

2016年12月

日本の音楽産業

情報学部 経営情報学科 坪井ゼミ
B3P21101 中川那由

【卒業論文概要】

私たちはテレビやラジオ、カフェやレストランで食事をしている時やショッピングをしている時など、日常のいたるところで無意識に音楽を聴いている。また、電車の中などでスマホやウォークマンで音楽を聴いている人も多い。人それぞれに好きなジャンルやアーティストは異なっても、音楽を嫌いな人はほとんどいないだろう。ところが、それにも関わらず音楽産業は年々衰退していつている。音楽CDの売上は2007年の3.911億円から2014年の2.542億円へと減少し、音楽CD市場の最盛期である1998年の6.075億円に比べると半分以下にまで縮小した。これにはインターネットの発展と普及による、音楽CD市場への影響が考えられる。しかし、それでも日本では有料音楽配信の売上は2009年の910億円をピークに減少に転じ、2014年の売上は437億円であった。一方、ライブやフェスといった音楽イベントだけは年々増加傾向にある。これは非常に注目すべき事実である。このまま音楽産業は衰退していつてしまうのか。今後の展開を考察していく。