

【セミナー】

ダウンロードミュージックはCDを超えるか

変革する米国の音楽ビジネス

中村由紀 Yuki Nakamura IPG Network, Inc.

世界的なMP3形式の普及、そしてマイクロソフト社のウィンドウズメディアテクノロジーとリアルネットワークス社のリアルジュークボックスの発表……。いまもっともホットなのはインターネットを使った音楽の配布(流通)ビジネスだ。インターネットはついに音楽業界という巨大産業の根幹を揺さぶり始めた。ここではインターネット音楽流通開始前夜の米国市場の最新レポートをお届けする。

MUSIC BUSINESS

法的整備が新しいビジネスを生む

「高品質の音楽がインターネットで簡単に楽しむことができた」と思っている人は多いに違いない。インターネットではすでにMP3というデータ形式が普及しており、CDから個人がMP3にエンコードして無断でアップロードした「違法な」データをこっそりと試した人も少なくないだろう。これが社会問題となり、音楽著作権を管理する団体であるJASRAC(日本音楽著作権協会)は悪質なサイトに対して、警告をしたり、摘発をしたりし始めていることは新聞紙上などでも報道されている。

しかし、MP3やそれを配布するインターネットという技術はこれまでのビジネス構造を崩壊へと導く悪の技術ではない。コンピュータに限らず、新しい技術が生まれてくることは止められない。それをどのように運用すればビジネスとして成立させられるかという社会的ルール作りが急務となっている。

米国ではMP3などの高品質な音質を保てるエンコード技術に対して音楽業界が危機感を抱いていることは否定できないものの、その反応はきわめて前向きだ。新しい技術とそれを使ったビジネスの発展に対して否定的と言わないまでも、後手に回りがちの日本とは対照的に常に速いスピードで発展させていく活力がアメリカにはある。

ここ数年間、とりわけ1999年に入ってから米国の音楽業界とインターネット業界の関係は見逃せない。業界動向の変化には、常にビジネスと法律が表裏一体となって相互の臨機応変な対応と発展があるからだ。ビジネスの進展に遅れがちな日本の立法的動向とは明らかに違う。米国では非常に短期間のうちに、ビジネスが新たな法律を作り出し、法律が新たなビジネスを作り出しながら、あらゆる物事が発展しているというのが現実なのだ。

いち早く対応した米国新著作権法

デジタルコンテンツの著作権に対していち早く対応した代表例が1998年10月28日にクリントン大統領が署名して制定された新著作権法「Digital Millennium Copyright Act of 1998」だ。この新著作権法の内容は1996年12月にWIPO(世界知的所有権機関)が採択したネットワーク上での著作権を保護するための国際統一基準となる「著作権新条約」と「著作隣接権新条約」を受けている。WIPOはスイスのジュネーブに本部を置き、国際的な知的所有権の保護を目的として1970年に設立された国連の専門機関で、米国や日本を含めた世界170か国以上が加盟している。

米国の新著作権法「Digital Millennium

Copyright Act of 1998」では次のものが含まれる。

- ① 著作者は著作物を公衆に伝達する独占的権利を有する(WIPO著作権新条約 Article 8)。実演家とレコード会社にも著作物を公衆からのアクセスを可能にする状態に置くアップロード行為についての独占的権利を認める(WIPO実演・レコード条約 Article 10,14)。
- ② 著作者に著作物全般について頒布権を認めるが、最初の頒布(First Sale)が行われた直後にこの権利は消滅する。実演家とレコード制作者にも同様の権利を認める(WIPO著作権新条約 Article 6とWIPO実演・レコード条約 Article 8,12)。
- ③ 技術的保護手段の回避や権利管理情報除去等による被害の救済措置の立法化を加盟各国は行う(WIPO著作権新条約 Article 11,12とWIPO実演・レコード条約 Article 18,19)。

実演家とレコード制作者にも、著作物の伝達と最初の頒布(First Sale)について著作者と同等の権利が認められていること、そして、著作権管理保護についての技術的に確実な手段を厳しく追求していることがこの法律の重要ポイントだ。

もちろん、こうした権利保護の法律案を米国議会の議員たちに納得させ、最終的に

制定させるに至った背景には、1997年ごろから積極的に活動していた音楽業界やインターネット業界の多くの関係者の根まわしがあったことを忘れてはいけない。これはビジネスが新たな法律を創出した例だ。また、逆のパターンとして、著作権保護解除装置に対する方策と権利者を電子的権利管理情報の除去や改ざん行為から保護する対策という点がある。この新著作権法の制定によるところの大きい新ビジネスにIBM、ソニー、インタートラスト (InterTrust) などがかかわっているデジタルデータにおける音楽著作権の管理保護技術がある。

音楽にまつわる権利とビジネス

古くはレコード、現在はCDという形で販売されているパッケージ化された商品としての音楽には、いくつもの複雑な権利が絡み合っている。一言で「著作権」という言い方で片付けられているが、著作権には作詞や作曲をした人の権利だけでなく、その曲を演奏した人の権利である「実演権」、そしてスタジオやエンジニアを擁して莫大なコストをかけてマスターテープを作成したレコード会社の「原盤権」などの著作権隣接権もある。

これまで作詞や作曲者の権利を代表してきたのは各国の音楽著作権管理団体である。日本ではJASRAC、米国ではBMIやASCAPなどがそれにあたる。

これまでFM局のようにCDの曲をかけたり、テレビ局のようにアーティストが演奏したりすることで番組を作る放送局や「打ち込み」直した曲を演奏するカラオケボックスから、アーティストへの著作権使用料 (つまり印税) の徴収を音楽著作権管理団体が代行するという構造だった。ここで注意しなければならないのは、徴収代行をしているのはあくまでも著作物を使用するうえでアーティスト (著作権者) に支払う使用料であり、コストをかけてCDの

原盤 (マスター) を作っているレコード会社には使用料が払われていないということだ。レコード会社も自社のCDを使って番組を作っている放送局から使用料を徴収できないものかと考えてはきたが、実際には放送でオンエアされることをきっかけに店頭でCDが1枚でも多く消費者に売ればビジネスが成立するという点で妥協してきた (図1)。

音楽権利ビジネスが変わる

こうした過去から長く続いている業界を揺るがしたのがインターネットとそのアプリケーションの1つであるリアルネットワーク社の「リアルプレイヤー」やマイクロソフト社の「ネットショー」などのストリーミングのアプリケーションである。これらのアプリケーションによって「放送のような番組」をインターネットで流せるようになった。しかし、実際には番組をサーバーに蓄積して、何度でも聞けるようになっていたため、メディアの特性は放送とまったく違うものだった。つまり番組内容は似ていても、これまでなかった特性のメディアに対して、いったいいくら著作権使用料を課すべきなのかという命題の解を導き出さずにいた。日本においては1998年後半にや

っとJASRACとNMRC (ネットワーク音楽著作権連絡協議会) において、インターネットにおける音楽利用の暫定的な規定が合意に至った段階である。一方、米国ではすでにBMIとASCAPがインターネットのストリーミングコンテンツでの音楽の使用料をおよそ3年前から決定しており、ある意味においてはスムーズに話が進んでいた。

新しいビジネスの創出が必要

しかし、特定の時間にスイッチを入れておかなければ聞けない放送とは違い、オンデマンドで何回でも聞ける番組なら、レコード会社も自社のレコードの使用料を徴収しなければレコードの売り上げに影響が出ると考えるようになってきた。米国においては新著作権法の下で、サーバーに蓄積される形態になっている番組についてのレコード会社 (徴収代行はレコード協会が行う予定) への印税支払いの骨子が決まり、その印税については1999年6月までに業界で決定するとしていたが、しばらくの間は決定しそうにもない様相である。

それに加えて、ここ数か月の間に急激に盛り上がってきたのが、音楽データを利用者にオンデマンドでダウンロードさせ、利用者はダウンロードした曲を何度でも再生

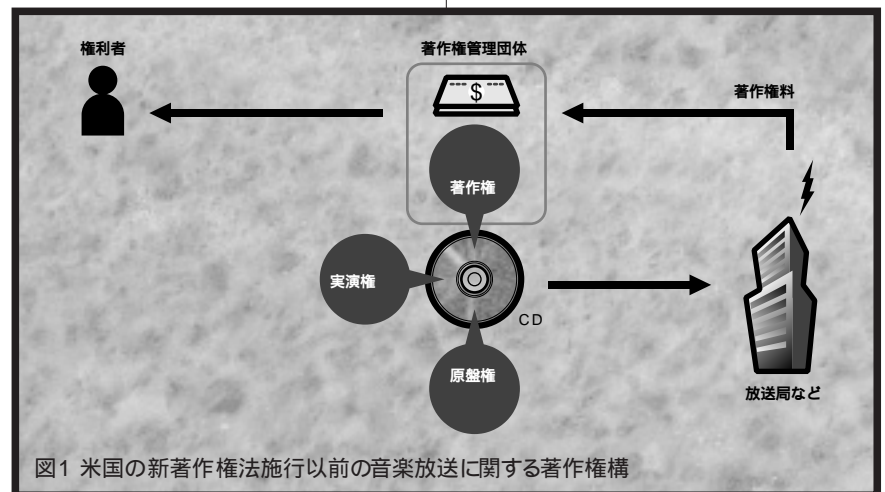


図1 米国の新著作権法施行以前の音楽放送に関する著作権構

できるという技術とビジネスである。これまで10曲前後の曲を収録してマスターテープを作り、それをCDにプレスし、ジャケットを印刷し、ケースに入れ、物流を使って全国の店頭配布してきた。つまり製造コストはもちろん、流通のコスト、在庫を管理するための倉庫のコストなども価格に含まれていたわけだ。

インターネットで好きな曲だけを買うようになると、CDパッケージのコストが大幅に削減されることから、1曲あたりの価格は下がるべきだと考えるのが消費者であり、コストが下がった分を収入のアップにつなげたいと考えるのがアーティストである。

もし、インターネットで購入できる曲の価格が急激に下がれば、当然レコード会社の商品、つまりCDが売れなくなる。高くてもわざわざCD販売店に行かなければならないという不便なメディアが少なからず影響を受けるのは必至だ。

つまり、アーティスト、レコード会社、そしてインターネットでのディストリビューター、消費者という四者の利益を調整し、新しいビジネス構造を創出する必要があるというのが問題の本質である。

米国において、こうした利害を調整する新著作権法制定の根まわしに積極的に参加していた組織の1つにRIAA (Recording Industry Association of America ; 米国レコード協会)がある。RIAAはレコード会社によって組織されている業界団体で、レコード会社に有利なビジネス構造となるように活動している。最近ではインターネット業界とことごとく衝突していたと言っても過言ではない。これは米国の音楽業界とインターネット業界の激動の様がもっとも明確に現れているケースである。

「SDMI」という組織の出現

1998年12月にはRIAAと大手レコード会社5社(Bertelsmann AG's BMG Enter-

tainment、EMI Group PLC's EMI Music、Sony Corp's Sony Music Entertainment、Seagram Co.'s Universal Music Group、Time Warner Inc.'s Warner Music Group)は著作権を確実に保護したり、流通をコントロールしたりする技術基準や規格を作り、新しいビジネスを育成することなどを目的とする団体であるSDMI (Secure Digital Music Initiative) を組織した (図2)。1999年5月12日にはSDMIメンバーでもあるマイクロソフトがこのSDMI規格にのっとり、ソニーミュージックエンターテインメント (SME) とともに音楽のインターネット配信サービスを商業化させるとの発表があった。さらに5月26日にはUniversal Music Group、AT&T、Bertelsmann AG's BMG Entertainment、松下電器産業などがインターネット音楽配信事業を目指した提携「ナイジェルプロジェクト」を発表した。この2つの大きな共同事業は今後のレコード業界の向かう方向を示唆している。なぜならば、すでに今年の2月にIBMとソ

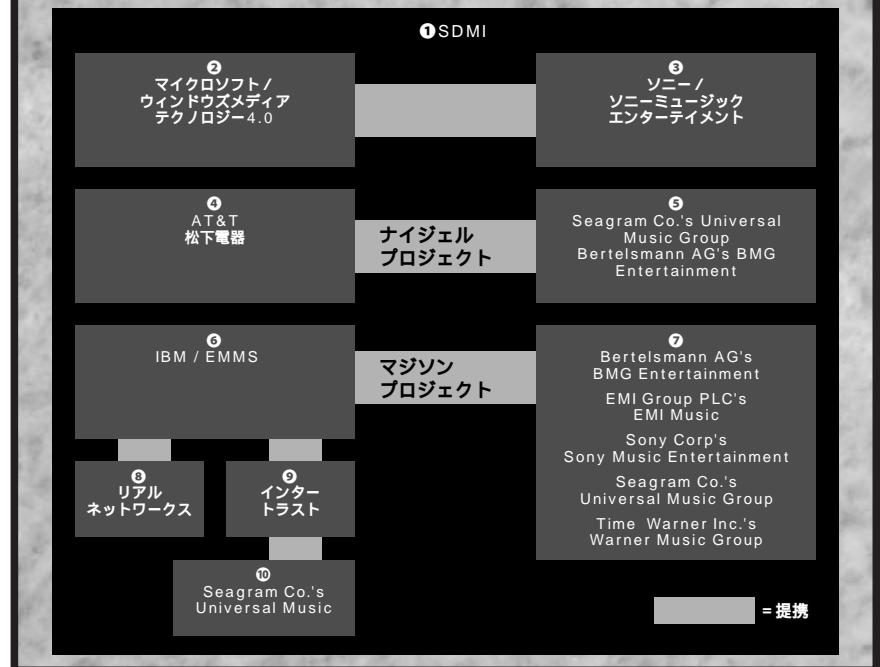
ニー、そして大手レコード5社はインターネット音楽配信技術について実験的な共同プロジェクトである「マジソンプロジェクト」を進めているが、この新たな商業的共同事業により、ほかのレコード会社もインターネット関連業界の企業とともにインターネット音楽配信流通への商業的な事業展開を早急に行うべきを得ないからだ。

手を結ぶ音楽業界とハイテク業界

音楽を創造するアーティスト、そしてそれをCDというパッケージ商品の形にして販売するレコード会社、卸や店舗などの流通会社、そして顧客というのがこれまでの音楽の流通における関係者であった。

インターネットでの音楽の流通では卸や店舗に替わってサーバーとネットワーク設備を持つインターネット流通会社が登場し、これらの企業は場合によっては新たなアーティストと独占契約を結ぶ可能性もある。つまりレコード会社の役割と流通の役割を

図2 SDMIと各企業の提携



兼ねるニュービジネスが生まれ、既存のレコード会社を脅かす存在になることも予測できる。

また、インターネットで音楽データを安全に配送して、消費者に課金をし、音楽を再生するための仕組み作りにはマイクロソフトやリアルネットワークスなどの技術会社に関係している。さらにいえば、自社のインフラストラクチャーの価値を上げたい電話会社やケーブルテレビ会社などもそこに参入しようとしている。

音楽を流したいと思っているレコード会社やインターネット流通会社は市場でもっともシェアのあるソフトウェアやプラットフォームを利用することが大きなビジネスチャンスにつながると考えるのは当然のことだ。また、有力なアーティストや曲が自社の技術を採用してくれれば、それが引き金となって自社のアプリケーションがシェアを握れるようになる。

このようにさまざまな思惑が絡み合っているのが現在のインターネット音楽流通ビジネスの背景である。こうした複雑な関係を整理するために、ここで事業提携を含めた代表的なインターネット音楽配信とレコード業界の現状をまとめておくことにしよう。

【マイクロソフト】

今年6月に正式版が公開されたマイクロソフトのウィンドウズメディアテクノロジー4.0は音声と動画を扱える配信システムだ。音楽配信についてはSDMI規格の著作権保護機能を保証している。つまりプレイヤーとともにサーバーも提供し、サーバーにはライツマネージャー（著作権管理機構）を入れることで、ダウンロードしたデータファイルをほかのコンピュータにコピーをしても、購入した人以外は再生ができないという仕組みを導入している。

また、マイクロソフトは著作権保護技術マネジメント会社であるレシプロカル社

(Reciprocal, Inc.)に資本を出資し、AT&Tでインターネット音楽配信技術「a2b」に携わっていた技術者らを引き抜いた。

当初マイクロソフトのウィンドウズメディアテクノロジー4.0を支持していたのはメジャーレーベルではなく、弱小のインディーズレーベルのみだった。しかし、5月にレコード業界最大手のSMEが賛同し、ともに音楽のインターネット配信サービスを商業化することになったため、音楽配信業での主導権を握るという点でも強力な存在の1つとなっている。ちなみに商業化の目処は7月頃だと発表されている。

【AT&T + 松下電器 + BMG + Universal】

現時点でもう1つ強力な陣営としてSDMIのメンバーであるSeagram Co.'s Universal Music Groupが主となってAT&T、Bertelsmann AG's BMG Entertainment、松下電器産業らと提携したインターネット音楽配信事業「ナイジェルプロジェクト」がある。Universal Music GroupとBMGがコンテンツを提供することになるこのプロジェクトはレコード会社2社の所有する音楽コンテンツが世界の約40パーセントを占めているということからも見逃せない存在だ。AT&Tは音楽データの圧縮技術を提供し、また松下電器は著作権保護技術を提供するだけでなく、再生プレイヤーなどの受信端末と記録媒体も開発する。AT&Tは以前独自のインターネット音楽配信のa2bという会社を持っていたが、その主力メンバーをマイクロソフトに奪われたことも本プロジェクトへの積極参加を促していると思われる。なお、このプロジェクトの本格的商業化の目処は今年のクリスマス商戦としている。

【IBM】

IBMはデジタル音楽コンテンツをダウンロード販売するためのソリューション

EMMS (Electronic Music Management System)を開発しており、これにソニーが開発した著作権保護技術である「Open MG/MagicGate」を搭載させると4月に発表した。マイクロソフトとSMEとの商業的提携より、今年2月にIBMは大手レコード会社5社(Bertelsmann AG's BMG Entertainment、EMI Group PLC's EMI Music、Sony Corp's Sony Music Entertainment、Seagram Co.'s Universal Music Group、Time Warner Inc.'s Warner Music Group)とEMMSでの実験的なインターネット音楽配信事業を目的とした提携「マジソンプロジェクト」が動いている。このプロジェクトはサンディエゴで1000軒の家庭を対象にインターネット回線で音楽配信の消費者向けサービスの試験を始める。しかし、周辺の急激な事業化の計画を受けて、この実験的なプロジェクトも早急に商業ベースに乗せる必要がある。

【リアルネットワークス】

こうしたIBMと主に音楽著作権管理技術について提携しているリアルネットワークス社も、今年5月3日に「リアルシステムMP」と「リアルジュークボックス」というインターネット上の音楽配信システムを発表している。リアルネットワークスは自社では独自の技術を開発しているわけではなく、あくまでオープンスタンダードなプレイヤーであることを唱えている。当面はIBMとの提携関係が密であるように見えるが、MP3などほかの方式のエンコード技術や著作権管理機構でもプラグインできることをセールストークとしている。

そして、近い将来には音楽データのポータルサイトを目指すとしている。たとえばリアルジュークボックスにはインターネットのCDショップへのリンクが貼ってあり、ダウンロードした曲のCDをすぐに購入できるような仕組みが用意されているが、このリ

ンクによって顧客をインターネットのCDショップに誘導することでCDショップから利益を上げるというモデルだ。

【そのほか】

これ以外にもMP3形式のデータをPCから読み込んで再生するだけのコンパクトな専用機が開発され、すでに発売されている。また、著作権を管理する仕組みにも、電子透かしを入れたり、ID番号をデータに埋め込むことで不正コピーを追跡できるようにしたり、さらには再生できる期限をデータに埋め込んだりするなど、さまざまなアイデアや仕組みが検討されている。

音楽業界はハイテク業界よりも上手

米国の音楽ビジネスのスタイルを変えてしまうかどうかの最終的なカギを握っている大手レコード会社は、どのような対応が理想だと思っているのだろうか。

大手レコード会社は、インターネット配信技術を持ついずれかの1社と独占的な提携することより、著作権保護機構さえ確実であれば、どこの技術でも使えるようにしておきたいと考えているようだ。こうした技術は次々と変革していくので、1つだけに縛られることによってリスクが高まることを回避し、大手のコンピュータメーカー同士を競争させることで、自社の立場を優位にしておこうという戦略からだろう。デジタルコンテンツの世界ではこうしたコン

テンツを所有する業界はコンピュータ業界よりも一枚も二枚も上手だ。

このようなことから、現在はさまざまな音楽配信プロジェクトが混在しているように見えるが、実験的な段階を経て商業ベースの軌道に乗った時点には、すべてのインターネット技術を使用できるようにしたいというのが本音だろう。

CDの売上の構造が変わりつつある

RIAAやレコード会社各社がIBMやマイクロソフトなどの有力な技術会社と共同でSDMI規格を推進させたがっている理由は何なのだろうか。それは新たな音楽ビジネスの構造を構築しなければ、今後の業界の成長は見込めないという事情だ。

MP3を例にとりて考えてみたい。MP3という圧縮技術はすでに世界的に普及し、エンコーダーやプレイヤーのソフトウェアはもちろん、専用のプレイヤーまでもが安価に発売されている。しかし、誰でも簡単に音楽データをコピーできるので、著作権保護の立場では手放して支持できるものではなかった。

1999年4月26日にMP3の専用プレイヤーを販売しているダイヤモンドマルチメディアシステムズがインタートラストの著作権管理保護技術「DRM」(Digital Rights Management)を採用すると発表した。これで著作権は保護され、インターネットを使ったMP3の音楽流通の問題は解消され

たかのように見えた。

それでもMP3がレコード会社の怖れている存在であることに変わりはない。それはMP3を支持するアーティストであり、それらをダウンロードすることに夢中になっている熱狂的なアーティストのファン、つまり消費者である。15歳から24歳までの年齢層でのCDの売り上げが1996年の32.2パーセントから1998年の28パーセントへとここ3年間で減少しており、米国の音楽ジャンルの主流であるロック、カントリー、そしてジャズのCDの消費率も下がっている(グラフ1、2)。また、性別で見ると女性の消費率が上がる一方で若干上昇したものの男性の消費率は下がっている(グラフ3)。実際、RIAAはCD消費の減少は有力なロックスターの不在が第一の原因としながらも、MP3の出現も1つの要因と見ている。

著作権保護技術だけでは解決しない

では、なぜアーティストの中に既存のレコード会社からCDを出すのではなく、MP3を支持する人がいるのだろうか。MP3形式で音楽を配布している代表的サイトである「MP3.com」は消費者に無償で音楽をダウンロードさせ、レコード会社に「搾取」されていない多数のアーティストを世に紹介している。従来のレコード業界は爆発的に売れている一部アーティストのその華やかさとは裏腹に、そのビジネス構造は壊れかけているといっても過言ではない。

表 米国5大レコード会社とインターネット音楽配信

米国5大レコード会社	代表的なレーベル	代表的アーティスト	提携しているネット音楽配信関連会社
Bertelsmann AG's BMG Entertainment	Arista, RCA, BMG, ウィンダムヒル	ホイットニー・ヒューストン、トニ・ブラクストン、 ケニー・G、バックストリートボーイズ	AT&T、松下電器、IBM
EMI Group PLC's EMI Music	EMIクラシックス、 キャピタル、EMIカナダ	ガス・ブルックス、フランク・シナトラ、ビートルズ	IBM
Sony Corp's Sony Musicentertainment	SME、コロムビアレコード	マリア・キャリー、オアシス、セリーヌ・ディオーン、 リッキー・マーティン、マイルス・デイビス	マイクロソフト
Seagram Co.'s Universal Music Group	MCA、ゲフィン、GRP	メアリー・J・ブリスジ、カウンティング・クロウズ、ノードアウト、 ウォールフラワーズ、ジミ・ヘンドリクス、B.B.キング	AT&T、松下電器、IBM、
Time Warner Inc.'s Warner Music Group	ワーナーブラザーズ	シェール、マドンナ、R.E.M.、クインシー・ジョーンズ	IBM

MUSIC BUSINESS

ほとんどのアーティストは通常10パーセント以下程度の印税しか受け取れず、しかもレコード会社自身も85パーセントは超人気アーティスト数人の売り上げのみに頼っている状況だからだ。

一方、MP3.comやEmusic.comなどのインターネット音楽配信会社ではアーティストに50パーセントものロイヤリティーを払っているばかりでなく、CDの価格設定も原盤権もアーティストに委ねている。それでもMP3.comは毎日25万人の人がサイトを訪れ、すでに1800万曲がダウンロードされている。MP3.comは無償で曲のダウンロードを提供しているが、自分の音楽を世の中に聞かせたいアーティストが1曲だけMP3.comに渡し、それを聞いて気に入ってくれた人が自分のCDを買ってくれるという宣伝の仕組みとなっている。

したがって、従来のレコード会社よりインターネット音楽配信会社のほうがコストを抑えられるという点でアーティストにとっては魅力的な存在となっている。つまり、有能なアーティストがレコード会社から離れてしまうかもしれない、これがレコード会社の危惧する本質的な問題である。

しかし、MP3.comなどのインターネット音楽配信業者にも弱点と悩みはある。無名のアーティストを多数抱えて紹介しても、それらの楽曲ダウンロードが会社の利益に直結するまでには至っていない。いずれ、こうした中からビッグヒットが生まれ、ブランドとして定着するインターネット音楽

配信業者も登場するかもしれないが、それまではCDの販売に結び付けるためのポータルサイトやプロモーションツールの1つとして位置付ける必要がある。

チャンスか、自らの首を締めるか

インターネットを使った音楽流通はアーティストやレコード会社に利益をもたらす可能性を秘めているとともに、アイデアやセンス一本槍のベンチャー企業とも戦わなければならない、競争が激化する可能性もある諸刃の剣だ。しかし、絶妙なバランスの上で競争が起こることで、結果として利用者にとって利便性が高く、楽しみも増える新しいサービスが生まれてくることにつながる。

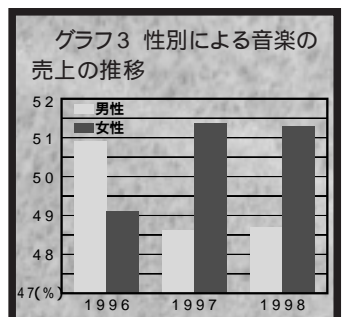
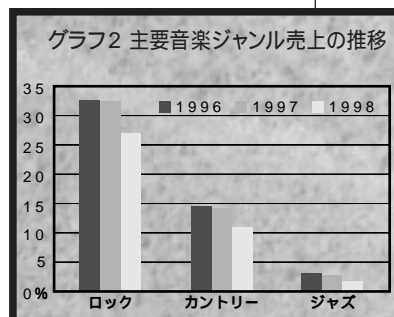
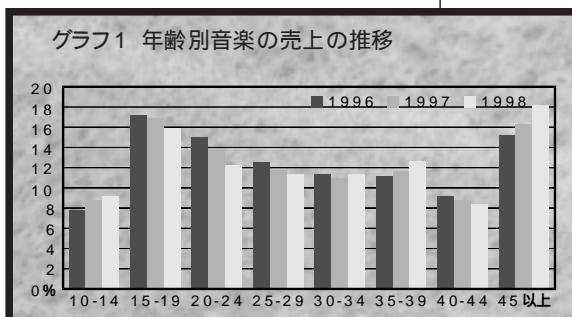
レコード会社にしてもインターネット音楽配信業者にしても、著作権保護管理システムを確実にしたうえで今後の課題はなんらかの形で両者の共存と融合を見だし、新たなビジネスモデルを創出していくことだろう。それによって、より柔軟性のある音楽ビジネスが展開され、消費者の幅も確実に広がっていくはずだ。

今後、もし居ながらにして、欲しい曲だけをインターネットで安価に買えるようになったとしたら、CDは必要なくなってしまうのだろうか。楽観的に考えれば、CDが主流の現在でもアナログレコードが一部の音楽ファンの間でいまだに人気を呼んでいるのと同じように、インターネットによる

音楽配信が主流となることがあってもCDが完全になくなることはないだろう。しかしインターネット音楽配信の消費率がCD消費率に追いつき追い越していく可能性は非常に高い。CDが出現したばかりのときも、当時主流だったレコードがこんなにも衰退してしまうとは思っていなかった消費者も多かったはずだ。同様にCDからノンパッケージ音楽流通であるネット音楽配信が主流になる日も遠くはない。

[参考URL]

- RIAAレコード協会 (SDMIを含むレコード業界のさまざまな情報)
<http://www.riaa.com/>
- アメリカ合衆国政府の著作権ページ (新著作権法DMCAを含む条文などの情報)
<http://cweb.loc.gov/copyright/legislation/dmca.pdf>
- 世界知的財産権 (WIPO著作権新条約とWIPO実演・レコード条約の全文を含む)
<http://www.wipo.org/eng/iplax/index.htm>
- SDMI (SDMI関連情報)
<http://www.sdmi.org/>
- MP3を使用したいアーティスト向けのFAQ
<http://db.mp3.com/Artist/artistfaq.php3>
- マイクロソフト社のニュースリリース
<http://www.microsoft.com/presspass/>
- IBMニュースリリース
<http://www.ibm.com/news/>
- リアルネットワークス社
<http://www.real.com/>
- InterTrust
<http://www.intertrust.com/index.html>
- Bertelsmann AG's BMG Entertainment
<http://www.bmg.com/>
- Seagram Co.'s Universal Music Group
<http://www.universalstudios.com/music/home.htm>
- Sony Corp's Sony Music Entertainment
<http://www.sonymusic.com/help/faq/index.html>
- Time Warner Inc.'s Warner Music Group
<http://www.wbr.com/cmp/faq.html>



グラフ出典：RIAA1998消費者データ(すべて)



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp