

ネット環境における音楽アーティストの成功プロセスに関する研究

1220548 藤原昂大

指導教員 林一夫

研究背景

近年のネット環境の普及により、楽曲配信、動画配信サービス等を利用することで手軽に音楽を入手できる環境に変化した。このことから、楽曲の提供するアーティストも楽曲をCD化、レコード化の費用や手間を省くことで楽曲を発信しやすい環境に変化したと考えられる。本研究ではネット環境における音楽アーティストの楽曲発信方法について着目し、ネット時代の音楽アーティストの成功プロセスについて検討する。

研究目的

本研究は音楽アーティストを「従来型アーティスト」と「ネット発型アーティスト」の二つに分け、それぞれの楽曲発信方法の分析からネット環境におけるアーティストの効果的なプロモーション方法を提案する。

調査・分析方法

本研究では、音楽アーティストを「従来型アーティスト」と「ネット発型アーティスト」に分けて検討し、双方の楽曲発信におけるプロモーションに至るまでの違いとプロモーション後の違いを検討し、これらの結果からネット環境における効果的なプロモーション方法を提案する。

分析結果

「従来型アーティスト」と「ネット発型アーティスト」のプロモーションに至るまでの違いは、楽曲制作、発信、フィードバックのサイクルの長さである。ネット環境においてはこのフィードバックサイクルが短いことが有効であることが分かった。また、プロモーション後の違いは、楽曲を発信する頻度である。ネット環境によって多くのファンを獲得できる反面、多くのファンに飽きられる可能性が懸念されるため、急速な拡販によるアーティストの短命化を防ぐ対策が必要であることが分かった。

考察・結論

「従来型アーティスト」と「ネット発型アーティスト」は、プロモーションに至るまでの楽曲制作、発信、フィードバックのサイクルの長さが異なっていた。ネット環境においては、このサイクルが短い、アジャイル開発のような手法が有効であることも明らかにした。また「従来型アーティスト」と「ネット発型アーティスト」は、プロモーション後において楽曲を発信する頻度に違いがあり、適切なタイミングで楽曲を発信することで、アーティストとして延命できる事も明らかになった。また、「ネット発型アーティスト」は急速な拡販によるアーティストの短命化が懸念されるため、楽曲にストーリー性を持たせる、ミュージックビデオ(MV)に特徴を持たせるといった対策が必要となること明らかになった。

これらの検証結果から、ネット環境における効果的なプロモーション方法は

- プロモーションに至るまでは、アジャイル開発を用いて活動する。
- プロモーション後は急速な拡販によるアーティストの短命化を防ぐ対策を行いつつ、少しずつ楽曲を発信する頻度を低くする。

という結論に至った。