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COO

ストリーミングサービスは全世界の音楽産業総売上の半分以上となったが伸び率は鈍化。ライブイベントへのCOVID-19による打撃は大きいが、結果として音楽業界のデジタルトランスフォーメーションが進む。

■世界の音楽業界の成長を支えるストリーミングサービス

まずは音楽産業における2019年の数字から振り返ってみよう。これらはすべて、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響を受ける前の数字である。国際的な音楽産業団体である国際レコード産業連盟（IFPI）が発行する『Global Music Report 2020』によると、全世界の音楽産業の総売上は202億ドルとなり、2018年比で8.2％の成長を遂げている。

2014年以降、音楽業界は世界的に成長期に入っており、そのトレンドは継続している。もちろん、その成長を支えているのはストリーミングサービスの拡大で、2019年の売上高は前年比で22.9％増の114億ドルとなり、初めて音楽産業全体の半分以上（56.1％）を占めるまでとなった。ただし、ストリーミングサービスの成長率に着目すると、2015年は前年比45.2％増、2016年は同60.4％増であったが、2017年は41.1％、2018年は34％と、鈍化傾向が見て取れる点には留意したい。

地域別に見ていくと、2018年に続いて南米の成長が著しく、前年比で18.9％増となっており、北米が10.7％増、欧州が7.2％増、オーストラリア・オセアニアが7.1％増、アジアが3.4％増と続いている。ストリーミングサービスに限れば、ほとんどの地域で前年比10％を超える成長をしており、音楽産業の成長の原動力であることは明白だ。なお、アジアの成長率が他地域よりも低いのは、世界で2位の市場規模を持つ日本市場が前年比で0.9％減少のマイナス成長となったためだ。

■日本市場は横ばい

その日本の2019年の数字を詳細に見てみよう。日本の音楽産業の2019年総売上は、2998億円と前年の98％に留まり（コンサートなどでの演奏に伴う権利収入などは含まれないため、先に挙げたIFPIの統計とは若干異なる）、2013年からおおむね横ばいの傾向が続いている。内訳を見ると、CDや音楽DVDなどのパッケージメディアは前年比で5％減少の2291億円、ストリーミングサービスなどのデジタルミュージックは前年比で10％増加した706億円となっており、世界の傾向とは異なりパッケージの減少をデジタルがカバーしきれていない。日本では依然としてパッケージメディアの売上比率が76.4％を占めており、これはアジア地域の音楽産業の総売上の48.5％にも及ぶ。

インターネット白書／ ©1996-2021 Impress R&D

■巣ごもり需要の高まりは奏功したが、音楽イベントは激減

2020年以降のCOVID-19の影響は、通年の数字が未集計のため断定はできないが、パッケージメディアとデジタルサービスの売り上げに関して言えば、それほど大幅なマイナスとはならない見込みだ。巣ごもり需要によって、家庭で音楽を楽しむためにパッケージメディアやデジタルサービスの需要が高まったことが功を奏したと考えられる。ただし、音楽産業全体に目を向けると、新型コロナウイルスは、コンサートやライブ、フェスといった音楽イベントを軒並み中止に追い込んだことで、非常に大きな爪痕を残している。

COVID-19によって生じたリアルイベントへの影響を時系列で見てみよう。感染者数が徐々に増加しつつあった2020年2月26日、政府が大規模イベントの開催自粛を要請し、PerfumeやEXILEといったメジャーなアーティストが急遽ライブを取り止めることとなった。特にPerfumeは、3日連続公演の初日こそ予定通りに開催したが、2日目の開演直前に中止を決めたため、業界だけでなく社会全体にも大きなインパクトを与えた。

海外では急激に感染拡大する地域もあったため、海外アーティストの来日も次々と取りやめとなった。また、国内では小規模なライブハウスにおいてクラスター感染が発生したケースがあったことから、2020年の上半期においてはありとあらゆる規模のライブ、コンサートが中止に追い込まれた。

コンサート・プロモーターズ協会の調査によると、2020年上半期のライブやコンサートなどの音楽イベントの開催数は4424本で、前年同期比で約7割減となっている。国内のライブ、コンサートの年間開催数は2017年から3年連続で3万本を超え、売上高も3000億円を上回っていたが、それが1/3以下まで落ち込んだことになる。アーティスト自身への影響も非常に大きいが、音楽イベントに関しては、会場やその周辺地域、店舗などへの影響も甚大なものとなっている。

全国で緊急事態宣言が解除された2020年5月21日以降、政府は感染状況などを見ながらイベントの開催制限について段階的に緩和し、一時期は座席を間引き、観客同士の距離を取り、収容人数も5000人までといった制限のもとにライブの開催が可能となった。この制限については随時見直しがなされていく予定であったが、冬季に入り、新型コロナウイルスの感染者数が大きく増加し始めたため、ライブの完全な解禁については2021年に入ってもなお見通しが立たず、本稿執筆時の2021年1月中旬においても前述の制限は緩和されていない。

■著名なアーティストたちのオンラインライブが盛況を見せる

こうした状況を受けて、アーティスト側からの新たな提案としてオンラインライブが拡大していった。2020年4月の緊急事態宣言の直後に、一部のアーティストが、ライブは中止したものの、会場や演者などはそのままに演奏を無料で配信したケースがあったが、あくまで緊急対処としてであった。だが、緊急事態宣言中にさまざまな企画が検討され、6月頃からは、メジャーなアーティストがオンラインライブを大規模ライブに代わるものとして積極的に開催する、そんなケースが増えてきた。

2020年7月には、サザンオールスターズが国内で最大級の規模となる18万人もの有料視聴者を集めてオンラインライブを行った。ほかにも山下達郎やB'zなどのメジャーなアーティストもオンラインライブを実施し、COVID-19対策でのキャパシティ制限のもとでは不可能な集客を実現している。

インターネット白書／ ©1996-2021 Impress R&D

近年、コンサートの模様をリアルタイムで全国各地の映画館に同時配信する「ライブビューイング」が一般的になっておりマネタイズも進んできていた。ところが、映画館に集まるという行動が、コロナ禍で制限を受けることとなった。

インターネットを利用してライブやコンサートをリアルタイム中継する試み自体は以前から行われており、まったく新しい企画ということではない。だが、これまでのオンラインライブは、あくまで実験的アプローチやコンサートの企画の延長としてであり、それ自体でマネタイズするコンテンツとしてはほとんど扱われてこなかった。しかし、インターネット上で映像をライブ配信するための技術やサービスが充実し、またオンラインでの決済手段が普及したこともあり、2020年下半期からは有料でのオンラインライブが急増していった。

■オンラインライブの拡大による新たな課題

オンラインライブが拡大したことで、これまで想定していなかった課題も見えてきた。

会場という物理的な制限がないため、リアル以上の集客が可能であり、また観客も会場への移動を考慮する必要がないため、チケットを購入してすぐにライブに参加することができる。しかし、このようにチケットの購買行動が変化したことで、従来はチケットの販売開始直後に購入が集中していたのに対し、オンラインライブでは開催直前でもチケットが購入可能なため、売れ行きが見通せないことが多いという。

他方、観客側にとっては、それぞれの環境によってオンラインライブの体験品質が異なる点も大きな課題となる。同じ金額を支払っても、パソコンやスマホの性能、またスピーカーなどの視聴環境によって、その体験に差が生じてしまうため、ある観客にとっては満足いくものであっても、ほかの観客にはそうでない可能性があるのだ。

また、オンラインライブに関わる楽曲や演奏者の権利についても、ルール整備が不十分との意見もある。通常のライブやコンサートと同じで良いのか、それともオンラインでの配信と合わせるべきか、アーカイブ映像を再配信したり二次利用したりする場合、オンラインとオンサイトのハイブリッド方式の場合はどうするかなど、音楽業界にとって新たな収入源として確立される以上は、円滑な処理のために一定のルール整備が求められる。

■アーティストとファンが新たな関係性を見出すニューノーマルの時代

このコロナ禍においては、従来はインターネットやテクノロジーを敬遠していたアーティストが、積極的にそれらを使うようになった例も多い。アーティストが、新たにSNSのアカウントを開設したり、YouTubeのアーティストチャンネルに積極的に動画を公開したり、InstagramやLINEのライブ配信でファンと直接コミュニケーションを取ったりする様子が少なからず見られた。こうした状況は、結果的に音楽業界におけるデジタルトランスフォーメーションを後押ししたとも言える。

コロナ禍における音楽業界の試行錯誤は、結果としてアーティストとファンの両者が、デジタルツールを使った新たなチャネルのメリットを知り、同時に従来のライブやコンサートの良さを再確認することとなった。アフターコロナの時代において音楽イベントは、オンラインとオフラインを組み合わせたハイブリッド化が進んでいくと考えられる。それこそが音楽におけるニューノーマルであり、アフターコロナにおけるアーティストとファンの新たな関係性の上に立脚した音楽産業の行く末となるだろう。

インターネット白書／ ©1996-2021 Impress R&D

Internet White Paper ARCHIVES
インターネット白書
ARCHIVES
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～2021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が、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

©1996-2022 Impress R&D