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked

Christopher siddende i sit omklædningsrum, hvor væggene er prydet af fotos med musikere, der tidligere har optrådt i Astro Hall. Det er blandt andet Tayloer Swift, The Steps, Blues Explosions og såmænd også danske Dúné.



Christopher på Hokuo Music Fest i Tokyo. Foto: Kent Dahl.

## Omvæltninger forude

Koncerten afholdes i en kritisk tid for den japanske musikbranche, der står overfor den samme omvæltning, som USA, Danmark og flere lande i Europa allerede har gennemgået. Cd og dvd'er står stadig for hele 70-80 pct. af markedet for indspillet musik i Japan, mens downloads udfylder resten.

Streaming eksisterer så godt som ikke ud over nogle få mindre lokale firmaer. Ikke at Spotify og de andre internationale streamingselskaber lader hånt om verdens største, eller næststørste marked for musik, afhængig af, hvordan man jonglerer med tallene. Men de japanske pladeselskaber stemmer imod streaming. De mener, at der stadig er flere penge at

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked

tjene på salg af cd'er, som der blev solgt over 200 mio. stk. af i fjor.

»Der er noget i den japanske psyke, som stadig gør det muligt at sælge cd'er,« siger musik-konsulent Ken Nishikawa, der arbejder indenfor en bred vifte af den japanske musikverden.

Mange japanere er samlere, som nyder at have et fysisk produkt i deres kollektion. Måske værdsætter de det kunstneriske islæt på omslaget, eller CD'en omfatter et ekstra nummer, fotos eller en plakat.

## Oppustet marked

Det udnytter de japanske pladeselskaber til det yderste. AKB48 er Japans uden sidestykke bedst sælgende band. Når fans køber en cd, så er der eksempelvis en billet til en koncert vedlagt. Eller der kan være en billet, som giver køberen mulighed for at give hånd til en af AKB48's medlemmer i nogle få sekunder. Det er der rigtig mange japanske teenagere, som gerne vil betale for. Typisk ejer de rigtig mange identiske cd'er med gruppen.

AKB48 består af tre pigebands, som dagligt optræder i deres pladeselskabs eget koncerthus med 250 pladser i Tokyo. Andre lignende japanske bands er også aktive.

## Musikforbruget falder

Men det japanske forbrug af indspillet musik falder over en bred front. Salget af cd'er faldt med 17 pct. i fjor, og også salget af digitalt musik falder.

»Japanere har fået andre ting at bruge deres penge på, siger musik-konsulent Sebastian Mair, der blandt andet repræsenterer streaming-firmaet Ardi i Japan. »Nu er der mobiltelefoner, elektroniske spil, restauranter og andre ting, der konkurrerer med musik,« tilføjer han.

Det anslås at unge japanere under 25 år ikke køber cd'er, og de finder digitalt musik dyrt. Online salget har ikke kompenseret for det fysiske salg af musik.

## Nabiha er på

Men det bekymrer Nabiha sig ikke om, da hun går på scenen. Hun har en halvt japansk tante, der har lært hende nogle få elementære ord på japansk, som hun introducerer sig selv med. Første nummer er »Trouble« og publikum begynder at svinge. Under næstsidste

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked

nummer »Animals« har Nabiha publikum i sin hule hånd, og får dem blandt andet til at sætte sig på gulvet – og hiver dem op igen.



Nabiha på Hokuo Music Fest i Tokyo. Foto: Petri Artturi Asikainen

## **Pirat musik**

Så er spørgsmålet om japanere lytter mindre til musik, eller om de i større omfang benytter sig af illegale downloads. Efter mange års pres vedtog den japanske regering en lov, der gør det ulovligt at downloade musik fra illegale sites på nettet. Regeringen overvejer også at forlænge musikernes ophavsret fra 50 til 70 år, hvilket vil bringe Japan på linie med Europa og USA. Men så vidt vides er ingen japanere blevet sagsøgt for ulovlig brug af musik.

»Japan er et af de få industrialiserede lande, hvor man stadig kan leje en musik-cd – og formentlig downloade den,« siger Sebastian Mair og spår, at unge mennesker også snupper musik fra Youtube. Sony Entertainment har godt nok forbudt sin musik på Youtube i Japan, men så bruger snedige japanere et site i eksempelvis Kina.

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked

»Faktisk tror jeg, at streaming vil gøre kål på en stor del af illegale downloads, når det indføres i Japan,« siger Mair.

Flere japanske branchefolk spår, at de internationale streaming selskaber etablerer sig i Japan, hvad enten de får de japanske pladeselskaber med fra starten - eller ej. De store japanske pladeselskaber leverede heller ikke musik til iTunes, da det kom til Japan. Det gør nogle af dem nu.

## **Vesterlandsk musik skrumper**

Men udenlandsk musik udgør kun omkring 20 pct. af markedet, hvoraf koreanske og taiwanesiske bands er de mest populære. Så der er der anslået under 10 pct. tilbage til vesterlandske musikere, hvoraf Tayler Swift, Lady Gaga og andre store stjerner nupper en stor bid. Og interessen for vesterlandsk musik daler fortsat.

»Unge japanere ligger ikke under for vesterlandsk kultur,« siger Ken Nishikawa og tilføjer, at tilbage 1970-80erne var vesterlandsk musik kvalitetsmæssigt overlegent. Nu har japanske bands samme professionelle lyd.

»Samtidig er der masser af gode japanske bands, som også spiller i udlandet,« supplerer Sebastian Mair.

Under den langstrakte økonomiske krise er japanerne måske også blevet mere indadvendte. Det gælder ikke kun for musik, men generelt.

## **Christopher giver fingerkys**

Publikums interesse fejler imidlertid ikke noget, da Christopher går på scenen efter Nabiha. Tempoet er højt og den selvsikre sanger bevæger sig ustandseligt på scenen. Pigerne i front rækker deres hænder ud i håb om at røre den smukke, og meget skandinavisk udseende, sanger. Deres ønske bliver indfriet, når Christopher under hvin og skrig rækker sin hånd ud over scenen. Sidste nummer, »Copenhagen Girls« afsluttes med fingerkys.

From mx.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked



Christopher gjorde også indtryk på det japanske publikum. Foto: Petri Artturi Asikainen

»Koncerten har givet os mulighed for at præsentere Christopher for Warner og andre potentielle samarbejdspartner i Japan, siger Strojeck fra We Made, som er med i Tokyo. »Så må vi se, hvad det kaster af sig. Christoffer har allerede en konkret opgave i Asien, idet han skal optræde i et kinesisk tv-show, der optages i Beijing i næste måned.

## Japan stadig interessant

Trods japanernes faldende forbrug af musik, og vesterlandsk musiks lille markedsandel, så anses Japan stadig for et sted, hvor man kan tjene penge. Af samme grund er det ikke kun nordiske, men også pladeselskaber fra resten af verden, som ivrigt banker på døren.

»Japanere er trods alt stadig de mennesker i verden, som bruger flest penge på musik persona,« pointerer direktør Haji Taniguchi fra brancheorganisationen MPAI (Music Publishers Organisation of Japan). »Hvis du kan få en lille procent af verdens næststørste marked for musik, så er du godt kørende,« slutter han.

Der blev solgt for 2,4 mia. dollar cd'er og for 474 mio. dollar digitalt musik i Japan i fjor. Trods den relativt lille markedsandel for digitalt musik, så er det verdens tredje største marked.

From mxd.dk: Christopher og Nabiha i Tokyo + En tilstandsrapport på det japanske musikmarked

De andre artister under Hokuo Music Fest koncerten var Jaakko Eino Kalevi fra Finland. Oyama fra Island, og NONONO fra Sverige.

—

Læs også artiklerne:

[Den japanske musikbranche: Sådan sælger du danske artister til det japanske marked.](#)

[Danske eksportmuligheder: Japanske indie-selskaber på jagt efter nordisk musik.](#)