

北川 直樹 (きたがわ・なおき) 先生

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
代表取締役 コーポレート・エグゼクティブCEO

1953年9月11日生まれ

1977年、株式会社CBSソニー

(現 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント)入社

1998年、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント

ASR第1グループチーフプロデューサー

2000年、同社 Associated Records プレジデント

2004年、同社 コーポレート・エグゼクティブ

2007年、同社 代表取締役 コーポレート・エグゼクティブCEO



〈講義概要〉

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの代表取締役CEOとして、音楽産業界を牽引する北川直樹氏が、音楽ビジネスの構図に関する講義を行った。

講義ではまず、音楽産業のあらゆる側面からの詳細なデータを提示し、音楽産業の歴史や現状について説明。さらに、音楽ができるまでの様々な過程についても具体的に示し、音楽業界の動きの実態をわかりやすく伝えるとともに、消費者の立場ではなくビジネスとして音楽産業を見直し、そこにある問題を分析する視点を学生に与えた。

さらに、ソニーの組織や事業展開、戦略の一部を紹介し、音楽ビジネスの構図を具体的に提示。デジタル技術の進歩により音楽の聴かれ方が変化する中で、新しいビジネスモデルの構築が音楽ビジネスのさらなる発展へつながることを示し、音楽の可能性についても言及した。音楽産業の課題について様々な角度から分析し、今後のさらなる展開への軌道を見据える講義となった。

〈受講生の感想〉

テクノロジーの進歩が、音楽の作り方を変えていき新しい音楽ができる。そして、情報の伝え方、宣伝の仕方が変わり、新しいコミュニケーションを生み出している。時代の変化で音楽の作り方・伝え方・宣伝の仕方も変化していったことが分かりました。
立命館大学・産業社会学部・2回生

ソニーミュージックと聞けば、音楽をイメージしますが、音楽だけではなく、ゲームや映画の製作にも関わっていることを知り、そのマーケティング力に驚きました。また、他企業とのタイアップ等を通じて活動していることも新たな発見でした。今までの歴史や自社の既存の考え方に縛られることなく、逆に新たなことを探していかなければ、自社を残し発展させていくことは厳しいのかなという印象を受けました。
立命館大学・産業社会学部・4回生

音楽がいかんして消費者の元へ届けられるのかがよくわかった。インターネット等の配信を介してより簡単に音楽を入手できるようになった反面、違法な音楽の配信、ダウンロード等また新たな問題が浮き彫りになってきた。デジタル化された音楽ファイルの管理の難しさを感じた。
立命館大学・法学部・3回生

音楽ビジネスに関わる人は歌手と会社だけであると思っていたけど、今日の授業を通じて様々な会社と色んな人々が関わっていることが分かった。

立命館大学・産業社会学部・1回生

CDが売れない時代と言われている時代の中で、実際にパッケージ商品の売り上げが下がっているし、期待された配信がそれを補うほど伸びていない現状がある。でも、今日の講義でも紹介されたように音楽を利用する回数頻度はほぼ変わっていない。北川先生も言われたように、そこにまだまだ音楽業界の可能性があると思う。今後、音楽がどのような形で聴かれていくのが注目していきたいです。

立命館大学・法学部・4回生

Sonyレコード会社の歴史から、音楽を聞く方法の変化に対しレコード会社がどのように対処してきたか知ることができました。ビジネスチャンスというものとはどんなことからつかむことができると考えました。国際的な経済不況ではあるが、音楽は人々とはなれにくいモノであり、その対処を考えられる力がそろえば終わることのないビジネスであると考えた。
立命館大学・産業社会学部・3回生

