

音楽配信サービスの動向

荒川 祐二 ●株式会社NexTone 代表取締役

世界の音楽産業は定額制ストリーミングの登場により再び成長期へ。デジタル技術を駆使した新しいタイプの楽曲管理ビジネスの登場や作曲AIの進化を背景に、新たな音楽創造サイクルの構築が期待される。

■ストリーミングサービスが支える音楽産業

2017年の音楽産業の数字を振り返ってみよう。国際レコード産業連盟 (IFPI) が発行する『Global Music Report 2018』によると、全世界の音楽産業の売上は172億7000万ドルとなり、前年度から8.1%もの伸びとなった。2014年までの売上減少から一転して、3年連続での成長を遂げており、音楽産業が再び成長期に入ったことを強く印象づける結果になっている。

この成長を支えている要因がストリーミングサービスであることは一目瞭然だ。ストリーミングサービス全体の売上は前年比で約4割伸びて66億ドルとなり、パッケージの売上52億ドル（前年比5.4%減）を初めて上回った。ストリーミング以外のデジタル配信の売上は28億ドル（前年比10.2%減）であり、ストリーミングとの合計は94億ドルで音楽産業全体の54.4%をデジタル音楽が占め、パッケージの売上減少を補って余りある成長となっている。

より細かく見ていくと、ストリーミングのなかで最もシェアが大きいのは定額制の有料サービスで、前年から45.5%伸びて52億ドルに達した。これはデジタル配信全体のなかで55.6%を占めており、人々が音楽を聴くスタイルとして、世界

で最もメジャーな存在となっている。

■特殊な日本市場でもデジタルへのシフトが進む

そのなかで日本の音楽産業はどのような変化を見せているのだろうか。

2017年の日本の音楽産業の売上は2893億円となっており、前年から約3%の減少を見せたものの、アメリカに次ぐ世界第2位の市場規模を維持している。内訳を見てみると、音楽CDなどのパッケージが2320億円（前年比6%減）、デジタル配信が573億円（前年比8%増）となっている。音楽産業全体では、この5年ほどほぼ横ばいと言える状況が続いているが、その中身を見ると緩やかにパッケージからデジタルへのシフトが進んでいることが見て取れる。

日本市場の特徴は巷間言われているとおり、売上全体にパッケージが占める割合は72%と圧倒的に高いということであり、これはドイツ（パッケージ比率43%）やフランス（パッケージ比率36%）など欧米でも比較的パッケージが強い市場と比べても顕著である。その一方で、デジタル配信の市場規模を見ると、日本（573億円＝約5.2億ドル）はアメリカ（44億ドル）とイギリス（6.5億ドル）に次ぐ3位の市場となっており、「従来の

パッケージ市場を大きく損なうことなくデジタル配信の実績を積み上げている」ことこそ、日本市場最大の特徴であるといえよう。

■フィンガープリント技術による新しい潮流

2016年の秋にSpotifyが日本でサービスを開始して定額制ストリーミングサービス（サブスクリプションサービス）が大いに注目を集め、2017年秋にはアマゾンのEchoやLINEのClova、グーグルのGoogle Homeといったスマートスピーカーが次々に日本市場に登場し、それに合わせてサブスクリプションサービスのキャンペーンが展開された。スマートスピーカーの利用動向調査でも利用目的の上位に音楽試聴が見られるなど、新たな音楽の楽しみ方が一気に拡大する兆しが見られたが、現時点ではさほど大きな変化は見えて取れない。

だが、音楽とテクノロジー、そしてビジネスという観点からは、また新しい潮流が生まれてきたといえるのかもしれない。

世界規模でのサブスクリプションサービスの拡大に伴って、現在の音楽ビジネスにおいては、楽曲の管理や利用実績捕捉というのは非常に大きな課題となっている。課題解決に向けて重要なのがメタデータだ。楽曲のタイトルや製作日時、作詞・作曲者など著作権にかかる情報、その楽曲を演奏しているアーティストのデータなどテキスト情報だけでなく、音源そのものの一意性を示すIDに類する情報もたいへん重要である。そこで注目を集めているのがフィンガープリント技術だ。

フィンガープリント、すなわち人間の指紋のように、音源の波形データなどを抽出し、1つの音源から1つのフィンガープリントを生成する。それによって楽曲の利用状況の特定が容易になるのだ。CD時代から楽曲のデータベースを構築し提

供する企業は存在していたが、単なるテキストのデータベースとフィンガープリントのマッチング技術を組み合わせた形の新しいビジネスが発展・拡大してきている。そのうちの1社がスペインのBMATだ。

同社は、数千万曲にものぼる世界中の楽曲のフィンガープリントデータを有しており、そのデータを、世界中のテレビやラジオで放送された音声とマッチングさせることで、リアルタイムにどの国のどの局のどの番組でどの楽曲が使われているか、という情報を著作権管理団体などのクライアントに提供している。その契約先は欧州各国を中心に世界数十か国にものぼっている。また、欧州の一部のライブハウスには専用のセットトップボックスを設置しており、ライブで演奏された楽曲を特定することも開始している。このようなデータによって、権利者は自身の作品の利用によって発生した著作権使用料などを適正に得ることができるようになり、レコード会社やアーティストは、統計や推測ではなく現実の音楽の使われ方、聴かれ方を知ることによって、それを次の楽曲製作やプロモーションの企画などに活かすことができる。

■著作権者への確実な支払いを実現

テレビ局やラジオ局でも、BMATのサービスを利用し、番組内で使用した楽曲の権利者団体などへの利用報告を同社のレポートをもとに行うケースも増えている。放送での音楽の利用には著作権使用料が発生するが、そのレポーティング作業は番組制作者が人力で報告作業を行うことがほとんどであった。しかし、フィンガープリントによるマッチングで自動的に行えるようになり、放送局側の工数が減り、また人的ミスによる報告漏れなども減り、使用料の権利者への確実な支払いを後押しするものとなっている。

ちなみに、BMATは、バルセロナ市の州立ポンペウ・ファブラ大学に設置された研究機関「ミュージック・テクノロジー・グループ (MTG)」の研究者がスピンアウトして設立した会社である。また、同社の共同CEOであるPedro Cano氏とAlex Loscos氏は共に、MTG所属時にヤマハの音声合成技術「VOCALOID」のもととなった技術の共同研究に携わった経験があり、音楽とテクノロジーに古くから関わってきた人物だ。なお、フィンガープリント技術を利用した音楽利用のレポートビジネスには、BMATに限らずいくつもの企業が参入している。イギリスのSoundmouseやアメリカのグレースノート (Gracenote) のほか、日本ではNTT データも国内放送事業者向けに「全曲報告サービス」を提供している。

■AIによる自動作曲が及ぼす影響と可能性

もう1つ、「音楽×技術」の新しい動向について取り上げたい。

近年のAI技術の発達 はめざましく、音楽分野にも多くの事例が登場している。その1つに、AIによる作曲がある。コンピュータに自動的に作曲させる試みは古くから行われているが、AI技術が発達した結果、AIによる楽曲の自動作成サービスがいくつも登場している。

たとえばウェブベースで展開している「Jukedek」は、求める音楽のジャンル（ジャズ、ポップスなど）や雰囲気（明るい、しっとりなど）、曲のテンポやサビの位置などを指定すると、そのとおりの音楽を自動的に生成する。生成した音楽は、非営利目的の個人ならJukedekのクレジットを入れることにより無料で利用できる。企業の場合も、月額数千円程度で営利用でき、楽曲の権利自体も200ドル足らずで買うことができる。

Jukedekで作成した楽曲は、（少なくとも現時点においては）聴いていて感動を呼び起こしたり、ワクワクしたりするようなものではない。だが、BGMの機能としては必要十分なクオリティを備えており、たとえば企業が製作する製品紹介やプロモーションのビデオならば問題ない。むしろ低予算のドラマや映画にも使えるくらいのレベルのものと言える。

このこと自体は、即座に音楽産業に大きなインパクトを与えるものではないだろう。だが、オリジナルの楽曲を、極めて短時間かつ低価格で手に入れられるようになれば、将来的には既存のコンテンツ創造サイクルに何らかの影響を与える可能性がある。アーティストが曲を作り、それによって収入を得て、また次の創作活動に取り組む。このサイクルが、AIによって壊されるようなことが起きないとは言いきれない。

実際に、初めてVOCALOIDの初音ミクが登場したとき、多くの人が「お遊び」に過ぎないと考えた。しかし、現在の状況を見れば、VOCALOIDがきっかけでデビューにつながったアーティストが現れ、また初音ミクの単独コンサートでキャパシティが数万の会場を埋めることができるまでになっているのだ。AIによる自動作曲が、将来、より大きな何かを生み出さないとは、現時点でも言えない。

■アーティストの持つ「ストーリー」の重要性

そうした状況のもと、これからのアーティストはどのように生き延びていくのか。筆者は、音楽やアーティスト自身が持つストーリー性がポイントになってくると考える。

人は音楽に接するとき、単に音の印象や直感的なイメージだけではないところで、その位置づけを判断している。たとえば、ミュージシャンの坂

本龍一氏が、ニューヨークにある行きつけの和食レストランで流れていたBGMに我慢がならず、料理長に直談判して自らプレイリストを作成し提供したということが話題になった。その結果、和食店はそのBGM聴きたさに訪れる人が現れるようになったという。リストは世界中のさまざまな音楽から選ばれており、そのなかには坂本氏自身の楽曲は1つも含まれていない。それにもかかわらず「坂本龍一がBGMをセレクトした」というストーリーが、そのレストランに人々を引きつけることになったのだ。

ここでいう「ストーリー」とは、AIやフィンガープリント技術とは、まったく異なるレイヤーの話だ。だが、技術によって音楽の作られ方、接し方、聴き方が変化していくほど、アーティストにとっては、ストーリー性がますます重要になっ

ていくのではないか。そして、こうした技術と組み合わせることによって、そこに新しい音楽のサイクルが生まれてくるのかもしれない。

たとえば、フィンガープリント技術による詳細かつリアルタイムの音楽利用の追跡と、ブロックチェーンによる著作権管理の実現、そこにスマートコントラクトとフィンテックを組み合わせれば、現時点ですでに利用実績に基づいてロイヤリティ（印税）が発生している作曲家や作詞家、演奏者だけでなく、編曲家やスタジオエンジニアなどにもロイヤリティの形で還元することが可能になるかもしれない。その結果、アーティストやそのクリエイティブチームに還元される利益が増えれば、きっとこれからもアーティストによって新しい音楽が作られ、聴き手の元に届けられるはずだろう。



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～2019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。

<https://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

©1996-2019 Impress R&D