

音楽配信サービスの最新動向

荒川 祐二 ●株式会社ジャパン・ライツ・クリアランス 代表取締役

欧米を中心にSpotifyなど定額制ストリーミングサービスが急成長し、日本ではLINE MUSICの始動が待たれる。配信事業者と権利者との攻防にも注視が必要に。

■音楽市場は世界的に横ばい、日本だけがシュリンク

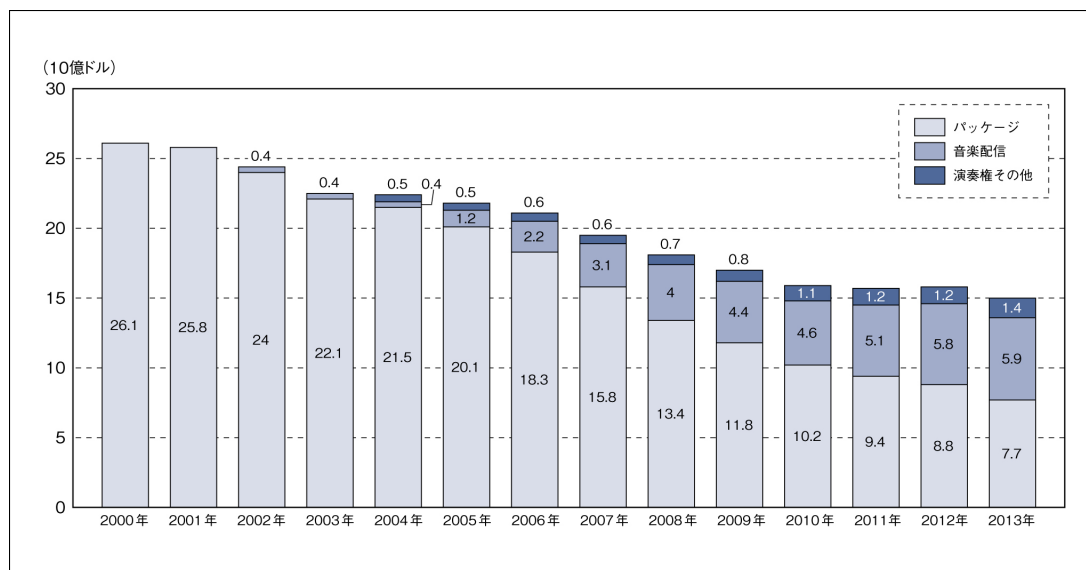
ここ数十年の世界的な音楽流通のトレンドは、CDなどのパッケージメディアからiTunes storeに代表されるインターネット経由のダウンロード型サービスへと移り、さらに現在では定額制（サブスクリプション型）ストリーミングサービスが急激な伸びを見せている。その一方で、多くのストリーミングサービスが採用している「フリーミアムモデル」に対して、アーティスト側から疑問を投げかけるような動きも出始めている。

まずは全体の数字を見てみたい。国際レコード産業連盟（IFPI）の『Digital Music Report 2014』によれば、2013年のレコード産業（パッケージ販売と配信の売り上げ）の世界全体の市場規模は約150億ドルで、前年比マイナス3.9%の落ち込みとなった。だが、国別に見ると主要国で大きく売り上げを落としているのは前年比でマイナス16.7

%となった日本だけなのだ。この日本の不調（ただし、IFPIの統計は米ドルベースのため、この期間に20%以上の円安が大きく影響していることは考慮する必要がある）が世界の足を引っ張っており、世界全体から日本を除いて集計すると、前年比でマイナス0.1%とほぼ横ばいになっている。

『Digital Music Report 2014』をさらに見ていくと、CDや音楽DVDなどのパッケージメディアが売り上げの約半数（51.4%）を占めており、依然として大きな収入源であることには変わりない。しかし、2013年の売り上げは前年からマイナス11.7%となっており、減少傾向は続いている。より注目したいのが、デジタルコンテンツの配信サービスの中でも、ダウンロード型は前年からマイナス2.1%となっている点だ。これは、ダウンロード型からストリーミング型への地殻変動が起きていることが主要因と考えられる。

資料 1-1-1 世界の音楽売り上げの推移



出展：IFPI recording industry in numbers 2014

こうしたダウンロード型の減少を埋める勢いで急成長しているのが、SpotifyやDeezerといった定額制ストリーミングサービスだ。これらのサービスの2013年の売り上げは前年比51.3%増で10億ドルを超えており、音楽配信全体に占める割合は27%に達している。ダウンロード型も含むデジタル配信全体の売り上げは、前年比で4.3%増加した約59億ドルとなり、これは音楽産業全体の約4割を占める数字となっている。

■成長する定額制ストリーミングサービスと多様化するウェブラジオ

定額制ストリーミングサービスが急速に成長を遂げている大きな理由の1つは、多くのサービスが無料（フリー）会員と有料（プレミアム）会員とを組み合わせた「フリーミアムモデル」を採用しており、一定の制限のもとなら無料で音楽を聴くことができるところにある。たとえば、スウェーデンで創業された、リクエストオンデマンド型の定額制ストリーミングサービスの代表格である「Spotify」

は、2000万曲以上の楽曲が、月額10ドルで聴き放題となるプレミアム会員と、一定数の曲ごとに広告が入ることを条件に無料で聴くことができるフリー会員とを用意している。両者には広告の有無のほかに、オフライン再生の可否などといった違いがあるが「聴きたい楽曲を、いつでも聴ける」という最大のポイントは共通している。

こうした手軽さや自由さが評価され、Spotifyは2015年1月時点では52か国に展開し、アクティブユーザー数は6000万人、有料会員数は1500万人を突破した。

また、フランスで創業した定額制ストリーミングサービス「Deezer」も、2014年12月時点では、180か国以上でサービス提供し、アクティブユーザーが約1600万人、有料会員数が600万人を突破している。

米国を中心にして、「Pandora」「Slacker」といった、ユーザー1人ひとりの好みを選曲を最適化してゆくパーソナライズドラジオ型のストリーミングサービスも高い人気を保っている。多くのパー

ソナライズドラジオ型サービスはフリーミアムモデルを採用しており、ユーザーは従来のラジオと同様の感覚で手軽に聴くことができるのが特徴だ。

ラジオ型サービスが米国で盛り上がったのには、米国特有の事情も大きい。米国では著作権法に基づく法定許諾によって、「Sound Exchange」という団体に一定の金額を支払えば、個々のレーベルから許諾を得なくてもウェブラジオサービスを開始できるというスキームが存在する。利用料金は、大規模な商業サービスでも年間5万ドルに加えて1回の再生につき0.0022ドルというリーズナブルなものであるため、ウェブラジオの運営側にとっては利用しやすい。ただし、あくまでも「ラジオ」であり、同じ曲の繰り返し再生や、同じアルバムからの連続再生、ユーザーからのリクエストに基づく再生には制限が設けられている。

ここ数年、米国で注目されているウェブラジオサービスとして「iHeart Radio」がある。このサービスは、もともと全米の1500もの地上波ラジオ局の放送をインターネットで同時再送信するものだが、パーソナライズドラジオ機能も併せて提供している。たとえば、以前住んでいた地域のラジオ局の番組を懐かしく聴いていた際に、気になるアーティストの曲が放送されたとすると、ユーザーは本来のラジオ局の番組を聴き続けることもできるし、そのアーティストの曲を中心にした「パーソナライズドラジオ」として自分に最適化されたステーションを選択することもできるのだ。この既存のラジオ放送とウェブラジオのハイブリッド型のサービスは、人気が急速に高まっている。

日本国内でも、2014年4月からRadikoが、月額350円（税別）を支払うことで全国のラジオ局のサイマル送信をエリアフリーで聴取できるというプレミアムサービスを開始し、順調にその会員数を増やしている。国内ではレコメンデーションエンジンを利用したパーソナライズド型サービスの

普及はこれからだが、ネットを通じたラジオサービスの多様化が進むことを期待したい。

■日本のストリーミング市場、2014年は準備期間だったのか

冒頭で触れたように、2013年の国内音楽市場は前年比で16.7%ものマイナス（米ドルベース）となっている。その背景を見ていくと、大きく3つの要因があると思われる。1つ目は、1998年をピークに減り続けていたCDを含むパッケージメディアの売り上げ低下に歯止めがかからないこと。2つ目が、YouTubeなどで「無料で音楽に触れる」ことを習慣化したユーザーが増えてきたこと。そして3つ目としては、日本の音楽配信で大きなシェアを占めていたフィーチャーフォン向けの「着うた」などが、スマホシフトによって売り上げを減らす一方で、スマホ向けの音楽配信サービスの立ち上がりが遅れていることが挙げられる。これらの複合的な要因によって、音楽市場の大きな下落を招いたと見られる。

最後の点について触れると、「Music Unlimited」「KKBOX」「レコチョク Best」など定額制ストリーミング系のサービスが、スマホへの最適化も含め展開しているものの、主に品揃え（聴取可能な楽曲／アーティスト）などの点でユーザーの期待に沿うことができておらず、現時点では多くのユーザーの支持を得るまでには至っていない。日本の音楽市場は、邦楽と洋楽の割合がおおむね85:15となっており、邦楽の品揃えが重要な意味を持つ。しかし、現在のストリーミングサービスは、アーティストの偏りがあったり、洋楽中心だったりするため、特定の邦楽アーティストのファンが多い日本のリスナーにとっては、利用しにくいようだ。

そうしたなかで、2014年は、国内外のビッグプレイヤーによるサービス開始に向けた動きが顕在化した年であった。

国内勢で最も注目されているのが、2014年10月に発表された「LINE MUSIC」だ。いまや日常に欠かすことのできないコミュニケーションツールとしての地位を確立したLINEを運営するLINE株式会社と、エイベックス・デジタルおよびソニー・ミュージックエンタテインメントという二大レーベルが合併会社を設立し、この新会社によってサービスが運営されることが明らかになっている。

発表当初は2014年内のサービス開始が期待されたが、本稿執筆時点（2015年1月中旬）ではまだサービスが開始されておらず、また具体的な価格体系やユーザーインタフェース、提供楽曲数なども明らかにされていない。しかし、LINEというコミュニケーションプラットフォームに、多くの人気アーティストを抱えるレコード会社が載るということには、音楽を通したコミュニケーション、そしてコミュニケーションを通した音楽との出会いの両方に、大きな影響を与えることが期待される。

また、エイベックス・デジタルは、サイバーエージェントとの合併による新会社「AWA株式会社」においても、定額制ストリーミングサービスを行うことを発表している。2014年末の時点では具体的な内容については明らかにされていないが、国内有数のレーベルであるエイベックスが同時期に複数のストリーミングサービスに深くコミットするという点は、大いに注目に値する。

国外勢に目を向けると、数年前から日本向けサービスを告知していたSpotifyが、2014年には主要スタッフがさまざまなイベントに登壇するなどして、日本向けサービスの開始が近いことを積極的にアピールしたのが目立った。また、Deezer、Rdio（米）、Aupéo（独）なども日本国内でのサービス開始が近いと噂されており、2015年は日本におけるストリーミング配信サービス元年となることに期待が持てる。

■2015年、グローバルサービスと権利者の攻防が本格化か

ストリーミングサービスが音楽産業において一定の地位を占めている欧米だが、これらのサービスに対して反発するアーティストも出てきた。たとえば、テイラー・スウィフトは2014年10月、ニューアルバム「1989」の発売と同時にSpotifyからすべての楽曲を取り下げた。スウィフトは、以前から「海賊版やファイル共有、ストリーミングサービスは有料のアルバム販売を劇的に減少させた」「音楽は無料であるべきではない」とインタビューで語っており、Spotifyからの撤退もそれに沿ったものだ。

これに対してSpotifyの創業者ダニエル・エクは、Spotifyがこれまで売り上げの7割にあたる総額20億ドルの使用料をレコード会社などに払っていること、無料の会員が聞いた場合であっても1回再生するごとに使用料が計上されていることなどを挙げて反論している。

また、2014年春には、YouTubeが、有料配信サービス「YouTube Music Key」の開始に向けて、インディーズレーベルなどに対し「YouTube側が定めたライセンス契約に合意しない場合は、既存のオフィシャルチャンネルを閉鎖する」と通告する出来事があった。この契約が大手レーベルと比べて不公平なものだったこともあって、世界規模でのインディーズレーベルの業界団体である「Merlin」が激しく抗議し、交渉の結果、契約条件に一定の譲歩を引き出した。

2015年は、日本国内におけるストリーミング配信元年になると同時に、世界市場においては、グローバルなサービスを展開する配信事業者とアーティスト／レーベルなど権利者との間で、攻防が激しさを増す、そんな年になるのかもしれない。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000, ...

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2015年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp