

加藤 裕一（かとう・ゆういち）先生

株式会社レコチョク 代表執行役社長

【略歴】

昭和 35 年 1 月 6 日生

株式会社レコチョク 代表執行役社長

昭和 57 年 4 月 日本ビクター株式会社 入社

平成 14 年 4 月 ビクターエンタテインメント株式会社

経営企画室部長兼ネットビジネス推進室部長

平成 19 年 6 月 同社 代表取締役社長

平成 22 年 6 月 株式会社レコチョク 代表執行役社長



〈講義概要〉

株式会社レコチョク代表執行役社長としてエンタテインメント産業の最前線で活躍する加藤裕一氏が、音楽配信の現状と課題について講義を行った。

講義ではまず、音楽市場の現状や会社の成り立ち、音楽配信ビジネスの誕生とその成功要因について説明し、ソフトビジネスにおいて「健全な音楽創造サイクルを維持すること」、「メーカーとユーザのニーズを大切にし、双方を繋げる役割を担うこと」、「携帯電話の進化に同期させたビジネス展開」が重要なポイントであることを示した。

続いて、近年のユーザー動向について詳細なデータを用いて解説し、取り巻く環境の変化に伴い音楽への支出が減少している実態を示し、音楽や魅力的なアーティストに出会う機会を生み出すことが市場の回復において最も大切であると言及した。また、クラウド化によるインターネット環境と音楽配信市場の今後の展望について、ターゲット別に多角化させた音楽サービスの提供が重要であり、新たな音楽の販売形態を提供することで、違法配信を抑制する可能性にも繋がると示した。

最後には、重要なキーワードを提示しながら今後の方向性について解説し、より多くの人々に音楽を楽しんでもらうため、ニーズに合わせたカジュアルなサービスを提供するなど新たな提案を行っていききたいと熱い思いを伝えた。

《受講生の感想》

●音楽に対する考え方が以前とは変わり、有料で音楽を買う人や、そもそも音楽自体に興味を持てなくなった人も増えてきた。そのような人たちを上手く取り込むことが今後音楽配信の業界で求められてくると感じた。端末の変化や外資の参入によって国内市場も大きく転換を迎えてくるが、その中で顧客のニーズに合わせたサービスをいかにして提供できるかが課題である。音楽に出会いと再会の2つの力があり、それを軸に音楽業界全体の拡大が求められてきていると感じた。

立命館大学・法学部・3回生

●音楽ダウンロードの市場もスマートフォンの導入で大幅に変わっているのが分かった。各会社臨機応変に対応しなければいけないのと、市場拡大を目指していく努力をしなければいけないのだと思った。また、海外から色んな会社が参入してくる。グローバルになっていく市場に対して、常に視野を広げて物事を考えていくことが重要だと思った。どの世代にどうやって売るかも大切なのだと感じた。

立命館大学・映像学部・2回生

●「出会いと再会」という言葉に深く感銘を受けた。ユーザーが音楽に愛着をもって好んでいる人が多い中で、スマホに移行された端末環境で、検索が困難に思われたり、本当に好める楽曲に出会えていないのが問題とする点には、その通りだという印象を持った。音楽に会う機会が生活の中にもっと増えれば音楽市場に絶対反映されるだろうと思った。

立命館大学・映像学部・2回生

●やはりネット社会や消費者の志向が変化の中で、音楽の形式も大きく変わってきているという現状を把握し、これからの音楽配信ビジネスのあり方について理解することができた。加藤先生も仰っていたが、お客様のニーズに合わせたカジュアルなサービスの提供、そしてお客様満足度向上こそが今後発展していくための方策だと私も共感した。やはりこういったビジネスは1年先や数年先が読めない中で、新しい、より革新的なシステムづくりが必要だと思う。

立命館大学・法学部・4回生

●音楽配信の現状として音楽を好きな人は昔と比べて変化はないが、無料で音楽をインストールしている人が増加しているということが分かる。この現状を今後どのように改善していくか課題がたくさんあると感じた。少しでも有料コンテンツをうまく利用していく方法を、消費者に伝えていくべきだと感じた。違法配信の問題をもっと意識させると共に、消費者にとって使いやすく、利点が多い有料サイトを目指し、自然に音楽との関わりをもてるような環境を作っていくことが重要だと思った。

立命館大学・産業社会学部・3回生

●「音楽は記憶」という言葉がとても印象的でした。お客様のニーズに合わせたサービスをしていくことによって、老若男女問わず音楽を楽しめるようになると聞いて、これからの音楽配信サービスがとても楽しみになりました。

同志社大学・表象文化学部・3回生

