



日本とアメリカの 大学生活における音楽の 重要性と役割

トレバー・ボグナ ミカエラ・ムセル
キャップストーンプレゼンテーション

2020年春学期

アドバイザー: 斎藤-アボット佳子教授、関根繁子教授

研究の概要

- ❖ 研究の重要性
- ❖ 研究質問
- ❖ 研究背景
- ❖ 研究方法
- ❖ 研究結果
- ❖ 結論
- ❖ 研究の限界点
- ❖ 将来の課題
- ❖ 参考文献
- ❖ 謝辞

研究の重要性

トレバー

- ❖ 高校の頃に尊敬していた先生と日本の音楽について話し、専攻する事にした
- ❖ 留学していた時私が聞いていた日本の音楽と日本人の友達が聞いていた音楽は全く違い
- ❖ 私のビジネス専攻の研究にも役に立つのではないか

研究の重要性

ミカエラ

- ❖ 子供の頃から音楽に興味を持っていた
- ❖ 現在はフリーランサーとして日本語で音楽を作っている
- ❖ 日本に留学していた頃日本の音楽会社で働いた経験があり日米両国の音楽産業についてもっと知りたいと思った
- ❖ アメリカと日本の音楽産業の違いに関して学び今の作曲活動に役立てたいと思いこの研究に興味を持った

研究質問①

アメリカと日本の大学生は日常生活の中でどのように音楽と関わっているのか

研究質問②

アメリカと日本の大学生はどのように音楽を入手しているのか

研究背景

❖ 音楽の使用

- 音楽とテクノロジーの歴史
- 音楽とソーシャル
- 日常生活
- 音楽教育

❖ 音楽産業

- 歴史
- レコード会社
- 収入
- アメリカ
- 日本

音楽とテクノロジーの歴史



1970s

カセットテープが発売、流行り始めた
1970

1980s

SONY WALKMANが発売された
1979

1990s

SONYが初めてのCDプレイヤーを発売
1982

2000s

APPLEが初めてのiPodを発売
2001

2010s

APPLEが初めてのiPodTouchを発売
2007

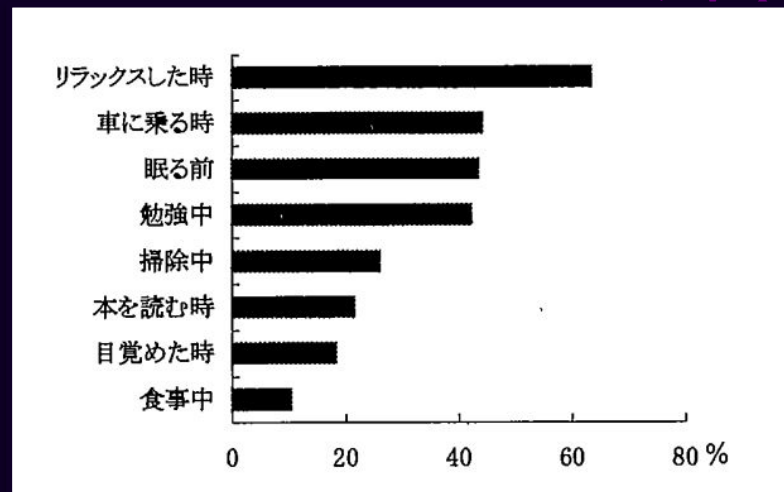
ネット店や配信サービス(Spotify, Youtubeなど)により音楽が簡単に手に入りやすくなり、音楽と触れ合う機会が増えた

音楽とふれあう機会

- ❖ 52%のアメリカ人は毎年ライブに行く
- ❖ 0.3%の日本人は毎週コンサートやライブハウスに行く
- ❖ 世界では平均毎週18時間音楽を聴く
- ❖ 16歳から24歳まで、68%のアメリカ人と23%の日本人は配信サービスを使う
- ❖ カラオケ店数
 - アメリカ: 1,200 日本: 6,000

日常生活で音楽の使い方

- ❖ 岡山大学の2004年調査で316人の日本人大学生に音楽について尋ねた
 - 67% はリラックスする時に音楽を聴くと答えた
 - 42%は勉強中に音楽を聴くと答えた



音楽教育

アメリカ

- ❖ 1907年 National Association for Music Education が設立された
- ❖ ~1960年: **ボーカル, 合唱団が流行**
- ❖ 1960年~: **音楽理論と歴史にフォーカスが当てられた**
- ❖ 1994: National Standards for Music Education が成立した

日本

- ❖ 1940年~: **音楽リズムにフォーカスが当てられた, 日本の伝統音楽から西洋音楽にカリキュラムが変更された。**
- ❖ 1980年~: **音楽表現にフォーカスが当てられた**
- ❖ **クラブなどの課外活動を通じた音楽教育が広く行われる事になった**

音楽産業の歴史：レコード・CDの衰退



音楽産業

- ❖ レコード会社の役目
 - 人気のあるアーティストと契約する
 - 契約したアーティストの活動を管理する
 - 契約したアーティストの音楽の販売、プロデュースなどを管理する

音楽産業の収入源

レコード会社の収入	アーティストの収入
<ul style="list-style-type: none">❖ アルバム❖ ライセンス料❖ 著作権使用料	<ul style="list-style-type: none">❖ ライブ❖ グッズ❖ 宣伝

レコード会社とアーティストの目標が相反しレコード会社なしに活動するアーティストが増えている。

音楽産業: 日米の比較

アメリカ

- ❖ レコードやCDに変わる新しいマーケットの開発のめどがたっていない
- ❖ レコード等の販売に頼っているが、その販売が減っている
- ❖ 現在は収入の大部分はプレミアム配信サービスからの収入で利益があまりない

日本

- ❖ レコードやCDの減少はあるが、まだ利益はある
 - 2019年のCDの年商は68%
- ❖ 配信サービスとライブの利益も増加している

研究方法

❖ 研究調査

❖ 調査の回答者

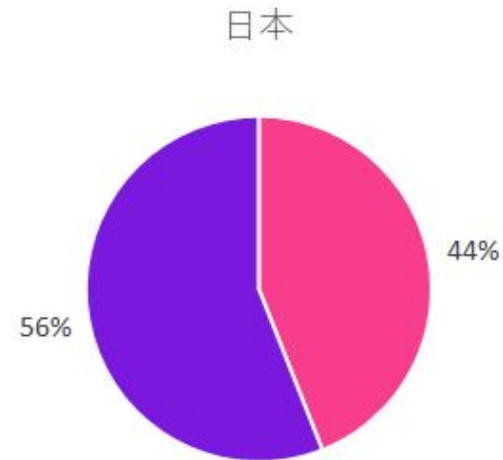
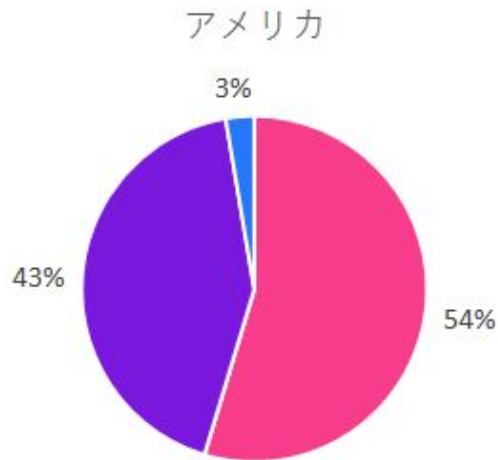
- 大学生150名
 - 日本の大学生75名
 - アメリカの大学生75名

❖ 調査方法

- オンラインによるアンケート調査 (Googleフォーム)
- 英語によるアンケート・日本語によるアンケート



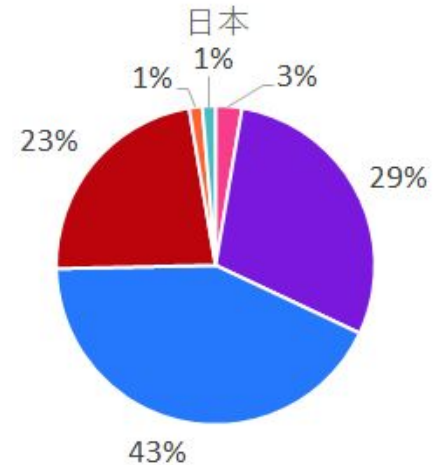
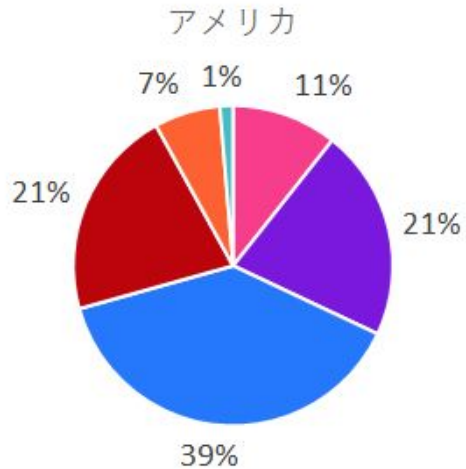
回答者の性別



■ 男性 ■ 女性 ■ その他

アメリカの回答者の方が男性が多く日本の回答者は女性が多い

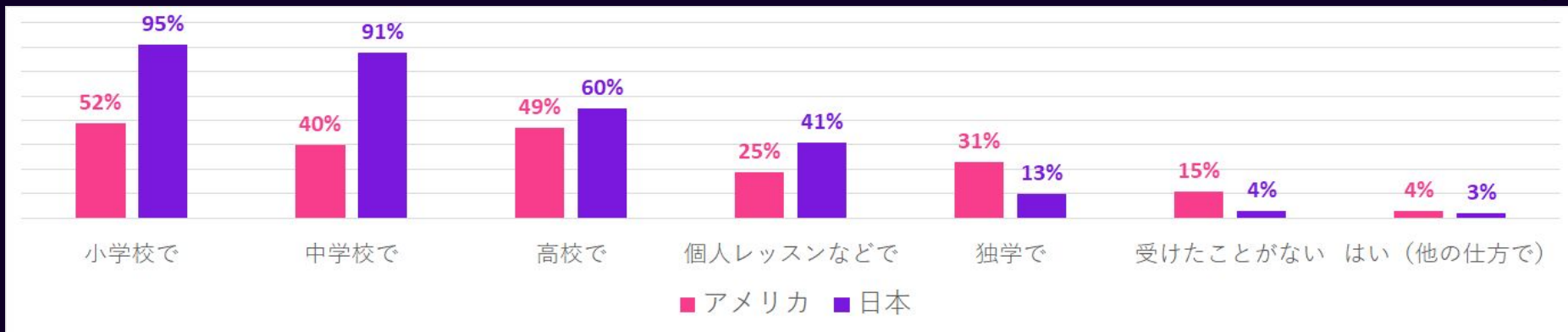
回答者の学年



■ 一年生 ■ 二年生 ■ 三年生 ■ 四年生 ■ 五年以上 ■ 修士1年

40% of 回答者が3年生、その後は2年生と4年生は多かった

音楽教育

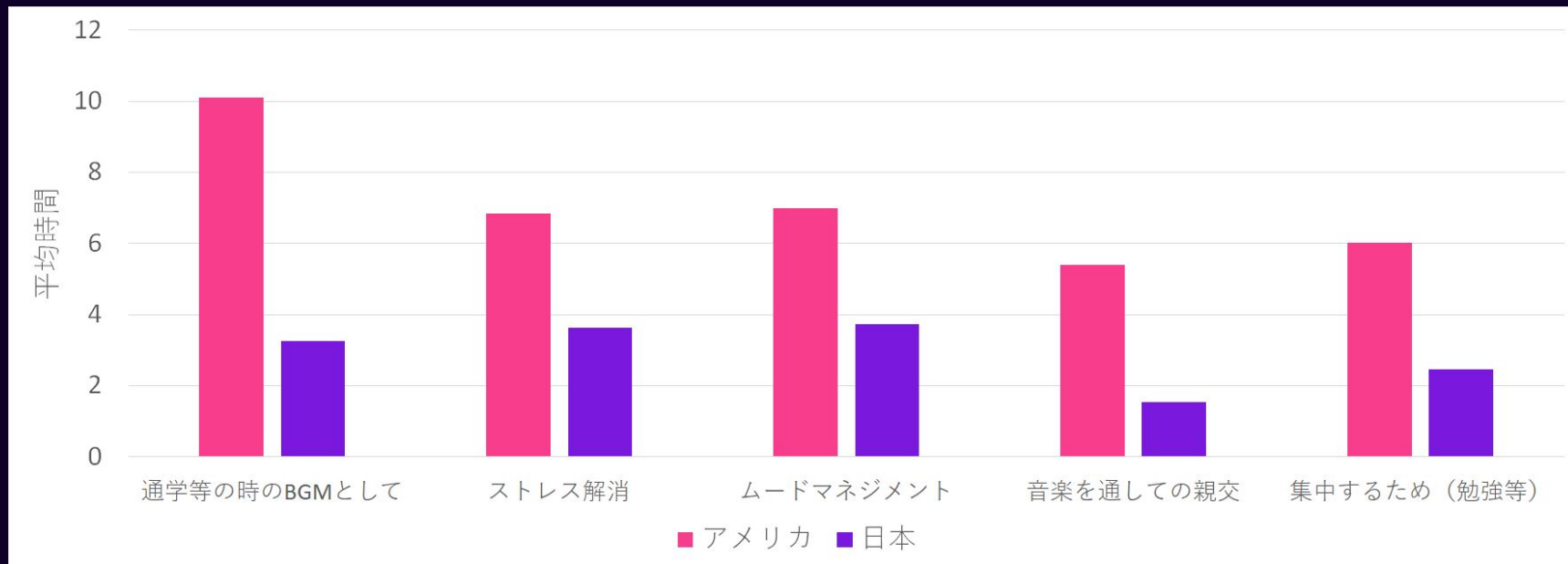


ほぼ全員の日本人の回答者が小学校と中学校で音楽教育を受け、アメリカ人はその半分割受けた
アメリカ人の方が独学で音楽教育を受けた

研究結果①

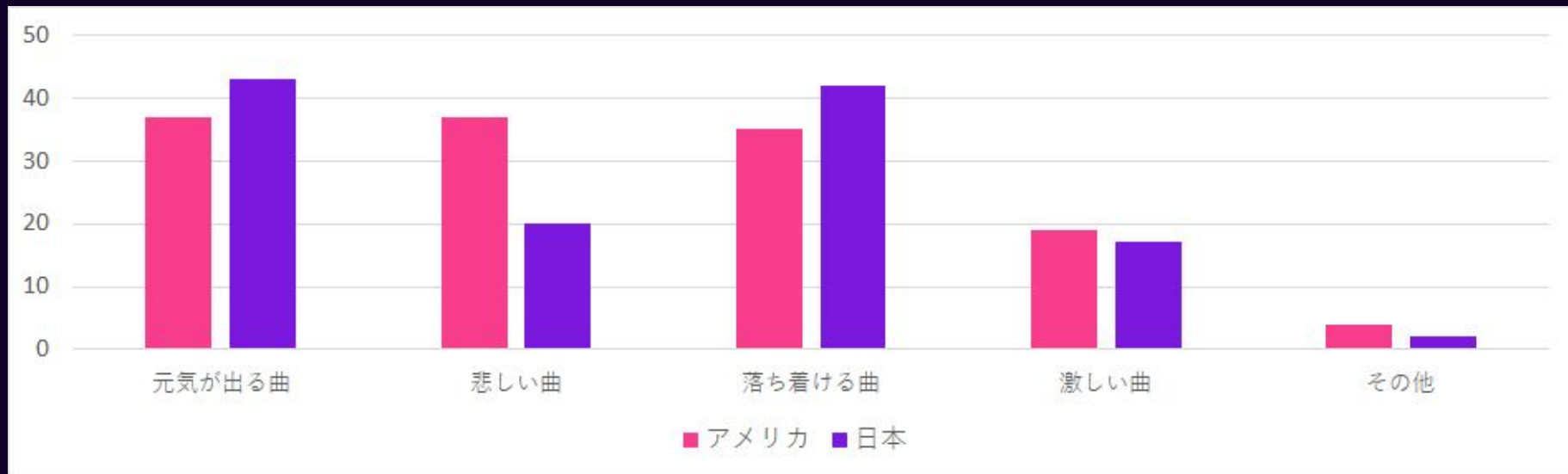
アメリカと日本の大学生はどのよ
うに音楽と関わっているのか

音楽の使用とその一週間の平均時間



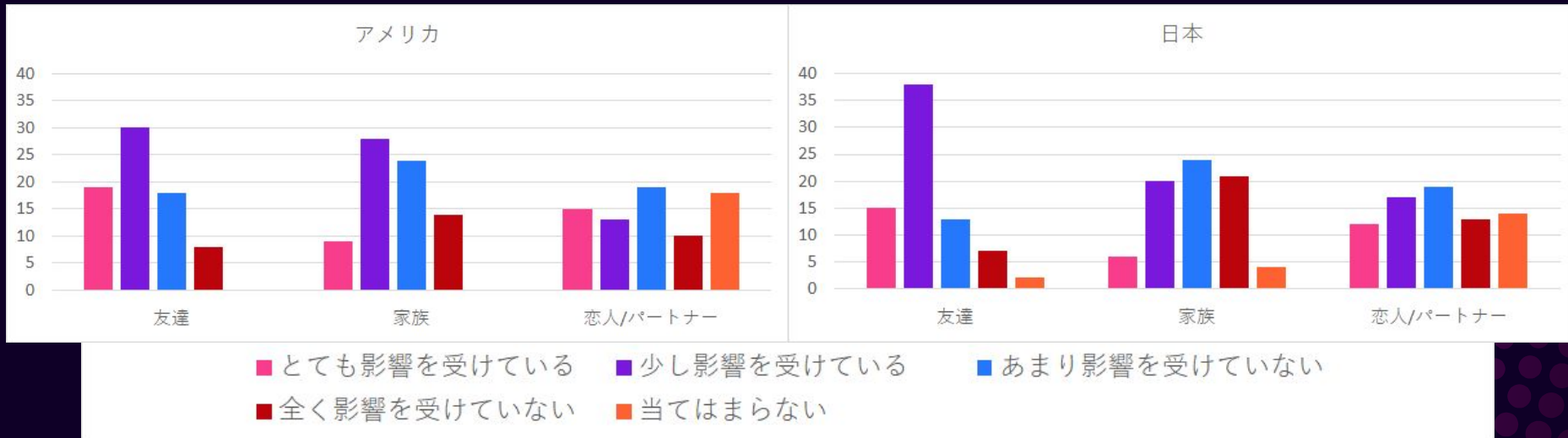
アメリカ人は平均毎週10時間BGMとして音楽を使う
日本人はBGMとして使うのが3時間しかなかった

落ち込んだ時にどんな音楽を聞かか



アメリカ人が聴くジャンルは様々で、日本人は元氣と落ち着ける音楽を好む

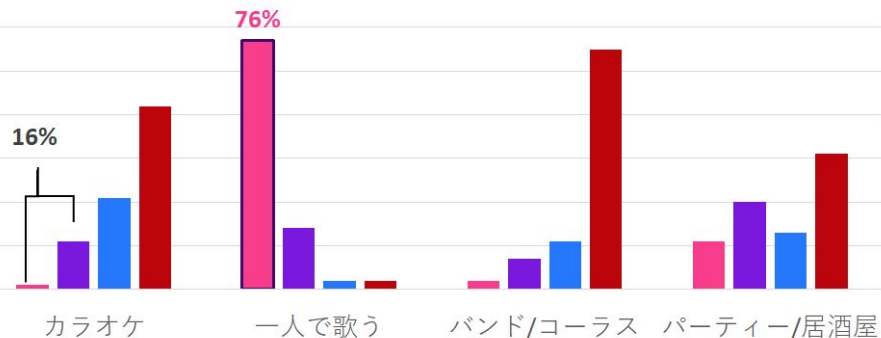
音楽の好みは周りの人からどのくらい影響を受けているのか



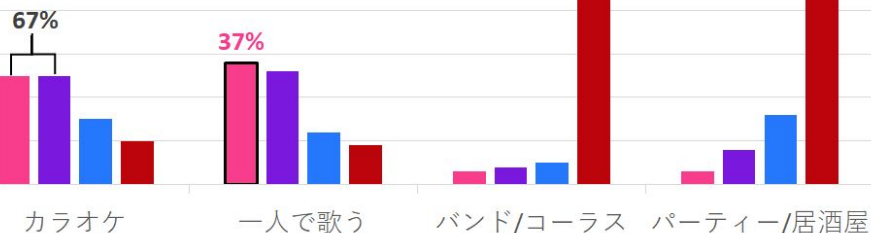
アメリカの学生は友達と家族からの影響を受けるが、日本の学生は友達の影響を受ける

どのくらい歌を歌うか

アメリカ



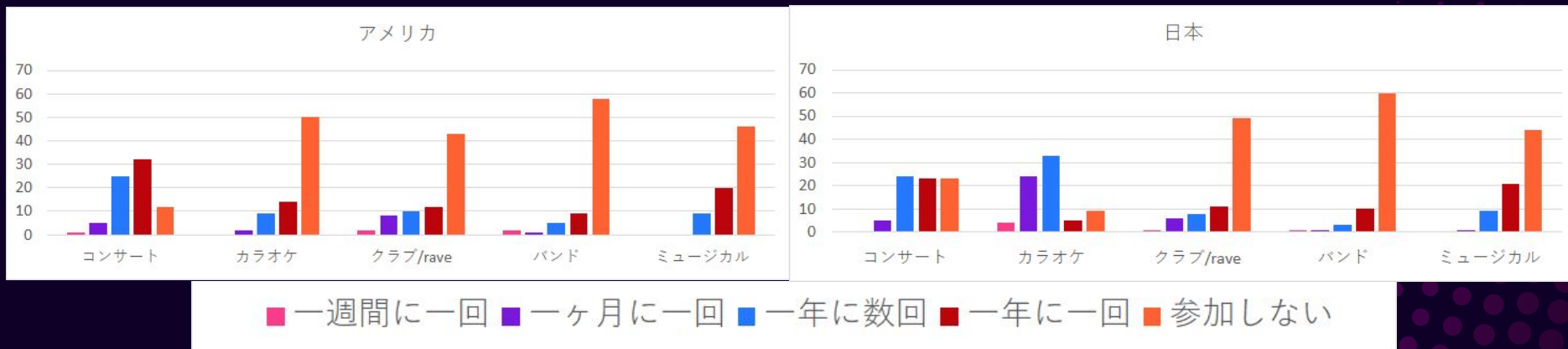
日本



■ よく歌う ■ 時々歌う ■ あまり歌わない ■ 全く歌わない

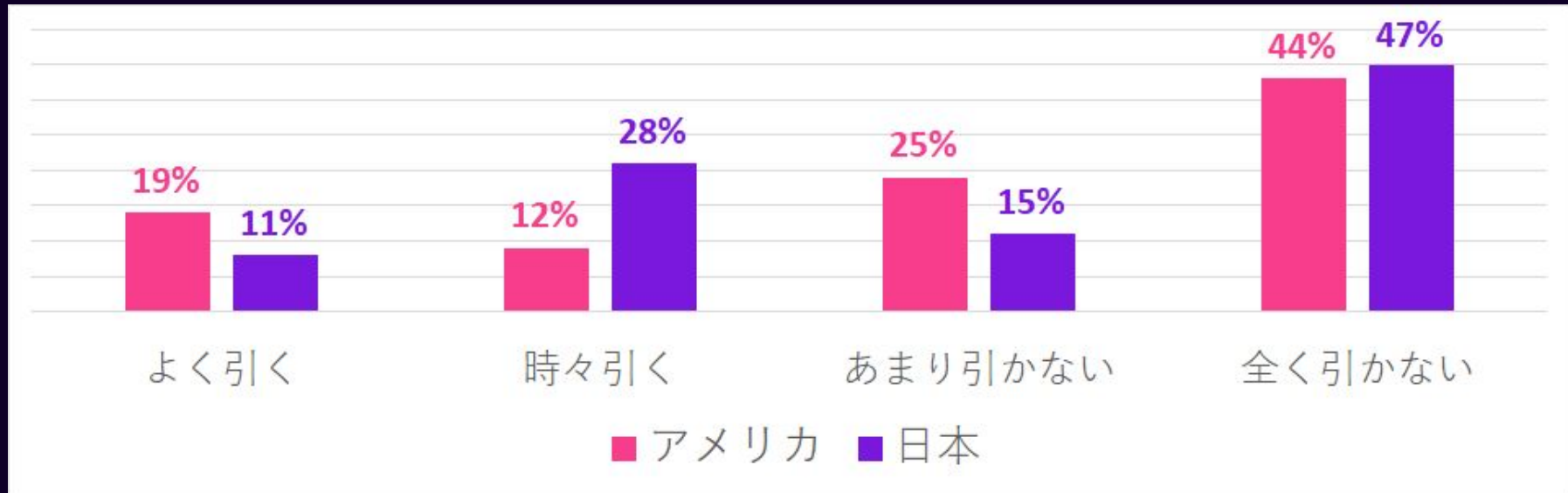
アメリカ人の大学生はたいてい一人で歌い、日本人の大学生は一人でも歌いますが、カラオケでグループで歌う

普段、どのくらいの頻度で下記の音楽活動に参加しているのか



両国の学生はよくコンサート等に行き、日本人の方がよくカラオケに行く

楽器を弾きますか



ほとんどの両国の学生は楽器を全く弾かない、あまり弾かないと答えた

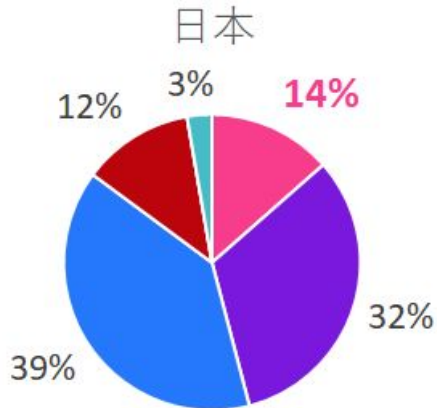
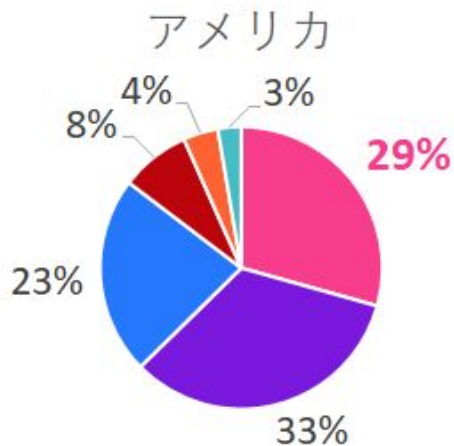
研究結果①の要約

- ❖ 日本人の方がアメリカ人より早い時期に音楽教育を受ける
- ❖ アメリカの学生は一人でいる時音楽を聴く
 - BGMとして聞くか一人で歌う
- ❖ 日本人は個人でも楽しむし、ソーシャルアクティビティとしても楽しむ
 - カラオケはグループ、そして個人のアクティビティとして人気がある
 - 日本人は音楽の選択は家族より友達に大きく影響されている

研究結果②

アメリカと日本の大学生はどのように音楽を入手しているのか

どのくらいの頻度で新しい音楽を探しますか？



■ 毎日

■ 毎週 (週に一回か二回)

■ 一ヶ月に一回

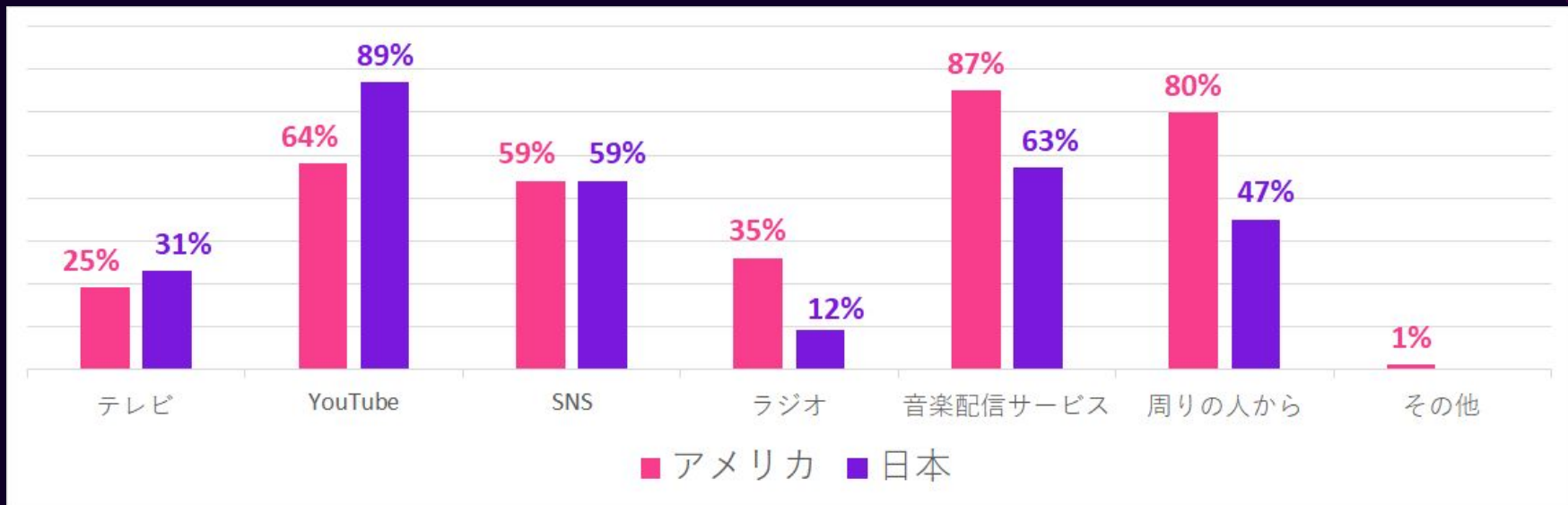
■ 一年に数回

■ 一年に一回

■ 探さない

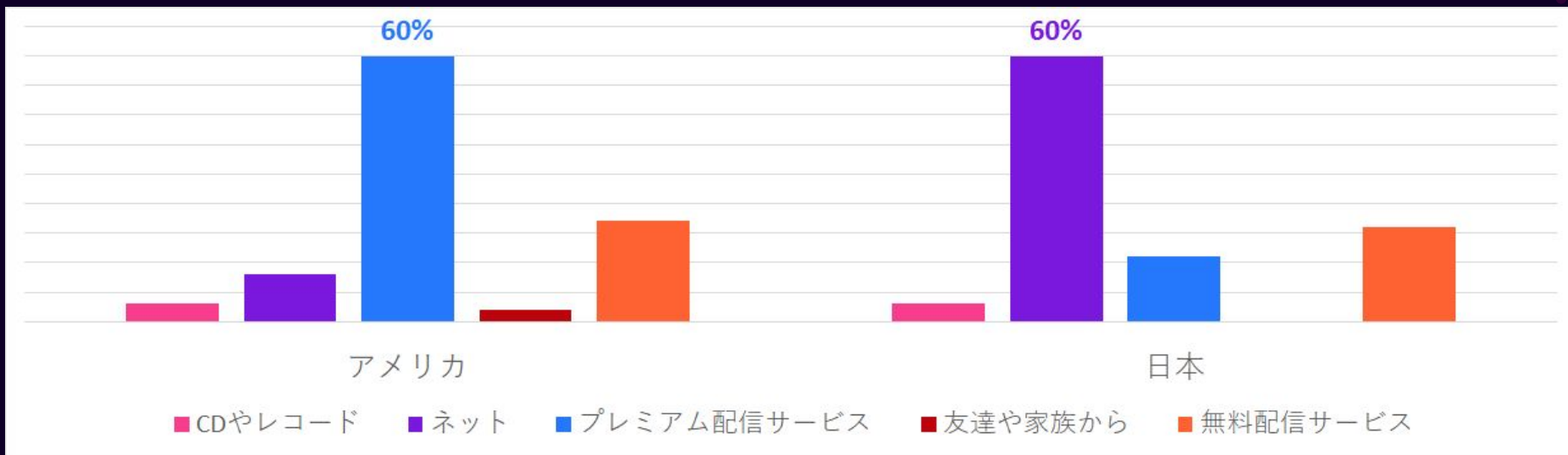
アメリカの学生の方(29%)が日本の学生(14%)より新しいに音楽を探している

どこで音楽を見つめますか？



80%以上のアメリカの学生は配信サービスと知っている人から音楽を見つける。
約90%の日本の学生はYouTubeで音楽を見つける。

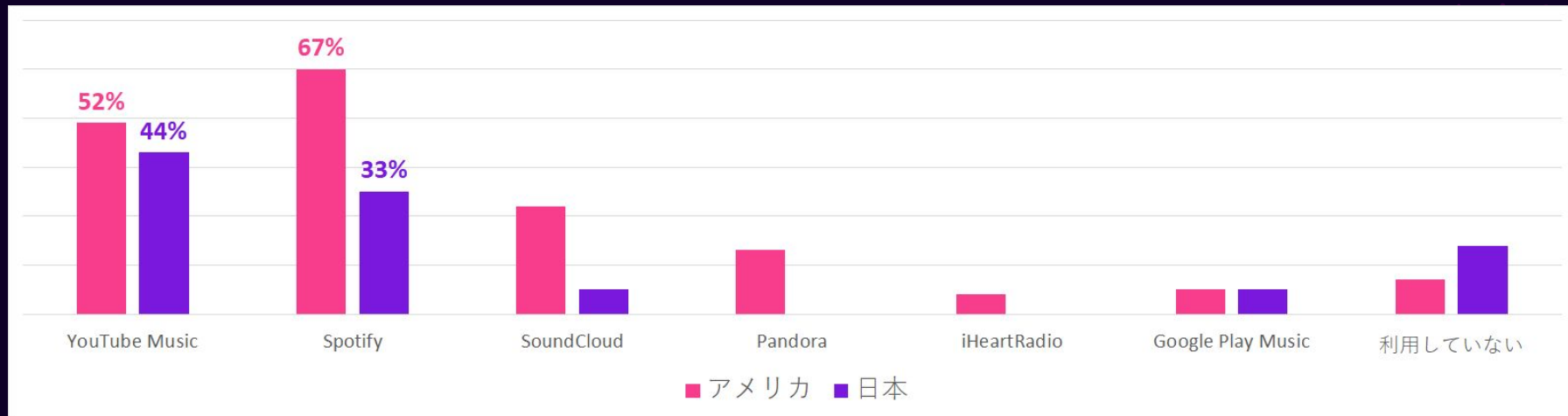
どのような方法で音楽を入手しますか？上位3つを選んでください。



6割のアメリカ人の学生はプレミアム配信サービスで音楽を入手する。

6割の日本人の学生はネットで音楽を買う。

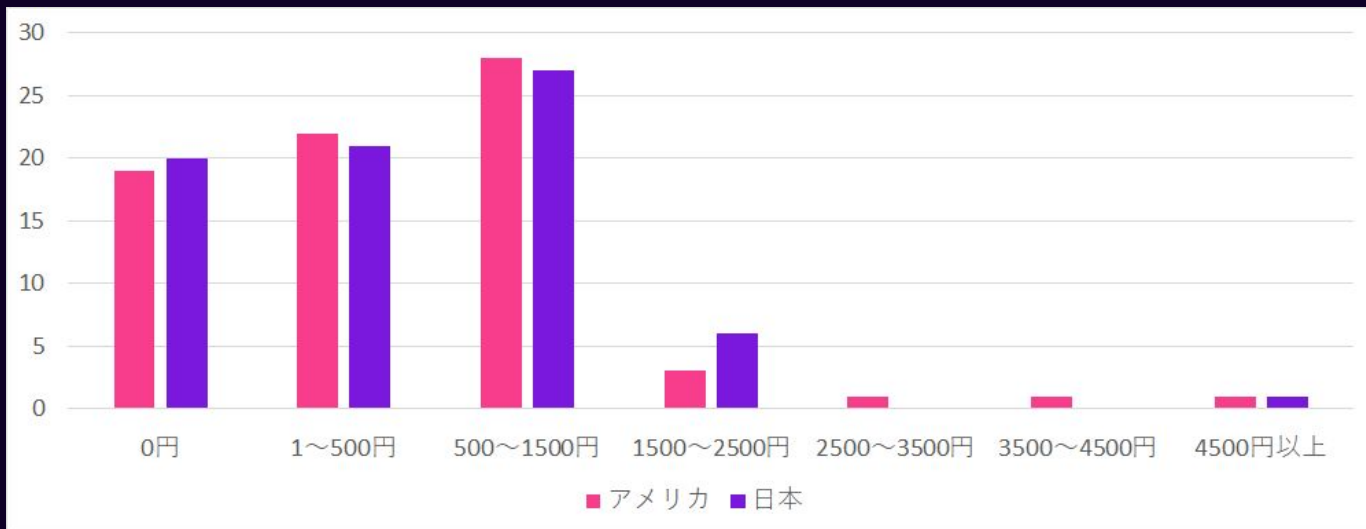
あなたはどの無料配信サービスを利用していますか？



Spotifyを使うアメリカ人の学生は65%を上回った。

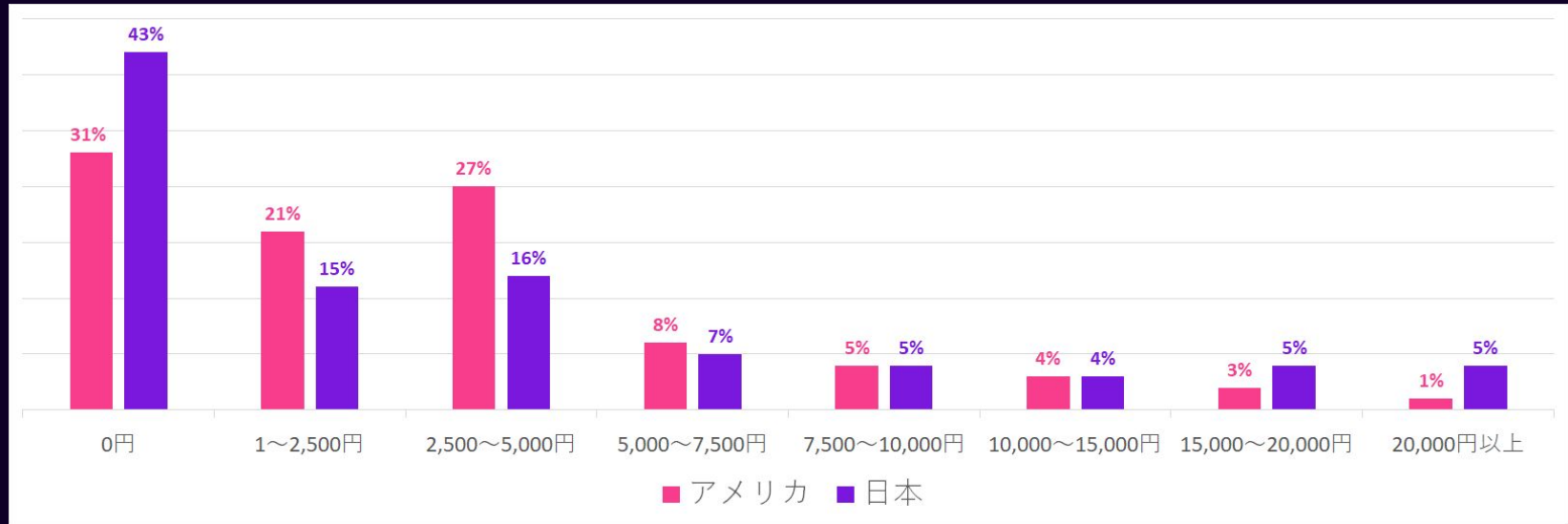
YouTubeを使う日本人の学生は40%を上回った。

あなたは普段一ヶ月に音楽にいくら使いますか？



両国の学生とも一ヶ月間に1500円以下音楽に使用

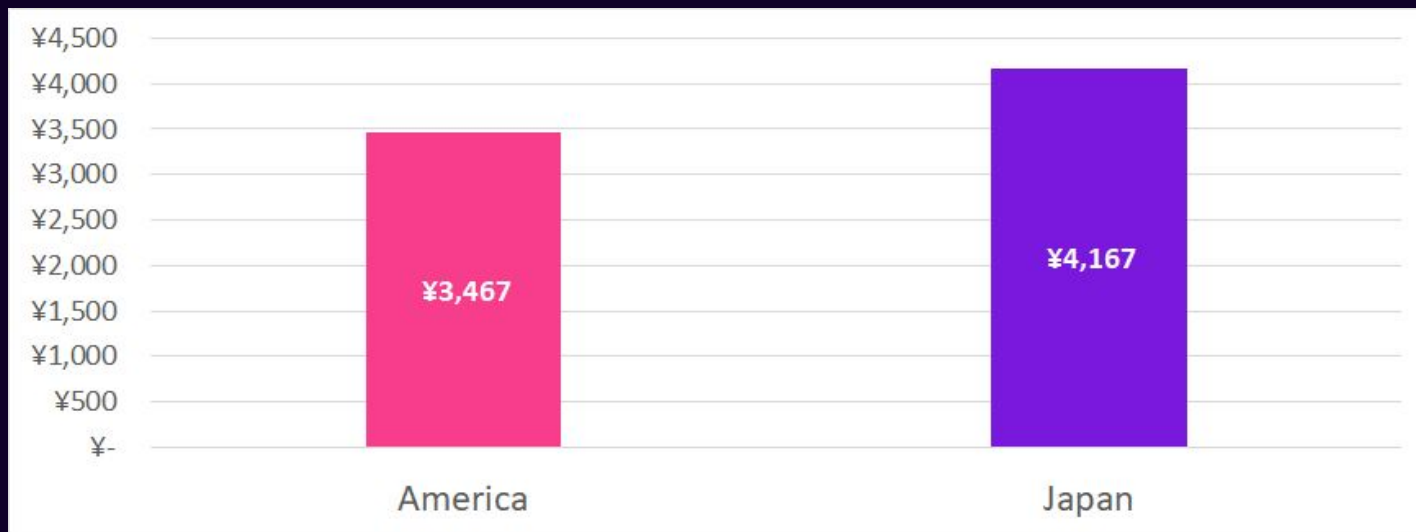
一年で音楽のアーティストのグッズに いくら使うのか



69%のアメリカの学生は毎年グッズを買う一方、43%の日本人は買わない



グッズに使う平均金額



日本の学生の方がグッズに費やすお金は高い

研究結果②の要約

- ❖ 両国の学生は1500円以上音楽に使わない
- ❖ 日本の学生はネットで音楽を購入しアメリカの学生は配信サービスで聞く
 - 一番使われている無料サービスはSpotifyとYouTube
- ❖ アメリカの学生の方がグッズを買うが、日本の学生の方が使う金額は高い



結果と考察

- ❖ アメリカの方が中学からの音楽教育は日本より充実していないがアメリカの学生の方が週に長い間音楽を聞いているため音楽が生活に浸透している
- ❖ 日本人はアメリカ人と比べてあまり新しい音楽を探さない。それはアメリカの学生は個人の趣味として音楽を聴き、日本人の場合は人との繋がりを大切にするから。
- ❖ アメリカ人は音楽を買わずに配信サービスを使い、日本人はネット店で音楽を購入
 - 日本のCDの売上は現在高いため、この結果は想定外だった
 - 日本の音楽産業もアメリカの音楽産業と同じように変化している傾向が見える
- ❖ 日本人はアメリカ人よりお金を音楽やグッズに使う理由は、周りの人に自分の好きなものを共有したがる日本の文化に起因しているのではないかと



研究の限界

- ❖ 回答者数をもっと多ければ、もっと結果がはっきり見えたかもしれない
- ❖ 回答者の住んでいる場所が限定されていたため、この結果は一般化はできない
- ❖ もっと細かい質問をしたら、もっと結果が明らかになった可能性がある



将来の研究課題

- ❖ 日米のミレニアル世代の音楽の好みの比較
- ❖ アメリカと日本の大学生の音楽ジャンル、アーティストの好みとその理由の比較
- ❖ アメリカと日本のSNSと音楽の手入への影響の比較
- ❖ 変化する音楽業界と日米のレコード会社への意見の相違の比較



参考文献

- Condry, I. (2004). *Cultures of Music Piracy: An Ethnographic Comparison of the US and Japan*. *International Journal of Cultural Studies*, 7(3), 343–363. <https://doi.org/10.1177/1367877904046412>
- Gambardella, A. (2019). Major Music Label Production in the US. IBISWorld.
- Goldman, D. (2010). *Music's lost decade: Sales cut in half*. CNNMoney. https://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster_music_industry/
- Hosokawa, S. (2007). *Popular Entertainment and the Music Industry*. In *A Companion to the Anthropology of Japan*, J. Robertson (Ed.). doi:10.1002/9780470996966.ch19
- Ishikawa, M. (2013). The Historical Changes of the Position of Musical Activities in the Course of Study for Kindergarten: Focusing on the Shift from “Music and Rhythms” to “Expressions”. 静岡大学教育学部研究報告(教科教育学篇).
- Kawanishi, Oku (2004). *A Study of Consciousness of Music and Musical Behavior of Present Young People* <http://ousar.lib.okayama-u.ac.jp/en/11360>
- Manabe, N. (2010). *Going Mobile: The Mobile Internet, Ringtones, and the Music Market in Japan*. *Internationalizing Internet Studies*. <https://doi.org/10.4324/9780203891421>
- Music Consumer Insight Report (2018). IFPI. https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018_JPN.pdf
- National Association for Music Education (2020) NAFME History and Leadership <https://nafme.org/about/>



参考文献

- Nguyen, G.D., Dejean, S. & Moreau, F. (2014). *On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming*. J Cult Econ 38, 315–330 <https://doi.org/10.1007/s10824-013-9208-8>
- Nielson U.S. Music 360 Report (2018). The Nielson Company.
<https://www.nielson.com/us/en/insights/report/2018/us-music-360-2018/>
- RIAJ Yearbook (2018). RIAJ.
- Starr, M. (2014). *The Development of Music Education in an Ever-changing Society*. Trinity College.
<https://commons.trincoll.edu/edreform/2014/05/the-development-of-music-education-in-an-ever-changing-society/>
- Umezu, Sumitani, Morihiro (1995). *An Empirical Study of Young People's Communicative Behaviour : Their Media Use and Personal Communication*. 社会情報学研究
- Wikstrom, P. (2020). *The Music Industry: Music in the Cloud*. John Wiley & Sons.
https://books.google.com/books?id=1nDJDwAAQBAJ&dq=music+industry&lr=&source=gbs_navlinks_s

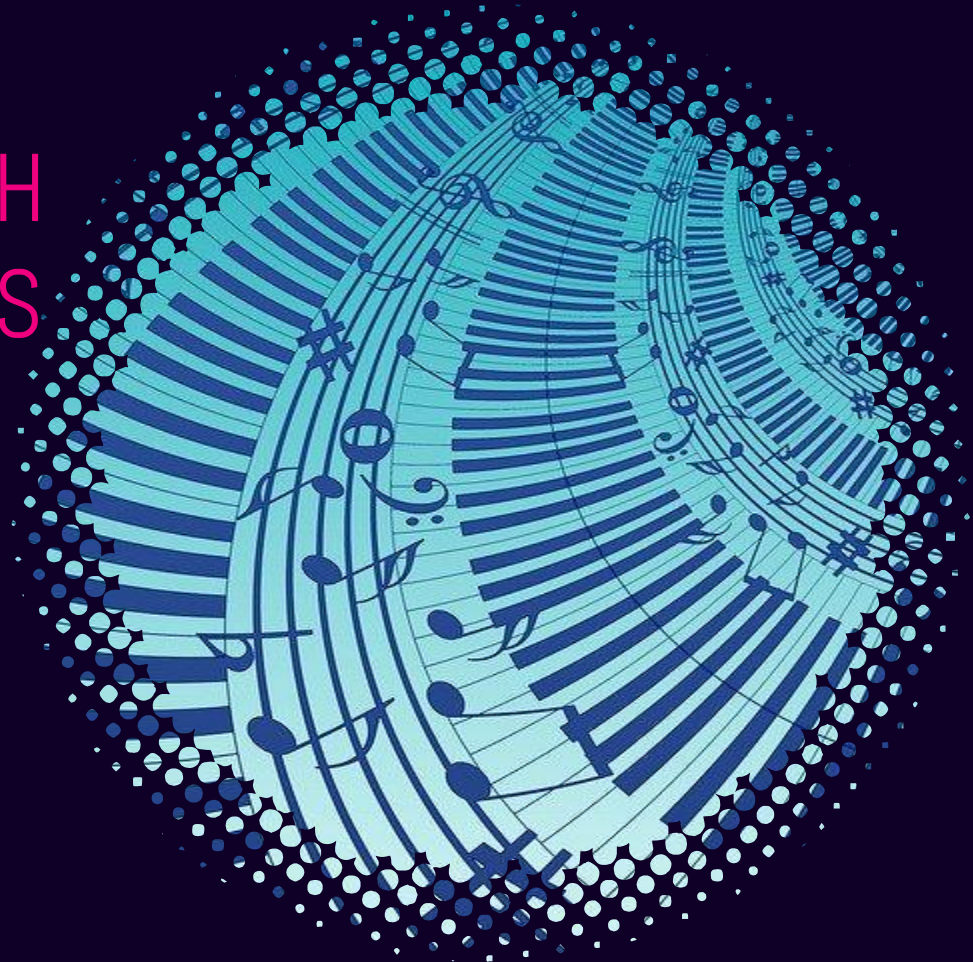
謝辞

- ❖ 斎藤一アボット佳子教授
- ❖ 関根繁子教授
- ❖ スティーブン・ゲール先生
- ❖ 故グレース・ムールバーガ
- ❖ 故ドミニク・ブラックウェル



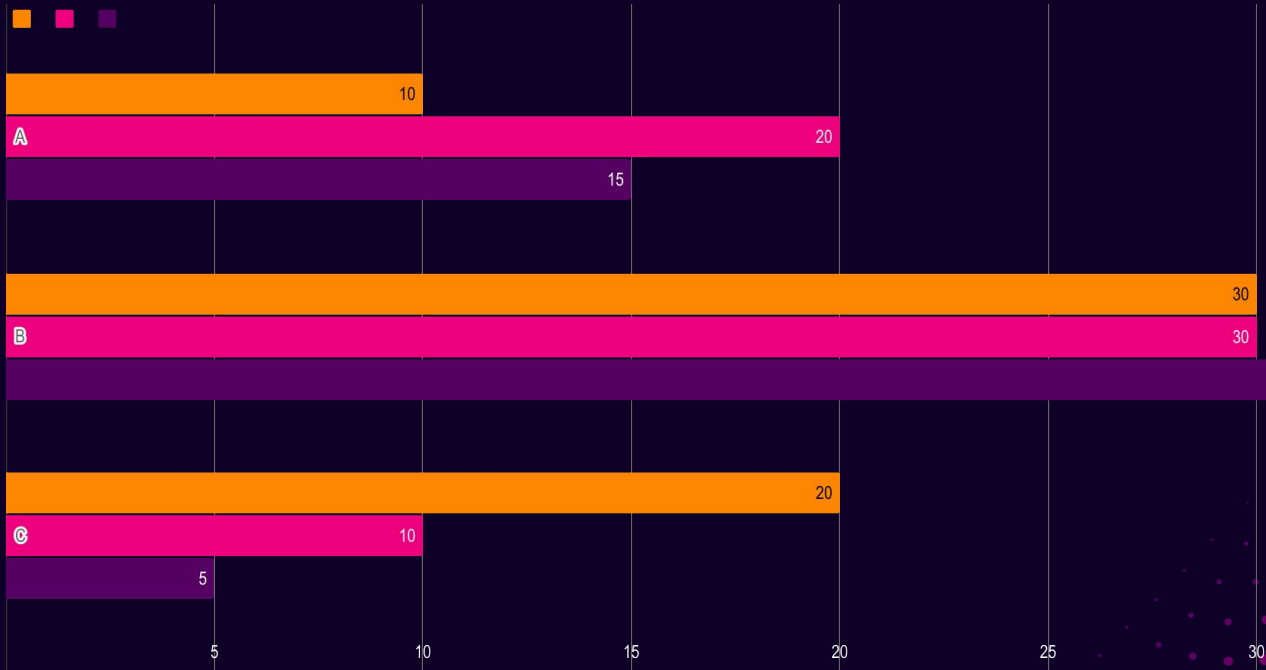
A PICTURE IS WORTH A THOUSAND WORDS

A complex idea can be conveyed with just a single still image, namely making it possible to absorb large amounts of data quickly.

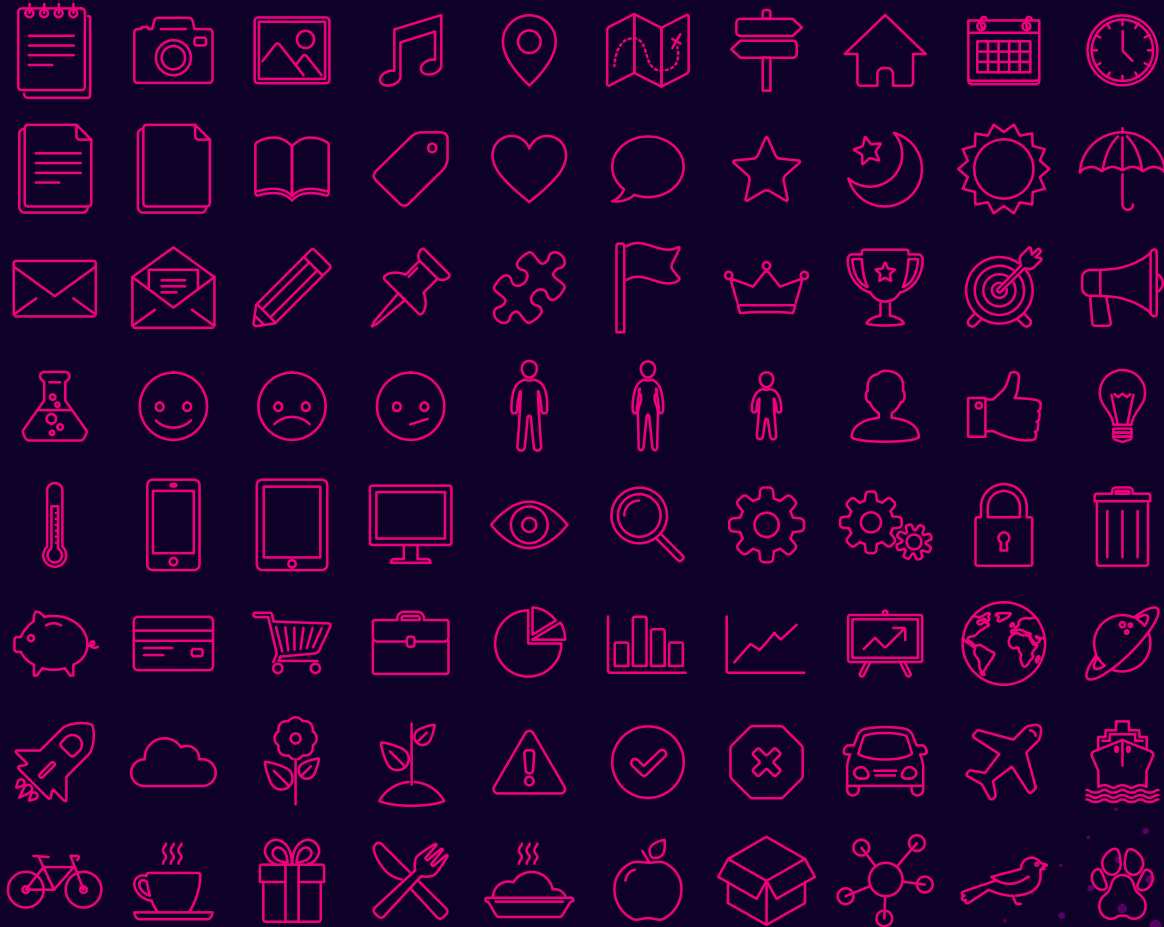


AND TABLES TO COMPARE DATA

	A	B	C
Yellow	10	20	7
Blue	30	15	10
Orange	5	24	16



You can insert graphs from [Google Sheets](#)



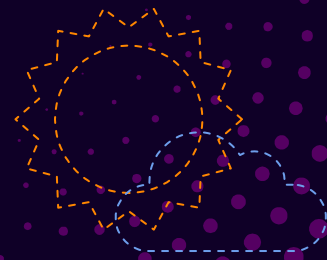
SlidesCarnival icons are editable shapes.

This means that you can:

- Resize them without losing quality.
- Change fill color and opacity.
- Change line color, width and style.

Isn't that nice? :)

Examples:



Music Streaming Services

Allows a user to listen to a piece of audio without having to purchase it. The file is transmitted to a device as it is played

Spotify (Free & Premium)

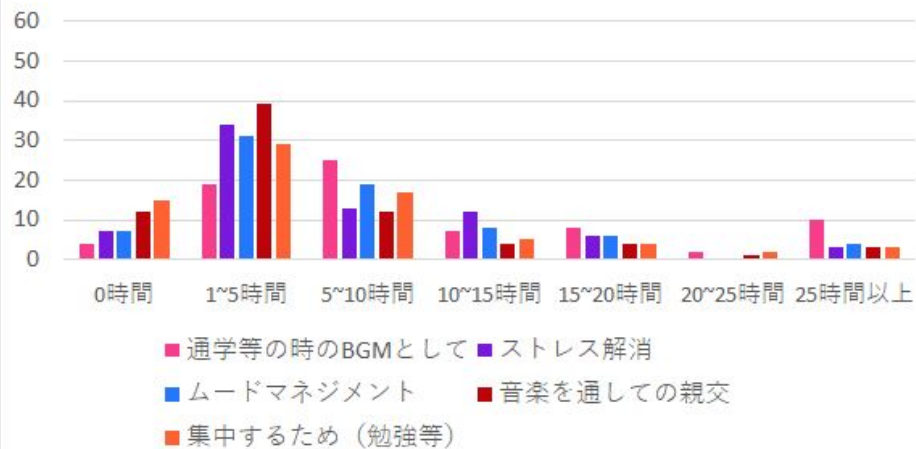
- ❖ Most Popular Streaming Service in the U.S. and Japan
- ❖ Streams music and podcasts via online radio stations
- ❖ Premium removes ads and allows mobile users to select songs

YouTube (Free & Premium)

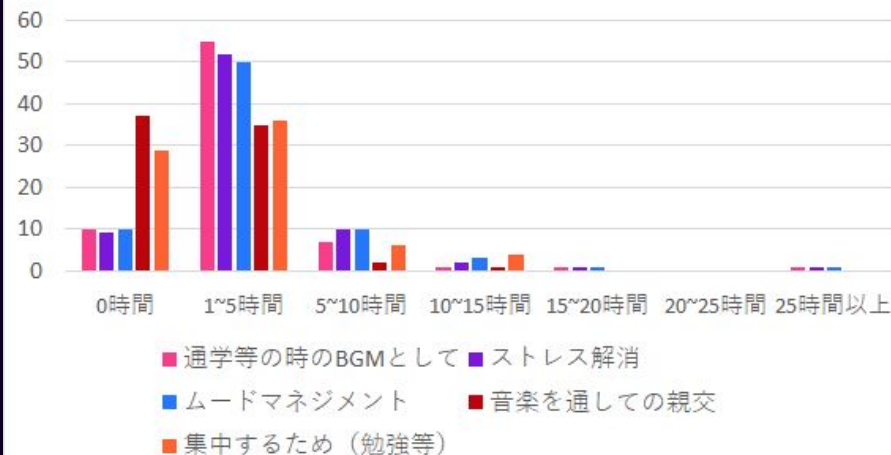
- ❖ Most popular video hosting site worldwide
- ❖ Video sharing platform acquired by Google
- ❖ Premium removes ads and allows mobile users to play audio with the app closed

次の状況で音楽を聞く際、一週間にどのくらいの時間を過ごしますか？

アメリカ



日本



日本の学生と比べるとアメリカ人の方が音楽を良く聴く
日本人の学生はたいていそれぞれの状態で5時間しか聴かなかった