

## 転換期の音楽産業と今後の可能性

文教大学大学院情報研究科情報学専攻

a5g51006 湯田 圭一

### 概要

音楽と関りのない人間はいない。これからも変わらないであろう。音楽市場のさらなる発展に貢献するという観点が本論の動機付けである。

音楽は元々文化的なものだった。工業化が進み「音楽の複製」によって産業として成長した。

音楽がより身近になったこともあり、音楽産業は発展してきた。しかし、携帯電話やインターネットの普及により、その発展は一度破綻することとなる。手抜きをしたコンテンツの提供なども大きく影響した。

このような流れの中で音楽産業は転換期を迎える。レコード→カセット→CD というように供給媒体が変化してきた音楽産業であるが、CD という形からよりデジタルなデータ配信という手法にシフトしてきたのである。

最も利益率が高いのは CD 販売である。現状では CD が音楽産業の核である。それにも関わらず米タワーレコードの破綻や著作権関連の問題など、音楽産業をとりまく問題は山積みである。

低迷している音楽市場であるが、一方音楽への需要は新しい媒体の登場により、昇り調子にある。

本論では、今後の基軸となる音楽配信と従来の音楽産業がよりよい形で共存する手法を検討した。従来型と将来型を比較・考察した。音楽産業の発展可能性を CD 産業から模索し、新しい購買判断の基準から、具体的な提案を結論として導き出した。

すなわち、総合的なランキングを提言する。ランキングの一大勢力であったオリコンのチャートでも不信感が募る問題が起こっている。各配信サイト、音楽情報サイト、レコード店、それぞれ独自のランキング方式で良いではないかといわれている。本論で最後に触れたように各ランキングを統一することによって、音楽配信と CD 販売の両サイドにとってよりよい結果がでるものと予想される。

