

特集

デジタル・メディア
コンテンツとしての音楽

メディアの変化と 音楽ライフスタイル

ヤマハ株式会社総合戦略推進室室長

長谷川 豊

はじめに

この十年間の情報通信技術の発展と社会の変化は、それまでのどの時代よりもスピードの速いものでした。総務省の統計によれば、二〇〇四年度に日本国内でインターネットにアクセスした人の数は約八千万人に達しました。すでに「ユビキタスネットワーク社会」が到来しているともいえる現在、人々の音楽に関するライフスタイルも大きな変化を見えています。本稿では、過去およそ二十年間の音楽産業と音楽ライフスタイルの変化を振り返ってみたいと思います。

一九八〇年代…音楽のデジタル化と可搬化

一九八二年にCD、コンパクトディスクが登場しました。CDはノイズのないクリーンなサウンド、何回使っても劣化しないデジタルならではの再現性などにより、急速にアナログレコードにとって代わっていきました。一九八三年には電子楽器間のデジタル通信規格であるMIDI (Musical Instruments Digital Interface) が合意され、各社から続々とデジタル接続可能な楽器が発売されました。このような「デジタル化」は、レコード産業、楽器産業に大きな飛躍の機会をもたらし、音楽制作や録音手法にも変化を促しました。誰でも自宅に機材を置いて、業務用のスタジオ

と遜色のない録音・ホームレコーディングが可能となったのです。さらにデジタルサンプリング技術やMIDIによって機材を連結・同期させることで、従来なら専門の演奏家を雇わなければできなかった壮大なオーケストレーションも実現可能になりました。結果的に音楽ソフト産業は急激な拡大を迎えました。

八〇年代を見るときにもうひとつ重要なキーワードが可搬性です。一九七九年に登場したソニー・ウォークマンは、家の中でステレオセットの前に座って音楽を聴くというスタイルから、音楽をどこにでも持ち運び、自由に聞くことができるという環境を実現しました。音楽が街へ飛び出し、歩いていても電車に乗っていても音楽と同化する新しい若者のライフスタイルが世界中に広がりました。この変化も音楽ソフトとしてのレコード産業を押し上げる大きな要因となりました。

一九九〇年代…初期のインターネットと音楽

九〇年代に入るとインターネットが普及し始めます。この時期の重要な変化は二つあります。ひとつは一九九五年に登場したRealAudioや、その翌年に出現したMIDIPLUGなどのソフトウェアによって、インターネット上でも音楽が何とか聞けるようになったこと。もう一つは、楽器が演奏できなくても、PCソフト上で音符を打ち込めば

自動演奏データを作成・作曲できるDesk Top Music (DTM) の急速な普及です。多くの人が自分の好きな曲をMIDIデータに打ち込み、パソコン通信で公開しました。日本では団法人日本音楽著作権協会 (JASRAC) とNiftyの合意により、いわゆるコピー曲も公開可能だったため、DTM市場が根付きましたが、海外ではCompuServeなどが著作権団体の抗議を受けたため、マーケットが大きく花開くには至りませんでした。

音声圧縮技術の発展で一時代を画したのが高音質のままデータ量を圧縮できるMP3 (MPEG Audio Layer-3) の登場です。MP3は一九九七年に設立されたアメリカのウェブサイトMP3.comによって一般ユーザーにも一気に普及しました。MP3.comには誰でも楽曲を登録できるため、市販CDがリッピング (パソコンで電子データに変換すること) されて登録されるケースもあり、それらの楽曲をダウンロードするために多くの人がサイトを訪れました。こうした行為はレコード会社からクレームが付き中止に追い込まれます。しかし一九九九年にはNapsterが登場しました。Napsterは、サーバにMP3ファイルを保存し公開するのではなく、ファイルのある場所の情報だけを示すことによって、ユーザー同士が直接ファイルを交換できる仕組みを作りました。この方式をピアツーピア (P2P=Peer to Peer) と言い、その後も同種のソフトが次々

に登場しました。

レコード会社は、P2Pのサービスやその利用者に対して、著作権侵害として告発するなど厳しく対処しました。製品と百パーセント同品質の複製データがネットを通して無料で大量に流通することがビジネスの損失に直結すると考えられました。九〇年代の終わりから二〇〇〇年代にかけて主要先進国のレコード産業は急激な停滞・下降に見舞われましたが、その原因を違法コピーに求めた人たちも多かったのです。

一九九八年、Diamond MultimediaからRioという世界初のMP3プレーヤが発売されました。MP3関連サイトの急増とRioがきっかけとなり、全米レコード協会 (RIAA) が中心になってSDMI (Secure Digital Music Initiative) が結成され、音楽が物理的なレコードやCDでなく電子的なファイルとして流通していく時代の規範を作ろうとしました。しかしSDMI準拠の著作権保護技術を用いて展開されたサービスは、消費者の支持を受けずに早々に終了してしまいました。それらのサービスがユーザーの求める利便性や期待を裏切るものだったからでした。

iPOD 現象

家庭用のパソコン市場では僅かなシェアしか占めなかったApple社が二〇〇一年にiPODを

発売したとき、アップルファン以外はほとんど注目しませんでした。しかし二〇〇三年に同社がiTunes Music Store (iTMS) を発表、百万曲の品揃えと、全曲九十九セントという統一価格、制限をユーザーに感じさせない権利保護メカニズムを導入し、Windows版iTunesソフトウェアをリリースすると、人気に火が付きしました。発売からわずか五年で、iPODは四千万台を超える販売実績を挙げ、デジタルオーディオプレーヤ市場で他を圧倒、音楽配信においてもiTMSが二〇〇六年二月には十億ダウンロードを達成、ついに有料音楽配信の市場が確立されました。

iPODとiTMSは何をもたらしたのでしょうか。ウォークマンからiPODへの変化を見てみましょう。メディアはカセットからシリコンメモリー・ハードディスクに、録音メディアはアナログテープからデジタルデータに、操作方法はメカニカルボタンでのガチャッという再生方法からホイールを回してクリックで再生する軽快なスタイルへと変化しました。音楽ライフスタイルも、好きな曲を何曲かカセットに入れて持ち運ぶスタイルから、自分の音楽ライブラリーをそっくり持ち歩くスタイルへと変わりました。

iPOD/iTMSによる音楽の聴き方では、iPOD Shuffleに代表される「シャッフル」というスタイルが特徴的です。iTMSの楽曲購入も「一曲単位」が基本で、レコードの時代

から守られてきた「アルバム中心主義」とは異なります。デジタルな再生なので、シャッフルの結果、出てきた曲が気に入らないときは、「次の曲へ」ボタンをクリックすれば一瞬のうちに別の曲が再生されます。これはアナログの記録再生やメカニカルな早送り機構では不可能でした。好きなアーティストのアルバムをステレオセットの前に座ってじっくり味わいながら聴くスタイルから、歩きながらでも踊りながらでも次々に曲を再生し、思いがけない曲の組み合わせを楽しむスタイルへと、音楽の聴き方が変化したのです。

iPod 現象は多くの中高年層を音楽に呼び戻すことにも貢献しています。この数年、大人のロックブームや、大人の楽器人口の増加が言われています。筆者の近くにも「iPodを買ったら昔のCDを入れて持ち歩くようになった。懐かしい音楽を聴いていたらCDを買いたくなってレコード屋に行った」という人が結構います。iTMSでは過去のランキングもチェックできるので、例えば一九七三年のBillboard トップ100を簡単に調べることができます。数百万曲のライブラリーとは、単に巨大なバーチャルレコードショップが出現したというだけでなく、それらを検索すること、音楽の歴史に触れ、現実のレコードショップではあり得ないようなレアな曲を見つけることができる、音楽の宝庫とも言えるのです。iTMSは単なる新しい再生装置や配

信手段というばかりでなく、音楽文化そのものを新しいステージへ押し上げていく強力なパワーを持っていると言えます。

着メロのはじまりと発展

着信メロディは、一九九八年ごろに単音のメロディを入力するための、いわゆる「着メロ本」が売られ始めたところから流行の兆しが見え始めました。九九年にはヤマハなどのJSTメーカーが四音を同時発音できる音源を携帯電話向けに出荷開始しました。NTT DoCoMo がiModeの有力アプリケーションとして着信メロディをとらえ、競合各社も含め大々的にプロモーションを展開、対応してコンテンツプロバイダーも怒濤のように着メロビジネスになだれ込みました。

着メロの市場はキャリアやサービスプロバイダーの予想をはるかに上回るスピードで普及しました。一九九九年には二十五億円、わずか四年後の二〇〇三年には一一五〇億円(JASRAC発表をもとにAMEI推定)と爆発的な伸びを示しました。その背景にはiModeやEZwebなど、インターネット機能を搭載した携帯電話端末の爆発的普及がありました。しかし、数ある用途の中で「呼び出し音」から始まった着メロが、なぜこれほど受け入れられるのか、サービスを提供している当事者ですら半信半疑という状況でした。さまざまな

調査から分かったのは、着メロは「着信音」として使われているのではなく、若者が「自らを表現する音」としてダウンロードし、友達に聞かせていたということでした。つまり、着信を知らせる機能としてではなく、若者のライフスタイルのひとつとして着メロが定着したのでした。自分の注目する楽曲を誰よりも早くダウンロードしてひとに聞かせるということが、若者のアイデンティティの証となつたのです。着メロを実現するための携帯電話用音源チップの性能も急激に向上し、カラオケ機能、画像再生との同期、音声圧縮技術との融合などが付加されました。それは音質や表現力の向上を促し、新しいタイプのコンテンツが多くの子供たちから競って投入され、市場の拡大が急激に進行しました。

着メロビジネス・日本と外国の差

レコード会社は着メロの爆発的成長から直接の恩恵を得ませんでした。レコード会社は、作詞・作曲者が創作した音楽作品を演奏者、歌唱者を使ってレコード原盤として制作します。着メロはMIDIと同じで、デジタル演奏データの一種ですから、JASRAC(今では複数の音楽著作権管理会社があります)から許諾を取れば誰でも制作できます。レコード原盤を持っているレコード会社は著作権収入を得

られません。実はこの点こそ、日本で着メロビジネスが、着メロ文化が花開いた原因のひとつでした。

わずか四年で一千億円以上もの巨大ビジネスとなった着メロは、巨額の著作権収入を音楽の制作者・著作権者にもたらしました。同じころに始まったパソコンを使っていたいわゆる「音楽配信」は、iTMSの日本上陸までは、年間の市場規模が一桁億台という低空飛行で、とてもビジネスと呼べるような規模にはなりませんでした。何が違ったのでしょうか。

一般ユーザーは、自分の好きな曲やアーティストがどのレコード会社に属しているか知りません。着メロがレコード会社や原盤会社ごとに別々のサービスを行い、値段もバラバラであったとしたら、これほどの市場拡大は果たせなかったでしょう。着メロの場合、JASRAC等に登録されている楽曲であれば、オリジナルの権利者に個別に許諾を取ることなく同一条件で権利処理ができます。つまり、ユーザーが欲しいと思った曲をすぐに提供が可能です。着メロ制作者は楽曲データの品質やリリースの早さなどを競い、自由に公正な競争の中で急激にビジネスを上げました。

レコード原盤の場合は、管理している各社から個別に許諾を取る必要があります。スピードと品揃えの豊富さが要求されるネットビジネスにおいて、即時に自動的に許諾が得られる方式と、時間もかかり条件も多岐にわた

る個別交渉では、ビジネスの前提がまったく異なってきます。このような前提の違いが、日本における着メロビジネスと音楽配信ビジネスの立ち上りのスピードと上昇カーブの違いをもたらした主要因と考えられます。

実は着メロ文化の土壌は日本ばかりでなく、世界中にあることが分かっています。自分の個性や好みを着メロという音で表したい人は世界中にいるのです。ところが日本のような巨大なビジネス市場を形成した国はまだありません。その主な原因は、許諾を個別交渉で得ることを原則とする外国の仕組みにあるようです。

着うたと音楽配信

着メロブーム以降の動きを見てみましょう。世界的に携帯の広帯域化が進み、端末の機能の向上とともに、音声そのものが再生できるようになり、いわゆる「着うた」への指向が強まりました。KDDIが第三世代携帯の投入に合わせて開始した「着うた」は、急速に順調に普及しました。着うたの場合も、着信音としてよりも、好きなアーティストの最新曲をいつも身につけるというスタイルが自然に若者に受け入れられたのでしょうか。二〇〇四年末からは一曲まるごとダウンロード可能な「着うたフル」のサービスが始まり、いよいよPCでの音楽配信と同じ土俵で、真のデ

ジタル音楽時代の覇者を目指す戦いが始まりました。

これからの音楽ライフスタイル

JASRACによれば、着メロや着うたを含む、いわゆる「インタラクティブ配信」からの著作権収入は順調に伸び続けています。それはCDからの著作権収入が右肩下がりに落ちてきている状況を埋め合わせる以上のもので、総収入は増加しています。CDが売れない音楽産業が不調というわけではありません。むしろ携帯電話やポータブルプレーヤーや音楽配信など、新しい形態の音楽の楽しみ方が次々に出現した結果、音楽ライフスタイルは多様な彩りを加えています。音楽の制作方法も、提供の仕方も、聴く環境も変化しています。その変化をメーカーやサービス提供者がとらえて新たな製品やコンテンツを生みだし、それらが人々の音楽ライフスタイルをさらに変化させていきます。

そのなかでひとつだけ変わらないものがあります。それは音楽が持つパワーです。よりユビキタスに、より身近になった音楽が、人々の生活の中に根付き、希望を与え、喜びを分かち合い、癒しを提供しています。そのパワーは不変です。音楽があらゆる人々の人生のパートナーとして愛され続けることだけは間違いありません。