

The Future of Music -イノベーションと脅威のはざまで

UHY Tokyo News Letter

1975 年、エジプトの歌手ウンム・クルスームの葬儀には、カイロで 400 万人もの人々が参列した。これは同国史上最大の集会となり、ナセル大統領の国葬すらも凌ぐものであった。

1985 年にイギリスとアメリカで開催されたチャリティコンサート「ライブ・エイド」は、エチオピアの飢餓救済のために約 1 億 2,500 万ドルを集め、15 億人がテレビの生中継でその様子を見守った。今日でも多くの人々は、ライブ・エイドを「政府が成し遂げられなかったことを実現したイベント」であったと捉えている。

2024 年には、オアシスの再結成ツアーのチケット 140 万枚を求めて 1,400 万人のファンが殺到した。多くのファンが何時間もオンラインで順番待ちをしたが、その結果は、需要の高まりによってチケット価格が異常に高騰するという現実を知ったに過ぎなかった。この一件によって「ダイナミック・プライシング（変動価格制）」という言葉は、不当なチケット販売手法を指す悪名高き代名詞となった。

これらの出来事はいずれも、音楽が世界を変える可能性を秘めた「人類共通の体験」であるという根拠を示している。しかし、今日の音楽業界をとりまく極めてシビアな経済環境の下、アーティストが制作活動を持続し得るのか、あるいは、ファンが憧れのアーティストのライブに参加し続けられるのかは、また別の問題である。

The Winner Takes It All

150 年の長きにわたる技術革新にも関わらず、多くのミュージシャンはいまだ音楽で生計を立てられない。クリエイター、消費者、そしてライブ会場…、脅威はいたるところに潜んでいる。

スポーツと同様に、音楽のメインストリームはそれをコントロールするビジネスの仕組み、とりわけオアシスのチケット騒動に見られたように販売・流通を担う巨大企業と強く結びついている。しかし、チケット問題は氷山の一角にすぎない。テクノロジーとソーシャルメディアの発展により、アルバムの売り上げやスタジアム規模の大会場以外で行われるライブツアーといった、アーティストの従来の収入源は一変した。いまや楽曲の再生はストリーミングが主流となっており、楽曲

のダウンロードや再生によってアーティストが得られる収益は、雀の涙である。

イギリスの音楽家団体である Ivors Academy と労働組合 Musicians' Union が会員を対象に行った調査によると、回答者の 82%がわずかに年間 200 ポンド（約 4 万円）未満しかストリーミングから収入を得ておらず、その中には数百万回の再生実績を持つクリエイターも含まれていたという。

Don't Stop Believing

厳しい制作環境に直面するなかで、アーティストたちは活動の多角化を進めている。プロとして活動するミュージシャンの大半は、演奏活動に加えて、音楽制作、指導、セッションワーク（スタジオミュージシャンとしての仕事）、あるいは音

楽関連以外の仕事を掛け持ちして生計を立てる。

彼らは自分自身の音楽を純然たる「ビジネス」として扱わざるを得ない。主たる収入源となる活動を確保するのみならず、ファンとの交流、マーケティング、そしてグッズの製作販売に至るまで、自らが主体となってコントロールしていく必要があるのだ。

アーティストたちはまた、利用できるテクノロジーやソーシャルメディアも最大限に活用している。特に動画プラットフォームの TikTok は、新人アーティストにとっての登竜門となっており、2024 年にアメリカの音楽チャート「Billboard Global 200」にランクインした楽曲のじつに 84% が、ランクイン前に TikTok で話題となったものであった。また、YouTube、Instagram、Bandcamp といったプラットフォームのおかげで、新人アーティストでも広く注目される機会を得られるようになった。しかし、再生回数を確固たる音楽キャリアへと結びつけるためには、依然として効果的なマーケティングやファンとの積極的な交流が不可欠となる。

Hit The Road, Jack

ソーシャルメディアを活用して知名度を高めることと、実際に収益を上げることは別問題でもある。2023 年から 2024 年にかけてのワールドツアー「The Eras Tour」で 10 億ドルを超える収益を記録したテイラー・スウィフトのような、スタジアムを満員にできる超一流アーティストを除き、いまやツアーで利益を上げるどころか、収支を合わせることにすら困難という。

ミュージシャンにとってライブツアーは非常に厳しい挑戦となっている。制作費の高騰と激しい競争により、多くの中堅アーティストがツアーで

赤字を出している。ツアーにはさまざまな費用がかかる。ツアーマネージャーをはじめ、サポートミュージシャン、エージェント、スタッフクルーなどの人件費、そして保険料、交通費、宿泊費、機材費、リハーサルスタジオ代、さらにステージ制作費などだ。オンライン音楽配信会社 Ditto Music による 2025 年の調査では、ライブツアーは多くの若手アーティストにとって経済的に手が届かないものとなっていることが明らかになった。

仮にミュージシャンがライブツアーを事業として成り立たせることができたとしても、そもそもライブが開催できる会場は残っているのだろうか。大規模ツアーや音楽フェスに注目が集中する一方、中堅クラスのアртиストは置き去りにされ、そのしわ寄せを受けているのが小規模なライブ会場である。アットホームな雰囲気の小規模ライブ会場は、もともと利益率が極めて低く、多くの場合赤字経営を余儀なくされている。この状況を加速させたのが、新型コロナウイルスのパンデミックだった。

これは世界的な問題でもあり、その背景には不動産投機の活発化に加え、いわゆる「Airbnb 効果」があると言われる。つまり、本来はライブ会場として使われていた物件が、民泊施設へと転用されているのである。また、住宅街にあるライブスペースは都市計画による圧力を受けており、騒音の苦情といった住民とのトラブルが、地元で愛されてきたライブハウスの存続を脅かしている。

多くの人々はこの問題を政治的なものと捉えており、その責任を国や地方自治体に求める動きが広がっている。ライブ音楽の振興に取り組むプラットフォーム Liveurope は、次のように指摘する。

「より強力な政治的支援が不可欠です。国レベルでも地方自治体レベルでも、中小規模のライブ会場の財政的な負担を軽減するために税制優遇や補

助金が求められています」

イギリスでは、Music Venue Trust などの団体が、草の根レベルの音楽シーンを支援する基金を設立するために、アリーナ公演クラスのライブチケットに追加徴収金を課すことを求めている。当然ながら、アリーナ側はこれに猛反発している。

しかし、草の根レベルのライブミュージックシーンの未来を「もはや見込みがない」と決めつけるのはいささか早計だ。会場閉鎖の危機や巨大スタジアムの公演独占という厳しい状況下でも、ライブハウスのオーナーたちは粘り強く、さまざまな創意工夫を凝らしている。現在、支持を集めている取り組みとしては、次のようなものがある。

- ・ 共同所有（コミュニティ・オーナーシップ）
- ・ 著名アーティストによる資金援助
- ・ ボランティア主導の運営支援活動
- ・ 音楽文化を守るための広報活動や啓発キャンペーン

Virtual Insanity

音楽の未来についての議論において、AI を避けて通ることはできない。AI は、あらゆるジャンルの音楽クリエイターにとって脅威となる存在と見なされており、とりわけその開発や利用が巨大 IT 企業によって主導される場合に、その懸念はさらに大きくなる。

2024 年に発表された著作権協会国際連合（CISAC）の調査では、生成 AI によって 2028 年までにアーティストの収入の 4 分の 1 が失われる可能性があると考えられた。著作権、報酬、同意、そして透明性に関するアーティストの権利を法律で保護しようとする動きは世界中で高まっているが、2024 年に施行された EU の AI 法（The Artificial Intelligence Act）は、音楽クリエイター

の権利保護を盛り込んだ世界初の包括的な法制度となった。違反者には、最大 3,500 万ユーロ（約 56 億円）、または年間売上高の最大 7% に相当する罰金が科される。しかし、その執行や取り締まりは容易ではない。同法がその有効性に関して試験に直面することは間違いなく、また、各国が AI 規制のあり方を模索するなか、世界中がその動向を注視している。

AI をはじめとする最新のテクノロジーは、音楽業界に脅威をもたらすだけでなく、新たな可能性も開いている。たとえば、OpenAI の「Muse Net」のような AI プラットフォームはアーティストの創作活動を支援し、アイデアの創出を助けることができる。また、拡張現実（AR）や仮想現実（VR）は、アーティストがデジタル空間でライブパフォーマンスを行うことを可能にしており、世界中の観客に没入型の体験を提供する。スウェーデンの伝説的グループ、ABBA のバーチャルコンサート「ABBA Voyage」は、メンバー 4 人が実際のスタジアムに一步も足を踏み入れることなく、何百万人もの観客に本物さながらの「ライブ」体験を届けることに成功した。

We've Only Just Begun

音楽ライブを取り巻く厳しい状況、デジタルプラットフォームの支配力、AI の脅威、そしてストリーミング収入の問題は、アーティストとファンの双方に課題を突きつけている。しかし、音楽そのものが存続の危機に瀕していると考える人はいないだろう。むしろ、現在の変化や混乱は、音楽の力強い進化プロセスの一環と捉える方が建設的かもしれない。

ミュージシャンは適応力に富んだクリエイターであり、彼らの芸術は常に実験と限界への挑戦の歴史であった。1877 年にエジソンが蓄音機を発明して以来、あらゆるイノベーションは音楽を衰退

させるのではなく、むしろ人々が音楽に触れる機会を広げてきた。もし目指すべきバランスがあるとするば、それは音楽の「質 (quality)」「多様性 (diversity)」「芸術的自由 (artistic freedom)」、そして何よりも「誰もが音楽に触れられる環境 (accessibility)」を確保することにはほかならない。

■ Author : UHY International

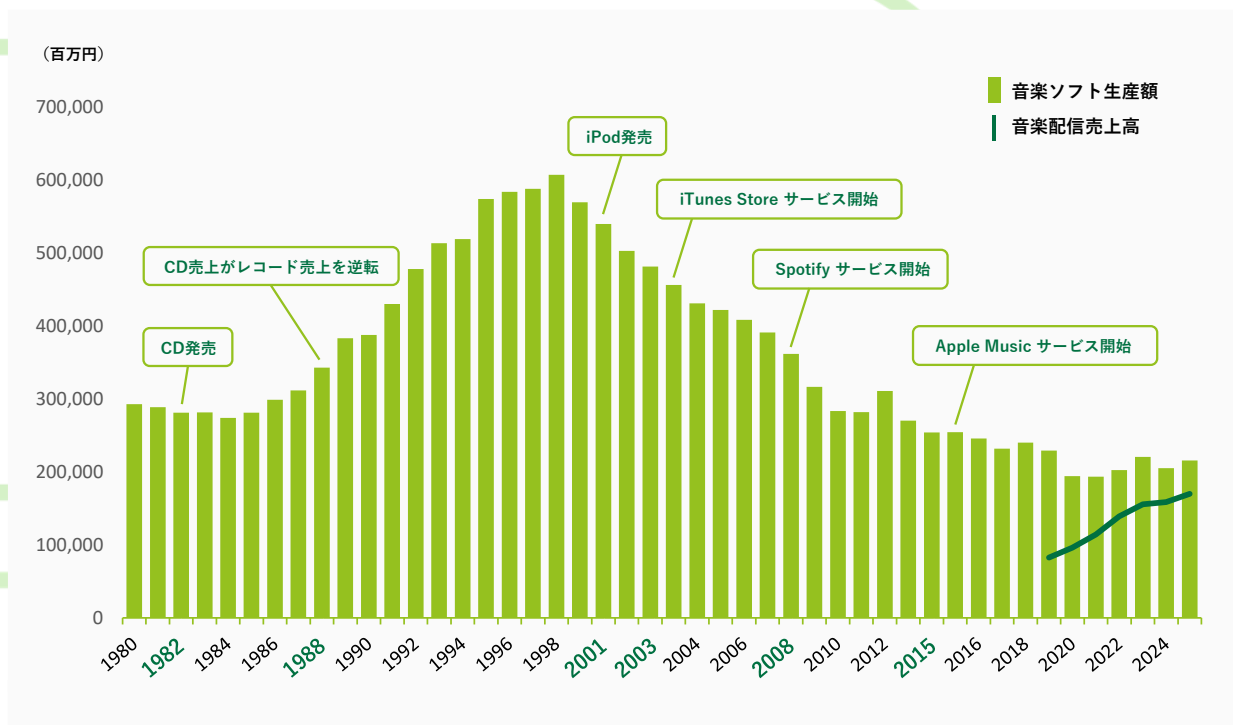
■ Source : The Ivors Academy '8 out of 10 music creators earn less than £200 a year from streaming' pub. December 2020 / Music Impact Report, TikTok and Luminate '84% of songs that entered the Billboard Global 200 in 2024 went viral on TikTok first' pub. February 2025 / Ditto Music '84% of UK independent artists can't afford to tour in 2025' pub. January 2025 / CISAC 'Global economic study shows creators' future at risk from generative AI' pub. December 2024

本稿の意見に関する部分は、筆者の個人的な見解であることをあらかじめお断りします。

参考：音楽媒体の変遷 ～ レコードから CD、そしてダウンロードからサブスクリプションへ

1980 年代末に CD がレコード・カセットに取って代わり、1990 年代に市場のピークを迎えるものの、2000 年代はじめにダウンロード販売が始まり、2010 年代以降は配信・サブスクリプションが主流となった。現在の音楽ソフト生産額は全盛期の半分以上となっている。

以下の年表グラフは日本市場における音楽ソフト生産額と配信売上高（2019 年以降）の推移である。



出典：日本レコード協会データを基に編集加工