

音楽 CD 売上減少の要因についての考察

Consideration of the Factors Concerning the Decrease in Music CD Sales

後藤時政[†], 岡本昌也^{††}

Tokimasa GOTO and Masaya OKAMOTO

Abstract In this paper, the factors concerning the decrease in music CD sales were investigated. The music world insists that the music CD sales are influenced by the copy of a music CD to a CD-R used for data maintenance and the acquisition of music data on network with file exchange software. At first, whether these two factors greatly influenced the decrease in music CD sales was investigated from the WEB questionnaire and the statistical materials shown by various organizations. In conclusion, it was not able to be declared that these two factors greatly influenced the decrease in music CD sales. Next, the factors found by the consumer such as the popularize of a cellular phone, the decrease in music boom, the end of karaoke boom and the spread of rental CD shops were similarly investigated. These factors also influenced the decrease in music CD sales.

1. はじめに

近年、音楽 CD が売れなくなったと言われるようになった。音楽業界はその元凶をデータ用 CD-R を利用した音楽 CD のコピーやファイル交換ソフトを用いて行われる音楽データの取得と断言し、これらによって行われる不正デジタルコピーを問題視している。一方で消費者の間では、不正デジタルコピーのみがその要因ではなく、その他のいくつかの要因が音楽 CD 売上の減少に影響を及ぼしているという声も聞かれる。

本研究ではデータ用 CD-R を用いた音楽 CD のコピーやファイル交換ソフトを用いて行われる音楽データの取得が、音楽 CD 売上減少に与える影響を各種機関の統計データなどの調査資料を用いて調べた。また WEB 上に設置したアンケートによって独自調査も行い、それらの影響の程度について考察した。次に WEB アンケートを利用し、消費者が考える音楽 CD 売上減少の要因を調査し、それらが音楽 CD 売上に及ぼす影響の程度についても同様に調査した。

2. 音楽 CD 売上の推移および音楽業界が主張する CD 売上減少の要因

図 1 に 1992 年から 2004 年にかけての音楽 CD 生産高の推移を示す¹⁾。音楽 CD の生産額は 1998 年までは順調に成長し続けたが、その後マイナス成長を続けている。最高生産額を記録した 1998 年の約 5900 億円と 2004 年の約 3800 億円とを比較すると、その減少割合は 36% に

なる。

1999 年以降の音楽 CD の売上減少に対して、日本レコード協会の富塚勇会長（2003 年当時）は、“音楽 CD の販売額はマイナスを更新し続けている。元凶は間違いなく家庭用パソコンによる不正コピーが横行しているからだ。”というコメントを発した。このことから、音楽業界はその元凶を、データ用 CD-R を利用した音楽 CD のコピーやファイル交換ソフトを用いて行われる音楽データの取得と断言し、これらによって行われる不正デジタルコピーを問題視している。

3. WEB アンケート

本研究では各種機関の統計データなどの調査資料を用いて、音楽 CD 売上減少の要因と思われる事項について、その影響の程度を調査した。またインターネットを利用し、WEB 上に設置したアンケートによって独自調査も行った。

WEB アンケートは、WEB サイト (<http://www.enquete.ne.jp/hundred/>) 上にアンケートを設置し、インターネットへの接続環境を持つ人を調査対象とした。調査は 2 回行い、第 1 回アンケート調査は 2004 年 8 月から 12 月にかけて行い、第 2 回は 2005 年 1 月に行った。第 1 回アンケート調査では、①アルバム音楽 CD 1 枚について、いくらが適正価格だと思いますか（記述による回答）、②携帯電話の使用料を気にして音楽 CD 購入を控えたことがありますか（有り、無、携帯を持っていない、の 3 つから選択）、③昔と比べ、名曲だと思える曲は増えましたか（増えた、変わらない、減った、の 3 つ

[†] 愛知工業大学 経営情報科学部 情報科学科 (豊田市)

^{††} 愛知工業大学 基礎教育センター (豊田市)

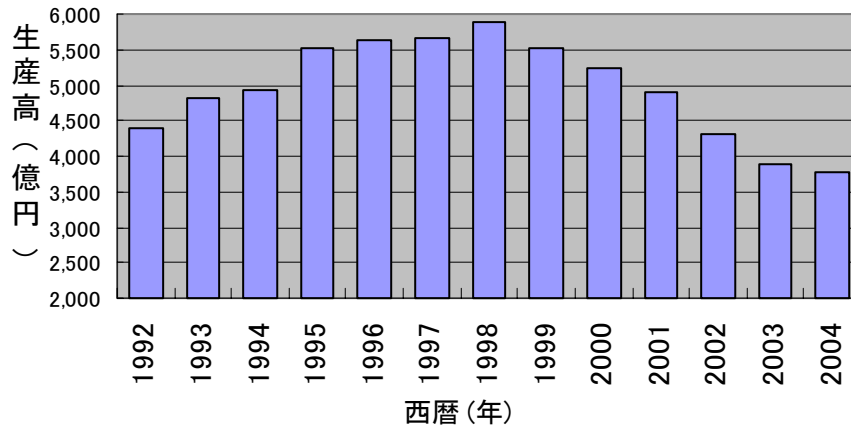


図 1 音楽 CD 売上高の推移

から選択), ④音楽 CD の売上げが落ちている理由は何だと思えますか(記述による回答)の 4 つについて質問し, 第 2 回アンケート調査では, CD-R でのコピーの利用によって, 音楽 CD 購入量は変わりましたか(増えた, どちらかといえば増えた, 変わらない, どちらかといえば減った, 減った, の 5 つからの選択)について質問した。ただしこの質問については, 年に 10 枚以上音楽 CD アルバムを購入する人のうち, CD-R での音楽 CD のコピー経験がある人に対して質問した。

第 1 回アンケート調査では 141, 第 2 回アンケート調査では 45 の回答が得られた。図 2 に実際に WEB 上に設置したアンケート画面を示す。

4. CD-R を用いた音楽 CD コピーが売上に及ぼす影響

4・1 CD-R 書込可能ドライブの売上推移および CD-R メディアの価格推移

図 3 に書込可能 CD ドライブ出荷台数の推移を示す²⁾。CD-R が登場したのは 1989 年である。一方, 現在の録

音用メディアの主流である MD が登場したのは 1993 年であり, CD-R の歴史は実は MD よりも古い。CD-R は発売当初, ドライブやメディアの価格が高かったため, 主に業務用としてデータのバックアップに使用されていた。CD-R ドライブが一般層に普及しはじめた時期は 1998 年頃である。この頃から, パソコンメーカーが一部の高級機種に CD-R ドライブを搭載するようになった。1999 年下半年から 2000 年頃になると安価なパソコンにも CD-R ドライブが搭載されるようになり, その市場は急激な伸びを示した。

また図 4 に示した CD-R メディア価格の推移状況³⁾より, CD-R ドライブ普及当初の 1997 年 10 月には, 一枚あたり約 490 円だった CD-R メディアの価格は 1999 年 4 月には約 180 円, 2000 年 6 月には約 110 円と大きく下がり, 現在では約 70 円にまで下がっている。一方 MD の価格は 90 円から 120 円程度で推移しており, この価格が 2000 年上半期の CD-R メディアの価格と同等であることから, CD-R を用いた音楽 CD のコピーが一般的になった時期は 2000 年から 2001 年頃と推測できた。

4・2 データ用 CD-R での音楽 CD コピーの違法性

データ用 CD-R は MD と異なり, 私的録音補償金制度⁴⁾の対象にはなっていないため, 補償金が支払われない。データ用 CD-R で音楽 CD をコピーする行為の違法性については, ①デジタルコピーは私的録音補償金の支払いが必要であり, データ用 CD-R にはそれが含まれないため違法である, ②データ用 CD-R は私的録音補償金制度の対象外であるため合法である, の二通りの見解がされており, 法律家により意見が異なる。

音楽業界はデータ用 CD-R を私的録音補償金制度の対象に含めるべきだと主張している。しかし, この主張はパソコンによるデジタルコピーを抑止しようとしている音楽業界の動きとは矛盾しており, 反対の声は多い。

そもそも現状の私的録音補償金制度は, 音楽を音楽専用

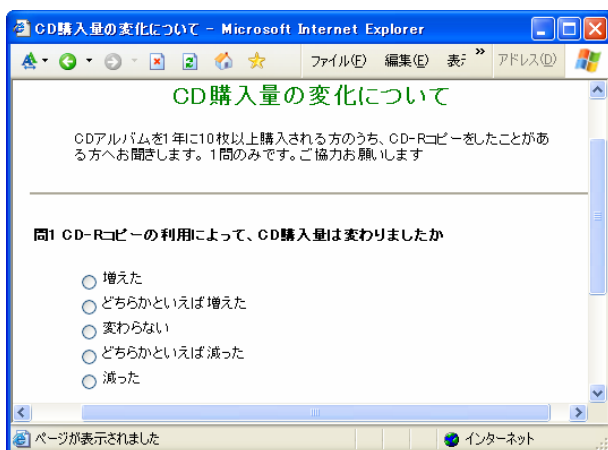


図 2 Web アンケート調査の画面

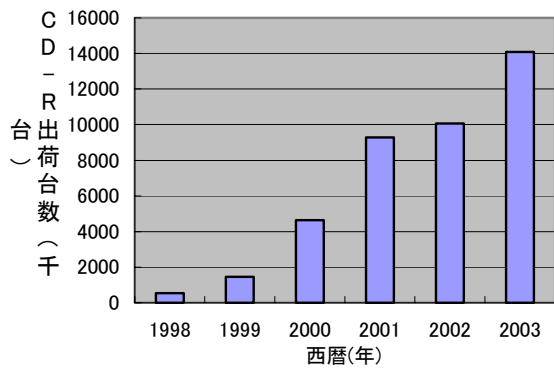


図3 書込可能ドライブ出荷台数推移

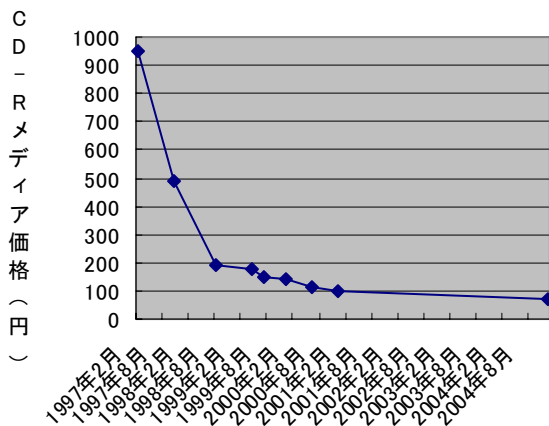


図4 CD-R メディア価格推移

の機器とメディアを使って聴くという前提で成り立っている。しかしパソコンとインターネットの普及により、汎用の機器やメディアでの音楽 CD のコピーが容易になり、その前提が崩れているのが現状である。早急な制度見直しが必要であると考えられる

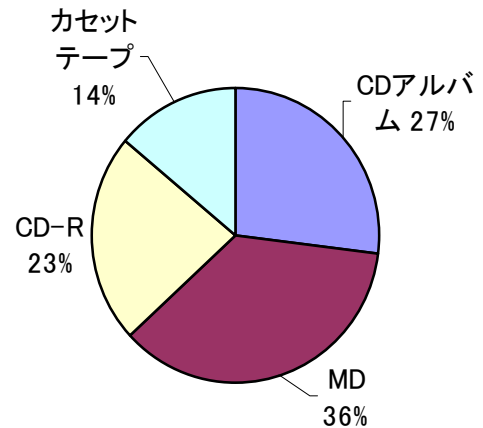
4・3 CD-R 利用者が音楽 CD 売上に及ぼす影響

音楽業界は音楽 CD の CD-R コピーを問題視している。ここでは実際にそのような行為が音楽 CD 売上に大きな影響を及ぼしているのか考察してみる。日本レコード協会による調査資料である、“音楽コンテンツ個人録音およびそれに関わる CD-R 等の利用実態”をもとに検証していく。この調査は、あらかじめ無作為に定めた地点内での割りつけの属性で対象者を 1000 人選定し、アンケート調査を行ったものである。

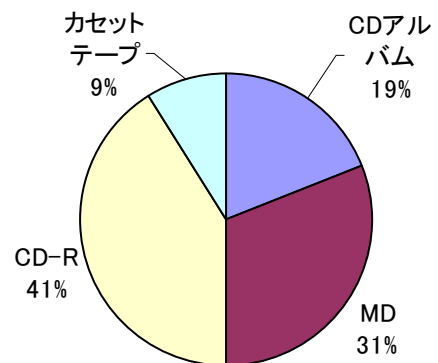
調査対象者全体および CD-R コピー経験者の半年間における音楽ソフトの平均総入手数を表 1 に、そのメディア構成比を図 5 に示す。図 5 (a) は調査対象者全体に対する結果であり、その母数は 1000 人である。一方図 5 (b) は図 5 (a) の全体のうち、CD-R コピー経験者についての結果であり、その母数 223 人である。

表 1 半年間における音楽ソフトの平均総入手数

対象	平均総入手数 (枚または本)
全体	7
CD-R コピー経験者	14



(a) 全体 (1000 人)



(b) CD-R コピー経験者 (223 人)

図 5 半年間に入手した音楽ソフトのメディア構成比

表 2 半年間における CD アルバム平均購入枚数

対象	CD アルバム平均 購入枚数(枚)
全体	1.9
CD-R コピー経験者	2.7

日本レコード協会は図 5 (a) と図 5 (b) を比較して、“CD-R コピー経験者は全体に比べて CD アルバムを入手する割合が低く、中でも CD-R のシェアが 41% と MD

の割合を大きく上回る”と述べ、CD-R コピーが音楽 CD 売上減少の原因であると主張している。

ここで、表 1 の調査対象者全体と CD-R コピー経験者の音楽ソフト平均総入手数、それらと図 5 (a)および図 5 (b)中の CD アルバム購入率に注目し、そこから半年間における調査対象者全体および CD-R コピー利用経験者の CD アルバム平均購入枚数を求めることにした。すると表 2 に示すように、全体では 1.9 枚、CD-R 音楽録音経験者は 2.7 枚となった。

CD-R コピー利用経験者は全体平均の 1.5 倍近い量の音楽 CD を購入していることがわかる。このことから、音楽業界が音楽 CD 売上減少の要因として主張する CD-R による音楽 CD のコピーは、必ずしもそうであるとは断言できず、逆に CD-R を利用する人の多くは音楽業界にとっての優良顧客と言えることがわかった。

4・4 CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入増減意識

図 6 に日本レコード協会による CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入増減意識についての調査結果を示す。調査対象者は、全国からランダムに選出された回答者 1000 人のうち、CD-R コピー経験があった 223 人である。

この調査によると減った（減った、どちらかといえば減ったの合計）は 26%と、増えた（増えた、どちらかといえば増えたの合計）の 18%を上回っている。しかし、これらの割合を全体からみた割合に換算すると、減ったのは 5.8%、増えたのは 4.0%となり、CD-R コピー経験が音楽 CD 売上減少に直接関係するであろう差は 1.8%に過ぎないことがわかる。このことから、音楽業界の主張のように、これが多大な影響を及ぼしているとは断言できない。

4・5 WEB アンケートによる音楽 CD 購入量が多い人の CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入増減意識調査

前述の二つの調査結果から、CD-R 利用者は音楽 CD 購入枚数が多い傾向があり、また CD-R コピーの普及は音楽 CD 売上減少に多少なりとも影響している、ということがわかった。

そこで本研究では、“音楽 CD 購入量が多い人の音楽 CD 購入量が CD-R コピー経験によって減ったことが、売上減少の原因の一つになっている”という仮説を立て、WEB アンケートにて音楽 CD 購入量が多い人を対象に CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入量について調査した。図 7 にアンケート調査の結果を示す。

アンケート調査の結果より、CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入量増減は、“減った”は 20%、“増えた”は 34%と“増えた”が“減った”を上回った。仮説と異なり、CD 購

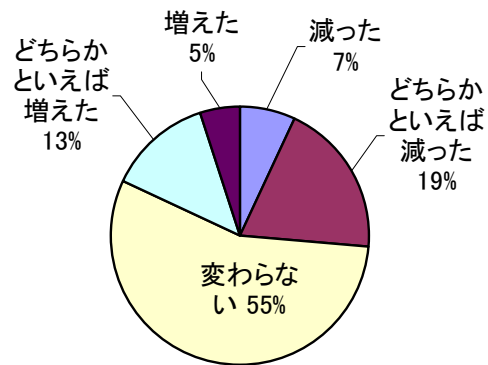


図 6 CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入変化

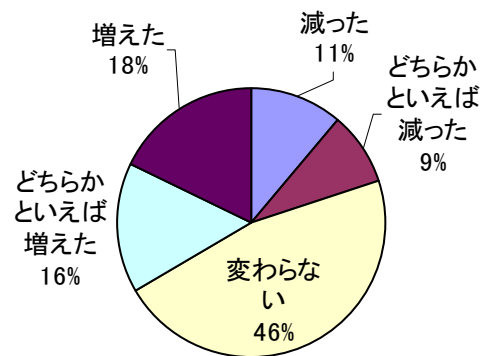


図 7 CD-R コピー経験後の音楽 CD 購入変化
(購入量が 10 枚/年以上の人)

入量が多い人は CD-R コピー利用後も CD 購入量が増えていることがわかった。今回の調査の結果と日本レコード協会による調査結果を合わせると、普段あまり音楽 CD を購入しないライトユーザが音楽 CD を CD-R コピーをするようになったことこそが音楽 CD 売上減少に影響している要因であると考えられた。

5. ファイル交換ソフトを用いた音楽データの取得

5・1 ファイル交換ソフト

ファイル交換ソフトとは、インターネットを介して不特定多数のコンピュータの間でファイルを共有するソフトのことである。著作権侵害をはじめとする違法な情報流通の温床になっているとして非難の対象となっている。ファイル交換ソフトは多数あるが、ダウンロードまでの基本的な流れは共通している。はじめにソフトを起動し、欲しいファイル名を入力し検索ボタンを押す。すると、同じソフトを起動しているユーザが持つファイルの中から該当するものを探し出し、その一覧が表示される。最後にその中から欲しいファイルを見つけ出しダウンロード

ード操作をすれば、音楽データなど自分が欲しいものがダウンロードできる。

1999年6月、Napsterがファイル交換ソフトとして初めて登場し、主に音楽の不正コピーの場としてそのユーザ数を増やしていった。Napsterが日本で広く普及した時期は2000年ごろと言われている。その後Napsterの運営母体であるNapster社はアメリカレコード協会に著作権侵害幫助で訴えられ、法廷闘争の末2001年7月にサービスを停止した。しかしその後、機能強化された後継ソフトが続々と開発されたため、ファイル交換ソフトのユーザ数増加に歯止めがきかなくなった。

5・2 ファイル交換ソフトの仕組み

ファイル交換ソフトは、中央サーバ型と純粋型の2種類に大きく分けられる。ファイル交換ソフトのネットワーク形態を図8に示す。中央サーバ型は接続しているユーザ情報やファイルリストを中央サーバが管理し、ファイルの転送のみを利用者間で直接行なう形態である。ファイル共有ソフトのさきがけとなったNapsterや現在の主流ファイル交換ソフトの一つであるWinMXはこの形態をとっている。これに対し後者は、情報を管理するサーバがなく、すべての情報がパケツリレー式に利用者の間を流通する形態である。Napsterの後に登場したGnutellaや日本人ユーザの多いWinnyはこの形態をとっている。前者のほうが無駄な通信が少なく効率的であるが、サーバが停止するとサービス全体が停止してしまうという欠点を有する。後者は利用者が増えると加速度的にネットワークが混雑してしまうが、どこか一ヶ所が停止してもネットワーク全体が停止することは無いという特徴を持つ。

Napsterの後に登場したファイル交換ソフトは純粋型の形態を取るものが多い。その理由はNapsterがサービス停止に追いやられたことにある。Napsterはその形態上、ファイルリストを持ち、パソコン同士のやりとりを仲介するための中央サーバを運営する者がいなければならない。Napsterの開発者は自身でNapster社を設立し中央サーバの運営を行っていた。そのため上述したように、アメリカレコード協会はNapster社を提訴し、2001年7月にサービスを停止させることに成功した。それに対し、純粋型の形態をとるファイル交換ソフトには運営母体がない。そのため、ファイル交換のネットワークを壊滅させることは困難、もしくは不可能とされている。なお、WinMXは中央サーバ型だが、運営母体を持たない特徴も持つため、同様の問題を抱えている。

5・3 ファイル交換ソフトの違法性

Napster社は著作権侵害の幫助をしていることが認め

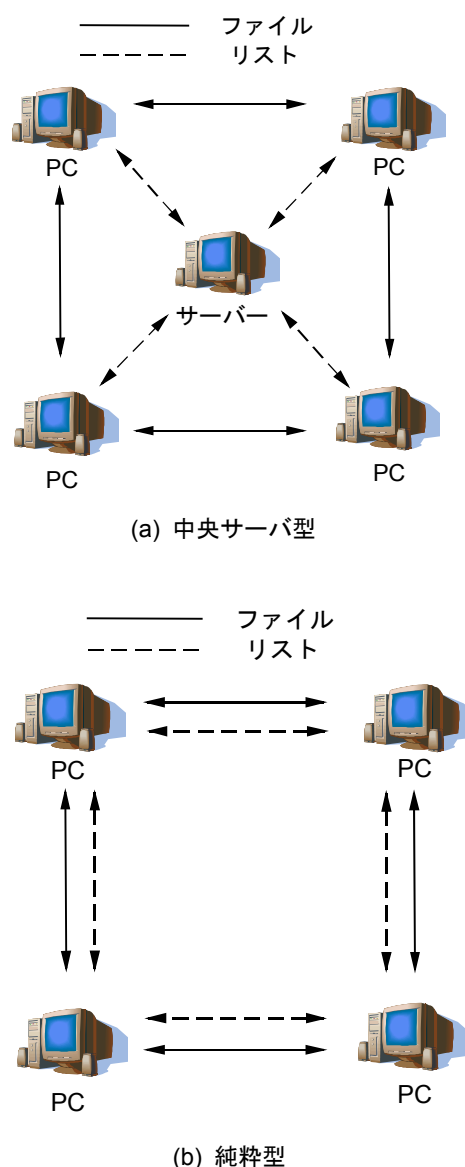


図8 ファイル交換ソフトのネットワーク形態

られ、アメリカレコード協会が起こした訴訟によりそのサービスを停止した。では、運営母体を持たないファイル交換ソフトの場合、ソフトまたはその開発者に違法性を問えるのだろうか。

運営母体を持たないファイル交換ソフトを使用して行われる著作権侵害行為に対する責任を、ファイル交換ソフト開発者または配布企業に責任を問う裁判などは様々な国で行われてきた。その例を表3にまとめた。

表3より、悪いのはファイル交換ソフトを用いて違法行為を行うユーザであるとの見解が一般的であり、運営母体の無いファイル交換ソフトとその開発者に違法性は無いとする判例が多い。このことから、純粋型ファイル交換ソフト Winny の開発者である金子勇氏の逮捕を問題視する法律家は多い。

表 3 純粋型ファイル交換ソフトに対する判例

時期	名称 (国)	ネットワーク形態	判例
2002 年 3 月	KaZaA (オランダ)	純粋型	オランダの音楽団体である Buma/Stemra が, KaZaA が著作権侵害をしているとして KaZaA を提訴. オランダの上訴裁判所はソフト開発者が法的に責任を負うことはないとする判断を下した.
2003 年 4 月	Morpheus (アメリカ)	純粋型	アメリカ連邦地裁は, ファイル交換ソフトを入手した人々の使用方法については全く関与していない点を指摘, 法的責任を負うことはないとする判断を下した.
2003 年 12 月	KaZaA (オランダ)	純粋型	オランダ最高裁は, ファイル交換ソフト「KaZaA」を公に配布する行為が合法であるとの判決を下した.
2004 年 5 月	Winny (日本)	純粋型	Winny は著作権侵害の助長にあたると判断, 開発者である金子勇氏が著作権侵害の助長容疑で逮捕された.
2008 年 8 月	Morpheus (アメリカ)	純粋型	米連邦控訴裁は, ファイル交換ソフトを使用して行なわれる著作権侵害行為に対する責任を負うことはないとする判断を下した.

5・4 ファイル交換行為の違法性

音楽ファイルをファイル交換ソフトで交換する行為は, 送信可能化権と公衆送信権の侵害にあたる. 送信可能化権とは, 実演家またはレコード製作者が有する権利であり, 自分の実演またはレコードを端末からのアクセスに応じ, 自動的に公衆に送信し得る状態に置く権利である. 一方公衆送信権は, 著作者が有する権利であり, 公衆によって直接受信されることを目的として無線通信または有線電気通信の送信を行うことをコントロールできる権利である. 前者はその権利を有していないものが著作物を第三者に送信できる状態にした時点, 後者は著作物が第三者によって実際にアップロードされた時点でその権利を侵害したものと見なされる.

ファイル交換ソフトによる著作物のダウンロード行為については, ダウンロード行為はアップロードする人がいなければ成り立たないという理由から規制されておらず合法とされている.

ここで問題になるのが各々のファイル交換ソフトの仕様である. WinMX などの場合, 自分が共有しているファイルや誰に何を送信しているかをコントロールできるため, ファイルが送信されればそれは自らの意思による

と判断でき, 罪を問うことが出来る. 一方 Winny はファイルの送受信が第三者を介して行われる. この時, 第三者は意図して送信しているのではなく, また誰に何を転送しているのか通常は知ることが出来ない. 現在この第三者に罪を問えるか否かを明確に定めた条文は無く, そのような判例もない. しかし, もし第三者に罪を問えた場合, Winny は起動しているだけで違法ということになる.

5・5 ファイル交換ソフトが音楽 CD 売上減少に与える影響

ファイル交換ソフトは音楽 CD 売上減少の原因として音楽業界から忌み, 嫌われてきた. しかし, ファイル交換ソフトを歓迎し, 支持するアーティストが現れるなど, 音楽 CD 売上への影響を疑問視する声も多く, ファイル交換ソフトの存在の是非について議論され続けてきた. 表 4 にさまざまな調査機関がファイル交換ソフトが音楽 CD 売上に及ぼす影響について調査した結果をまとめた.

この他にもアメリカの経済学者 Felix Oberholzer 氏および Koleman Strumpf 氏は, 2002 年に 17 週にわたり約 175 万件の音楽ファイルのダウンロード状況を追跡

表 4 ファイル交換ソフトが音楽 CD 売上減少に与える影響に関する調査

調査時期	調査組織	調査対象	調査結果
2007 年 7 月	調査会社 Jupiter Communications(アメリカ)	オンライン音楽ダウンロードサービス利用者	ファイル交換サービス利用者は非利用者に比べ, 45%も多くの楽曲を購入している.
2002 年 2 月	アメリカレコード協会	12 歳から 54 歳の音楽ファン 2255 人	音楽ファンの 23%が音楽を無料でダウンロードやコピーで入手できるため, あまり音楽を買わないという結果から, このことが売上減少の原因となっているとした.
2002 年 5 月	日本レコード協会・コンピュータソフトウェア著作権協会	インターネット利用者 31,485 人	CD 購入経験者がファイル交換ソフトでダウンロードしたファイル数の平均は 58 件だったが, CD 未購入者は 84 件と CD 購入者を上回った. これは需要を拡大するという意見とは反対の結果である.
2002 年 8 月	アメリカ 調査会社 Yankee Group Forester Research	1,000 人のインターネット利用者	デジタル音楽を頻繁に利用するユーザの CD 購入数が減少したことを示す傾向は見られなかった. またレコード会社が規制のゆるい音楽配信サービスを行う必要性がある.

し、やりとりされた音楽ファイルとそれらの曲やアルバムの実際の売上を比較し、その結果頻繁にダウンロードされた楽曲でもその曲が収録されるアルバムへの悪影響は見られず、統計学的にファイル交換ソフトが音楽業界の売上に及ぼす影響はほとんど無いとしている。

このようにファイル交換ソフトの是非は、調査機関によって全く違う結果が出ていることがわかる。日本レコード協会、アメリカレコード協会を代表とする音楽業界の団体では“ファイル交換ソフトが音楽 CD 売上に悪影響を及ぼす”とする傾向があるが、その他の調査会社や経済学者では“ファイル交換ソフトは売上の減少とは関係ない”とする傾向が見られた。

各種機関や専門家による調査結果のばらつきを見る限り、ファイル交換ソフトが音楽 CD の売上に実際にどの程度影響を及ぼしているのか明確にすることは極めて難しいと思われる。

6. 消費者の考える音楽 CD 売上減少の要因

6・1 携帯の普及

日本レコード協会による音楽メディアユーザー実態調査 2003 年度版によると、音楽メディアユーザーの過去半年間に支出したエンタテインメント消費（娯楽に関する消費）の平均金額 69,662 円のうち、携帯電話の通信料に費やされた支出は 15,710 円と最も高額であり可処分所得に与えている影響は多大であると推測している。

図 9 に WEB アンケートにて“携帯電話の使用料を気にして、音楽 CD の購入を控えたことはありますか”の質問に対する集計結果を示す。携帯所有者のうち 11% が有ると答えた。このことから携帯の普及は音楽 CD 購入量に悪影響を及ぼしていることが考えられた。

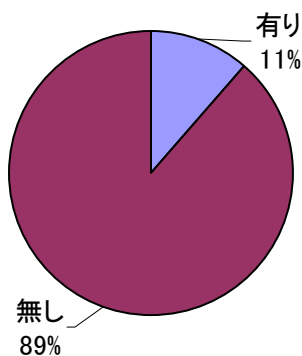


図 9 携帯電話使用料を心配しての CD 買控経験の有無

6・2 ブームの変化

音楽 CD 売上減少の要因の一つとして、大きなブームが減ったことが考えられる。ここでは音楽のブームとそこから生まれたアーティストを追うことにする。1990 年代前半には“東京ラブストーリー”、“101 回目のプロポーズ”等、トレンドドラマと呼ばれる TV ドラマが社会的に流行した。それらとのタイアップがヒットにつながり、小田和正や CHAGE&ASKA、Being 所属アーティストら (B'z, ZARD など) がヒットチャートに名を連ねた。その後、1994 年から 1997 年頃にかけては小室哲哉プロデュースによるアーティストら (trf, globe, 安室奈美恵, 華原朋美など) がヒット、小林武史 (Mr. Children, My Little Lover)、伊秩弘将 (SPEED) などのプロデューサーが注目された。以降、1997 年から 1999 年頃の GLAY, L'Arc-en-Ciel, LUNA SEA を筆頭とした (ヴィジュアル系) バンドブーム、1999 年から 2000 年頃の宇多田ヒカル, Misia, 倉木麻衣らによる女性 R&B ブームと続いた。しかし 2001 年以降になると大きなブームはなくなり、売上を長く維持できないアーティストが増えるようになっていった。

これらを見ると、年を遡るほど、音楽業界に大きな流行があったことがわかる。大きなブームがあるとヒットチャートにその影響が表れ、一般購買層にとって音楽業界のトレンドがわかりやすくなり購入時の安心感につながる。近年これらの傾向が無くなりつつあることが音楽 CD 離れを起こしていると考えられる。

また、ベストアルバムの乱発も音楽 CD 離れの原因と言われている。1997 年 10 月、当時人気絶頂期だった GLAY はベストアルバム、“REVIEW”を発売し、500 万枚のセールスを記録した。このヒットは、移籍や活動休止、解散、デビュー 10 周年といった大きな節目にのみリリースされてきたこれまでのベストアルバムの流れを変え、音楽活動中のリリースを定着させた。近年ではオリジナルアルバムを 2, 3 枚出ただけでベストアルバムを出すなど極端に高頻度化している。ベストアルバムの乱発は、一般購買層に“どうせすぐにベストアルバムが出る”という思いを起こさせてしまい、シングルやオリジナルアルバムの買い控えを誘発し、結果的に全体の売上を落とす可能性がある。

6・3 カラオケブームの沈静化

図 10 に音楽 CD 購入額の年齢別マーケットシェア (1998 年)¹⁾、図 11 に音楽 CD 生産高とカラオケルーム数の推移を示す⁵⁾。1990 年代に入るとカラオケボックスが登場し、1992 年に通信カラオケが登場したことをきっかけにカラオケは若年層の間にも流行した。カラオケブームは、カラオケで歌うために音楽 CD を購入する

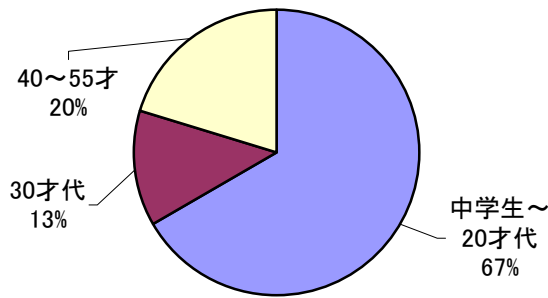


図 10 CD 購入額の年齢別マーケットシェア(1998 年)

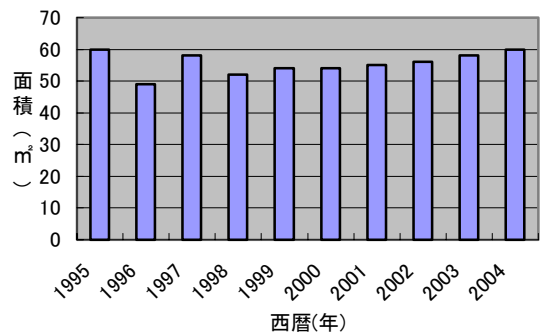


図 12 店舗あたりの CD レンタル面積(m²)

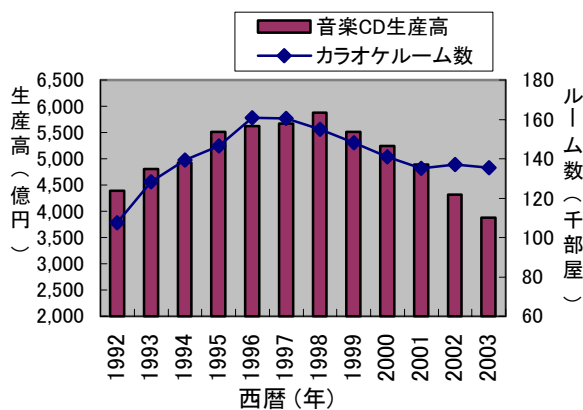


図 11 音楽 CD 生産高とカラオケルーム数の推移

といった動機を生み、普段音楽を聴かない人が音楽に触れる機会を生み出した。カラオケが音楽 CD の主な購買層である若年層に広まったことが、音楽 CD の売上増加を後押ししたと言われている。

カラオケルーム数は 1996 年には 160,680 部屋に達した。しかし 1997 年以降減少し、2000 年以降のカラオケルーム数は 135,000 部屋となっている。カラオケルーム数の減少を追うように音楽 CD 売上も減少に転じていることから、カラオケブームが過ぎ去り音楽 CD 購入量が減少したことが売上減少に繋がったと推測できる。

6・4 レンタル音楽 CD の普及

近年、TSUTAYA を代表とする大型レンタル店が多く見られるようになった。その為、レンタル CD が音楽 CD 売上に悪影響を及ぼしているという意見が多く見られた。また、日本レコード協会の調査によると“レンタル CD 利用者の 97%が録音を経験している”とあるように、レンタルとコピーは密接な関係にある。そこでレンタル店の実態を調べた。

図 12 に店舗あたりの CD レンタル面積の推移を示す。レンタル店は大型化が進んでいるが、CD レンタルに

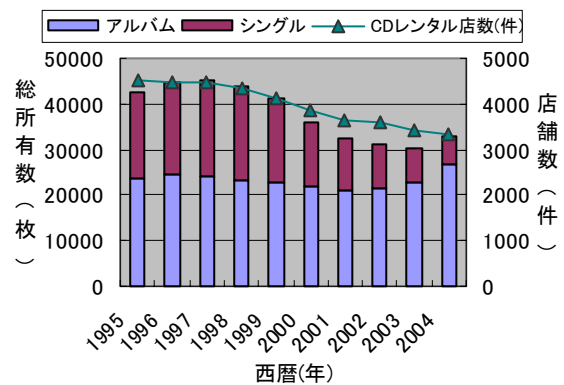


図 13 レンタル CD 総所有数と CD レンタル店数

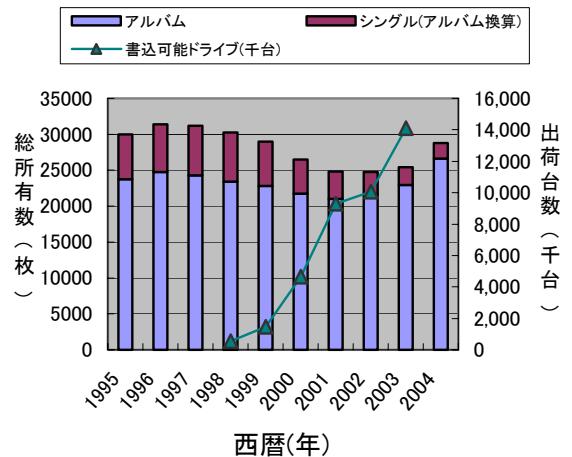


図 14 レンタル CD 総所有数(アルバム換算)と書込可能ドライブ出荷台数

費やされる面積は過去 10 年間大きく変わっていない。そのため、レンタル業界のレンタル CD 総所有数は、図 13 に示したように CD レンタル店の減少に伴い減少する傾向が見られる。

さて、ここでシングルとアルバムの価格差を考慮し、

シングルをアルバムの枚数として換算したときのレンタル CD 総所有数の変化を調べることにする。なお、換算方法はシングルがアルバムのおよそ 1/3 の価格であることから、シングルの所有数を 1/3 倍することでアルバム相当の枚数とした。すると、図 1 4 に示したように、2001 年まで減少傾向が見られたものの、それ以降は回復傾向にあることがわかった。音楽 CD 売上減少の 1 つの要因である CD-R の普及後からレンタル CD 市場が回復に転じていることから、レンタル CD の存在が音楽 CD 売上に影響している可能性があると判断することができた。

6・5 その他の要因

6・5・1 CD の価格

WEB アンケートにてアルバム音楽 CD の適正価格を質問した結果を図 1 5 に示す。これらの回答を平均したところ 2,129 円となった。音楽 CD の価格は売上が伸び続けていたころから、シングルは約 1,000 円、アルバムは約 3,000 円で販売されており、消費者は現在の価格を割高だと感じていることがわかった。

消費者が音楽 CD の価格を割高だと感じるようになったのは、①DVD の台頭、②輸入盤の価格の認知、③物価の下落といった理由が考えられる。すなわち、DVD には 1,500 円ほどで販売されるものもあり、消費者が良く似た形態のメディアである音楽 CD に対し、“音楽しか入っていないのに 3,000 円もする”と感じるようになったこと。また 1,700 円で販売されているアメリカやイギリスからの輸入盤アルバムの価格が、HMV、Tower Record を始めとする外資系企業の進出やインターネットの普及により広く一般的に知られ、国内の音楽 CD が高く感じられるようになったこと。さらに消費者物価指数は 1999 年以降 5 年連続して下落しているが、音楽 CD は再販売価格維持制度⁶⁾により価格が維持され続けたということがそれらの理由である。

こうした意識の変化が音楽 CD 購入量の減少に繋がり、音楽 CD 売上に影響を及ぼしていると考えられる。

6・5・2 名曲と感じる曲数

図 1 6 に名曲と感じる曲数の増減意識のグラフを示す。WEB アンケートで“昔と比べ、名曲だと思える曲は増えましたか”と質問したところ、“減った”が 63%と過半数を占めた。この結果から、楽曲の魅力が無くなっていることも音楽 CD 売上に影響を及ぼしていると考えられる。

7 まとめ

本研究では、音楽業界が音楽 CD 売上減少の元凶と主張している、データ用 CD-R を利用した音楽 CD のコピーやファイル交換ソフトを用いて行われる音楽データの

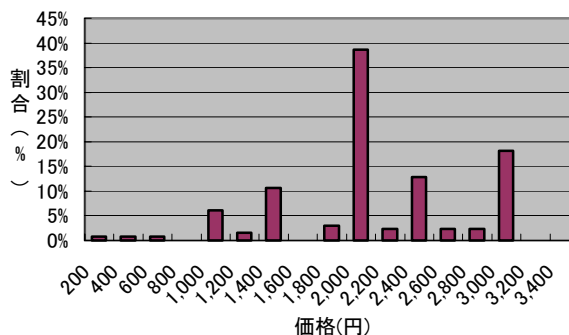


図 1 5 消費者の考える CD アルバムの妥当価格の分布

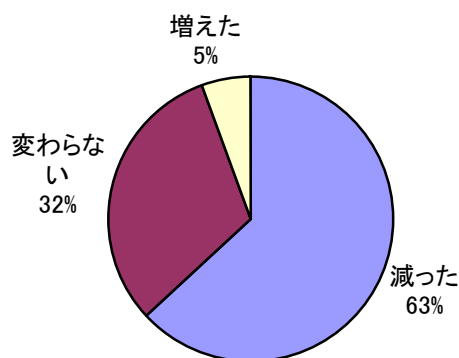


図 1 6 名曲と感じる曲のリリース数の増減意識

取得について、本当にそれらが音楽 CD 売上減少に影響しているかどうかを各種機関の統計データなどの調査資料を用いて調べた。また WEB 上に設置したアンケートによって独自調査も行い、それらの影響の程度について考察した。

その結果、これらのみが音楽 CD 売上減少の要因になっているとは断言できず、携帯電話の普及、音楽のブームの減少、カラオケブームの沈静化、レンタル CD の普及といった要因も大きく影響を及ぼしている可能性があることを明らかにした。

また、消費者の多くが現在の音楽 CD の価格を高いと感じていることがわかった。さらに、消費者は名曲と感じる曲が減っていると感じており、このことは何よりも音楽 CD 売上減少に直結するものと考えられる。楽曲に魅力がなくなったことで消費者の音楽 CD 購入意欲が無くなり、売上減少に繋がっていると推測できた。

[謝辞]

本論文の作成にあたり、愛知工業大学ラグビー部諸君にデータ収集の手助けをしていただきました。ここにそれを記し、感謝の意を表します。

注) _____

- 1) 社団法人日本レコード協会資料 (<http://www.riaj.or.jp/>) による.
- 2) 社団法人電子情報技術産業協会資料 (<http://it.jeita.or.jp/document/ittguide/>) による.
- 3) 秋葉原 CD-R メディア価格調査資料 (<http://www.hat-hi-ho.ne.jp/~fujie/>) による.
- 4) 的録音補償金制度とは, 平成 5 年 6 月 1 日に創設されたもので, 従来自由かつ無償であった私的な録音について権利者の被る経済的不利益を補償するため, デジタル方式の機器・記録媒体を用いて行う場合には, 録音自体は自由としつつ, 権利者(作曲家や作詞家などの著作権者, 歌手や演奏家, 俳優などの実演家, レコード製作者)に対して補償金を支払うこととするもの.

5) 全国カラオケ事業者協会資料 (<http://www.japan-karaoke.com/05hakusyo/>) による.

6) 再販売価格維持制度とは商品の供給者が販売価格を指定し, 販売店にそれを守らせる制度である. 本来, 独占禁止法ではこのような取引を禁じているが, 特定の著作物(書籍, 雑誌, 新聞, レコード盤, 音楽テープ, 音楽 CD)に限り文化保護の観点からそれを認めている. これにより CD のカタログ数確保や, 需要は少ないが資料的価値の高い書籍の販売などに役立っている.

[参考文献]

津田大介, だれが「音楽」を殺すのか?, 翔泳社, 2004.

(受理 平成 18 年 3 月 18 日)