佐野ゼミ課題　2014/11/5提出課題の追加訂正レポート

■■　■■.

　かつては音楽市場において中心的存在であったCDが、ここ数年で売上が低迷してきている。その原因にはいくつかあるが、音楽の視聴がCDではなく配信やダウンロードという形にシフトしてきているからであると言える。その他にも、違法ダウンロードの増加、携帯音楽プレーヤーの普及によるかつてのような音楽の聴き方の変化、若年層の現象、CD価格の上昇などの原因も挙げられる。

　時代が進むにつれて、多くの事を小さな端末でできるようになり、それらのポータビリティも増してきた。音楽をダウンロードして聴く事ができるようになったのもこの現象に一つであるといえる。聴きたい曲だけピックアップしてダウンロードして聴けるということで、個人の好みに合ったプレイリストを作ることもできるからである。

　そして近年、アーティストに求められるものは歌だけではなく、ダンスのようなパフォーマンスにも力を入れている傾向にある。日本ではアイドルが流行り、やはり視覚的な要素が強くなってきている傾向であると言える。そのため、YouTubeなどの動画サイトを通じて音楽を視聴する人が増えてきていることも、CDの売上低迷に拍車をかけていると考えられる。

　CDが売れなくなり、一番利益が出ないのはアーティストである。アーティストが曲を制作する際、その制作費を補っているのはCDの売上であるからである。しかしそのCDが売れないのでは、制作費が赤字になるだけではなく、次に作る作品のメドも立たなくなるのである。

　CDで音楽を聞く時代から、ダウンロードで音楽を聞く時代に変化し、これまでのビジネスモデルが通用しなくなっている。そうした中で、音楽業界は消費者にとって利便性が高くよい品質のサービスを提供しなくてはならない。つまり普通にCDを売るだけでは音楽業界は残れないのである。一部のアーティストはCDに握手券を同封するなどのことで売上を伸ばしている。このようにアーティストに歌以外の付加価値をつけることも業界努力であると言える。元々音楽は性質上売り方が限られているため、新たな市場を築くことが困難であるといえる。上記したようにYouTubeなどの動画サイトでの視聴が主流になると考えられるので、音楽を聴かせるアプローチを動画サイトを活用することも一つの手段だと考えられる。

参考

<http://www.riaj.or.jp/data/cd_all/cd_all_q.html>