

音楽産業の現状と今後の課題

— インターネット時代の音楽配信業界 —

高 木 和 男

Current outlook of the music industry and arising issues

— Internet era and online music delivery —

Kazuo Takagi

《要約》今日、音楽産業が大きな変貌を遂げようとしている。21世紀に入ってから音楽配信ビジネスが急速に浸透し始め、パソコン、携帯電話によるインターネットの普及により、パッケージメディアを通さなくてもダウンロードをすればいつでも簡単に好きな音楽を購入できるようになったのだ。iPodなどの携帯音楽再生機、携帯電話向けの「着メロ」「着うた」の浸透は音楽産業にとって新しいビジネスの拡大期を迎えているのである。その反面、著作権保護などの法整備が追いついていないのも事実であり、違法コピーによる不正サービスが深刻な問題にもなっている。現在も急速に進化し、多数の課題を抱える音楽配信ビジネスを今後も究明していこうと試みた。

《キーワード》携帯音楽再生機 音楽配信ビジネス 着うた 着メロ 音楽産業 インターネット 著作権保護方式 音楽圧縮技術 携帯電話

(1) はじめに

21世紀に入るやいなや「iPod」に見られる携帯音楽再生機ヒットによって、国内でも様々なメーカーから再生機が発売されてきている。これを契機に音楽配信ビジネスが拡大期に入ってきているのである。

パソコン向けの市場はまだ小さいものの、携帯電話向けの「着メロ」「着うた」などは既に1,000億円の規模に達したと想定されている。

アメリカのアップル社は2005年に配信ビジネス「i Tunes」を開始した。世界最大の音楽配信事業者の日本参入によって、パソコン向け音楽配信市場は大きな拡大期を迎えているのが現状である。

携帯電話向けでは、まるまる1曲を取込む「着うたフル」がサービスを行なうが、データ量が多いことから第3世代携帯電話の定額

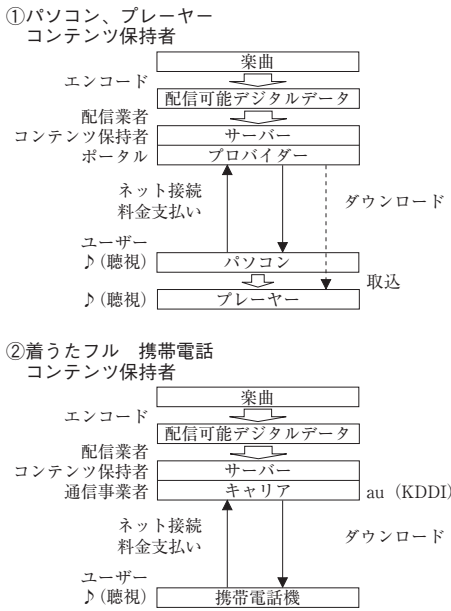
プラン加入者の増加が市場拡大の要件となるといわれている。

コンテンツ保持者から関連機器メーカーに至るまで、大きなビジネスチャンスが到来しようとしている。これまでの音楽産業がいま大きく変貌を遂げようとしている。その現況をレポートすることが本論の目的である。

(2) パッケージメディアからネット配信へ

これまで音楽ビジネスの中核を担ってきたのは、レコード、CD、テープ、MDなど、「パッケージメディア」と呼ばれる商品であった。6,000億円のマーケット規模を持つとされる現在のレコード産業界は、この「パッケージメディア」のセールスによって形成され、ヒット曲に冠せられる「ミリオンセラー」という称号も、この「パッケージメディア」の売り上げ枚数をそのまま表したものであった。ところがそのシステムがいま、大きな唸

(図1) 音楽配信の構造



出所：大和証券投資情報室発行「ストラティジ」2005年5月号、P28。

りをあげて崩壊しようとしている。インターネットによる「音楽配信」がこの「パッケージメディア」に取って代わろうとしているのである。これまで日本の音楽産業界は大手家電メーカーが系列のレコード会社を傘下におくことでマーケットを成長させてきたのである。L'Arc〜en〜Ciel、TMRなどが所属する「ソニー（ソニー・ミュージックエンターテイメント）」、サザンオールスターズ、SMAPなどが所属する「日本ビクター（ビクターエンターテイメント）」、そして松任谷由実、宇多田ヒカルなどが所属する「東芝（東芝EMI）」などがその代表例である。たとえば、レコードからCDへのメディア変革期にあっては、CDのハードを売るために有名アーティストの音源を有効に活用して、ハードを普及させることでレコード会社の旧譜の活性化につなげていったのである。つまり、新しい「パッケージ」で音楽を包むことで、ハード&ソフトのマーケット拡大を図ってきたわけである。ところが、いま起きているマ

ーケットの変化は、そうした図式でとらえることのできないものなのだ。これまでのようにCDやMDなどのハードを買い換えることなく、インターネットに接続したパソコンさえあれば、自分の好きな音楽をその場で聴いて楽しむことが出来るようになったからである。この変化を生んだのは、MP3という音楽圧縮技術であったのである。音質の劣化を抑えながら効率的に音楽データを圧縮するこの技術の誕生が、レコード会社やアーティストの意思に関係なく、インターネット空間を圧縮された音楽が自由に飛び交う世界へと変化させてしまったのである。その結果、音楽業界が「音楽配信」の大きな渦のなかに巻き込まれていくことになった。そのインパクトはアメリカにおいてよく知ることができる。たとえば2000年1月、このMP3の技術を使って50万という大量な曲を無料で提供している「MP3.com」というサイトに対し、全米レコード協会（RIAA）が著作権侵害で訴えを起こした。その後、4月にニューヨークの連邦地裁が著作権侵害の判決を下し、MP3側はBMG Entertainment、Werner Music Group、EMI、Sony Music Entertainmentなど、大手のレーベルとの間で続々と和解しているのである。だが、新興のインターネット産業から興った音楽配信という大きな流れが、伝統ある音楽業界に与えた衝撃は大きいのである。音楽業界には大きなジレンマがあるといわれている。これまで日本のミュージックシーンのなかで生まれたヒット作品は、テレビ、ラジオ、雑誌にしっかりとパイプを有し、全国的な営業展開が可能なメジャーレーベルから生まれることが多かった。ところが、インターネット上での音楽配信は、メジャーなレコード会社のディストリビューションを通さなくても、ユーザーにダイレクトに音を届けることを可能にする。このことは音楽を製作するアーティストたちにオルタナティブな選択肢が与えられたことを意味す

るのである。たとえば、中山美穂のオフィシャルサイト内につくられたWEBレーベル「スターダスト・テーブル」もそのひとつの流れを表わすものである。このサイトで行なわれているようなレコード会社に頼らない音楽の配信も確実に増え続けていく可能性を秘めているのである。とはいえ、いまはまだ日本での「音楽配信」は思ったほどの成果を上げてはいないのが現状である（図1）。

だが、ネットで配信された音楽を万人が楽しむ時期がそこまで迫ってきていることは間違いないのである。そうなった時、インターネットを通して自立している製作者たちをいかにつなぎ止めるのか。これが今後のメジャーレーベルが背負う十字架となるであろう。そしてそれが、家電メーカーとレコード会社との関係に大きなクサビを打ち込む結果ともなるだろう。いままさに、音楽業界は激動の時代へと突入したのである。

（3）アメリカの音楽配信業界

「ピア・ツーピア（P2P）」という言葉が新語として使われるようになった。アメリカ・カリフォルニア州サンノゼで、このほど開かれた「Intel Developer Forum」の基調講演において、Intel社長のCraig Barrett氏が特に強調したのがこの言葉だった。同社はこのP2Pネットワークを普及させるため、IBM、HPなど18社とともに、「Peer-to-Peer Working Group」を設立したのである。同じような目的で興味を持つ個人や企業が自分たちを組織化してWEBを作り上げていくという新しいネットワークモデルを提示している。

IntelはこのP2Pという技術がWEBと同じように、インターネットに大きなインパクトを与えると考えているのだ。しかし、実際にアメリカでP2Pの大旋風を巻き起こしているのはそのIntelではない。連邦地方裁判所に著作権法違反で訴えられている「悪魔」こ

とNapsterである。これまで自分で購入したCDに対して、個人が楽しむ範囲においてはその作品をコピーして友人に譲っても著作権法違反で訴えられることは、まず無かった。しかし、それと同じことをグローバルなファイル交換を可能にしたインターネットのコミュニティに持ち込んだら、どんなことになるだろう。そんな「夢」を実現したのがこのNapsterであった。インターネットにアクセスした全世界ユーザーのハードディスクをつなぎ、それぞれがMP3でハードディスク上に保持している音楽ファイルを共有するのである。こうして生まれた仮想空間上の音楽コミュニティはサービス開始以降、わずか1年の間に2000万人のユーザーを獲得した。全米で50の指に入るサイトとして若者たちの心をつかんでいったのである。しかし、こんな実態を既得権者であるレコード産業が見逃すことはなかった。彼らにとってはコミュニティはまさに「悪魔」のような存在である。著作権の網にかけづらいバーチャル空間で行なわれる無料コピーを防止するため1999年12月、米レコード協会（RIAA）がNapsterの提訴に踏み切っている。その後、さらにRIAAは大手レーベルの楽曲掲載を禁止するよう仮処分を申請した。この仮処分に対して2000年7月26日、連邦地裁が著作権付きの楽曲を削除せよとNapsterに命令を下しているのだ。だがその翌日には控訴裁によってその命令を保留することも認められている。この裁判に関して結論がでるのはまだ先の話だといわれている。だがこうしたサービスをユーザーが強力に望んでいることだけは確かなようである。たとえ、Napsterが活動停止に追いやられようと、「Gnutella」「Scour」という類似サイトも後を絶たず、根本的な解決にならないとの意見も多く存在する。こうしたユーザーの動向を考えたとき、未来の音楽配信の方向性として見えてくるのだが「サブスクリプション方式」だと言われ

ている。この方式は、一定の金額さえ支払えば無制限に楽曲をダウンロードして楽しめるサービスである。そして、そこから得られる収益をアーティストやレコード会社に分配するのである。実はNapsterもサブスクリプション方式を導入することでRIAAとの和解を模索しているとの情報もあった。和解案はRIAAからことごとく拒絶されたが、当のレコード業界もサブスクリプション方式を許容する方向へ傾きつつある。その試みがすでに、EMusic.comというサイトで始まった。このサイトでは保有する12万5,000曲のカタログ全てをサブスクリプションに適用している。1ヵ月に9ドル99セント～19ドル99セントという一定料金を支払えば、ダウンロードが無制限に行なえるサービスを提供している。このサブスクリプション方式がテレビのCATVとするなら、一般のラジオやテレビのように無料のサービスも生まれつつある。米Visiosonic社が計画する「Interactive MP3」はNapsterと同じように楽曲のダウンロードは全て無料である。デジタル著作権管理システムのもとで配信を行い、スポンサー企業から得られる収益でアーティストたちにロイヤリティーを支払うのである。現時点ではいずれのサービスも大手レーベルのアーティストは含まれてはいない。だが、こうしたサービスが多く消費者によって支持されるようになればメジャーレーベルの参入も近いとの読みが濃厚である。アメリカでの状況は当然、日本の音楽配信にも大きな影響を与えている。現在、こうした音楽配信に対して明確な姿勢を見せていない大手レーベル、東芝EMI、ユニバーサルミュージック、ワーナーミュージック・ジャパンなどはいずれも外資系である。新たな動きがアメリカのメジャーレーベルに出てくるとき、自らのスタンスを明らかにしていない日本の外資系レコード会社の大きな胎動が始まることになるのである。「悪魔」NapsterがもたらしたP2P革命

が日本の音楽配信事情を大きく変える日が近づいているのである。

(4) 音楽配信と著作権保護方式

音楽メーカーによる配信が伸び悩んでいる理由は、音声の圧縮方式や著作権の保護方式、記録メディアなどにいろいろな様式が乱立しているからだといわれている。たとえば、ソニー・ミュージックエンターテインメント(SME)によって運営される「bitmusic」から好きなアーティストの楽曲を購入してダウンロードしたとする。自分のパソコンならその音楽を自由に楽しむことが出来る。ただし、その曲をポータブルメモリープレイヤーで楽しむとしたときに大きな問題が発生する。その楽曲はソニーやシャープなど一部のプレイヤーでしか楽しむことが出来ないからなのである。こうした不都合の背景にあるのが家電メーカーに存在する過剰なライセンス争いである。音楽配信の分野で標準規格となる技術を握れば多額のライセンス使用料を手にすることができる。そのため、メーカー間の虚々実々の駆け引きが繰り返される。当然、系列となるレコード会社がその渦に巻き込まれていくわけである。ここまで音楽配信という言葉でメジャーにする原動力となったのはMP3という圧縮技術であった。MP3は音楽データをオリジナルの1/10～1/12程度に圧縮することが可能なのである。そのため、インターネット上でのデジタル音楽の流通が一気に加速した。しかし、MP3には弱点があった。この技術には著作権を保護する機能がついていなかったのである。その結果、違法コピーによる配信を行なうサービスが乱立し、深刻な問題を提供することになる。その反省から生まれたのが、不正コピーを防ぐ機能を持った圧縮技術や著作権保護方式なのである。その規格には次のようなものがある。まず、比較的古くからあるフォーマットの「Solid Audio」がある。この規格はNTTが

開発したTwin VQを圧縮方式として採用したものである。ID付きスマートメディアを使ったシリコンプレイヤーに導入され、東芝で商品化されている。そして、この東芝と米San Disk、松下電器産業が新たに開発したメモリーカードがSDメモリーカードである。このカードはMPEGが制定し、MP3以上の性能があると言われるAAC (Advanced Audio Coding) を採用した。Solid Audioとは異なる圧縮方式をとっているのが特徴なのだ。これに対してソニーが中心となって採用している著作権保護方式が「Magic Gate (MG)」である。この規格の場合、Open MG Jukebox対応のポータブルメモリープレイヤーで再生が可能なのである。ただし、いったんOpen MG Jukeboxで作成したデータはFDやCD-Rなどへのコピーは出来ない。この著作権保護方式とコンビとなるのがATRAC3という圧縮方式である。この規格はMDの圧縮方式として以前から使われていたATRACを改良したものである。この規格を採用するのがソニーやシャープのシリコンプレイヤーに搭載されているMGメモリースティックである。これ以外にも三洋電機が採用しているMMC (マルチメディアカード) というメモリーカードがある。この方式は圧縮方式としてはAACを採用している。著作権保護にはSP3 (Secure Portable Player Platform) という米国リキッド・オーディオ社により開発された技術を採用している。このように現在の市場にはお互いに互換性の無いポータブルメモリープレイヤーが存在するのである。実際、音楽配信を行うサイトもその一部の規格のものしか提供はしていない。それに加えメモリーカード自体の価格が下がらず、若年層のユーザーに浸透しづらいとの声も多いのが現状である。音楽配信ビジネスが伸び悩む理由のひとつは、こうしたメーカーのエゴイズムを指摘することができよう。実際に音楽というコンテ

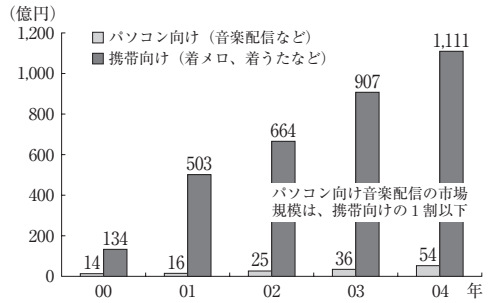
ンツを有するはずのレコード会社がリーダーシップを握ることが出来ないのはこうした背景があるからである。そこに日本のレコード会社のジレンマが存在するのである。

(5) 日本の音楽ビジネス業界

2000年7月27日、横浜アリーナで行われた「TM NETWORKコンサート」で、音楽関係者をあっと驚かせる事実は明らかになった。会場で販売されたTM NETWORKの新曲のCD「MESSaGE」に、それまで在籍したソニーミュージックの名前がなかったのである。だからといって彼らは他のメジャーレーベルに移籍したのではない。なんとインディーズとしての道を選択したのである。これまで、ソニーミュージック内でのレーベル移動はあったものの、彼らは基本的なソニーミュージックとの専属契約を結んでリリースを重ねてきたアーティストである。小室哲哉というメガヒットプロデューサーをメンバーに抱える彼らとの契約をレコード会社側から打ち切るとは考えられない。やはり、TM NETWORK側が契約の更新に応じなかったのが筋だろう。こんな大胆な選択を可能にした背景にあるのが、音楽配信とネット通販市場の成熟だと言われている。同グループを率いる小室哲哉氏がオンライン上での活動拠点とするのがロジャム・ドット・コムである。今後、このサイトを中心にTM NETWORKやKiss Destinationの作品をデジタルデータやCDの形でユーザーにダイレクトに届けることになったのである。これまでのメディアや流通形態にしばられることなく、自由に音楽や情報を発信する「ソフト・コンテンツ・プロバイダー」としての位置を確立するというのが小室氏の企みであった。出来上がった曲をタイムラグをおかずに配信してしまうといった先進的な実験も行ってきている。小室氏の試みを見ただけで他のアーティストがレコード会社から自立する方向にあると結論づけ

ることはできない。実際、小室氏も自身の契約はまだソニーミュージックとの間に残されている。そういう意味ではまだ試行錯誤の段階だと言えるのである。しかし、こうした動きが他のミュージシャンを刺激し、音楽業界の根幹を揺らしつつあることは事実である。そしてもうひとつ、日本のレコード産業を揺さぶっているのが携帯電話の存在である。そもそも日本のレコード産業を現在のような構造不況業種に追いやったのが、携帯電話の存在だと言われている。これまでレコード購買の中心だった中高生の中に携帯電話が普及し、CDの購入にまわっていたお金が携帯の使用料として支払われる結果となってしまったのである。だが、音楽業界にとって敵とも思える存在だった携帯電話が、音楽配信の端末として急浮上してきた。たとえば、最大手のNTTドコモは、2000年秋からPHSによる音楽配信サービスを開始している。2001年5月末開始したW.CDMA方式において本格的に音楽配信サービスに取り組むようになった。それに対し、64kbpsのデータ通信が可能なcdma One方式のauグループに、ソニーがメモリースティックを搭載した携帯電話を投入するという新技術が導入されて話題を呼んだ。2000年冬のことであった。2000年12月に、三洋電機、日立製作所、富士通の3社が「ケータイdeミュージック」というダウンロード、オーディオプレイヤー機能を加えた携帯電話システムを共同開発していることもあり、携帯電話への音楽の配信がますます活況を呈するようになったのである。若年層が持つ携帯電話に音楽が配信され、携帯型音楽プレイヤーとしての機能を果たし始める日がいよいよ到来した。そのことで最も打撃を受けるのは、レンタルCD業界ではないかと予想する人も多かった。しかし、携帯電話がマルチメディア端末になることを考えると音楽業界だって安閑とはしてい

(図2) 音楽配信ビジネスの市場規模



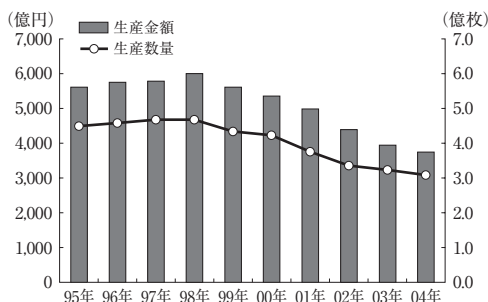
出所：デジタルコンテンツ白書より。大和証券投資情報室作成、04年数値は助デジタルコンテンツ協会予測。大和証券投資情報室発行「ストラテジ」2005年5月号、P28。

られないはずである。他のエンターテインメント業種との熾烈な競争が待っているからである。前述の通りレコード会社同士の壁や家電メーカーの思惑によってIT革命の波に乗り切れない音楽業界をながめてきた。そしてHi-STANDARDというバンドのようにメジャーの枠にとらわれることなく、商業的な成功を収めるインディーズバンドの増加など、業界を冷ややかにながめている若い世代の台頭も顕著になってきている。いままさに起ころうとしている音楽配信という大波のなかでどれだけリーダーシップを発揮できるだろうか。それが今後のレコード会社の浮沈を握る鍵となると考えるのである(図2)。

(6) 日本の音楽ビジネスの市場規模

米アップル・コンピュータ社が発売し、ヒットを続けている携帯音楽再生機「iPod」[iPod mini]の影響で、ハードディスク付きやメモリーカード方式など、様々な携帯音楽再生機(プレイヤー)が国内市場でも様々なメーカーから発売されるようになってきた。これを契機に国内で音楽配信ビジネスが拡大する可能性がある。音楽業界のメディア販売の低迷は、コンパクトディスク(CD)市場の推移を見れば明らかである。1998年の5,879億円をピークに2004年には3,686億円と、市場は37%縮小した。100万

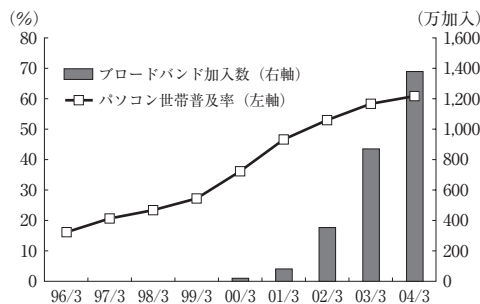
(図3) CD市場の推移



出所：社日本レコード協会資料より。大和証券投資情報室作成。大和証券投資情報室発行「ストラテジ」2005年5月号、P29。

枚以上の販売を記録したミリオンセラーの作品数も、近年では1990年代後半に比べて大幅に減少した状態となっているのが現状である。背景には若年層人口の減少など、音楽を大量に消費する世代の衰退があるといわれている。一方でインターネット・コンテンツとしての「音楽」は拡大を続けている。携帯電話向けの「着信メロディ（着メロ）」「着うた」などは、携帯電話機の高機能化とともに嗜好品として拡大を続け、2003年度で907億円、2004年には1,000億円を超える規模に達した。「着メロ」「着うた」は楽曲そのものではなく、楽曲の一部（着うた）や、楽曲を別形式のデータに変換・作成したもの（着メロ）である。それでも1,000億円を超える規模まで市場は拡大しており、「音楽」に対する需要の強さを窺わせる。パソコン向けの音楽配信は市場規模が小さく、まだ立ち上がりの状態と判断されるが、パソコンの世帯普及率は60%を大きく上回っており配信の受け皿としてインフラは揃ってきている。また、音楽データは動画ほどではないものの、データ量が大きいことから配信に際しては高速な接続回線が必要となるのである。これもブロードバンド回線の急速な増加により、解消されつつあるのである（図4）。音楽配信は、楽曲をデジタルデータ化するところから始まる。その後サーバーに蓄積し、パソコンや携帯電

(図4) パソコンの普及率とブロードバンド加入数



注：ブロードバンドとはDSL、ケーブルテレビ、光ファイバーの接続加入数の合計数

出所：内閣府、総務省資料より。大和証券投資情報室作成。大和証券投資情報室発行「ストラテジ」2005年5月号、P29。

話でネット接続し、お金を払って取込むのである。利用者はパソコンや携帯電話で購入した楽曲を再生し、または携帯音楽プレーヤーに取込み視聴する。記憶媒介を介する場合もある。携帯音楽プレーヤーとしてはアップル社の「iPod」シリーズが著名である。しかし「iPod」に直接取込める形式の音楽配信を日本のサイトではどの事業者も行っていないのが現状である。このためにアップル社は2005年中には音楽配信サービス「iTunes」を国内でスタートさせた（表1）。全世界で登録曲数100万曲以上、いままでに3億回以上のダウンロードを記録したアップル社の国内参入により、パソコンの音楽配信市場は大きな拡大期を迎える可能性が高いと考えられている。携帯電話での楽曲取込みは、現在au（KDDI）が「着うたフル」というサービスを行なっている。データ量が多い楽曲まるまる1曲をネットから取込むと、楽曲料金以

(表1) 音楽配信 大手サイト

運 営 者	サイト名・サービス名
レーベルゲート	Mora
エキサイト	エキサイトミュージックストア
NTTコミュニケーションズ	OCNミュージックストア
マイクロソフト	MSNミュージック
ヤフー	Yahoo!ミュージック
オリコン	オリコンスタイル
ソニー	bitmisc
アップル・コンピュータ	iTunes

注：アップルのiTunesは年内に日本でのサービスを開始する意向。

出所：各種報道、各社サイトより。大和証券投資情報室作成。大和証券投資情報室発行「ストラテジ」2005年5月号、P30。

外に通信料が多めにかかるのである。このため第3世代携帯電話の普及、中でもデータ定額プランへの加入者増加が、いっそうの拡大の要件になると考えられている。また携帯電話に、大容量の記録を可能にするハードディスクドライブ（HDD）を搭載した機体を、韓国サムスン電子が既に商品化しており、日本でもHDD搭載の携帯電話が登場している。パソコン向け、携帯電話向けとともに配信ビジネスが拡大期を迎えると考えられることから、コンテンツ保持者から再生機にいたる関連企業に大きなビジネスチャンスが到来すると思われるのである。

(7) ネットのダイナミズムに追従できない音楽産業

従来型の産業構造の上に成り立った音楽ビジネスが、インターネットがもたらすダイナミズムに追従できないでもがき苦しむ様を垣間見ているような現状である。レコード会社は、音楽配信ビジネスでインターネット時代に対応しようとしている。しかし、現在の音楽配信は、ユーザーにとって便利で魅力的なものとはとても言い難いといえる。たとえば従来のCDは、個人で楽しむ限りは何度でも、CD-Rやテープにコピーして使える。ところが音楽配信のデータは、不正コピーを恐れるあまり、決まった回数しかコピーできないなどの制約が課せられる。CDより使いにくくなってしまっているのである。また楽曲の値段も高いのが現状である。流通やパッケージが不要な分、CDよりだいぶ安くなっているが、まだまだ高い環境である。関係する権利者が、従来型のモデルと同様な権利を主張するためなのである。また、彼らが守り続けているテリトリー主義もインターネット時代にそぐわないといえる。たとえば、アメリカの音楽配信サービスでせっかく聴きたい曲を見つけて「権利者の要請でおまへの国では聴けない」と表示されてしまうこともしばしば

ある。音楽業界の現在のインターネットへの取り組みは、ユーザーの利便性より、自分たちの権利保護を優先しているように見えるのである。アメリカのNapsterはそれをあざ笑っているようである。

今後、本家Napsterのサーバーが止まってしまうことがあっても、既に第2、第3のNapsterが登場しているのである。音楽産業側からそれら「続」Napsterを訴えて次々に勝利していても、類似のサービスは、もぐらたたきのように後から後から登場してくるだろう。インターネットのダイナミズムは、音楽産業界、いや全ての権利ビジネスのあり方を根底から覆すほどの力を秘めているのである。音楽産業に身を置くものとして、また、一方では、一音楽ファンとして今回のアメリカの事例を学習して、いろいろな事を考えさせられ、今後の音楽産業の課題を究明することを試みたいと思っている。

<参考文献>

- 1) 佐々木俊尚著『図解ネット業界ハンドブック』東洋経済新報社、2005年12月29日刊
- 2) 梅田勝司著『図解スッキリ音楽業界、知りたいことがすぐわかる』こう書房、2005年3月20日刊
- 3) 三野明洋著『よくわかる音楽業界』日本実業出版社、2005年11月1日刊
- 4) 野村総合研究所著『これから情報・通信市場で何が起るか』東洋経済新報社、2005年12月29日刊
- 5) 東洋経済新報社編『最新版・IT・ネット業界地図』東洋経済新報社、2005年5月25日刊
- 6) 文芸春秋編『日本の論点2006』(博文芸春秋、2005年11月20日刊)