


MP3.com CEO

M i c h a e l L . R o b e r t s o n

マイケル・ロバートソン

 interview



ビーインググループとの提携によってJapan.mp3.comを立ち上げ、本格的に日本でサービス展開を始めるMP3.com。昨今のインターネットで大きな関心を集める音楽配信の立役者である同社が、いよいよ日本にも上陸したのである。日本ではすでにソニーミュージックエンタテインメントをはじめとする大手レコード会社が音楽配信に参入しているが、その状況は成功と言えるまでには到達していない。一方でナプスター問題のように、インターネットによる音楽の流通は著作権の問題も抱えている。このような状況をMP3.comはどう見ているのだろうか。同社の会長兼CEOであるマイケル・ロバートソン氏に話を伺った。

聞き手：編集部
Photo: Kikuchi Eiji



音楽を得る方法は すべてインターネット上の 音楽用の個人アカウントに集約される。



☞：MP3.comやナプスターのように、インターネットの音楽配信の出現によって、音楽産業が変わろうとしています。こういった状況をあなたはどのようにご覧になっていますか？

ロバートソン：インターネットによって音楽産業はものすごい成長の時期に来ているのだと思います。多くはその“恐怖”や“否定的”な部分について焦点があてられていますが、ビジネスとして現実的な成長の機会があると思っています。

多くの人が「CDはなくなる」と口にしますが、われわれはそのようなことはないと思っています。というのも、インターネットの登場によって「雑誌を買う人はいなくなる」と言われていましたが、それは真実ではありませんでした。CDの場合はどうでしょうか？ 私はCDの場合も同じだと思っています。ただ、CDをオンラインで買う以上のことは起こると思っています。

いまでも人々はCDをオンラインで買っていますし、これからはもっとCDをオンラインで買うようになるでしょう。それ以外にも、CDとは違った方法でオンラインで音楽を買うようになると思っています。

☞：それはCDを買うことと音楽配信サービスとが両立するということでしょうか？

ロバートソン：かつては、映画業界は映画の公開によって劇場から得る収入しかなかったわけですが、新しい技術が出現したこと

で収入の領域を増やすことができました。たとえば、ビデオテープの販売、レンタルビデオのレンタル料、ケーブルテレビの放映料、地上波テレビの放映料、衛星放送の放映料といったように収入を得るための新しい方法が出てきたわけです。視聴者は7.5ドルを映画館で払い、ペーパービューサーに4ドルを払い、レンタルビデオに3ドルを払い、ケーブルテレビに月額5ドルを払うといったように、すべてが金を生み出すのです。

音楽産業に関して言えば、CDの販売が収益のほとんどを生み出しているわけですが、無償で音楽が聴けるサービスだけでなく月極めで音楽が聴けるサービスも同時にあります。こういったものが音楽の新しい収入の要因となり、インターネットによる音楽産業の成長につながっていると思っています。

☞：MP3.comではいまおっしゃられたようなことをすべてやっていますね。

ロバートソン：現在、無償で提供している音楽については、ラジオ局のように広告で収入を得ています。これ以外にもCDの販売や月極めの有料音楽配信サービスなどを提供しています。日本では現在のところ無償の音楽配信以外のものは実現されていませんが、今後、Japan.mp3.comで提供していく予定はあります。

われわれのビジョンとして、音楽を得る方法はすべてインターネット上の音楽用の



個人アカウントに集約されるようになると考えています。無償で提供される音楽、CDの購入、Beam-it []によるCDの登録、月極め有料配信といった音楽に関するすべてがインターネット上の1つの場所に集約されて、携帯電話や自動車、家、オフィスといったインターネットにつながるすべての場所からアクセスできるようになります。

ですが、いまもっとも大きなハードルはバンド幅です。たとえば自動車にはまだ家にいるように音楽を届けることはできていないのです。

☎: 日本は携帯電話大国で携帯電話ビジネスが非常に注目されています。実際に音楽配信も始まっているのですが、いまおっしゃられたMP3.comとしての携帯電話へのアプローチについてお話しいただけますか？

ロバートソン: 一例としてソングトン (Song-Ton) というサービスを考えています。MP3の音楽を着信用のメロディーとして携帯電話にダウンロードできるようにするサービスです。ソングトン対応の最初のデモ用の携帯電話機は近いうちにできる予

定です。これはMP3.comと提携している携帯電話関連の会社と共同で開発を進めています。

長期的な計画としては、どんな携帯電話でもウォークマンのようにしたいと考えています。たとえば、携帯電話で通話をしていないときにインターネットからデータをダウンロードして、聴きたいときに携帯電話で音楽を聴けるようにすることなどです。

☎: 記者発表であなたは「MP3.comはアーティストを非常に大事にする」と繰り返していました。MP3.comに登録されているアーティストの大半はインディーズといわれる大手レコード会社と契約をしていないアーティストです。一方、ピーピングとの契約によってスタートしたJapan.mp3.comのように、B'zに代表されるメジャーなアーティストの登録も進んでいます。メジャーアーティストが入ってくると一般リスナーがメジャーアーティストに流れてしまうという傾向があるかもしれません。こういったことにインディーズアーティストからの反発はないのですか？

ロバートソン: 反発はなくもないのですが、

実際にはそんなに多くはないと思っています。というのもB'zのようなメジャーアーティストが登録されることで、MP3.comのユーザー数は増えてきます。そうするとインディーズを聴く可能性のあるリスナーの数も増えてきます。

普通のCDのショップに行ったら、インディーズアーティストのCDがB'zのCDと一緒に並んでいることは非常に稀です。しかし、MP3.comではB'zもインディーズアーティストも平等に自分のサイトを持っています。これはインディーズアーティストにとって悪いことではありません。

また、MP3.comにはリスナーが新しい音楽を探し出す機能がたくさんあります。たとえば私が気に入っている機能に“ステーション”があります。

ステーションはMP3.comのユーザーが自分の選曲を登録できるサービスです。各アーティストのサイトにはステーションのページがあり、そのアーティストの曲を含む選曲をほかのユーザーが聴けるのです。たとえば、あなたがオフスプリングが好きならば、オフスプリングのサイトのステーションのページに行くと、オフスプリングの好き

マイケル・ロバートソン

MP3.comの創設者で同社会長兼CEO。カリフォルニア大学サンディエゴ校卒業。1994年1月から1995年8月までネットワークとセキュリティツールの開発企業であるMR Mac Softwareの社長兼CEOを務め、1995年9月から1996年9月までデジタル写真のソフトウェア開発企業であるメディアマインドの社長兼CEOを務める。そのほかいくつかのサイトのオペレーションにかかわり、1998年3月より現職。



M i c h a e l . R o b e r t s o n
マイケル・ロバートソン

な他のユーザーの気になるアーティストがわかるのです。このなかにはインディーズアーティストの曲もあるはずなので、ユーザーは新たな音楽を発見できるわけです。

☎:あなたはサイト上でユーザーに対して3つの質問をしています。「音楽ファンが自分で買ったCDの音源をどんなデジタルデバイス上でも聴けるか?」「CDを買った人は簡単にアクセスできる場所に音源を保存できるか?」「CDを買った人は買ったCDに収められた“音楽”自体を所有するのか? そうだとすれば、音楽を所有することに対して追加料金を払う必要はあるのか?」というのですが、これらの行為はすべて不可能なことだということでしょうか?

ロバートソン: 答えとしては、米国において現在では残念ながら“イエス”です。われわれはいま規制と戦っているところです。というのも、質問で述べた行為が不可能だというのは意味のないことだと思っているからです。

音楽産業にいる多くの人々が「ナプスターは悪い」と言っていますが、それは本当にそうなのでしょうか。なぜ悪いと言っているかは理解できるのです。というのも経済モデルとして不適当だからです。ですが、こういった問題を知らない14歳ぐらいの子供に「ナプスターは悪い」と単純に説明できますか?

音楽産業に携わる多くの人々はよく海賊行為を想定して話しますが、海賊行為に対抗する方法とは、人々に正しいことをさせるような経済モデルを考慮していることだと思います。

このように、私が掲げた3つの質問は、日本でも考えなければならぬ重要なことだと思いませんか?

☎:最後に2つの質問させてください。まず、MP3.comという名前でサービスしていますが、今後、新しい技術が出てくることによって、MP3以外の音楽フォーマットを選択することがありますか? また、音楽以外のエンターテインメント、たとえば映像やゲームといった新たなビジネス分野に進出するこ



とはありますか?

ロバートソン: MP3以外の音楽フォーマットについては、もちろんだんな技術でも採用します。ただ、それはユーザーが決めることだと思っています。われわれの責任は新しい技術にスムーズに移行させることなのです。

MP3.comという名前については、タワーレコードを想像してもらってわかりやすいと思います。いまタワーレコードに行って“レコード”を買いますか? タワーレコードというのはすでにブランド名なのです。MP3.comというのもそれと同じです。

それから、映像のような新しいエンターテインメントの提供についてですが、われわれはそういう技術は持っています。サーバーやコンテンツ、セキュリティ、個人アカウント、集金などを管理する機能を提供できます。

しかし、われわれが本当に望んでいるのはバンド幅です。なぜなら、もし音楽が10のバンド幅を必要とすると映像は100ものバンド幅が必要になります。現在は音楽をやるのがやっとです。それに、携帯電話や自動車にも音楽を提供できていません。音楽に対しても十分ではないので、映像配信を始めるのは時期尚早だと思っています。

☎:ありがとうございました。 ●●

ユーザーが持っているCD音源をMP3.comからストリーミングで聴けるようにするサービス。ユーザーはCD音源をMP3などのフォーマットにエンコードする必要はなく、持っているCDを使ってMP3.comに登録するだけで、MP3.com側で用意されたMP3ファイルを聴けるようになる。これに対してレコード会社などから猛反発があったが、現在は和解決して協力関係を築き、有料のサービスとして北米のみで提供されている。



[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