

音楽配信サービスにおける サブスクリプション

愛知大学 新居ゼミ
岩田悠里 臼田柚衣
中村銀河 星野季音

研究動機

- 「サブスクリプション」という言葉をよく耳にするようになり、サブスクリプションサービスの仕組み・動向に興味を持ったから。
- 新型コロナウイルスの影響により自宅にいる時間が長くなり、サブスクリプションサービスを利用する機会が多くなったから。
- サブスクリプションサービスの中で自分たちも利用している音楽定額配信サービスの収益等が気になったから。

1. サブスクリプションとは
2. 音楽定額配信サービスの普及拡大
3. 消費者側
4. アーティスト側
5. まとめ

1. サブスクリプションとは

◆これまで

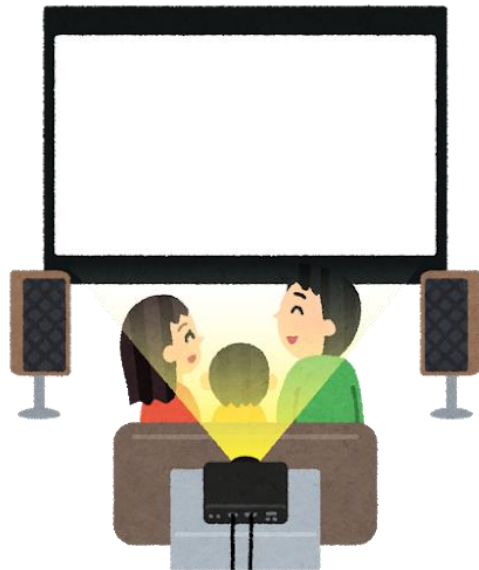
もともとは定期購入や会費という意味
Ex) 新聞や雑誌の定期購読、牛乳などの定期配達



◆ここ数年

提供される商品数やサービス回数に関係なく
利用期間に応じて課金される「ビジネスモデル」

Ex) Netflix型レンタルし放題サービス
Apple MusicやSpotifyなどの音楽聴き放題



◆新しくサブスクリプションの ビジネスモデルが注目される理由

- 1) 消費者意識の変化：所有から利用へ
- 2) スマートフォンの普及に伴うデバイスの変化
- 3) 顧客との関係の変化



サブスクリプションのビジネスモデルの急速な発展

◆ビジネスモデルの特徴

- 先行して投下したコストを後々のサービス利用で利益を回収
- 多くの顧客が1つのサービスを利用
- 売り上げが継続的に積み上がり、売り上げ予測が立てやすい

◆既存定額モデルとの比較

共通点：「ストック型」と言われる収益モデル

違い　：「顧客接点を構築し、顧客との関係を
維持・改善する仕組み」を持つという点

◆サブスクリプションのビジネス形態

- ・ ニーズ型

ex) ^{ソース}SaaS型システム全般、Adobe Creative Cloudなど



- ・ ウォンツ型

ex) Netflix、Appleサービス各種、Amazonプライムなど



2.音楽定額配信サービスの普及拡大

◆音楽配信サービス

一曲・アルバムごとにダウンロードする形式

Ex) iTunes、レコチョク、ドワンゴジェイピーなど

定額制のストリーミングによる聴き放題の形式

Ex) Spotify、Amazon Music、Apple Musicなど

◆音楽配信サービス

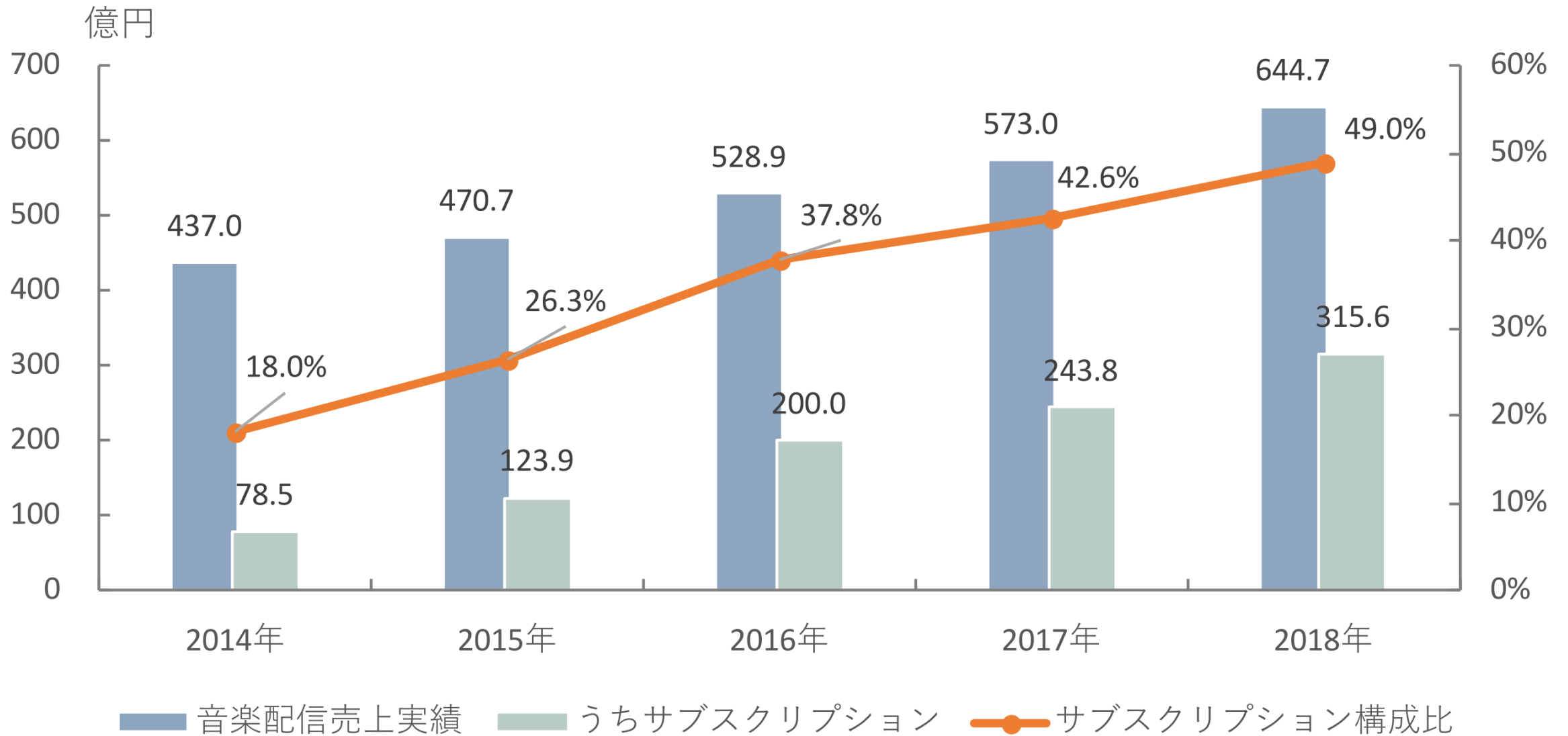
一曲・アルバムごとにダウンロードする形式

Ex) iTunes、レコチョク、ドワンゴジェイピーなど

定額制のストリーミングによる聴き放題の形式

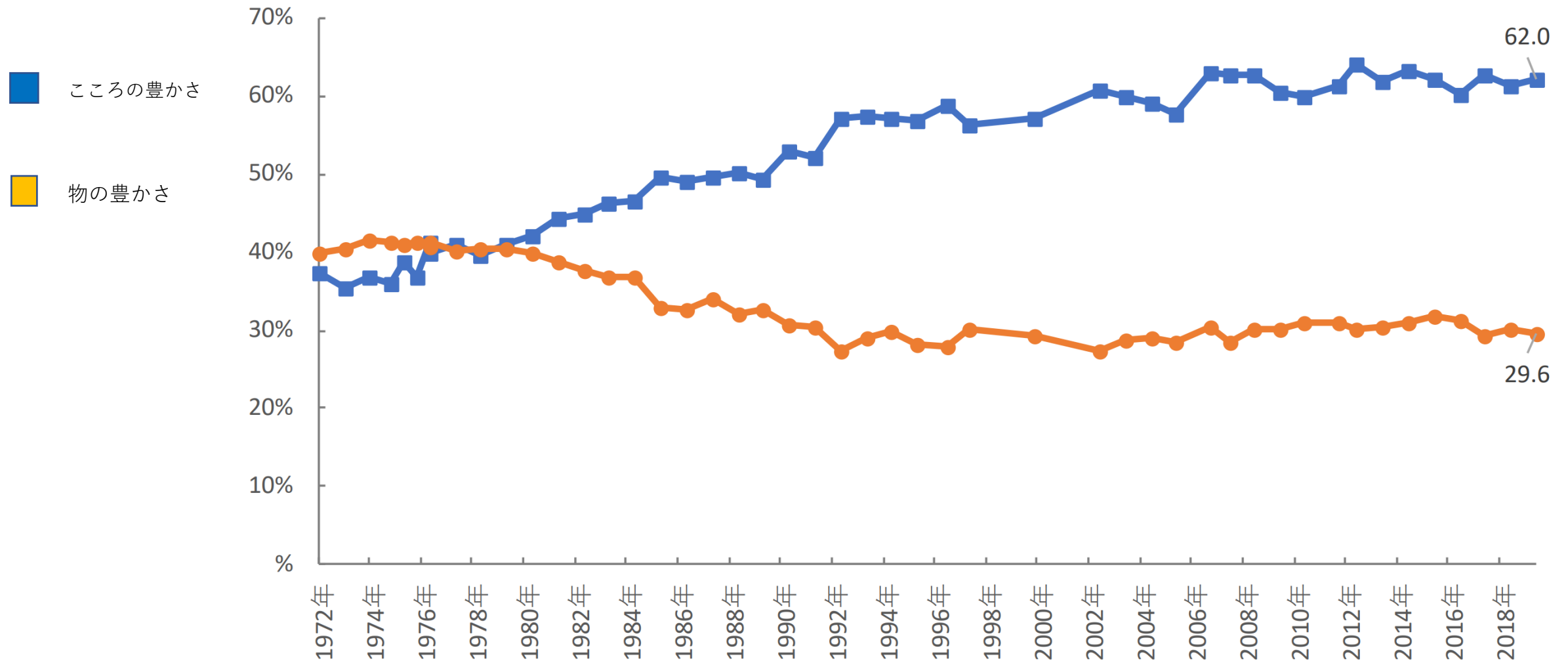
Ex) Spotify、Amazon Music、Apple Musicなど

音楽配信・サブスクリプションの売上実績、 音楽配信に占めるサブスクリプションの売上構成比率の推移

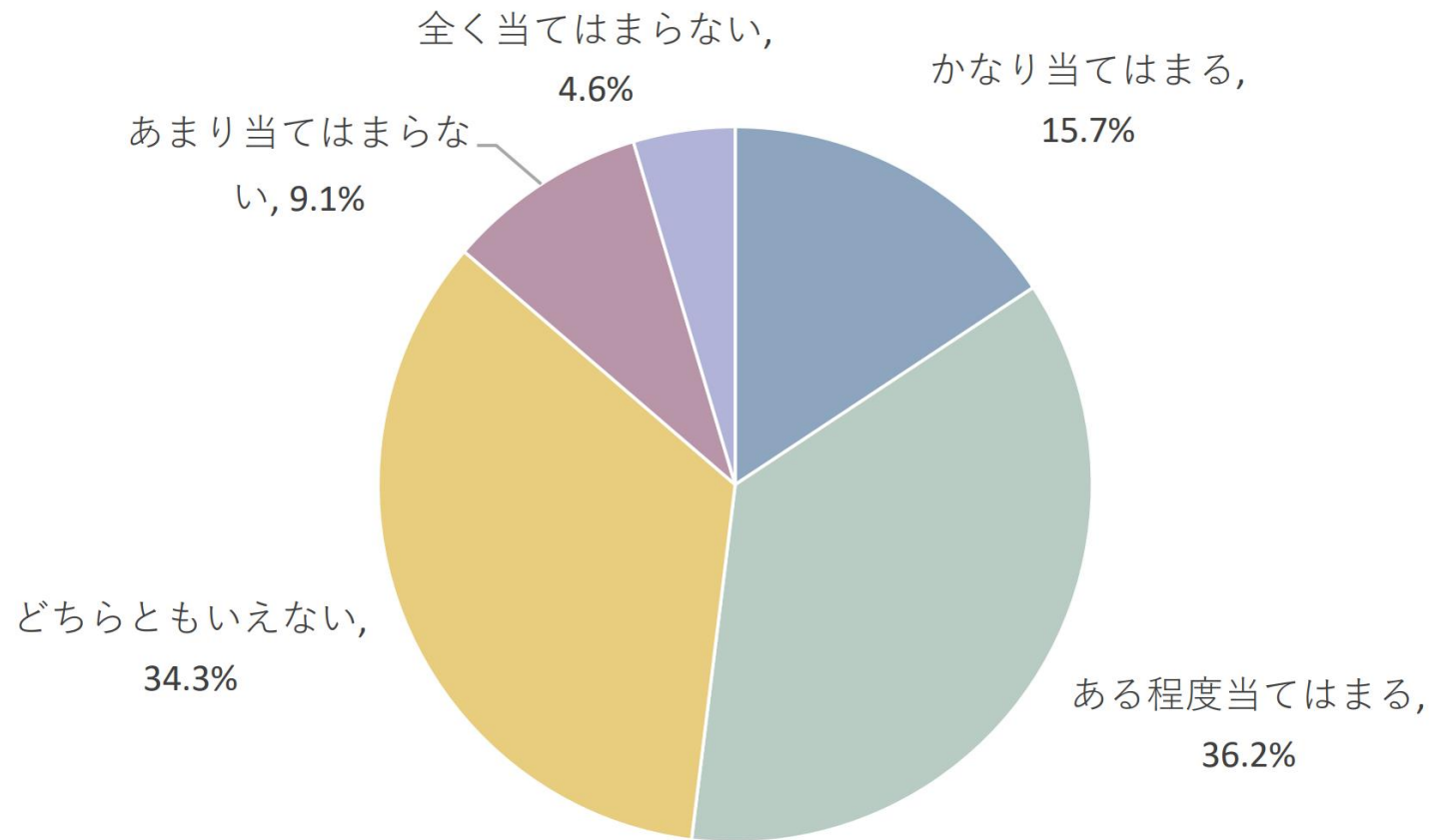


3. 消費者

これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか



できるだけモノを持たない暮らしに憧れる(n=3,000)



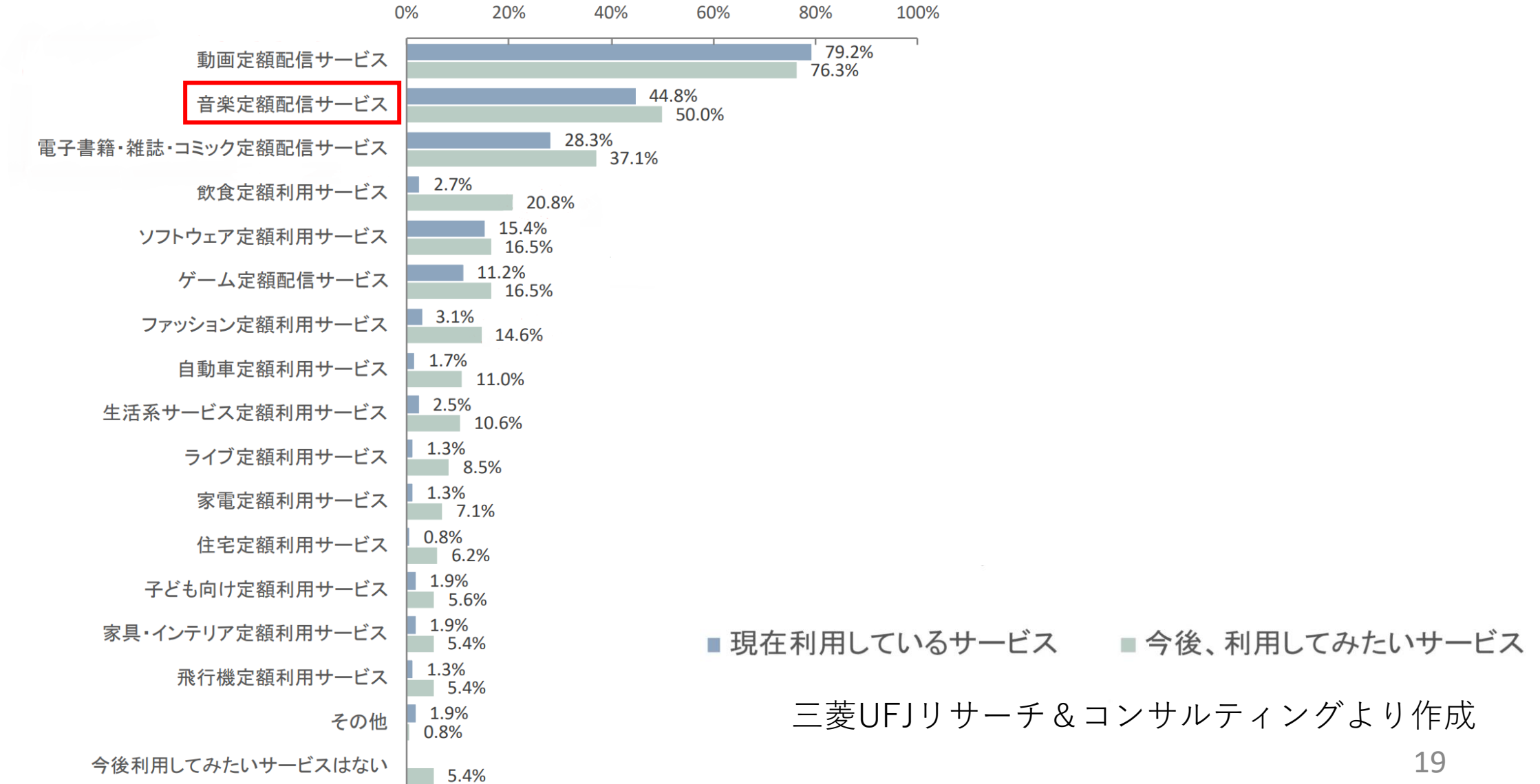
(出所) 消費者庁「平成28年度消費生活に関する意識調査 結果報告書」(2017年7月)

◆消費者の価値観

①消費者は心の豊かさを重視している

②消費者はできるだけモノを持たない
暮らしに憧れている

現在利用している、今後利用してみたいと思う サブスクリプション・サービス（複数回答）（n=520）

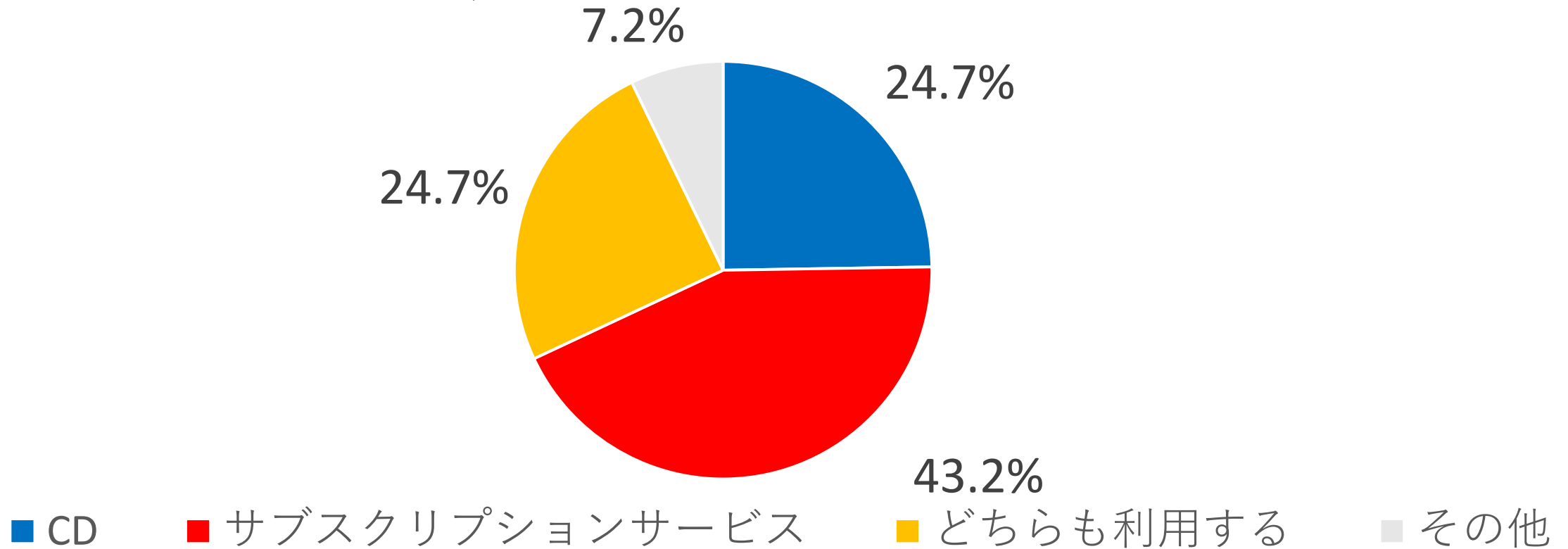


◆独自に実施したアンケート結果

(対象：10歳未満～50代の男女／190名)

普段あなたが利用している音楽再生媒体は

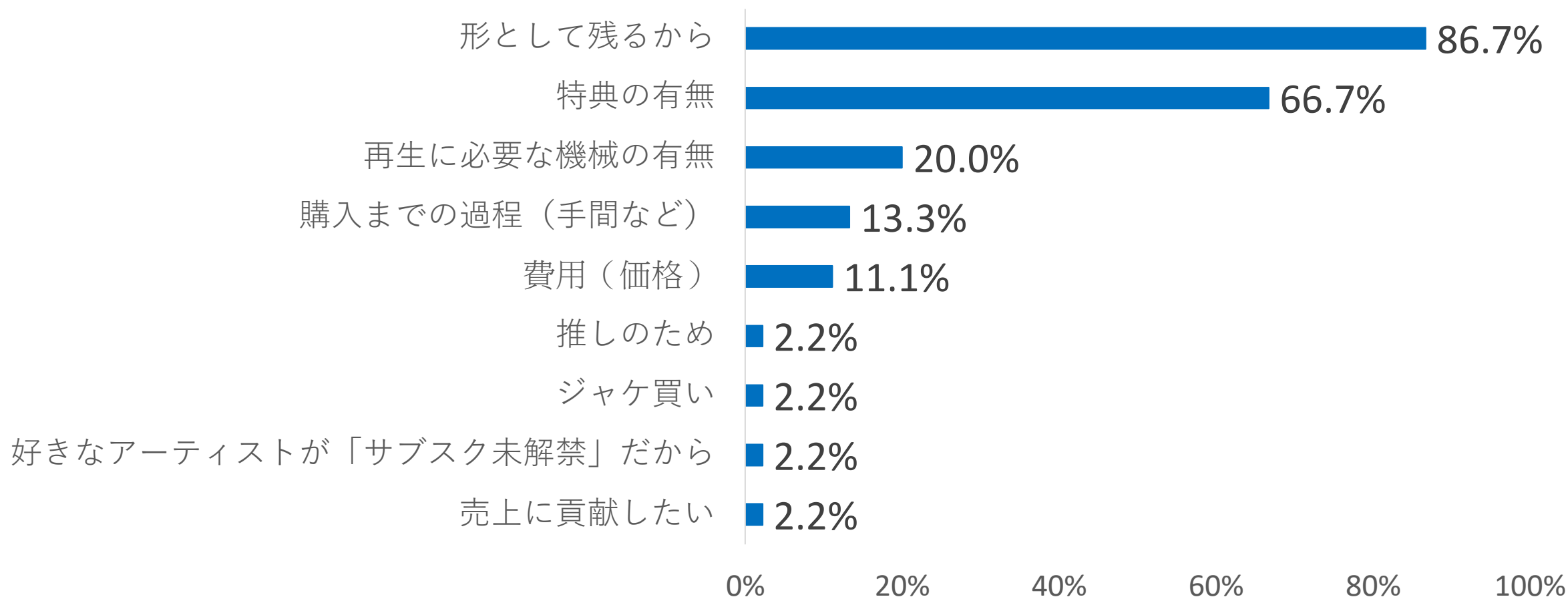
次のうちどれですか？



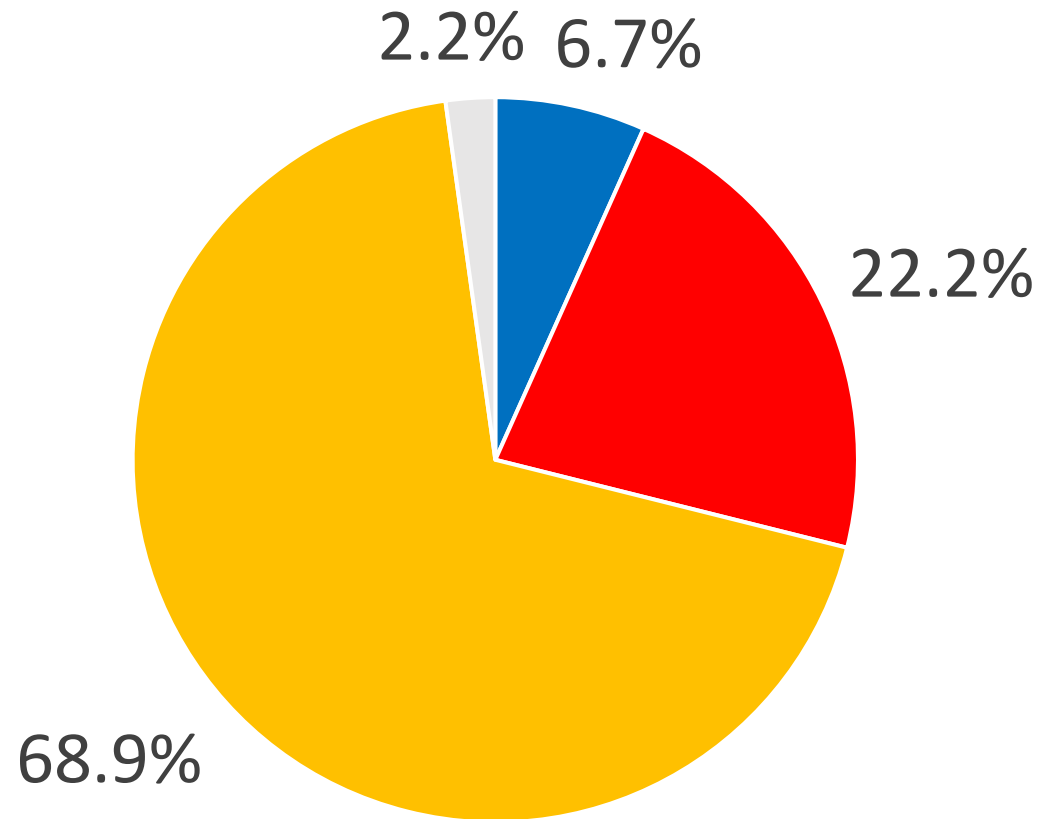
出典：オリジナルアンケート
(Google アンケート)

① 「CD」と回答

CDを購入する理由を教えてください（複数回答可）



あなたが応援しているアーティストが
サブスクリプションサービスにおいて楽曲配信を解禁した場合
サブスクリプションサービスを利用しますか？

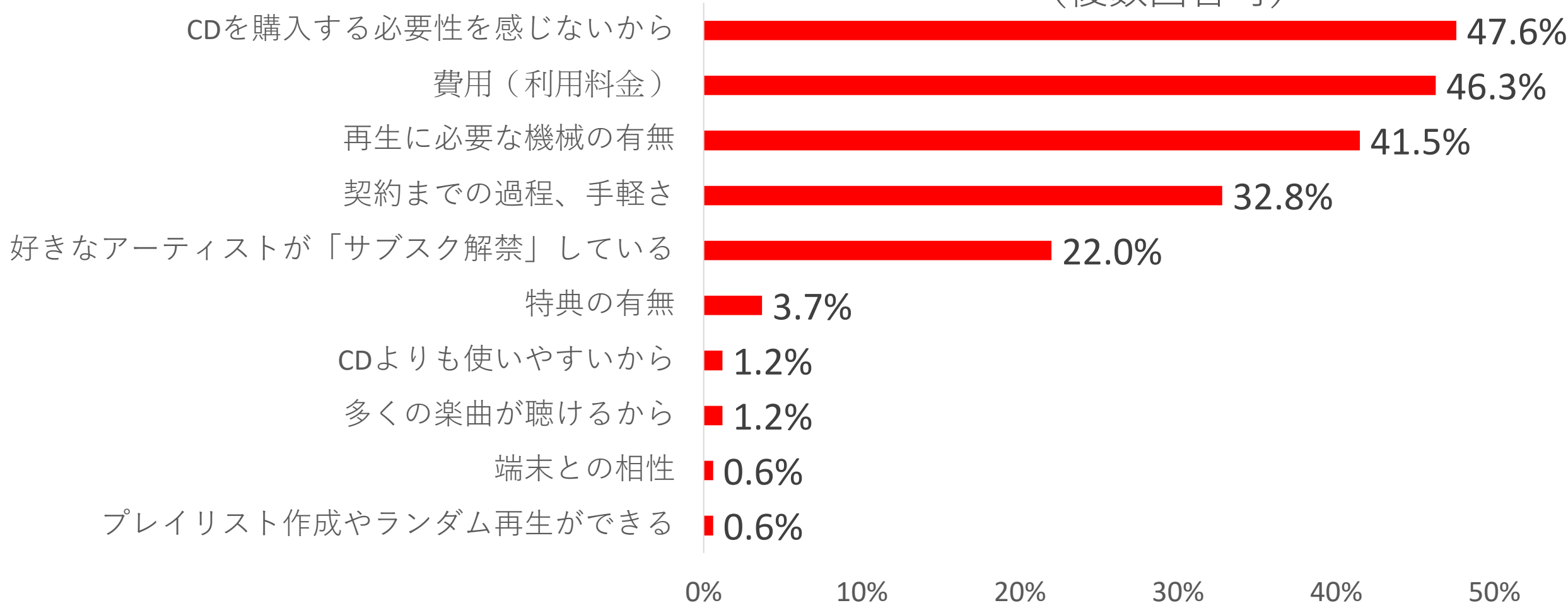


- サブスクリプションサービスを利用する
- サブスクリプションサービスを利用しない
- CDとサブスクリプションサービスを併用する
- その他

② 「サブスクリプションサービス」と回答

サブスクリプションサービスを利用する理由を教えてください

(複数回答可)



③「どちらも利用する」と回答

• 所持形態を選択

「車では**CD**を使い、持ち歩く時にはサブスクリプションサービスを利用している携帯電話を使う」

「好きなアーティストは**CD**を購入し、流行りの歌はサブスクリプションサービスで聴取する」

「**CD**はコレクション、サブスクリプションは**BGM**」

• 気軽さ、手軽さを重視

「**CD**での手間を味わって聴く音楽と、サブスクリプションのように手軽に聴く音楽のどちらにも良さがありどちらも楽しみたいから」

「**CD**は音源を持つという意味で所持する意味合いが大きい。サブスクリプションサービスでは、簡単に多くの楽曲を持ち運べるような感覚で使っている。」

「**CD**を持つことで大切な曲を所有したい反面、サブスクリプションサービスを活用して新しい音楽との出会いを気軽にできるため」

「サブスクリプションでは昔の曲を聴くのによいため」

③「どちらも利用する」と回答

- 海外アーティストの楽曲

「K-POPのCDは発売してから手元に届くまでに時間がかかることから、それよりも先に音源が解禁されているサブスクリプションサービスも利用している」

- サブスクリプションでの楽曲配信が未解禁

「サブスクリプションサービスではジャニーズ、ハロープロジェクトの楽曲が聴けないから」

「応援しているアーティストがサブスク未解禁のためCDを買うが、それ以外はサブスクを利用している」

- リリース形態の変化

「CDをメインに聴いているが、デジタルシングルの増加によりサブスクリプションサービスを利用せざるを得なくなった」

◆消費者側のメリット

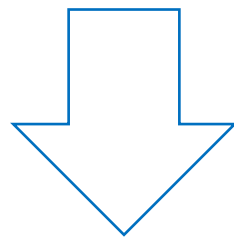
①金銭的なメリット

②利便性が向上する

③常にサービス価値の提供を受けられる

◆消費者側のデメリット

提供元からの配信が終了



自動的に消費者も
音楽を受け取ることはできなくなる

4. アーティスト

◆メリット

①CDを制作するよりも初期費用がかからない

②自分の音楽を広めやすい

◆メリット

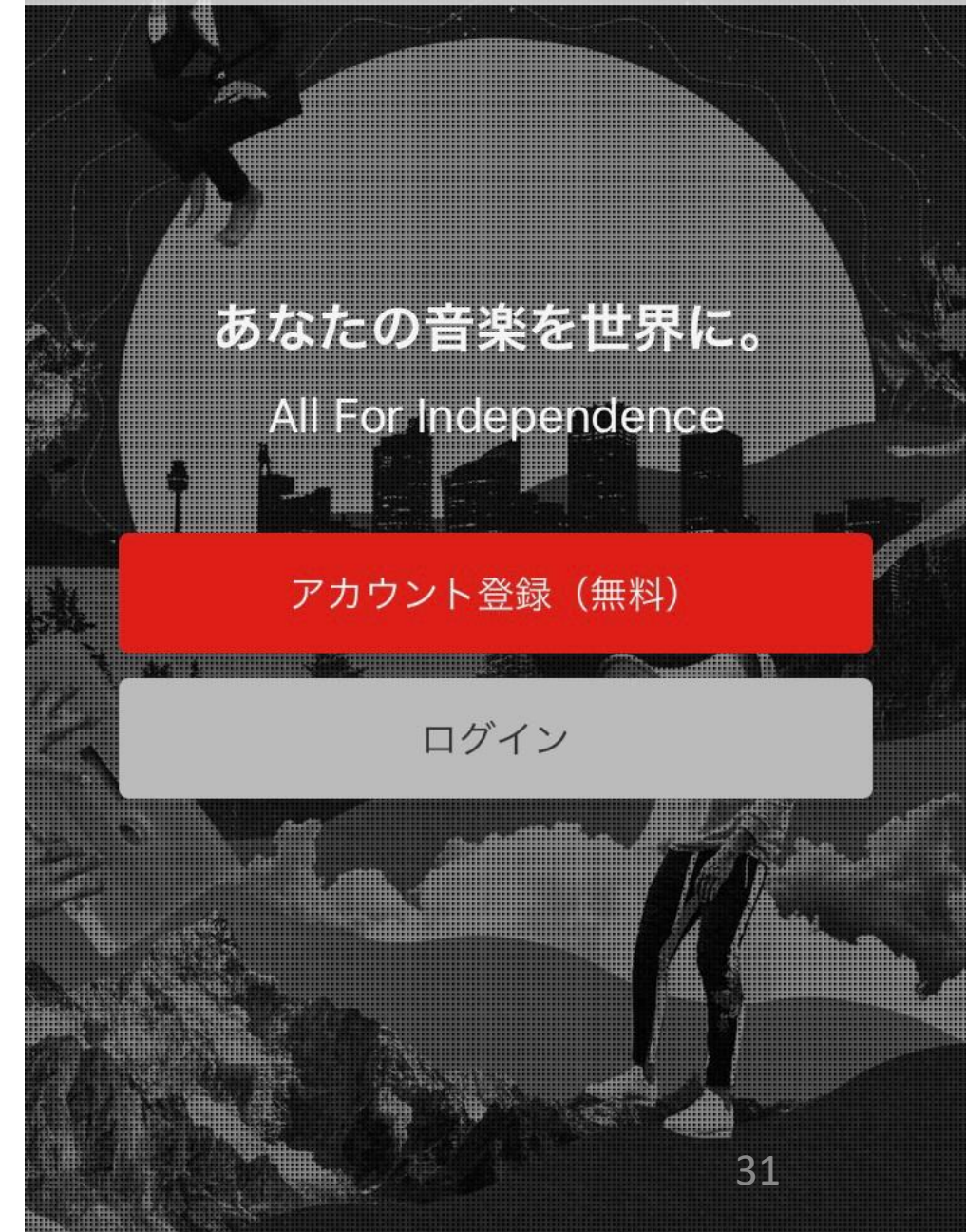
①CDを制作するよりも初期費用がかからない

②自分の音楽を広めやすい

tuneCORE Japan

- 誰でも自分の曲を世界中に配信、販売できるサービス
- 楽曲の売上からサービス利用料や特定の配信ストアの手数料を除く全ての収益がアーティストに還元（＝収益還元率**100%**）

◎アカウント登録はとても簡単◎



アカウント登録

☒ 個人 ☐ 法人

メールアドレス

パスワード (8文字以上)

パスワード再入力

☐ 規約に同意 (利用規約を見る)

登録する

ログイン

 プライバシー・利用規約

①

メールアドレス、
パスワードを登録

tuneCORE.
JAPAN

アカウント管理者情報登録

ご登録ありがとうございます。
アカウント管理者情報を
登録してください。

名前

例) 山田

②

氏名等を入力し、
アーティスト登録をする

速報レポート 過去7日間
最終更新日: 2020/10/15

単曲	0
アルバム	0
リングトーン	0
ストリーミング	0

[速報レポートを見る](#)

残高
¥0.000

[引き出し申請](#)

[確定レポートを見る](#)

③

登録完了

出典：tuneCORE Japan

◆実際の例

CDシングル（3曲入り）10ミリケース／300枚をプレス
57,500円



tuneCORE利用料：アルバム（※）／1年契約
4,750円（税抜）

※tuneCOREによるリリース登録の定義として、2曲以上のリリースは「アルバム」とされる

◆メリット

①CDを制作するよりも初期費用がかからない

②自分の音楽を広めやすい

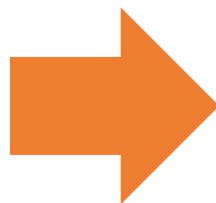
◆サブスクリプションでの配信を解禁していない

YouTubeにMVを公開

どんなアーティスト？
他の曲も聴いてみたい
曲を買いたい



消費者



CDを直接渡す手間...



アーティスト

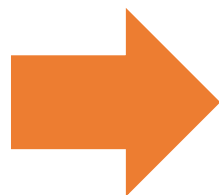
◆サブスクリプションでの配信を解禁している

YouTubeにMVを公開

どんなアーティスト？
他の曲も聴いてみたい
曲を買いたい



消費者



すぐ聴いてもらえる！
自分の音楽を世に広められる！



アーティスト

◆アーティスト側のデメリット

配信契約の期限が切れる→楽曲の配信も終了

ダウンロードした消費者のスマートフォンの中からも楽曲が消去
= 自分たちが作った音楽が消える

CDリリースは...

自分たちの音楽を未来に残せる唯一の手段

◆CDとサブスクリプションでの収入の差は？

- ・ CDでの収入

著作印税 + アーティスト印税 + 原盤権

＊ 著作印税

販売価格の3%（作詞1.5%＋作曲1.5%）

→複数人で構成されるグループの場合、分配される

＊ アーティスト印税

パーセンテージは、契約内容によって異なる

アーティストによってさまざま

売上枚数が上がるとパーセンテージも上がる

＊ 原盤権

制作費を出した人が保持できる（契約による）

→CDの売上の大多数を得ることができる

- サブスクリプションでの収入

* 1曲単位・配信会社によってパーセンテージが異なる

メジャーデビューしていないアーティストは
原盤権をアーティスト本人が所持
→曲の制作から配信まで行うとかなりの収入に



原盤権を持っていない中堅ミュージシャンの場合
サブスクリプションでの収入はほぼ無い

ミュージシャンの活動形態によって収入の差は開く

◆まとめ・考察

消費者

- 音楽ではサブスクリプションとCDの利用が混在している状態
→消費者が利用する音楽再生媒体の偏りは起こらない
- 今後もサブスクリプションの利用は拡大していく
→さらに新しいコンテンツやニーズに沿ったサービスが誕生？

アーティスト

- より多くの人に自分の音楽を届けられるという点では、
CDよりサブスクリプションの方が有利であると考えられる

◎芸術を発信する手段として日々進歩している

CDとサブスクリプションサービスの双方から
必要な要素を選択して音楽を楽しむ

ご清聴ありがとうございました。

参考文献

- サブスクリプションビジネスの発展
～所有から利用へ向かう消費者とビジネスモデルの転換期～
(小寄秀信)
- 三菱UFJリサーチ&コンサルティング
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/assets/internet_committee_200205_0002.pdf
- 一般社団法人 日本レコード協会
<https://www.riaaj.or.jp/f/data/online.html>
- tuneCORE JAPAN
https://www.tunecore.co.jp/?via=115&gclid=EAIaIQobChMIKOSlqmf7AIVmF1gCh2CnQn4EAAYAiAAEgl-5_D_BwE
- オリジナルアンケート「音楽聴取方法について」
<https://forms.gle/8w6n28Fae2QWQuy6>
- 取材アーティスト：WEDDIN'Girl 公式twitter：@girl_weddin

参考文献

- サカナクション山岡一郎が回答「CDとサブスクで収入の差はある？」 <https://tfm-plus.gsj.mobi/news/mt8GXATAqi.html?showContents=detail>
- サブスクリプションモデルとは ～モノからコトへ 新しいビジネスモデルの形～ <https://www.idearu.info/article/cloud/a342>
- 東京indie～ストリーミング型とダウンロード型音楽配信サービスの違い～ <https://tokyo-indie-band.com/2019/12/streaming-vs-download.html#i-3>
- フロー型ビジネスとストック型ビジネスの違いとは <https://kinchaku.com/blog/flow-stock-business/>
- 自主製作CDを作ることは効果的なのか？ <https://music-thcreate.com/cd-cost/>