

『沈黙行』

インターネットは、決して主人公にならない。
人は考え、人が動き、
その足跡として発信すべき何かが生まれる。

インターネットはあくまで
人生の小道具なのだ。

PSPED BITS

「ルイ・パスツール」 アルバート・エーデルフェルト

『音楽業界に押し寄せる波』

音楽業界にIT化の第二の波が押し寄せている。7月1日、米国のアップル社が日本で定額制音楽配信サービス「アップルミュージック」を開始した。毎月定額料金を支払えば、登録されている全ての楽曲を自由に楽しむことができる。

第一の波は12年ほど前に訪れた。アップルの「iTunes」に代表される楽曲のダウンロード販売だ。好みの楽曲をオンラインで購入し、手元の音楽プレーヤーに保存して聴くことができる。アルバムCDに収録された楽曲を個別に選んで購入できるところが革新的だった。

第二の波のテーマは、音楽のサービス化だ。聴きたい楽曲を個別に買う時代から、音楽を楽しむサービスを買う時代への転換点を迎えている。

アップルがサービスを開始することで大きな話題となっているが、実はこの流れは7年ほど前から始まっている。代表格はスウェーデン生まれの音楽配信サービス「スポティファイ」で、3千万を超える楽曲を擁し、欧州と米国を中心に7千5百万のユーザーがいると言われている。日本でも3年前にNTTドコモが「dヒッツ」を、その半年後にauが「うたパス」を開始し、「レコチョク」もこれに続くように同様のサービスを開始している。直近の動きで注目されるのは、先月サービスを開始した「LINE Eミュージック」だろう。LINEが国内に6千万近くのユーザーを抱えているというポテン

シャルだけでなく、スタンプのような斬新なコミュニケーション媒体として、楽曲に新たな役割を与える可能性を感じさせる。

一方で、定額制音楽配信サービスには課題も多い。著名アーティストが著作権収入について懸念の声を上げている。彼らは、新人や弱小レーベルなど、著名でないアーティストが十分な報酬を得にくいシステムだと批判し、自らの楽曲を提供しないケースも少なくない。IT業界が主導するかたちで消費者目線のサービス革新が進んでいる音楽業界だが、アーティストが魅力的に感じる市場を創出することに目は向いているだろうか？ 懐メロばかりに頼っている、いずれ衰退していきかねない。

ハイレゾ音源は未だ盛り上がり欠けるものの、高音質な再生装置や、映像やライブとの融合など、IT技術の活用余地は少なくない。新たな音楽配信サービスで儲けることになるIT事業者は、創作者の意欲を掻き立てる市場づくりにも、より積極的に貢献してもらいたいと思う。



佐谷宣昭 Nobuaki Satani

1972年生まれ。九州大学工学部建築学科卒業。2000年九州大学大学院人間環境学専攻博士課程修了、博士（人間環境学）。翌月起業。株式会社パイドビット社長CEO。明日の豊かな情報生活に貢献したいとの想いから、「情報資産の銀行」の必要性を説く。官公庁や都市銀行、小売業など10,096の事業者向けに情報資産プラットフォーム「スパイラル(R)」を提供中。

株式会社パイドビット
東京都港区赤坂2丁目9番11号
03-5575-6601(代表) <http://www.pi-pe.co.jp/>