

卒業論文

CD 売上における音楽配信の影響

平成 18 年度入学

九州大学 文学部 人文学科 人間科学コース
社会学・地域福祉社会学

平成 22 年 1 月提出

要約

本論文では、日本の CD 売上における音楽配信の影響、特に、CD 市場の低迷における影響の考察を行う。CD 市場の低迷の原因を解明することを目的としており、音楽配信サービスほか、少子化、携帯電話の普及、レンタル CD 事業、カラオケブームの沈静化などが CD 市場に与えた影響を分析する。

日本の音楽産業について考えることから、最初に序章において、戦後から現在に至るまでの日本の音楽業界の歴史を振り返った。現在に至るまで、音楽シーンは目まぐるしく変化していることを確認することができるだろう。続く第一章では、問題設定にあたり、1990 年代以降の音楽産業について詳しく説明する。1990 年代は CD 市場の拡大とともに音楽産業が著しく成長した時代である。3000 億円ほどの市場規模は、CD の普及とともに 1998 年には 6000 億円規模の産業に発展したがその後市場を縮小させた。しかし、近年その傾向に歯止めをかけているのが音楽配信事業である。しかし、一般的にこの音楽配信事業は、CD セールスの低下に影響を与えるサービスであると考えられることがある。そこで音楽配信サービスの普及と CD 市場の低迷の関係に着目したところ、CD 市場の低迷はしかし、配信サービスが始まる前後で、減少率にはあまり変化がなかったことがわかった。よって、CD 市場の低迷における音楽配信の影響の有無に疑問を持ち、日本の CD 市場の低迷は音楽配信がなくても起こったのではないかという問題を設定した。

第二章では、CD 市場の低迷を考えた先行研究を紹介する。また、これらの先行研究をもとに、音楽配信サービス以外に CD 市場の低迷に影響を与えた可能性のある要因を考え、それらの要因の影響の分析を行うための仮説の設定を行っている。

第三章において、今回のメインテーマである音楽配信についての詳しい知識を提供する。はじめに、配信サービスが開始されるまでの、記録メディアの変化を紹介したのち、配信サービスの普及について述べている。続いて、日本で配信事業が普及するまで流れを紹介し、日本における、音楽配信事業の影響についての考察を行っている。また、音楽配信サービスとともに同じく MP3 の普及とともに起こったファイル交換ソフトの普及についても触れ、それが CD 市場の低迷に与えた影響についての考察も行っている。

第四章では、あらゆる調査機関のデータをもとに、第二章において設定した 5 つの仮説の検証を行う。設定した仮説それぞれについてデータ分析の結果と考察を述べ、それぞれの要因の影響について述べている。

最終章では、第三章における CD 市場の低迷における音楽配信の影響についての考察と、第四章における仮説の検証をもとに近年の CD 売上不振の原因についての考察をまとめている。

目次

はじめに	1
序章 日本の音楽史	3
第1章 音楽産業の変化	10
第1節 1990年代の音楽市場	10
第2節 CD市場の発展	12
1. レコードからCDへ	12
2. CD市場の拡大	12
第3節 問題設定	13
第2章 CD市場の低迷の要因	15
第1節 音楽業界の見解	15
第2節 先行研究	15
1. CD市場の低迷を引き起こした5つの要因	15
2. 音楽評論家落合真司の考察	17
3. 音楽CDの売り上げ減少の要因についての考察	18
第3節 仮説の設定	19
第3章 音楽配信事業の影響	20
第1節 音楽メディアの発展	20
第2節 音楽配信とは	21
1. 音楽配信の始まり	21
2. 日本における音楽配信事業の展開	22
第3節 音楽配信サービスの影響についての考察	25
1. パソコン向け音楽配信事業の影響	25
2. 携帯電話向け音楽配信事業の影響	26
第4節 ファイル交換ソフトの影響	27
第4章 仮説の検証	29
4-1. 携帯電話の普及とCD市場の低迷	29
4-2. CD市場における少子化の影響	29