

今後の音楽産業について考える

杉田ゼミ 2年
後藤瑠花、塚田裕太

1. 緒言 (はじめに)

消費者が CD を買う目的は、①特典のため、②応援しているアーティストへの応援の気持ち、③応援しているアーティストへの愛の大きさを実感、または周りへアピールするためであると考えた。これらの目的のために大量に購入された CD が処分、または転売されているという問題がある。これでは CD や楽曲自体の価値が下がってしまっていると感じた。

2. 研究の目的

サブスクリプションで音楽を聴くことが主流になっている中で、特典やアーティストへの応援の気持ちなど、消費者の CD の購入目的を削ぐことなく、また音楽産業や楽曲自体の価値を下げることなく、CD の転売や処分などの問題が解決できる案を提案する。

3. 研究の方法

音楽に関する①存在価値と表現方法、影響、②社会における国と時代別の音楽の役割、③消費心理 (昔と今の比較)、④コロナ前後のライブ、⑤現在抱える音楽産業の課題について調べた。この中から、現在抱える音楽産業の課題について取り上げ、著作権やコピーの問題、音楽のプロモーションが変わったことによる消費の面での問題が課題として挙げた。ここからさらに消費者目線と製作者目線の両方から掘り下げて音

楽産業の課題解決案を提案する。

4. 結果と考察

レコード→カセットテープ→CD→MD→ネットでの音楽配信といったこれまでの音楽を聴く媒体の変化に伴い、今後 CD の生産は減り、無くなっていく。しかし、CD という実際に見える「モノ」で音楽を発信することに意味があると感じた。サブスクなどで一曲だけをダウンロードすることができるようになったが、それでは音楽の価値が下がっていると感じる。アルバムのすべての曲に意味が込められていたり、収録されている曲の順番にも製作者側の意図があるので CD の生産を無くすことは音楽の価値を下げることだと考える。

5. 引用参考文献

- ・(参考文献:感動をつくれますか? 著者 久石譲)
- ・(参考文献:ポピュラー音楽の社会経済学)
- ・(参考文献:教養の歴史社会学 ドイツ市民社会と音楽 著書 宮本直美)
- ・(<http://hdl.handle.net/10232/4477> 日本と海外における音楽教育の比較研究)
- ・(参考文献:音楽はなぜ心に響くのか)
- ・(参考文献:コロナ禍による音楽業界の変化 ~活動自粛の中、立ち上がる新人アーティストたち~ カルチャ [Cal-cha] (ticketjam.jp)カルチャ 「今」のトレンドがわかる)