

論文講評

## 柏木愛咲子「現代人の求める音楽の変化

### ～“聴く”文化から“消費”する文化になった背景～

評者（小関）は音楽ビジネスには全く疎いのですが、この論文をみると近年の音楽ビジネスの変化、地殻変動とでも言うべき大きな変化を読み取ることができます。

インターネットでの音楽配信が主流になる中で、音楽 CD が以前に比べて売れなくなり、他方ではコンサートなどの生イベントが増えているというのです。タイトルにある“消費”とは、単に物を買うという意味の消費ではなく、「いま・ここ」でしか味わえないライブ・フェスの生演奏（サービス）をその場で消費するという意味です。「モノの消費から、コトの消費へ」という傾向は音楽業界にも大きな変化をもたらしていると感じられます。技術革新により、CD の音源は簡単にコピーし、インターネットを経由して発信できてしまうため、モノの価値が下がる一方、「いま・ここ」でしか味わえない生演奏は、そこに参加している人だけが得られるプレミアムな価値として評価されるのでしょうか。

筆者は、Perfume という「テクノポップユニット」を事例として、Perfume によるライブが人気を博している理由を詳細に分析しています。筆者は独力で音楽ビジネスや Perfume について詳細に調べ、論文をまとめており、よく努力しました。

ただ、事例に挙げた Perfume や音楽業界の関係者、Perfume のライブの参加者などには直接アプローチできませんでした。直接話が聞けるともっと良かったですね。