

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

世界の音楽市場が成長を続けるなか、日本は大きく落ち込む。コロナ禍でデジタルシフトが進み、サブスクサービスは着実に成長。またプラットフォームのあり方や収益分配に関して多様な議論が生まれている。

■コロナ禍でもストリーミングは堅調に増加

まずはレコード産業の数字から振り返ってみよう。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 2021』によると、2020年の全世界の音楽産業の総売上は216億ドルとなり、前年比で7.4%の成長を遂げている(資料2-2-3)。前年から8.2%の成長となった2019年と比較すると、わずかながら鈍化しているものの、世界的なコロナ禍であったことを考慮すれば、堅調な数字だと言える。

鈍化の主要因としては、パッケージ (CD) の販売数の減少が挙げられる。パッケージの減少は前年からマイナス4.7%と前年並みの傾向が続いており、この傾向は今後も続いていくものと考えるのが妥当だろう。その一方、サブスクリプション型のストリーミングサービスの伸び率は順調で、前年から19.9%の増加となっている。

地域別に見ていくと、ここ数年来の南米の勢いは継続しており、前年比で15.9%増の成長となった。北米 (7.4%)、欧州 (3.5%)、オーストラリア・オセアニア (3.3%) については、前年から比べると成長率が鈍化傾向が見て取れるが、これはストリーミングサービスがすでに普及しているため、伸び代が減少してきていると見るべきだ

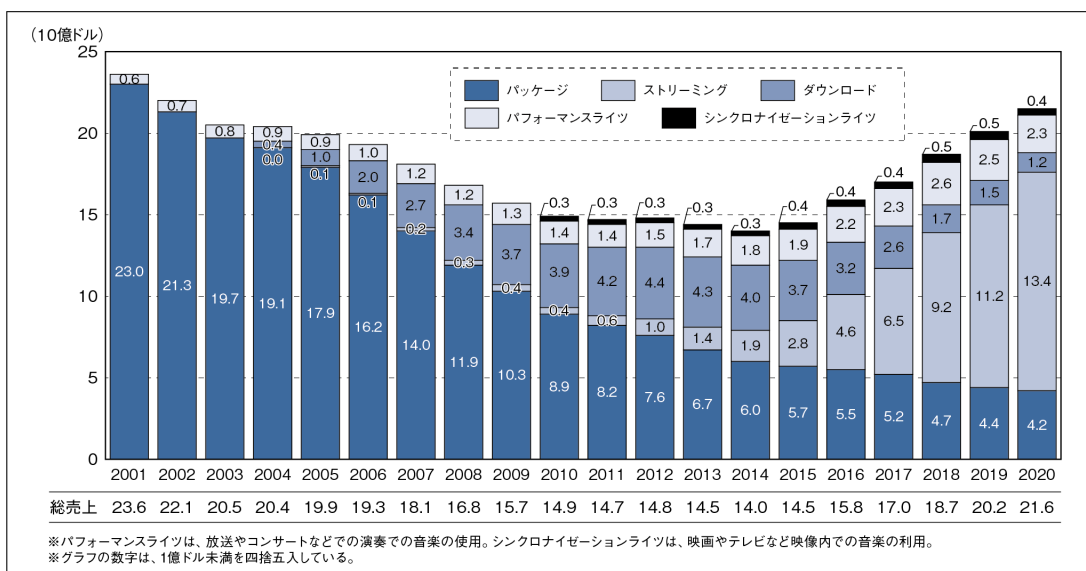
ろう。

日本を含むアジアについては、前年比9.5%増となっており、大幅な伸びを見せた。アジア最大の市場となる日本は前年からマイナス2.1%の減収となっており、アジアから日本を除くと実は29.9%もの大幅な成長となる。この伸びの大きな要因は、韓国が前年から44.8%もの売り上げ増となったことによるものだ。いささか余談ではあるが、韓国マーケットの伸びの主たる要因はCD売上の急増によるものである。世界的なK-POPブームの流れで、韓国アーティストの「特典付きCD」がECを中心に爆発的に拡大しており、現在の韓国国内におけるパッケージと配信の売上比率がほぼ5対5になっていることは特筆に値する。

■日本市場は大きく落ち込む、コンサート市場は壊滅的

それでは日本市場の数字を詳しく見ていこう。日本レコード協会の調査によると、2020年の総売上は前年からマイナス9%の2727億円となっている(集計項目がことなるため前出のIFPIの統計とは差異がある)。21世紀に入りレコード産業は長らく市場が縮小し続けていたが、2014年に底を打った。その後、しばらくは横ばいが続いていたが、2020年は久しぶりに大きな落ち込みと

資料2-2-3 全世界の音楽産業の総売上、2001年～2020年



出所：Global Music Report 2021、国際レコード産業連盟（IFPI）

なった。

内訳を見ると、パッケージがマイナス15%の1944億円、デジタルが11%増の783億円となっている。デジタルは前年並みの成長となったものの、パッケージが大きく落ち込んでいる影響が大きい。グローバルでは音楽のデジタルシフトにより、売り上げの柱がCDからストリーミングへと移っているが、日本ではまだパッケージのマーケットが大きい一方、その落ち込みをデジタルがカバー仕切れないという状況が見える。

上記には含まれていないが、音楽産業全体として深刻なのはコンサートやライブ、フェスといったコンサート市場だ。コンサートプロモーターズ協会の調査によると、2020年のコンサート・ライブの市場規模は780億円で、これは前年からマイナス78.7%もの減少となっている。一方で、リアルなコンサート・ライブに代わるものとして、オンラインライブへの期待があったが、ぴあ総研の調査によれば、2020年のオンラインライブの

市場規模は推定で448億円に留まっており、リアルなコンサート・ライブの減少を補うには不十分と言わざるをえない。

音楽に限らず、演劇やスポーツ観戦など多くの人が1か所に集まるイベントは、コロナ禍において当初は軒並み中止となり、その後は感染状況を鑑みながら、入場者数を減らしたり、応援などの声出しを制限したりするなど、感染拡大につながらないための措置をとまって実施されてきた。しかし、残念ながらまだ平常通りに実施できる状況ではなく、先の見通しも不透明な状況が続いている。コンサート・ライブをかつてのように楽しめる日々の訪れは不透明だ。

■ユーザー・アーティスト・事業者間で起こる、技術を巡る諸問題

ここからはデジタル音楽配信にフォーカスした話をしよう。

日常的に使っているストリーミングサービス

(アプリ)のなかには、アルバム単位での再生ボタンのデフォルト動作が「シャッフル再生」になっているものがある。そのため、通常、ユーザーがそのアルバムを聴こうとした場合、「アーティストが想定した曲順」ではなく、ランダムな曲順で聞くことになる。

このことに対して異を唱えるアーティストが現れた。英国出身の女性アーティスト、アデルは、2021年11月19日にアルバム「30」をリリースした際、Spotifyに対して、アルバムの再生ボタンのデフォルト動作をシャッフルではなく曲順どおりとすることをリクエストした。Spotifyでは、無料版か有料版か、スマホかPC／タブレットかなどで再生時の動作が異なるが、アデルの「30」に関してはいずれの場合も曲順どおりに再生されるようになっている。なお、有料版に関しては、曲順どおりの再生中に、シャッフル機能をオンにすることができる。

この件は、あくまで「再生ボタンのデフォルト動作」をどのように設定するかという事業者側の問題であり、アーティストがユーザーに対して曲順を強制するものではない。むしろ、Spotifyのスマホアプリにおいて、無料版の場合はアルバムをシャッフル再生でしか聞けず、曲順どおりに再生するためには有料版を利用する必要があることから、ユーザーにとってはメリットとなる。

一方、これにより、ソフトウェアによって構成されるデジタルサービスが、運営者側からは自由に変更可能であるが、ユーザーやアーティストはそれに対して要望すること以上の権限を持っていないことが改めて明らかになった。音楽に限らず、ビッグテックと呼ばれる巨大IT企業が提供するプラットフォームは、人々の日常に欠かすことができないものとなりつつあり、それを利用する上での諸問題は、世界中で大きな議論を呼んでいる。今回はあくまで曲順という比較的小さな問題

だったが、今後はより大きな利害の衝突が、ユーザー、アーティスト、そしてストリーミング事業者との間で起きる可能性については、音楽に関わる者の課題として考えておかなければならない。

■収益の配分方法について新たな提案が

デジタルと音楽における利害の衝突については、1つの議論が起きつつある。フランス発のストリーミングサービスである「Deezer」の提言をきっかけに、英国のインディーズレーベル業界団体「Association of Independent Music (AIM)」、そして英国議会までも巻き込んで、サブスクリプションサービスからの収益をアーティスト（厳密には原盤権利者）に配分するにあたっての、新たな分配モデルの模索が始まっているのだ。

従来のサブスクリプション型ストリーミングサービスは、サービスにおける月間のすべてのユーザーによるすべての楽曲の再生数に占める、アーティストごとの再生回数の割合（再生シェア）を算出し、原盤権への支払い原資に乗じている。この「比例按分方式」は、支払金額が楽曲の再生数という明確な指標によって決定されることから、ほとんどの事業者が採用している。

一方で、この方法は明快ではあるものの、個々のアーティストの再生回数がどれだけ伸びても、全ユーザーの再生回数に占めるシェアが伸びなければ、売上は増えないことになる。また、発売直後の新譜も過去の名盤も、新人もビートルズもすべてが同列に並べられ、そのなかから選曲されることから、一部のヒットメーカーやメジャーアーティストに収益が偏る傾向が高い。

これに対して、Deezerは「ユーザーセントリック方式」を新たに提唱している。これは、あるユーザーが支払った金額に含まれる支払い原資に対して、ユーザーごとに月内に聞いた楽曲の再生シェアで按分して原盤権使用料を支払うとい

うものである。ユーザーにとっては自分の支払った料金が、ファンであるアーティストに直接的につながっていると感じることができる方式だ。しかし、ユーザーごとにアーティストへの支払い金額を計算する必要があるため、サービス事業者にとって負担が増えるほか、個別のユーザーの視聴行動の変化がアーティストへの支払いに直接的に影響を与え、月ごとの変動が大きくなりやすい。

そして、第3の方式として、英国AIMが提唱しているのが、「アーティストグロスモデル」と呼ばれるものだ。これは、(1) 楽曲の再生回数に応じて再生単価に傾斜を付ける、(2) デビュー間もないアーティストやニッチなジャンルのアーティストの単価を高止まりさせる、といった方法を組み合わせて算出するもので、再生回数が少ないと単価が高く、多くなるほど単価が安くなる。比例按分方式のところでは触れたように、サブスクリプション型のストリーミングサービスでは、一般的に新人ほど再生回数が少なく、キャリアが長いアーティストほど再生回数が多くなる傾向がある。そこで、単価を再生回数に応じて変化させることで、メジャーアーティストだけに利益が偏ることを防ぎ、新人アーティストの育成を支援する、という意味合いがある。

ビジネスの観点からは、どの方式においても一長一短があり、立場によって好ましい方式は違ってくるだろう。また、音楽業界の既存のプレイヤーにとっては、将来にわたる収益に直結する問題となるだけに、非常にシビアな判断が求められることでもある。だが、筆者の立場からは、何よりもこのように収益モデルに関して議論が起こること自体が非常に好ましい状態であると考えている。

筆者はある大学で音楽業界ビジネスについて授業をする機会を持っているが、そこで学生に上記の配分方式についてアンケートを取ったことがある。その結果は、興味深いことに、3つの方式へ

の支持がきれいに3等分されたのだ。つまり、音楽関係者ではない一般ユーザーの立場から見ても、この3方式にはそれぞれメリットとデメリットがあり、どれにも一定の合理性があると推測できる。

残念ながら、日本の音楽業界においては、デジタルサービスの収益モデルに関する議論は、さほど進んでいない。だが、これからデジタルマーケットの影響力がますます大きくなることは確実であり、あらかじめこうした議論を行っておくことは大切だと考える。そして、デジタルミュージックにおいてもさまざまなサービスが登場し、収益分配モデルについてもさまざまな選択がなされることが理想的だ。

大学でのアンケート結果のように、ユーザー側も、自分の支払ったお金の行き先について、それぞれの考え方を持っている。その考え方の多様性は、ビジネスに幅をもたらし、結果的に文化の多様性にもつながることになる。そして、多様性の失われた文化は、縮小し、いずれ衰退していく。音楽が文化として、ビジネスとして持続し、広がっていくためにも、私たちはこの多様性を大切にしていきたい。

■音楽とアーティストとファンをつなぐNFTへの期待

最後に、いま話題のNFTについて触れておこう。現在、デジタルデータをアート作品として、NFTを用いて販売する事例が増えてきた。だが、NFTを「作品の販売」に用いるのは、正直なところ時期尚早だと考える。ブロックチェーンによる暗号資産も、当初はその位置づけについてさまざまな議論がなされた。法的な枠組みができるまでは、さまざまな種類の暗号資産が登場し、さまざまな事件が起きた。

NFTに関しても、現時点で法的にも業界慣習

的にも明確なルールがなく、そもそもアート作品に関してどのような権利となるのかも曖昧な状況だ。したがって、言葉を選ばずに言えば「やったもの勝ち」になってしまっている。しかし、ブロックチェーンの利用方法の1つとして、音楽とアーティストとファンとをつなぐ、新しい使い方

が登場することは十分に期待できる。すでに一部のメジャーアーティストが、実験的にそうした取り組みを始めているとも聞いている。できるだけ早く、音楽業界におけるNFTの成功と言える事例が現れることを期待したい。



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および株式会社インプレスが1996年～2022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および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の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

インプレス・サステナブルラボ

✉ iwp-info@impress.co.jp