

明大国日リサーチを通して

私がこのリサーチに協力してみたいと思ったきっかけは、音楽に対する大学生のリアル・本音を自分たちの手で調べて知りたいと思ったからです。巷には様々なアンケート会社があり、街で声をかけ調査している人もいれば、スマホアプリで実施されるものもあります。それよりも、同じクリエイタービジネス論を履修する比較的年代層や感性・趣向が近い人たちからの意見を聞き、これからの音楽業界がどう移り変わっていくのか、自分なりに推測してみたかったのです。

実際に調査をし、結果を分析して興味深かった点が2つあります。

1つ目は【音楽についてどこで新しい情報を得ていますか?】【音楽をどのように、あるいはどこで聞いていますか?】という2つの質問に対し、YouTube という回答が圧倒的であったということです。近年では、YouTuber と呼ばれる人が YouTube 内の動画配信にとどまらず、イベントを開催し多くの人を駆け付けたり、LINE スタンプとして起用されるなど多岐にわたる活動をされています。また、学研が2018年9月に全国の小学生1200人を対象として行った「将来就きたい仕事」で YouTuber などのネット配信者が男女総合3位にランクインしています。他にも、代々木アニメーション学院では2020年4月より YouTuber 科を新設する予定です。これらのことから、現在も未来も YouTube が若者にとって必要不可欠かつ憧れとなっていると分かります。それが今回の調査結果にも反映されているのだと思いました。音楽の入手源としても視聴源としても YouTube は利用されていました。根強い人気があるのは、ジャンル問わず世界中の動画が無料で視聴できることと誰でも簡単に投稿できるという2つの快適さがあるからなのではないでしょうか。【1か月で音楽にいくらくらい支出しますか?】という質問に対しても全くお金をかけない人が19%、1~1000円の人が49%でしたので、なるべくお金をかけずに音楽を楽しみたいという大学生の思いが今回聞けたと思います。

2つ目は、歌手の形態によって求められているニーズが違うという点です。たとえば、アイドルであれば華やかさやビジュアル面、シンガーソングライターであれば歌声や歌詞、ダンスボーカルユニットであればパフォーマンス、バンドであればメロディーというように重視されるものが違いました。アーティスト側としてもそのファンのニーズに応えるように楽曲であったり、パフォーマンスなどを提供していて、音楽業界は需要と供給がとれていると思いました。しかし、これは調査で分かった現在の状況であり、これからは1つの枠組みにとらわれず多様化していくように思われます。なぜならば、例えばアイドルであるならばビジュアルが良い・華やかというのは多くの人々がアイドルに対して持っているイメージだと思います。アイドルといってもその数は数え切れず、その中で生き残っていくのは大変です。ですので、求められているビジュアル面のニーズ以外に何かプラス要素として足していけないと売れないと思います。アイドルはたいていプロデューサーがいて、歌詞・楽曲を

提供されて、それを歌い、踊ることが多いと思います。だから、「自分で作詞作曲しました。」や「この振りはメンバーが振り付けしました。」と言うと、ファンの中でも「おお！すごい！」と話題になります。シンガーソングライターであれば作詞作曲をアーティスト自身が手掛けるのは多いですから意外性や話題性はないと思います。つまり、既存のイメージを覆し1つのイメージにとらわれないアーティストがこれから生き残っていくと思います。求められているニーズや当たり前として考えられている前提の他に、意外性を持ったアーティストがこれから増えていくのではないのでしょうか。意外性や話題性は既存のファンにとって刺激となり、応援するモチベーションアップに繋がります。また、メディアに取り上げられたりすることで新規のファンも獲得することができます。そのようなアーティストが日本だけでなく海外の音楽業界にも新たな風を吹かせてくれるのではないかと希望が見えます。

今回の明大国日リサーチを通じて、こういった興味深い結果と音楽業界の将来像の予測を立てることができました。今回調査対象となった10代・20代の流行は日々移り変わりそのスピードは18歳の私でも追いつけないほど目まぐるしいものです。これからどうなっていくか100%知ることは難しいです。しかし、現状を知ることによって未来の予測が立てやすく、音楽はさらに多様な色を帯びた魅力的なものになっていくと思います。私たちの人生になくってはならない音楽だからこそ音楽のこれからはすごく楽しみです。いつの時代でも人の心には音楽が根付いています。