

インターネットが音楽芸術に及ぼす移動への考察 その光と影

Positive and Negative Influences of Internet to the world of Music Business

研究代表者 相愛大学音楽学部音楽マネジメント学科 教授 安井敏雄

(Toshio Yasui Dept. of Music, Faculty of Music, Soai University)

過去40年間産業構造を変え「情報化社会」を築き上げてきた「インターネット」は「音楽芸術」の世界にも波及して変革をおこしつつある。「人の移動」を促す大前提であり背景になるこれらの変革についてインターネットとその親和性が比較的薄いと思われる「クラシック音楽やそれに准ずる音楽分野」での接点を中心に何がおこっているのかビジネス現象の観点から事例を調査研究した。

そしてインターネットが及ぼしている変革のビジネス現象を「光と影」としてまとめた。

「イノベーションや既存のビジネスの一部置換または補完」によるビジネス機会創出の「光」の部分と「既存のビジネスが破壊される」「陰」の部分である。新しいテクノロジーの導入には伝統的な著作権との問題や既存業者と新規ビジネスとの対立もみられ後者での現象は1980年代から製造業の「ものづくり」にみられた「デジタル化」「技術革新」「グローバル化」が「フラット化」「標準化」「低コスト化」を起し日本に「空洞化」をおこしたが同じ現象が音楽産業でもおこっている。そして芸術作品制作の従来のやり方を崩壊させており本質的な作品の作り方を困難にさせつつあると懸念されている。

Internet has been transforming our business world for last 40 years since its inception. It has now started influencing the world of music business. This paper studied those influences as Positive phenomena and Negative phenomena. The former creates new business opportunities by innovation and/or internet serviceability replacing existing service of business entity. The latter phenomena- which affects the creative process music pieces has changed. As analogy to the 1980's manufacturing industry, the music creation work has been shipped to off-shore in Asia countries as the results of globalization , standardization and low cost labor.

「研究目的」

過去40年間産業構造を変え「情報化社会」を築き上げてきた「インターネット」は「音楽芸術」の世界にも波及して変革をおこしつつある。「人の移動」を促す大前提であり背景になるこれらの変革についてインターネットとその親和性が比較的薄いと思われる「クラシック音楽やそれに准ずる音楽分野」での接点を中心に何が起きているのかビジネス現象の観点から事例を調査研究する。

「研究の経緯」

調査はコンサルタント会社・研究機関などの出版物や資料、書籍、新聞・ビジネス週刊誌などできるだけ広範囲のトピックをビジネスの観点から選んだ。スタート・アップのベンチャー企業から確立された既存の音楽ビジネス企業や演奏団体などから約35名の関係者に面談調査しインターネットの波及の実状を調べた。(下記参照)

* **演奏団体** サンフランシスコ交響楽団

大阪フィルハーモニー サイトウキネンフェスティバル松本 Bloom Quartet 松本市国際音楽事業推進課

* **宣伝・広報・チケット販売** Eventbrite社(株)PeaTix ロングランプランニング(株)

* **音楽ビジネス企業・音楽事務所** (株)Grio社 オフィスベガ 三木楽器(株)吉本興業(株)(株)mf247 (株)グリオ オンキヨーエンタテインメント(株) オンキヨーデジタルソリューション(株)

* **アメリカの大学と研究所など**

Stanford University 音楽学部と2つの付属研究所 CCarh (Center for Computer Assisted Research in Humanities) 、

CCRMA Center for Computer Research of Music and Accustics)」、「University Of California Berkeley 音楽学部と付属研究所 CNMAT (Center for New Music and Audio Technology), Berklee College of Music

* **その他** 「クラシックニュース」主宰者 音楽評論家 サブカルチャー研究者 プロジェクト「E-楽譜」発案者

「研究の成果」

この調査研究の事例群を「インターネットがもたらす光の部分と影の部分」として次のようにまとめた。

A. 「光の部分」 「イノベーション」と呼ぶに値する「新規ビジネスやコンテンツの創出」と「イノベーション」といえずとも既存の企業や演奏団体のサービスにおいて機能の一部をインターネットの利便性で「置換」あるいは「補強」するもの。

事例1 「米国 Eventbrite 社」 2006年3名の企業家がサンフランシスコに設立。イベント企画から宣伝・広報そしてチケット制作、販売、クレジットカード決済機能まで「上流から下流迄」を個人がWebで容易に運用できるサービス。現在英語圏を中心に170カ国で利用されており2012年には累積チケット売上枚数5000万枚、累積売上\$1B(1000億円)を達成するまで成長。日本への進出には紙を一切使用しないなど商習慣や使い勝手含め参入障壁は高い。でもこのモデルは長時間かけても普及すると思われる。

事例2 「日本 PeaTix 社」 東京に2011年設立。ビジネスのコンセプトやサービス内容などはEventbrite社とほぼ同じで起

業された。2012年月商1億円まで成長。

事例3 「電子小説」 「映像」と「音楽」
を「小説」に融合させた新しいジャンルの芸術として2010年出現。村上龍氏の「歌うくじら」には坂本龍一氏が作曲、瀬戸内寂聴氏の「ふしだら」には船山基紀氏が作曲。新しい「テクノロジー（インターネット）の出現」が「いい物を多く安く速く」という「流通」を目指すときに既存のビジネス業界からおこる伝統的な「対立構造」や出版社などを中抜きにするユニークなビジネスモデルも成長を妨げてきている。

事例4 「初音ミクと CGM (Consumer Generated Media)」

小学生の80%が初音ミクを楽しみ、しかも6% - 8%は初音ミクしか見ない聴かないとのことである。「ピアプロ・キャラクター・ライセンス」として2次創出などを許したビジネス・モデルで成功している。富田勲氏の新曲「イーハトーブ」で開発されたリアルタイム処理技術も新しい応用が期待できる。

事例5 「IMSLP と E 楽譜」

1. 「IMSLP - International Music Score Library Project (国際楽譜ライブラリープロジェクト)」は2006年の創設以来現在楽譜と録音あわせて20万点と指数的に伸びており多くの演奏家や音楽愛好家に利用されてまだ成長すると思われる。

2. 「E 楽譜」プロジェクトは商品化の手前だが I-Pad に IMSLP より無料ダウンロードされた楽曲に複数の演奏者の音源を同期リンクさせスコアやパート譜を見ながら演奏者を選んで演奏の練習や研究に役立てようというものである。外国からは

オペラなどの動画を導入する引き合いもあり進んできているが動画の導入には著作権の処理・対応もあり苦慮している。

事例6 演奏団体での利用例として New York フィル、サンフランシスコ交響楽団、大阪フィルハーモニーサイトウキネン松本フェスティバルなどの事例がある。

*NY フィルにおいてはその Tiwitter、Facebook、Youtube、QRCode などの積極的な利用度は一番進んでいる。 *サンフランシスコ交響楽団は音楽監督ミルトン・トーマス氏のリーダーシップのもとシリコンバレーや地元サンフランシスコに根を下ろした活動している。一例だが「Keeping Score」という教育プログラムではあらゆる年代のいろいろなバックグラウンドの人達がクラシック音楽をより親しめるよう無料でインターネット配信している。また「YouTube シンフォニー」なるイベントがグーグル社員から提案され2009年カーネギーホール2011年シドニーで開催された。世界各国から YouTube で演奏者を募集させオーケストラを組織して彼の指揮で演奏するものだが33カ国から101名が参加し成功している。 *サイトウキネンフェスティバル 町をあげての音楽祭で毎年8万人以上が参加している。Web はもちろん標準整備しているが基本的にアルバム冊子、チラシ、カレンダーなどで切符はほぼ即日完売。ただ小澤征爾氏は中国・ヨーロッパへの告知をのぞんでおり近い将来 IT・インターネットの積極的な利用推進が必要とのこと。

*大阪フィルハーモニー Web と Blog、Twitter を中心にしている。インターネットによる宣伝・告知の推進はこれから。最近

まで基本的には演奏会の紹介・告知は新聞の取材が中心。

以上のように当然ながらインターネットの利用も先進性、普及度など地域や団体で異なる。

B.「陰の部分」 既存の音楽ビジネスを「破壊」させつつあるがこの現象は1980年代から製造業の「ものづくり」にみられ「デジタル化」「技術革新」「グローバル化」「フラット化」「標準化」「低コスト化」を起こしアジアへの工場移管をもたらした日本を含む先進国に「空洞化」をおこした世界的な現象が音楽産業でもおこっている。

事例7「CDの制作」

かつてレーベル会社がアーティストを発掘し長期的に育成し宣伝し何十万枚単位をベースに制作していたがいまや100枚単位からの少量で多くの種類の楽曲を制作する現象になった。つまり大量・少品種から少量・多品種に変わってきた。新曲も簡便にMIDI音源でCDが短期間で作り上げられるようになっておりしかもコストの廉価なアジアの国々に外注されて流出している。アーティストを発掘し長期的な視点で育てるのが難しくなっている。

事例8「音源制作、あるいは楽譜の打ち込み作業」

音楽制作の作業の一部がコストの廉価な中国やインドネシアなどのアジア諸国へ大きく流出している。コストはほぼ日本の4分の1であり請負先でのITレベルも高いようである。中国などでは高価でより高い機能のソフトウェアを使いこなしているところも多く品質のいい仕事の内容であるといわれている。

上記二つの事例はアジアへの「仕事の移動」だけでなく芸術作品制作の作業方法が従来のやり方を崩壊させておりより深い本質的な作り方を困難にさせつつあると懸念されている。

「まとめと課題」

インターネットが及ぼしているアートへの変革でそのビジネス現象を「光と影」として取り上げた。それぞれ「イノベーション」や既存のビジネスの一部置換または補完による機会創出と「既存のビジネスの破壊」と位置づけした。ニュービジネスにはそれぞれ高い参入障壁があるが新しいテクノロジーの導入には伝統的な著作権との問題や既存業者と新規ビジネスとの対立も大きい。インターネットによるサービスは今後も高速化する無線通信、使い勝手のよい端末商品開発、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、膨張するSNS人口などますます急速に発展すると思われる。執筆時の今も世界を席卷しつつある音楽配信サービス「Spotify」の日本への今秋の進出が黒船来襲かと騒がれている。ダウンロードでなくストリーミングを使うので音楽も複製されにくく各国のレコード会社も協力していることも大きい。またインターネット・テレビの商品計画はテレビとスマホでそれぞれのコンテンツを見られる事をめざすが長年課題とされてきた放送と通信の融合でもあるがどの程度普及するのか生じる課題とともに期待したい。

「参考文献」 「オーケストラは未来をつくる」 潮博恵 ARTES社

「The Future of Music」 David Kusek Berklee Press