

文教大学情報学部 社会調査 研究報告

音楽利用と著作権法改訂

2013年2月

情報学部広報学科3年
大澤里奈

音楽利用と著作権法改訂

目次

第1章 調査研究の概要	2
1.1 研究の目的と背景	2
1.2 調査に関連する動向	2
1.3 調査研究の方法	6
1.4 成果の概要	7
第2章 研究の成果	10
2.1 調査回答者の概要	10
2.2 音楽情報取得状況	11
2.3 動画サイト	14
2.4 SNS サイト	17
2.5 音楽ファイルダウンロード	19
第3章 まとめと今後の課題	22
参考文献	
資料 単純集計結果	24

第1章 調査研究の概要

1.1 調査の目的と背景

現代において、インターネットと音楽の関わりは必要不可欠になっている。例えば、アーティストのCD発売やライブなどの情報は、テレビや雑誌よりも、公式HPやSNSサイトなどインターネットを利用して得ていると感じる。最近では「USTREAM」という動画配信サイトでアーティストのライブ映像が生中継で配信されている場合もある。また、You Tube やニコニコ動画等の動画配信サイトでアーティストのPVが見ることができる。動画だけでなく、アーティストの公式ページを見れば、試聴できる場合もあり、「My Space」というサイトでは、アーティストの楽曲を試聴できる他、ブログ等の機能もあるのだ。また、TwitterなどのSNSサイトでは、アーティスト本人がアカウントを持ち、直接ファンへメッセージを発信している場合が多い。このように、インターネットと音楽の関わりは、アーティストと私たち消費者を親密にし、双方にメリットが多いと感じる。

一方で、インターネットと音楽の関わりはいいことばかりでない。近年、インターネットユーザーが、違法に配信されたファイルと知っていてダウンロードする違法ダウンロード者が増加し、音楽業界に経済的な損害をもたらし、問題になっている。今年、2012年10月からは、違法ダウンロード者に対しても、罰せられる改正著作権法が施行される。施行された場合のユーザーの反応はどのようなものなのだろうか。

このように、インターネットと音楽には様々な関わりがある。

私は、インターネットを利用することによって、簡単に情報発信できることや、アーティストと消費者が近くなり、ファンや興味を持つ人が増えるのでアーティストへのメリットが多いと思う。しかし、違法ダウンロードができる現在では、アーティストメリットが増えてもCD購入へは結びつかないのではないだろうか。また、罰則化が施行されても、CD購入よりは価格が安価なCDレンタルや楽曲ダウンロードが伸びるのではないかと思う。

今回の調査では、このようなインターネットと音楽の関わりが、インターネットユーザーや楽曲購入者にどのような影響があるだろうか、また、違法ダウンロード罰則化に伴い人々の行動は変わってくるのか、「1.動画サイト」、「2.SNSサイト」、「3.違法ダウンロード(無料ダウンロード)」の3つの観点から調べる。

1.2 調査に関連する動向

(1) You Tube 等の動画サイト

動画投稿サイト(以降、動画サイト)は、基本的に会員登録すれば利用者が動画を投稿できるものである。2005年12月にYou Tubeが公式にサービスを開始してから2006年10月にニコニコ動画がサービスを開始するなど、様々な動画サイトが運営を

開始した。ネット利用者の動向を調査するニールセンによると You Tube の国内における月間訪問者数は、2012 年 5 月で約 3 千万人となった。動画サイトは、音楽やアニメなどエンターテインメント性が強いものが多いが、2008 年アメリカ大統領選挙時に現在のオバマ大統領が You Tube に演説等を流すなど、政界でも利用されている。

音楽面では、前述した通り、USTREAM ではアーティストのライブの生中継を行っているが、ニコニコ動画でも同じようなことが行われている。You Tube では「EMIMusicJapan」や「avexnetwork」,「AKB48」など音楽会社やアーティストの公式チャンネルがあり、所属アーティストの PV や本人のコメント等が配信される。しかし、アーティストの PV やライブ映像を関係者ではない利用者が配信する傾向が強い。動画サイトは、閲覧無料のため、好きなアーティスト以外にも、気になっているアーティストや楽曲 PV を気軽に見ることができるので、新たなファンを獲得しやすいのではないかと思う。

利用目的に関しては、インターネットコム株式会社と株式会社リアルワールドリアルサーチが 2009 年に実施した「YouTube に関する調査」によると、「自分が気に入っている特定の動画を視聴するため」38.4% (315 人)との回答が最多で、「音楽関連の動画を BGM 代わりに視聴するため」が 15.5% (127 人)となった。

ちなみに、視聴するコンテンツ(複数回答)は、「音楽」が 54.7% (450 人)と一番多い回答であった。今後も動画サイトと音楽の関係は続くであろう。

(2)「SNS サイト」

SNS サイトとは、人と人のつながりを促進サポートする、コミュニティ型の Web サイト。出身校や出身地、趣味などのつながりを通して新たな人間関係を構築する場を提供する。主に会員制のサービスで、「友人」登録し、「友人」や会員内など公開範囲を設定して、日記や「つぶやき」などの近況報告、写真などを投稿できる。また、グループやコミュニティを作り、共通の趣味や所属などで会話や情報交換ができる機能もある。

現在、「mixi」や「Twitter」,「Facebook」など様々な SNS サイトがある。これらの SNS サイトはアーティスト本人が、アカウントを持ち、自身の CD 等のセールス情報やライブ情報、レコーディング等の仕事の様子から日常生活まで様々なメッセージが発信される。これは、ファンとアーティストが直接交流を持てる場になっており、アーティストにとっても見ている人に好印象を持ってもらえるメリットはあるのではないだろうか。

・ mixi

登録者数 2711 万人、月間ログイン数 1512 万人(2012 年 3 月)の会員が利用している国内最大の SNS サイト。自らのプロフィールを登録すると参加でき、「マイミク」

と呼ばれる友人登録機能があり、登録された「マイミク」の近況や新着書き込みが自分のページに表示される日記機能や会員間でメールが送受信できるメッセージ機能、趣味などテーマに沿って参加者が集まり情報共有できるコミュニティ機能など様々な機能がある。

- ・ Twitter

2006年に Obvious 社（現 Twitter 社）が英語版のサービスを始め、2008年4月に日本語版のサービスが開始された。世界で現在のユーザー数が1億4000万人いるという。（2012年4月）登録すると自分専用の Web ページが作成されて、1回140字以内で発言を投稿できる。「フォロー」と呼ばれる機能で他のユーザーを登録すると、そのユーザーの発言を自分のページに表示できる。また、特定のユーザーへ「返信」できる機能もある。有名人や著名人も利用しており、お笑い芸人の有吉弘行さんが約182万人のフォロワー数で国内1位である。

- ・ Facebook

2004年ハーバード大学生向けに運営が始まり、2008年から日本語版サービスが開始された。全世界での月間利用者は10億人を突破し（2012年10月4日）、世界最大級の SNS サイトである。他の SNS サイトとは違い、実名登録し、主に現実の知り合いとインターネット上で交流できる。近況や写真の投稿機能がある。また、政治や企業の宣伝活動としても利用されている。

(3) 違法ダウンロードについて

インターネットと音楽の関わりは、いいことばかりではない。インターネットユーザーによる違法ダウンロード利用者がとても多い。スマートフォンでも楽曲を無料ダウンロードできるアプリがある。

オリコン・コミュニケーションズ株式会社は2012年2月、“ダウンロード違法化”を盛り込んだ改正著作権法の認知状況や違法ダウンロードの経験についてアンケート調査した結果を発表した。中・高校生から40代までの1000人を対象にしたもので、昨年「違法ダウンロードをしたことがあるとした人」は、全体の17.4%だった。割合で見ると、一見少なく見える。しかし、一般社団法人日本レコード協会が2011年3月9日に発表した「違法配信に関する利用実態調査」によると違法ダウンロードの被害は推計で6,683億円になるという。違法ダウンロードによって、CDが売れなくなってしまったらアーティストやレコード会社の利益が減ってしまい、アーティストがCDを出せなくなることもあるかもしれない。

現在、市販のCDから録音した音楽ファイルを、ファイル交換ソフトを利用して不特定または多数の人に提供することは、著作権・著作隣接権の侵害になる。また、「複

製権」および「公衆送信権」や「送信可能化権」の侵害にも当たる。

音楽の著作権の多くは、社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）などの著作権等管理事業者によって管理されている。著作権のある音楽作品を映画や演劇などに使用したい場合、権利者と使用者とのお互いの利便のために、多数の権利者の権利を包括して取り扱う窓口が著作権等管理事業者である。

違法配信した側が逮捕された件は、いくつかある。2008年、JASRACの管理楽曲を違法に配信していた携帯向けサイト「第3世界」の運営者ら2名が著作権法違反の容疑で逮捕された。「第3世界」とは、違法着うた配信サイトで、着うたフルを無料でダウンロードできるとして、当時推定100万人を超えるユーザーが利用していた。この逮捕がきっかけに、当時あった他の違法配信サイトは次々に閉鎖された。

【改正著作権法】

先述した実態を受けて、2012年6月20日違法だと知りながらダウンロードした違反者に対し「2年以下の懲役または200万円以下の罰金」が科される、改正著作権法が国会で成立した。同年の10月1日から施行されている。しかし、被害者である著作権者が告訴しなければ罪に問われない。告訴には違法ダウンロードした本人を特定する必要がある。6月15日の衆議院文部科学委員会では「違法ダウンロードをプロバイダ（接続業者）が特定するにはすべてのアクセスを手当たり次第に調べる必要があり、不可能」、「プロバイダからのアクセスログ（記録）の提出は令状に基づいて行われ、捜査機関がネットへ過剰に介入する懸念、プライバシー侵害への懸念は当たらない」などと議論されたが、罰則化に伴い論議が不十分という声が多いのが現状だ。

いずれにせよ、違法ダウンロード対策をしていかないと、今後の音楽業界へマイナスの影響が続くであろう。

（4）楽曲取得方法の動向

CD購入については、音楽ソフトパッケージの各種マーケティング情報を取り扱うサウンドスキャンジャパン(SSJ)が、「2011年オーディオ・ソフト売上動向」を発表した。その結果によると、売り上げは前年比91.7%の2320億円となり、減少傾向が続いている。

また、CDレンタルは、店舗数で見ると、CDレンタルの店舗数は、1989年末の6,213店をピークに毎年減少を続けてきた。しかし、2010年6月現在で2,810店と前年比0.5%増の微増になり、店舗数の減少傾向はここにきて下げ止まりつつある。一方、店舗面積の大型化についても、1店舗当たり、823平方メートルと前年比5.6%減の微減となり、ここ2~3年横ばいの傾向にあるといえる。

1. 3 調査研究の方法

(1) 進捗経緯

- ・ 6 月：テーマ企画、情報収集
- ・ 7 月：テーマ討論、テーマ決定
- ・ 9 月～10 月：調査コンセプト、調査票作成、検討
- ・ 11 月：調査実施、回収、単純集計報告、分析、集計報告
- ・ 12 月：分析、研究報告書作成

(2) 調査の概要

1. 調査の意図

現代のインターネットの普及により、音楽の聴き方は変化している。その結果、CD の売上低迷が言われる中、人々の音楽の聴き方はどのようなものなのだろうか。インターネットの利用により、音楽とどのように関わっているのかを調査した。また、2012 年 10 月に施行された改正著作権法は、インターネットユーザーにどのような影響を与えるのかも調査した。

2. 調査対象者と調査方法

調査実施日：2012 年 11 月 2 日

調査対象：文教大学湘南キャンパス生

情報学部広報学科 1 年生必修「社会学概論」(141 枚)の受講生

3. 主な質問項目

- ・ 音楽の利用状況（時間・入手方法）
- ・ インターネット利用
- ・ 動画サイト利用について
- ・ SNS サイトの利用について
- ・ 無料ダウンロードについて
- ・ 改正著作権法施行後の変化と予測

4. 配布数

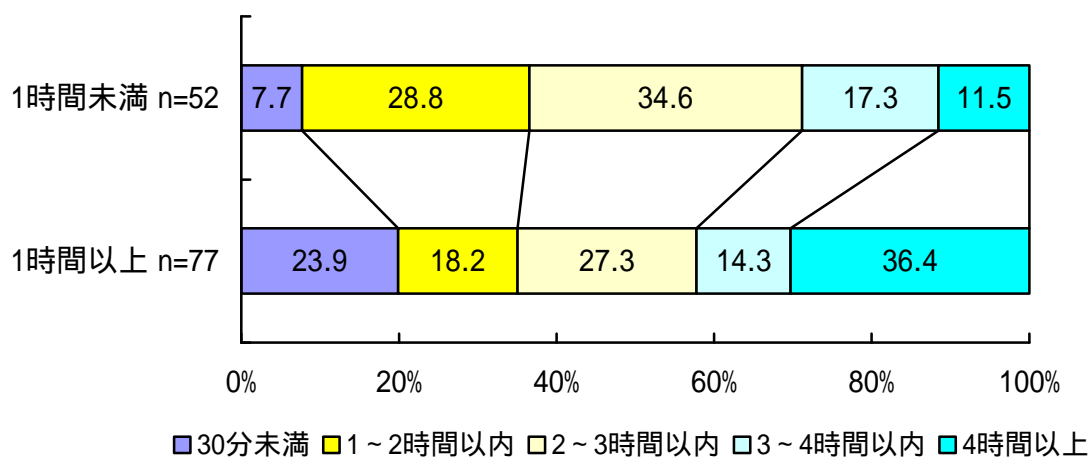
依頼数 170 枚 回収数 141 枚

1.4 成果の概要

(1) 主な成果

a. 音楽を聴く時間と1日のインターネット利用時間

図1-4-1 音楽を聴く時間と
1日のインターネット利用時間(2乗:*)



1日に音楽を聴く時間を「1時間未満」と「1時間以上」の2つのグループに分け、時間別の1日のインターネット利用時間を図1-4-1に表す。

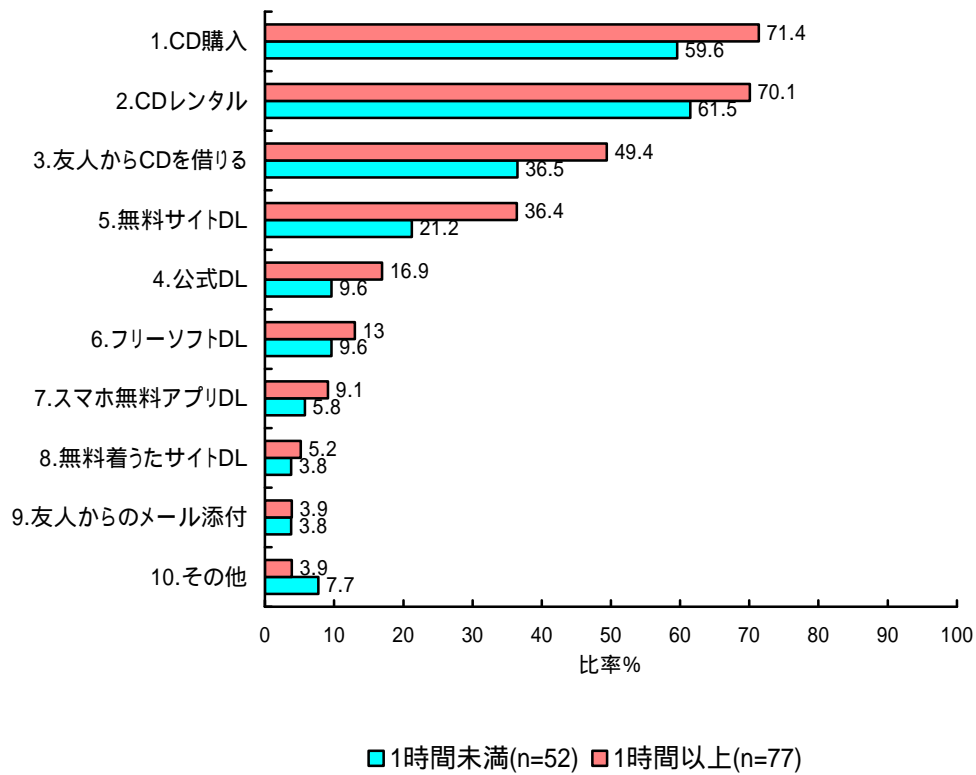
「4時間以上」と答えたのは、「1時間未満」グループでは約12%、「1時間以上」グループでは約36%と大きな差が出た。つまり、音楽を長く聴く人の方が、インターネットの利用時間が長いということが分かった。

b. 音楽を聴く時間別の楽曲取得方法

1日の音楽を聴く時間を「1時間未満」と「1時間以上」の2つのグループに分け、時間別の楽曲取得方法を図1-4-2に表した。

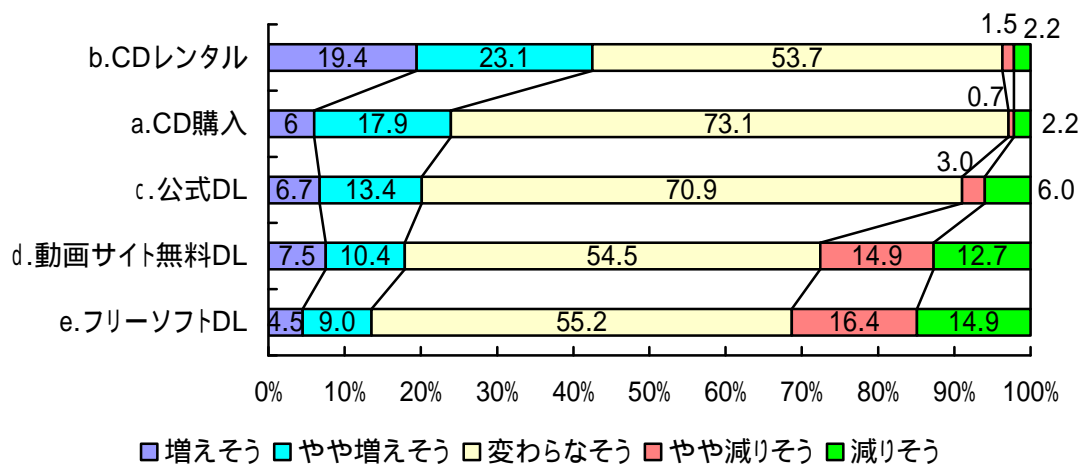
ほとんどの楽曲取得方法において、「1時間未満」グループよりも「1時間以上グループ」のほうが、割合が高い。つまり、音楽を聴く時間が長い人のほうが、多くの情報源を利用している。

図1 - 4 - 2 音楽を聴く時間別の楽曲取得方法



c. 改正著作権法施行後の音楽入手方法変化の推測

図1 - 4 - 3 改正著作権法施行後の音楽入手方法変化の見通し(n=134)



改正著作権法施行後、音楽入手方法がどのように変化しそうかを調査した結果を図1 - 4 - 3に表す。

a~eのどの項目においても「変わらなそう」が一番多い。「b.CD レンタル」では「増えそう」が約 19%、「やや増えそう」が約 23%と合わせて過半数に満たなかった。また「a.CD 購入」でも、「増えそう」が約 6%、「やや増えそう」が約 18%と“増えそう”と答えた人は少なかった。

著作権法が改正しても、CD における売上は変わらないと答える学生が多いことがわかった。

(2) その他の成果

- ・動画サイトの利用頻度は「2~3 ヶ月に 1 回」が約 33%と一番多い。「利用しない」が一番少なく、約 2%であった。
- ・2011 年 8 月まで運営されていた「YouTube Fire」を「利用したことがある」が約 31%、「利用したことがない」が約 69%と、利用率が低かった。
- ・「YouTube Fire」の運営停止後、動画サイトからの無料 DL が「やや減った」と答えたのが約 2%、「減った」が約 12%に対し、「増えた」約 16%、「やや増えた」が約 23%と、運営停止したが、動画サイトからの無料 DL が増えたと答えた人が多かった。
- ・動画サイトの利用により「知らなかったアーティストを好きになった」ことがある人は「よくある」が約 39%、「ややある」が約 40%と 8 割近くが経験ありと答えた。
- ・利用する SNS サイトについては、「Twitter」が約 87%と一番多い。
- ・無料音楽ファイルを DL する理由は「お金がかからないから」が約 86%と一番多い。
- ・アーティスト情報の取得減は、「公式 HP」が約 61%、「SNS サイト」が約 48%とオンラインメディアが上位 2 つを占めた。オフラインメディアとしては、「TV・番組」が約 43%、「TV・CM」が約 32%となった。現在のアーティスト情報の取得は、好きな時に好きな情報を得られるオンラインメディアの需要が多いのではないかと。

第2章 調査研究の成果

2.1 調査回答者の概要

回答者は全て文教大学湘南キャンパスの学生であり、情報学部広報学科の1年生の授業である、「社会学概論」で調査を行った。なお、回答標本は無作為抽出で作成していないため、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。

表2-1-1の学年別の分布では、1年生が一番多く、学年が上がるにつれ少なくなっており、4年生は0人である。また表2-1-2の性別の分布では、女性の回答者が多い。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である、しかし、クロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されると考えられる。

表2-1-1 回答者と母集団の比較

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	88.8 (119)	8.2 (11)	3.0 (4)	0.0	100.0 (134)
情報学部生	25.8 (515)	22.0 (440)	25.5 (509)	26.7 (534)	100.0 (1998)

(注) 母集団は情報学部2012.10末時点である。

表2-1-2 回答者と母集団の比較

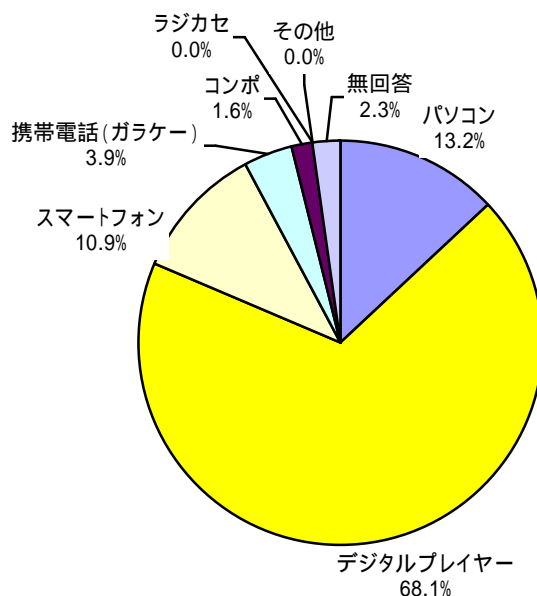
	男子	女子	計
回答者	41.8 (56)	58.2 (78)	100.0 (134)
情報学部生	66.1 (1321)	33.9 (677)	100.0 (1998)

(注) 母集団は情報学部2012.10末時点である。

2.2 音楽情報取得状況

(1) 音楽を聴く機器

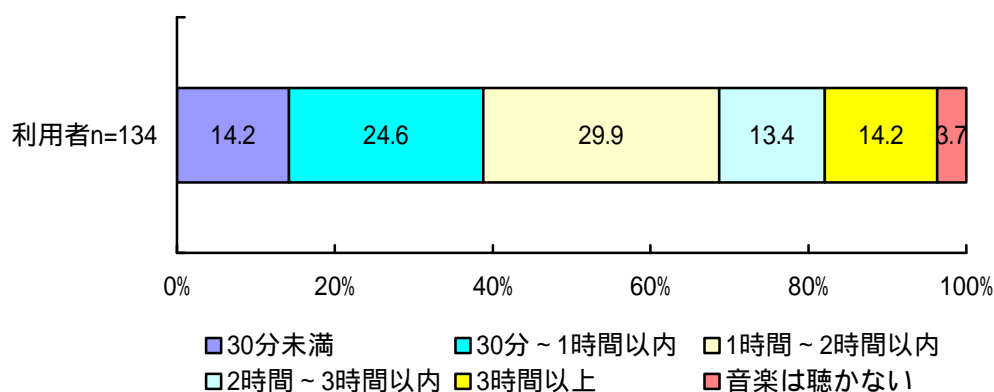
図 2 - 2 - 1 音楽を聴く機器 (n=129)



デジタルオーディオプレイヤーが約 68%と多数の人が利用している。「スマートフォン」約 11%、「携帯電話 (ガラケー)」約 4%と合わせて、約 8 割の人が“音楽を持ち出せる機器”を利用しており、音楽を携帯していることがわかる。

(2) 音楽を聴く時間

図 2 - 2 - 2 音楽を聴く時間 (n=134)

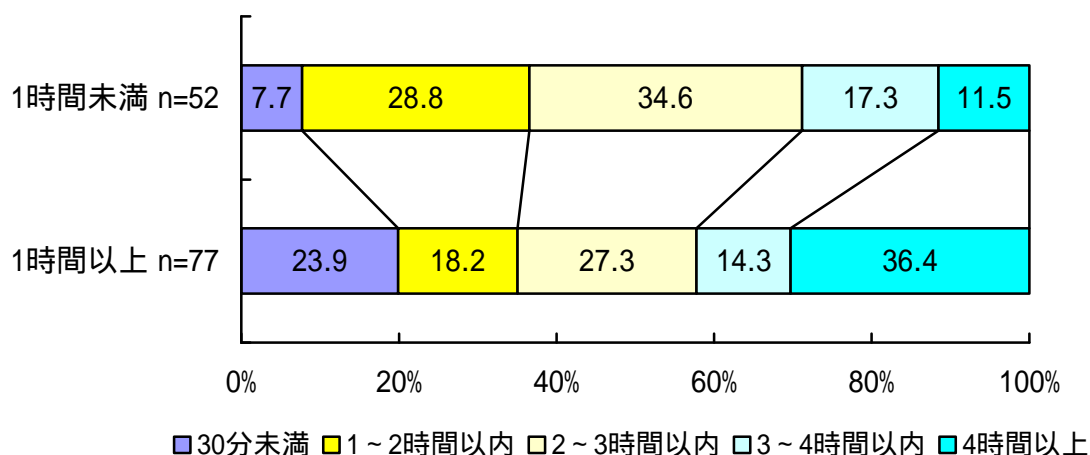


1日に音楽を聴く時間を図 2 - 2 - 2 に表した。1時間～2時間以内が約 30%と一番多い。これは、日本人の平均通学時間 (2010 年国民生活時間調査) が 1 時間 16 分なので

通学に音楽を聴いている人が多いからなのではないかと感じた。

(3) 音楽を聴く時間と1日のインターネット利用時間

図2 - 2 - 3 音楽を聴く時間と
1日のインターネット利用時間(2乗:*)



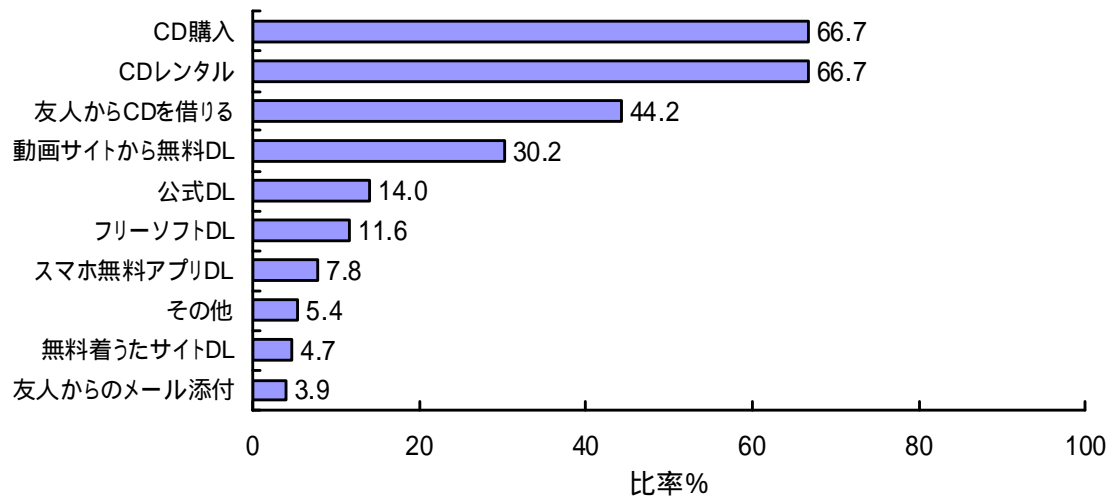
1日に音楽を聴く時間を「1時間未満」と「1時間以上」の2つのグループに分け、時間別の1日のインターネット利用時間を図2 - 2 - 3に表した。

音楽を聴く時間が「1時間未満」のグループでは、1番多いインターネットの利用時間は「2~3時間」で約35%なのに対し、「1時間以上」のグループでは「4時間以上」が約36%となった。つまり、音楽を聴く時間が長い人の方が、インターネットの利用時間が長いという結果になった。音楽を聴く時間とインターネットの利用時間は密接に関係している。

(4) 楽曲入手方法

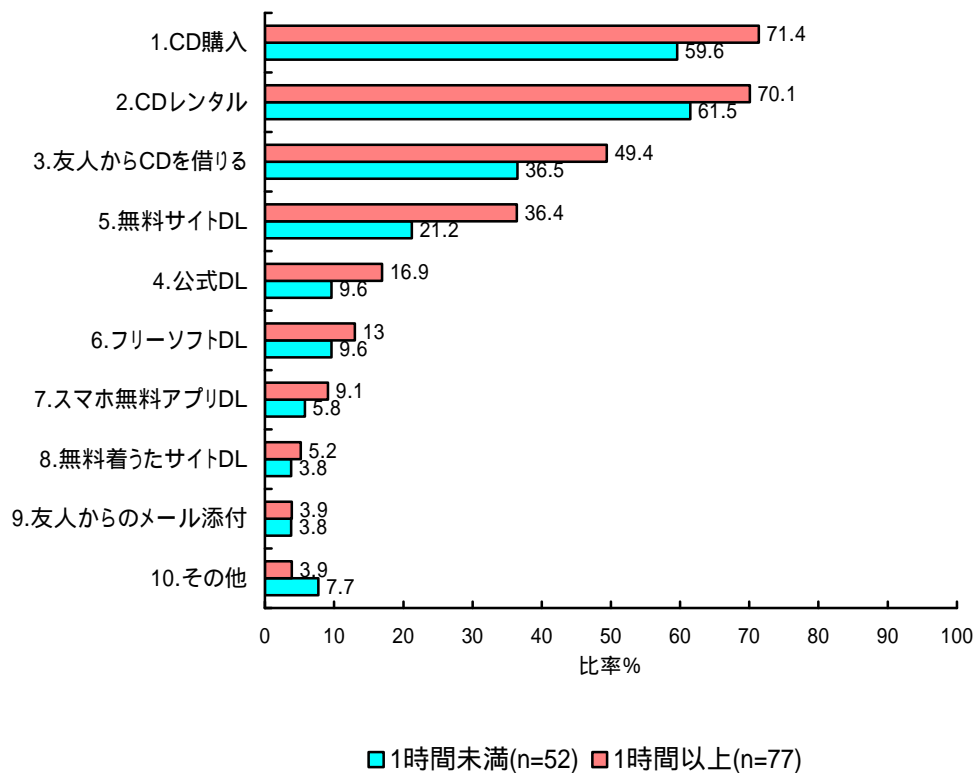
楽曲の入手方法において、「CD購入」と「CDレンタル」共に約67%、次いで「友人からCDを借りる」が約44%となった。ダウンロードの観点から見れば、「公式DL」が約14%、「動画サイトからの無料DL」が約30%、「フリーソフトDL」が約11%、「スマホ無料アプリDL」が約8%となった。音楽が「データ」化されて持ち運べるようになった現在でも、CDの利用者が多いことが分かった。

図2 - 2 - 4 楽曲入手方法(n=129)



(5) 音楽を聴く時間別の楽曲取得方法

図2 - 2 - 5 音楽を聴く時間別の楽曲取得方法



1日の音楽を聴く時間を「1時間未満」と「1時間以上」の2つのグループに分け、時間別の楽曲取得方法を図2 - 1 - 3に表した。

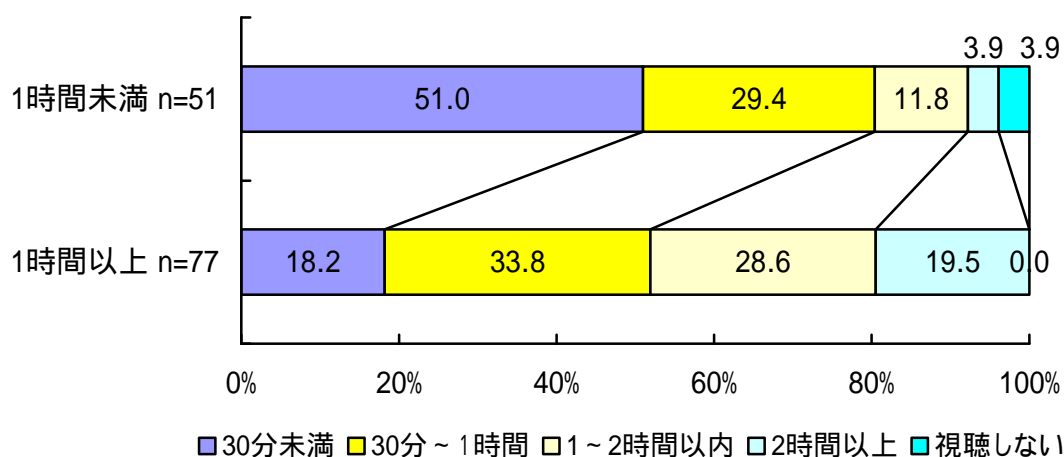
音楽を聴く時間が「1時間以上」のグループでは、楽曲取得方法において「1.CD購入」が約70%、「1時間未満」のグループでは、「2.CDレンタル」約62%が1番多い。

「10.その他」以外で、各楽曲取得方法において、「1時間未満」グループよりも「1時間以上グループ」のほうが、割合が高い。つまり、音楽を聴く時間が長い人のほうが、多くの情報源を利用している。

2.3 動画サイト

(1) 1日の音楽を聴く時間と1日の動画サイト音楽関連視聴時間

図2-3-1 音楽を聴く時間と
1日の動画サイト音楽関連視聴時間(2乗:***)



1日の音楽を聴く時間を「1時間未満」と「1時間以上」の2つのグループに分け、時間別の1日の動画サイトでの音楽関連視聴時間を図2-3-1に表した。

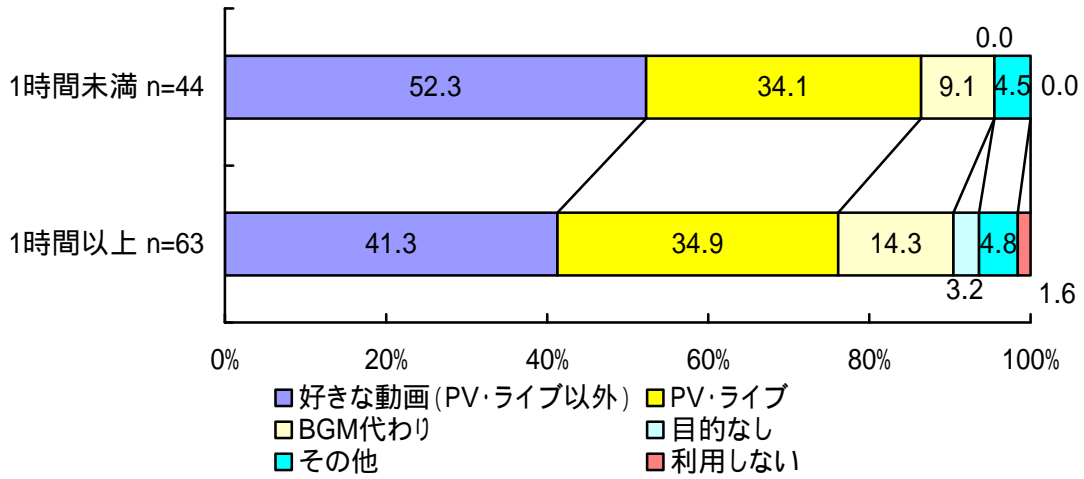
音楽を聴く時間が「1時間未満」のグループでは、動画関連視聴時間において「30分未満」が51%と1番多いのに対し、「1時間以上」のグループでは、「30分~1時間」が約34%と1番多かった。これは、音楽を長く聴く人の方が、動画サイトでの音楽関連の視聴時間が長いという結果になった。

(2) 1日の音楽を聴く時間と動画サイトの利用目的

1日の音楽を聴く時間を「1時間未満」と「1時間以上」の2つのグループに分け、時間別の動画サイトの利用目的を図2-3-2に表した。

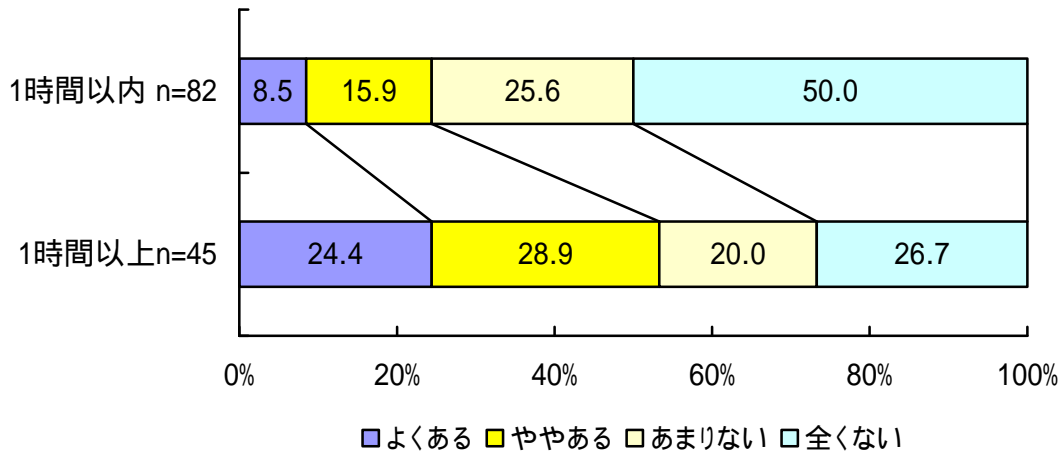
利用目的が「PV・ライブ」では、「1時間未満」が約34%、「1時間以上」が約35%と大きな差はないが、音楽を長く聴く人の方が、「PV・ライブ」の音楽関連の動画視聴を目的として動画サイトを利用している。

図2 - 3 - 2 音楽を聴く時間と
動画サイトの利用目的



(3) 音楽関連動画視聴時間と利用後の経験

図2 - 3 - 3 音楽関連動画視聴時間と
動画サイト利用後のライブ経験(2乗: **)

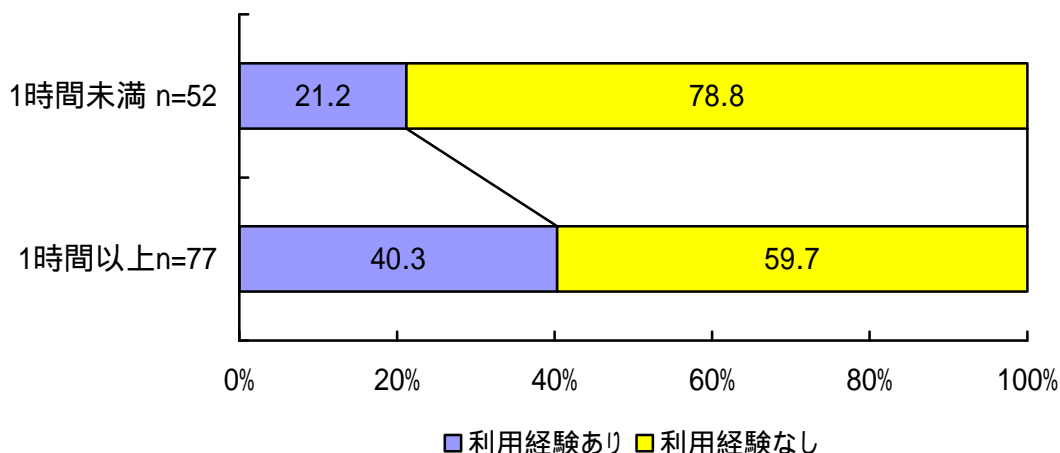


1日の音楽関連動画視聴時間を「1時間以内」と「1時間以上」のグループに分け、利用後、ライブやイベントに行った経験があるかを図2-3-3に表した。

「1時間以上」のグループでは、「よくある」が約24%、「ややある」が約29%と過半数の人がライブやイベント参加経験があると答えた。しかし、「1時間以内」グループでは、「あまりない」が約26%、「全くない」が50%と7割を超える人が参加経験はないと答えた。つまり、動画サイトは、利用者へライブやイベントへの参加を促進させる効果を持つと考えられる。

(4) 音楽を聴く時間と TUBE FIRE の利用

図2 - 3 - 4 音楽を聴く時間時間と TUBE FIREの利用経験(2乗:*)



TUBE FIRE とは、2011 年まで運営されていた You Tube の動画や音楽等を無料でダウンロードできるサイトである。サイトを運営する会社は、動画などのファイルを権利者の許可なしに複製して保存し、送信可能な状態で、利用者が簡単に You Tube から動画等のファイルをダウンロードできるようにしていた。レコード会社など 31 社が提訴しサイトは閉鎖された。

上の図は、1日の音楽を聴く時間を「1時間以上」と「1時間未満」のグループに分けて、「TUBE FIRE」の利用経験の有無を表したものである。

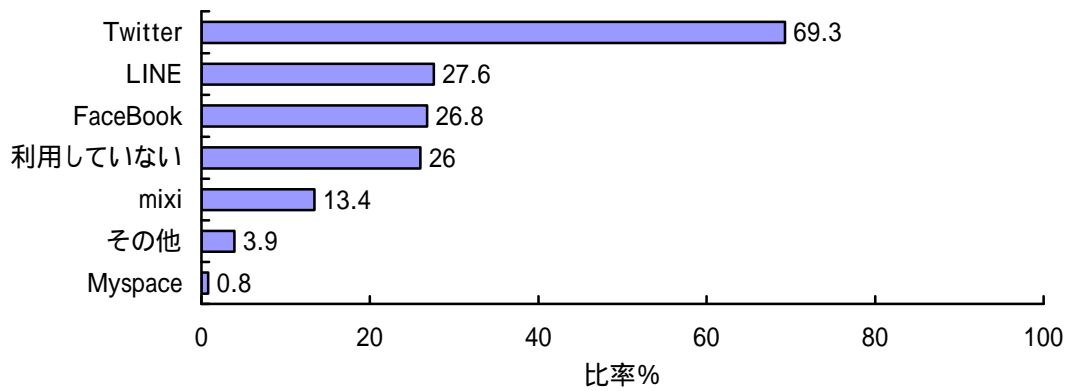
「1時間以上」のグループでは「利用経験あり」が約 21%、「1時間未満」のグループでは約 40%と、約 2 倍の差が表れた。音楽を長く聴く人の方が、「TUBE FIRE」を利用していたということがわかる。

2.4 SNS サイト

(1) アーティストを登録・フォローしている SNS サイト

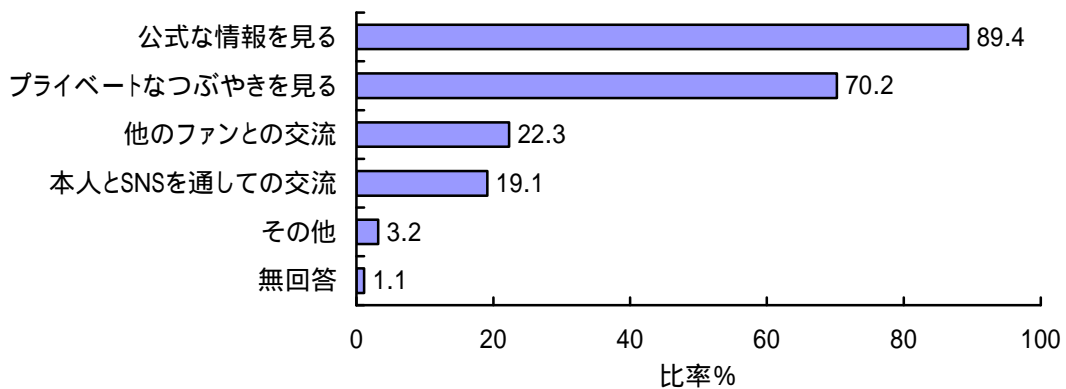
利用している SNS サイトで、アーティストを“お友達”登録やフォローしているサイトは「Twitter」が約 69%で一番多い。次いで、「LINE」が約 28%、「FaceBook」が約 27%となった。音楽やエンターテイメントを中心とした SNS サイト「Myspace」は約 1%と利用者が圧倒的に少なかった。

図2 - 4 - 1 アーティストを登録しているSNSサイト(n=127)



(2) アーティストを登録・フォローする目的

図2 - 4 - 2 アーティストを登録・フォローする目的(n=94)



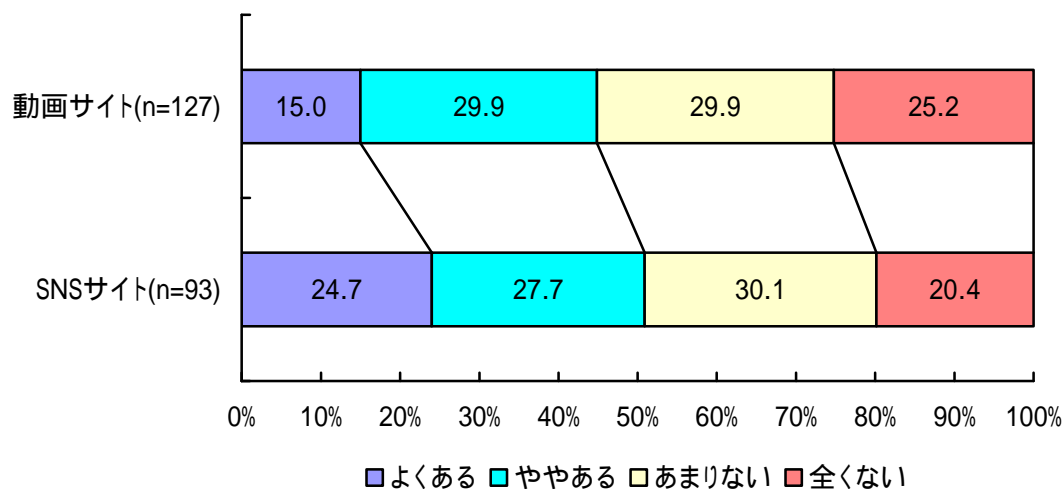
SNS サイトにおいて、アーティストを“お友達”登録やフォローする目的は「公式な情報を見る」が約90%と一番多い。また、「本人とSNSを通しての交流」が約19%に対し、「他のファンとの交流」が約22%と若干だが多い。本人ではなくファンとの交流を目的としているひとが多い。

(3) 動画サイト・SNS サイト利用後のCD購入比較

動画サイト利用後のCD購入経験は「よくある」が15%、「ややある」が約30%と利用経験があるひとは4割を超えたのに対し、SNS サイト利用後は「よくある」が約25%、「ややある」が約28%と合わせて5割近くになった。動画サイト利用よりも、SNSサイ

ト利用のほうが、CD 購入に若干効果がある。

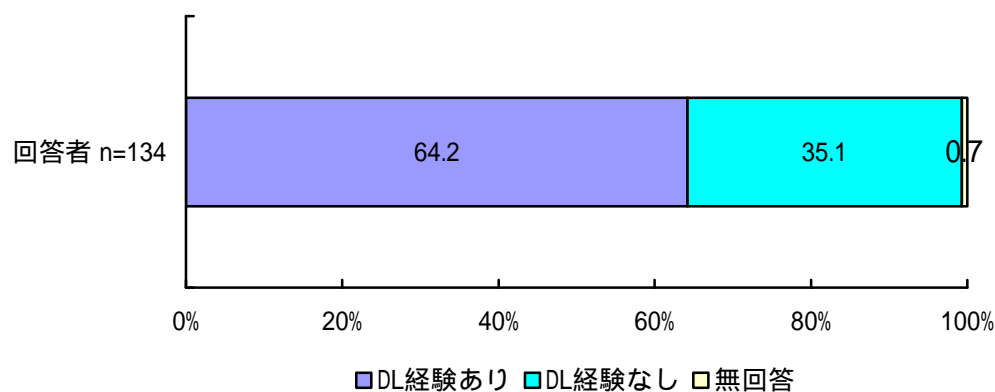
図2 - 4 - 3 動画サイト・SNSサイト利用後のCD購入比較



2.5 音楽ファイルダウンロード

(1) 動画サイトやフリーソフトを利用したDL経験

図2 - 5 - 1 動画サイトやフリーソフトでのDL経験

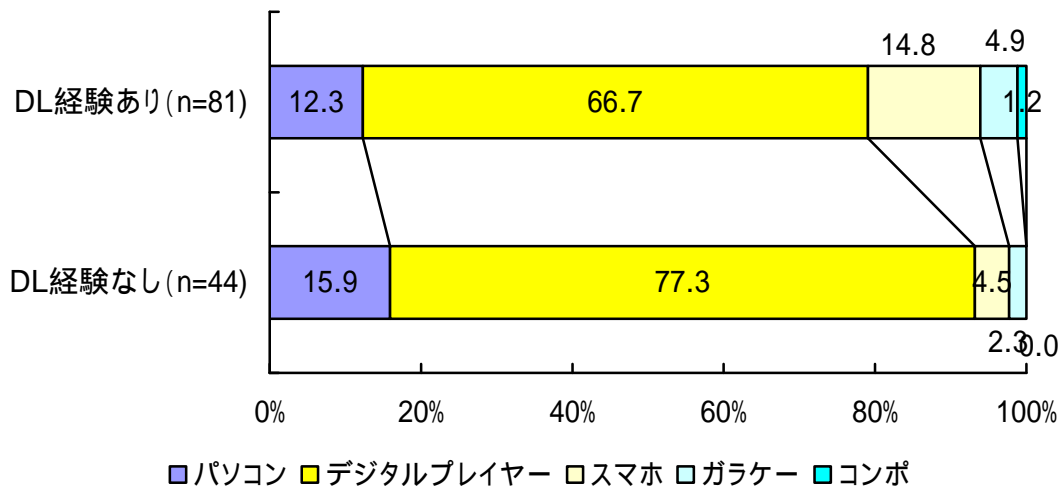


動画サイトや掲示板において音楽ファイルを無料でDLした経験がある、「DL経験あり」が約64%、DLした経験がない「DL経験なし」が約35%と、過半数がダウンロード経験があると答えた。

以下、「DL経験あり」と「DL経験なし」の2つのグループに分け、調査をした結果を表す。

(2) 無料 DL 経験と音楽を聴く機器

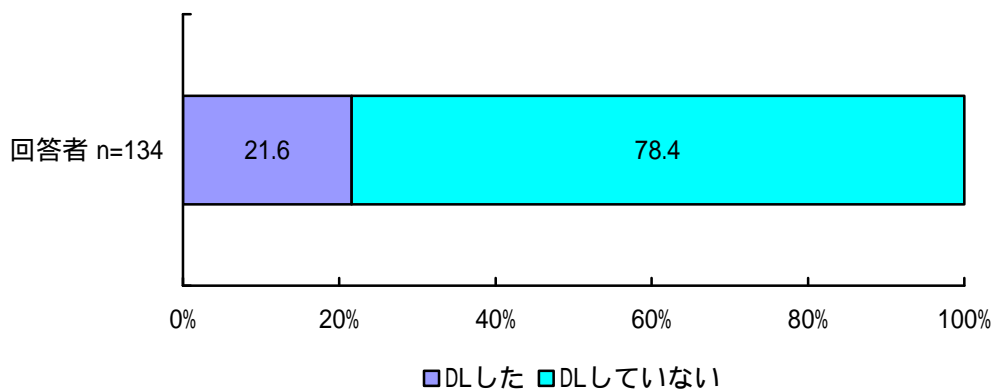
図2 - 5 - 2 無料DL経験と音楽を聴く機器



「DL 経験あり」グループでは、「パソコン」が約 12%、「デジタルプレイヤー」が約 67% 「DL 経験なし」グループでは、「パソコン」が約 16%、「デジタルプレイヤー」が約 77% とどちらの項目においても若干「DL 経験なし」の方が多い。無料 DL 経験の有無による音楽を聴く機器の使用にあまり差がないことがわかった。

(3) 改正著作権法施行後の無料 DL

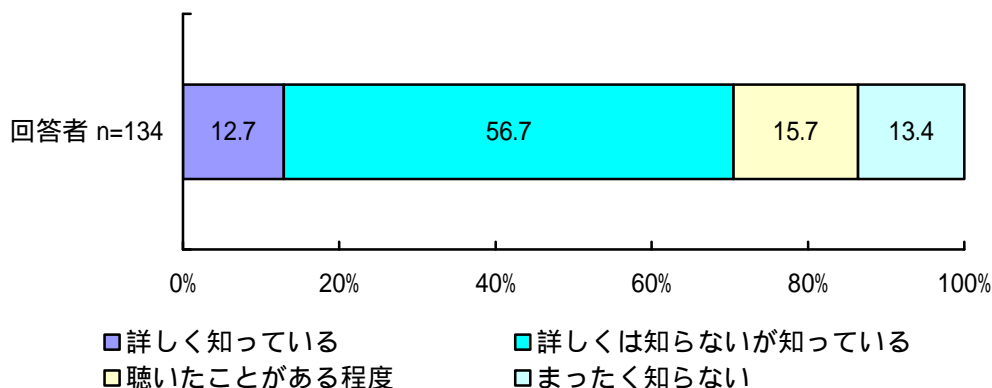
図2 - 5 - 3 改正著作権法施行後の無料DL



改正著作権法施行前は、無料 DL を経験したことがある人が約 64%と過半数を超えたが、施行後に DL をしたと答えた人は約 22%と施行前と比べ 3 分の 1 になった。

(4) 改正著作権法認知度

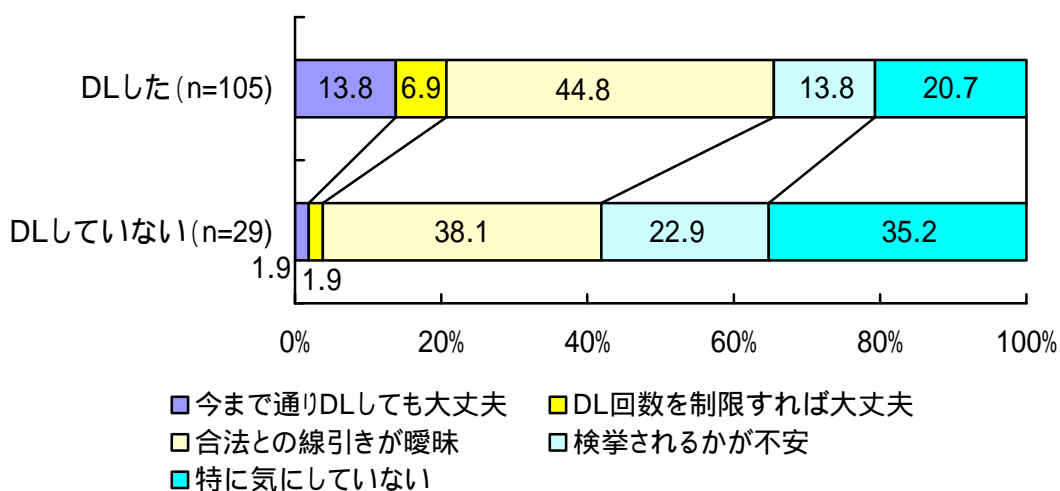
図2 - 5 - 4 改正著作権法施行の認知度



改正著作権法の認知度合については、「詳しくは知らないが知っている」が約 57%と一番多かった。「詳しく知っている」約 13%と合わせても、7 割近くが改正著作権法のを認知している結果となった。

(5) 改正後無料 DL と改正後の反応

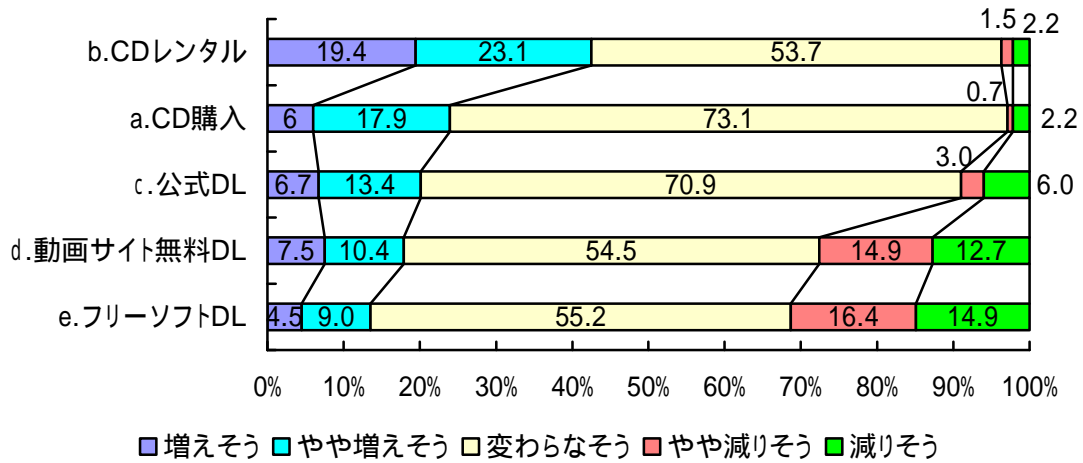
図2 - 5 - 5 改正後無料DLと反応



著作権法改正後、無料 DL したかを問う質問で「DL した」と「DL していない」の 2 つのグループに分ける。「DL した」グループでは、「今まで通り DL しても大丈夫」が約 14%、「DL 回数を制限すれば大丈夫」が約 7%となった。「DL していない」グループでは「今まで通り DL しても大丈夫」が約 2%、「DL 回数を制限すれば大丈夫」が約 2%と、2 項目で、2 つのグループに顕著な差が表れた。

(6) 改正著作権法施行後の音楽入手方法変化の推測

図2 - 5 - 6 改正著作権法施行後の音楽入手方法変化の見通し(n=134)



「d.動画サイト無料DL」では、“減少”が約28%に対して、“増加”が約18%、「e.フリーソフトDL」では“減少”が約31%に対し、“増加”が約14%となった。これらの傾向を見るとCD利用は増加するが、dとeの無料DLは減少する可能性を表している。

第3章 まとめと今後の課題

【まとめ】

今回の調査で、「動画サイト」や「SNS サイト」、「アーティスト情報取得元」の調査項目からインターネットと音楽が密接な関係であるということが分かった。アーティストの“情報を得る”やアーティストを“知る”という意味でもインターネットは必要不可欠である。また、インターネットは、「アーティストを好きになる・好印象を持つ」ことや「CD 購入」を促進させる機能があることもわかった。

しかし、無料ダウンロードは、インターネットや音楽を聴くスタイル（機器）の影響も受けていると思われるので、一概にインターネットが音楽業界にメリットがあるといえない。

CD の売上が低迷していると言われているが、今回の調査で楽曲取得は CD 購入や CD レンタルが一番多かった。人々は、まだ CD から離れたわけではないということがわかった。

改正著作権法については、改正後無料ダウンロード経験の有無で、改正著作権法に対する反応が変わる。認知度は高いが施行されてから日が浅かったためか、改正後も変わらないのではという意見が多かった。今後、実際にダウンロード者が検挙されれば、また変わった結果になってくるだろう。

【反省】

前述したが、改正著作権法が施行されてから日数が少ないので、回答者は改正後の変化について答えづらい部分があったのかもしれないと感じた。日時が経ち、改正著作権法の効果が表れてから調査したいと感じた。

参考文献リスト

- (1) 前田哲男・谷口元「音楽ビジネスの著作権」2008 年
社団法人著作権情報センター 発行
- (2) 朝日新聞 2011 年 1 月 15 日発行 朝刊
「交流サイト『マイスペース』売却検討 米ニューズ社、フェイスブックに敗れ」
- (3) INTERNET Watch
「中・高校生の違法ダウンロード経験者は 28.5%～オリコン調査」
http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20120227_514864.html
- (4) msn 産経ニュース
「違法ダウンロード罰則化 境界あいまい『摘発より抑止』」
<http://sankei.jp.msn.com/entertainments/news/120626/ent12062608060002-n3.htm>
- (5) 「違法配信に関する利用実態調査」一般社団法人 日本レコード協会
http://www.riaj.or.jp/s/iphone_ja/therecord/201104.pdf

(6) japan.internet.com

「YouTube 利用者の3割弱が“BGM 代わり”などの「便利ツール」として利用」

<http://japan.internet.com/research/20090225/1.html>

(7) IT用語辞典 e-Words

<http://e-words.jp/>

(8) INTERNET Watch

「レコード会社31社、YouTube 動画ダウンロード支援サイト「TUBEFIRE」を提訴」

http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20110823_472176.html

(9) ゼミ生の調査「音楽情報源の動向」

<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediares/2011/sya3/049kurabayashi.pdf>

インターネットと音楽 単純集計表 広報学科 B0P11024 大澤里奈

「社会調査」の授業のための調査です。無記名なので、率直にお答えください。

問1. 1日の中で音楽を聴く時間はどのくらいですか。(1つに) n=134

- | | | |
|-------------------|-------------------|--------------------|
| 1. 30分未満 14.2 | 2. 30分～1時間以内 24.6 | 3. 1時間～2時間以内 29.9 |
| 4. 2時間～3時間以内 13.4 | 5. 3時間以上 14.2 | 6. 音楽は聴かない 3.7 問5へ |

問2. 普段、どのような機器で1番長く音楽を聴きますか。(1つに) n=129

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----------------|
| 1. パソコン 13.2 | 2. デジタルプレイヤー(iPod等) 68.2 | 3. スマートフォン 10.9 |
| 4. 携帯電話(ガラケー) 3.9 | 5. コンポ 1.6 | 6. ラジカセ 0.0 |
| 7. その他 0.0 | 無回答 2.3 | |

問3. 音楽を入手する時、どのような方法で入手しますか。(あてはまるすべてに) n=129

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| 1. CDの購入 66.7 | 2. CDレンタル(店頭) 66.7 |
| 3. 友人からCDを借りる 44.2 | 4. 公式(有料楽曲や有料サイト)ダウンロード 14.0 |
| 5. 動画サイトからの無料ダウンロード 30.2 | 6. フリーソフトを利用したダウンロード 11.6 |
| 7. スマホ無料アプリ利用のダウンロード 7.8 | 8. 無料着うたサイトからのダウンロード 4.7 |
| 9. 友人からのメール添付 3.9 | 10. その他 5.4 |

問4. 好きなアーティストの情報はどのようなメディアで取得していますか。

(あてはまるすべてに) n=129

- | | | | | |
|----------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| 1. 公式HP 60.5 | 2. 動画サイト 27.1 | 3. SNSサイト 48.1 | 4. TV・番組 43.4 | 5. TV・CM 31.8 |
| 6. 雑誌・新聞(広告を含む) 25.6 | 7. ラジオ 14.7 | 8. 友人・知人 27.1 | 9. その他 8.5 | 無回答 |

問5. 1日のインターネット(パソコン・スマホ合わせて)の使用時間はどのくらいですか。(1つに) n=134

- | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1. 30分未満 5.2 | 2. 1～2時間以内 22.4 | 3. 2～3時間以内 31.3 |
| 4. 3～4時間以内 14.9 | 5. 4時間以上 26.1 | 6. 利用しない 0.0 |

You Tube やニコニコ動画等の動画閲覧サイト(以下、動画サイト)について

問6. 動画サイトの利用頻度はどのくらいですか。(1つに) n=134

- | | | | |
|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| 1. ほぼ毎日 38.1 | 2. 2～3日に1回 32.8 | 3. 4～5日に1回 4.5 | 4. 1週間に1回 11.2 |
| 5. 2週間に1回 8.2 | 6. 1ヵ月に1回 3.7 | 7. 利用しない 1.5 | |

問7. 動画サイトを利用する時の1日の利用時間はどのくらいですか。(1つに) n=134

- | | | |
|-----------------|-------------------|-----------------|
| 1. 30分未満 14.2 | 2. 1時間～30分以内 26.9 | 3. 1～2時間以内 24.6 |
| 4. 2～3時間以内 15.7 | 5. 3時間以上 17.2 | 6. 視聴しない 1.5 |

問8. 動画サイトの利用目的は何ですか。(1つに) n=134

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| 1. 好きな動画を見る(PV・ライブ以外) 38.8 | 2. アーティストのPV・ライブを見る 27.6 |
| 3. BGM代わりとして 9.7 | 4. 特に目的はない 1.5 |
| 5. その他 3.7 | 6. 利用しない 2.2 無回答 16.4 |

問 9. 動画サイトを利用する時の1日のうち、音楽関連の視聴時間はどれくらいですか。(1つに) n=134

1. 30分未満 30.6	2. 1時間～30分以内 30.6	3. 1～2時間以内 21.6
4. 2～3時間以内 8.2	5. 3時間以上 4.5	6. 視聴しない 3.7 問 11 へ

問 10. 動画サイトの利用後、a～eの項目の経験がありますか。(それぞれ1つずつに) n=129

	よくある	ややある	あまりない	全くない	無回答
a. 知らなかったアーティストを好きになった	38.8	39.3	14.0	7.8	0.0
b. CDを購入した	14.7	29.5	29.5	24.8	1.6
c. CD レンタルやダウンロード購入した	25.6	33.3	17.1	23.3	0.8
d. イベントやライブへ行った	14.0	20.9	23.3	41.1	0.8

問 11. 2011年8月まで音楽や動画ファイルの無料ダウンロードサイト「YouTube Fire」を利用したことがありますか。(1つに) n=134

1. 利用したことがある 31.3	2. 利用したことはない 68.7	問 13 へ
-------------------	-------------------	--------

問 12. 2011年8月に音楽や動画ファイルの無料ダウンロードサイト「YouTube Fire」が利用できなくなったことにより、音楽の入手方法は変わりましたか。(それぞれ1つずつに) n=44

	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
a. CDの購入	4.7	16.3	74.4	2.3	2.3
b. CD レンタル	16.3	23.3	60.5	0.0	0.0
c. 公式(有料のサイトや楽曲)ダウンロード	0.0	11.6	79.1	0.0	9.3
d. 動画サイトからの無料ダウンロード	16.3	18.6	51.2	2.3	11.6
e. フリーソフトを利用したダウンロード	11.6	14.0	62.8	0.0	11.6

SNS サイトについて

問 13. 普段、どのSNSサイトを利用していますか。(あてはまるすべてに) n=134

1. mixi 13.4	2. Twitter 86.6	3. Facebook 50.7	4. Myspace 2.2
5. LINE 27.6	6. その他 4.5	7. 利用していない 5.2	問 17 へ

問 14. SNSサイトでアーティストをフォローや“お友達”登録をしていますか。また、どのサイトで登録していますか。(あてはまるすべてに) n=127

1. mixi 13.4	2. Twitter 69.3	3. Facebook 26.8	4. Myspace 0.8
5. LINE 27.6	6. その他 3.9	7. 利用していない 26.0	問 17 へ

1. アーティストの公式な(ライブやCD発売等)情報(つぶやき)を見るため 89.4
2. アーティストのプライベートな情報(つぶやき)を見るため 70.2
3. アーティスト本人とSNSを通して交流したいため 19.1
4. 他のファンと交流するため 22.3
5. その他 3.2
無回答 1.1

問 16. アーティストのフォローや“お友達”登録をしたSNSの利用後、a～eの項目の経験がありますか。(それぞれ1つずつに) n=94

	ある	ややある	あまりない	全くない	無回答
a. アーティストに好印象を持った	37.2	47.9	11.7	2.1	1.1
b. CDを購入した	24.5	24.5	29.8	20.2	1.1
c. CDレンタルやダウンロード購入した	20.2	27.7	29.8	21.3	1.1
d. イベントやライブに行った	22.3	24.5	22.3	29.8	1.1
e. 他のファンとSNSサイト上で交流した	21.3	23.4	20.2	34.0	1.1

音楽ファイルのダウンロードについて

問 17. 掲示板サイトや動画サイトの利用、または、アプリやソフト等の利用で音楽ファイルを無料ダウンロードしたことがありますか。(1つに) n=134

- | | | | |
|-------------------|-------------------|--------|---------|
| 1. 利用したことがある 64.2 | 2. 利用したことがない 35.1 | 問 21 へ | 無回答 0.7 |
|-------------------|-------------------|--------|---------|

問 18. どのような理由で無料音楽ファイルダウンロードをしますか。(あてはまるすべてに) n=87

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. お金がかからないから 86.2 | 2. 店に行かなくてよい(手間が省ける)から 39.1 |
| 3. ダウンロード方法が簡単だから 35.6 | 4. ダウンロードしても特定されないか 5.7 |
| 5. みんなやっているから 11.5 | 6. CDが発売されない楽曲だから 25.3 |
| | 7. その他 1.1 |

問 19. ダウンロードしたアーティストのCD購入経験はありますか(1つに) n=87

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. CD購入したことがある 71.3 | 2. CD購入したことはない 28.7 |
|---------------------|---------------------|

問 20. ダウンロードした音楽やアーティストについてあてはまるものを選択してください。(1つに) n=87

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| 1. 好きなアーティストの楽曲 49.4 | 2. 興味があるアーティストの楽曲 14.9 |
| 3. アーティストよりも楽曲に興味があった 20.7 | 4. その他 1.1 |
| | 無回答 13.8 |

問 21. 今年、2012年10月1日より改正著作権法が施行されたことについてどのくらい知っていますか。(1つに) n=134

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| 1. 罰則の対象など詳しく知っている 12.4 | 2. 詳しくはないが、知っている 56.7 |
| 3. 詳しく知らないが、少し聞いたことがある 15.7 | 4. 全く知らない 13.4 |

問 22. 改正著作権法が施行されてどのように感じますか。(1つに) n=134

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| 1. 今まで通りダウンロードしても大丈夫だろう 4.5 | |
| 2. たくさんダウンロードしなければ大丈夫だろう 3.0 | |
| 3. 合法との線引きがあいまいで不安 39.6 | |
| 4. ダウンロードしたら検挙されてしまうのが不安 20.9 | 5. 特に気にしていない 32.1 |

問 23. 改正著作権法が施行されてから(2012年10月1日~)音楽ファイルを無料ダウンロードしましたか。(1つに) n=134

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. ダウンロードした 21.6 | 2. ダウンロードしていない 78.4 |
|------------------|---------------------|

問 24. 改正著作権法が施行されてから（2012 年 10 月 1 日～）音楽の入手方法は変わりそうですか。（それぞれ 1 つずつに ）n=134

	増えそう	やや 増えそう	変わらない そう	やや 減りそう	減りそう
a. CD の購入	6.0	17.9	73.1	0.7	2.2
b. CD レンタル	19.4	23.1	53.7	1.5	2.2
c. 公式（有料のサイトや楽曲）ダウンロード	6.7	13.4	70.9	3.0	6.0
d. 動画サイトからの無料ダウンロード	7.5	10.4	54.5	14.9	12.7
e. フリーソフトを利用したダウンロード	4.5	9.0	55.2	16.4	14.9

F1. 性別（1 つに ）n=134

1. 男 41.8	2. 女 58.2
-----------	-----------

F2. 学年（1 つに ）n=134

1. 1 年生 88.8	2. 2 年生 8.2	3. 3 年生 3.0	4. 4 年生 0.0
--------------	-------------	-------------	-------------

F3. 学科（1 つに ）n=134

1. 広報 100	2. 経営情報	3. 情報システム
4. 国際理解	5. 国際観光	6. 健康栄養

調査は以上で、終了です。 ご協力ありがとうございました。