

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 19 日現在

機関番号：12613

研究種目：研究活動スタート支援

研究期間：2015～2016

課題番号：15H06217

研究課題名（和文）日本レコード産業史

研究課題名（英文）The History of the Japanese Record Industry

研究代表者

大久保 いづみ（Okubo, Izumi）

一橋大学・大学院商学研究科・特任助教

研究者番号：90754804

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,000,000円

研究成果の概要（和文）：本研究では、日本のレコード産業について、製造業としての特質に着目しつつ、長期的視野からその発展過程を明らかにした。1967年までの前半期においては、日本レコード産業において企業を取り巻く環境は大きく変化せず、技術及び音楽ソフト、販売チャンネルに強みを持つ戦前期からの上位企業が支配的な地位を維持した。1968年～1980年の後半期には、参入障壁と先行者優位が消滅して先発企業の市場シェアが低下し、最終的には後発企業が業界首位となった。本研究では後発企業が音楽ソフトや技術を利用して新規参入に成功し成長するプロセスも明らかにした。

研究成果の概要（英文）：This research project explores the development process of the Japanese record industry from a long-term perspective, focusing on the characteristics as a manufacturing industry. In the first phase until 1967, the environment surrounding enterprises did not change significantly in the Japanese record industry, and the top companies from the prewar period, which had strengths in technology and music software and sales channels, maintained the dominant position. During the second phase from 1968 to 1980, the entry barriers and predecessor superiority disappeared, the market share of leading companies declined, and eventually the latecomer became the leader in the industry. In this research we also clarified the process by which latecomer companies succeeded in new entry and grew using music software and technology.

研究分野：経営学、日本経営史

キーワード：経営学 日本経営史 産業史 音楽産業 レコード産業 製造業 技術導入

1. 研究開始当初の背景

本研究の目的は、日本のレコード産業について、製造業の観点から捉えなおし、その歴史的發展経緯を明らかにすることである。なお、レコード産業に関する先行研究は、人文学分野においては多数の研究があるが、経営学・経営史分野における研究は極めて少ない。

日本レコード産業を対象とした先行研究についてより詳細に考察すると、以下の3つの問題点が指摘される。

第一に、日本のレコード産業に関する多くの先行研究においては、レコード産業をソフト産業として捉える見方が浸透しており、製造業としての側面や技術的な側面に関しては十分に検討がなされていない(特にこの傾向は人文学分野における研究において顕著である)。経営学分野のレコード産業に関する主要研究である生明の一連の論文を見てもやはりレコード産業における製造業としての側面については十分に検討されていない(生明, 2009a ; 2009b)。

実際には、各時代の主要企業の属性とその競争上の焦点を歴史的に見ると、レコード産業は技術戦略を重視する製造業としての側面が際立つ。産業創始期において、レコードと再生機・録音機は合体しており、そのためレコード企業による事業は、音楽ソフト制作(音楽家および楽曲の調達、吹き込み)だけではなく、録音・再生・メディアに関する技術開発を含有していた。レコード企業に市場が求めたものには、ソフト面のみならず技術面の進展も含まれたのである。従ってレコード産業史においては、音楽制作、宣伝・販売だけではなく、技術面、製造業としての技術導入、技術の国産化、独自の技術革新等を重要な競争上の焦点として検討する必要があると考えられる。

第二に、経営学・経営史分野における先行研究は、短期間に生じた特定の論題を綿密に取り扱っているため、日本のレコード産業における長期的な変容に関しては十分に検討されていない。例えば大東(2010)は、産業創始期から1936年までの日本レコード産業の成長要因について、1926年に対日直接投資を開始した外国レコード企業の影響に注目して分析している。そこでの結論は、外資提携したレコード企業による電気録音技術の採用、音楽家の専属制導入、流通機構の整備の3点が、産業発展の要因となったというものである。このように大東(2010)は、音楽ソフト面、販売面のみならず、技術面の重要性にも着目しているものの、その研究対象時期は、あくまで戦前期を対象としたものである。

第三に、日本レコード産業は、欧米レコード産業とは異なる独自の発展形態を見せたため、国外の研究では見られない独自の日本レコード産業に関する研究が必要となる。戦後に起きた技術革新以降、欧米ではそれまで

の垂直統合された形の産業構造が崩れ、寡占状態が崩壊し、多数の中小企業が誕生した(Perrow, 1986)。その後は電機企業ではなくメディア系企業が広告・宣伝事業面から産業を主導するようになる。日本においても同様の技術革新が起き、欧米系の電機企業による支配体制は崩れた。しかしながら、支配的な企業がメディア系となった欧米とは異なり、日本においてはあくまで電機系企業(ソニー)がレコード産業において主導的な地位を占め続けたのである。

【参考文献】

- 生明 俊雄(2009a)「第2次世界大戦以降の日本のレコード産業における洋楽ビジネスの発展と外資メジャーの攻勢」『広島経済大学経済研究論集』第31巻第4号。
- 生明 俊雄(2009b)「外資メジャーの日本市場への進出を促す要因となった日本のレコード産業の構造的変化」『広島経済大学経済研究論集』第32巻第2号。
- 大東 英祐(2010)「外国レコード会社のマーケティング」佐々木聡・中林真幸編著『講座・日本経営史3 組織と戦略の時代 1914～1937』ミネルヴァ書房。
- Perrow, Charles (1986), *Complex Organizations: A Critical Essay, 3rd edition*, New York: Random House.

2. 研究の目的

以上の背景を踏まえ、本研究の目的は、日本レコード産業について製造業としての特質に着目しつつ、長期的視野から同産業の発展過程を明らかにすることにある。

代表者はこれまでの研究において既に、日本レコード産業の創始期から1956年までの時期について詳細な検討を進めてきた(「太平洋戦争前後の日本レコード産業 - 競争の変容と外資提携の意味変化 - 」『一橋商学論叢』第9巻第1号, 2014年; 「第二次世界大戦以前の日本レコード産業と外資提携 - 6社体制の成立 - 」『経営史学』第49巻第4号, 2015年)。

本研究では、これまでの研究を踏まえ、主として1980年までを対象とし日本レコード産業の発展過程について分析を進める。1970年代には、レコード産業誕生時期の1907年から戦後にかけて長きに渡り高い市場シェアを維持し続けた日本コロムビア、日本ビクターがシェアを急落させ、ソニーがトップに躍り出た。1978年以降現在までソニーはほぼトップシェアを維持している。日本レコード産業史において特筆すべきことは、トップシェア企業が交代してもなお一貫して日本レコード産業は電機企業によって主導されたことにある。本研究ではそのトップシェア企業交代の要因の解明を含め、日本レコード産業史の分岐点となる1970年代前後の時期について詳細な分析を行う。

3. 研究の方法

平成 27 年度は、研究の初年度として、主として資料収集と文献調査を重点的に行った。具体的には、『レコード目録』『工場統計表』『貿易年表』、各種雑誌・新聞記事、業界紙、広告資料等を収集した。さらにデータ入力・データ構築、ヒアリング等を行った。次年度の論文執筆へ向けて、これらの史料に基づいて草案を作成した。また、当該研究に関連する研究会や学会に参加し、研究上重要な知見を得ることができた。資料収集・調査に関しては、平成 27 年度に計画していた予定について順調に終わるとともに、研究会で得られた知見を受け、当初の計画よりさらに資料収集・調査対象を追加しサーベイを行う方針を決定した。

平成 28 年度は、前年度に行った調査を元に分析を進め、研究成果の取りまとめを行った。具体的には二本の論文、「レコード産業の高度成長と企業間競争の変容 - 外部環境と競争戦略の変化 (1956~1980 年) - 」「一橋大学マネジメント・イノベーション研究センターワーキングペーパーシリーズ」(No.210, 2017 年)、「レコード産業における後発企業の参入と成長」『一橋商学論叢』(第 12 巻第 2 号, 2017 年)として、研究成果を公表した。

4. 研究成果

本研究の成果として、主要な研究業績である以下の二本の論文で得られた結論について述べていきたい。

大久保 いづみ (2017) 「レコード産業の高度成長と企業間競争の変容 - 外部環境と競争戦略の変化 (1956~1980 年) - 」「一橋大学マネジメント・イノベーション研究センターワーキングペーパーシリーズ」No.210.

大久保 いづみ (2017) 「レコード産業における後発企業の参入と成長」『一橋商学論叢』第 12 巻第 2 号.

前者の論文 では、1956 年~1980 年にかけての日本のレコード産業の発展過程について、第一期(1956~67 年)と第二期(1968~80 年)に時期区分し分析を進めた。1967 年を区切りとした理由は、1967 年前後にレコード産業では技術や市場、外資提携のあり方に大きな変化が生じた点にある。技術に関しては、録音技術が進展しステレオレコードがモノクロレコードに取って代わった。また新しい記録媒体である音楽テープが 1960 年代中盤に登場してその生産量が急増し、LP・EP レコード生産量の伸び率が低下する中でレコード市場の拡大を牽引した(なお、音楽テープもレコード産業の範疇に含まれる)。市場に関しては、1967 年に邦楽レコードの

生産額が洋楽レコードのそれを上回り、この状態がその後も継続かつ拡大することになった。さらに外資提携に関しては 1967 年に資本の自由化が実施され、これ以降外国企業と日本企業による合弁会社が複数設立されていくことになった。

第一期は企業を取り巻く環境は大きく変化せず、戦前から外国企業と提携し技術面、ソフト面および販売面において優位性を構築していた日本ビクターと日本コロムビアが戦前に引き続き支配的な地位を占めた。この理由は、両社とも第二次世界大戦以前からの技術面、ソフト面(邦楽、洋楽)、販売チャンネル面における優位性を維持できたことに起因する。

まず技術面について概観すれば、これら 2 社の技術水準は戦前から競合他社に比して相対的に高く、大きな技術転換が生じる際に中心的な役割を果たしていた。戦前までこれらの 2 社は、外国企業との提携を通じた技術導入により先進技術を手に入っており、さらに戦後になると世界的な先進技術を自社開発できるまで技術力を高めることに成功した。

次にソフト面に関して検討すれば、この時期は日本レコード産業史の中で洋楽レコードの売上比率が最も高い時期であるとともに洋楽レコードの売上が拡大しており、その中で上記の 2 社は多くの欧米レコード会社とレコード原盤契約を結ぶことに成功した。また、邦楽レコードについては洋楽レコードに比して売上は相対的に小さかったものの、戦前から作詞家・作曲家・歌手等の音楽家と専属契約を結び、その囲い込みに成功していた。

販売チャンネル面に関しては、上記 2 社は戦前期に流通機構を整備し特約店制度を導入しており、小売店との間に強固な結びつきがあった。さらに小売業界においては、業界団体による厳しい参入規制があり、販売するレコードのメーカーについても限定されていたため、既存レコード企業にとって有利な状況となっていた。

第二期には、環境変化と共に音楽ソフトの主流が洋楽から邦楽へ転換し、独自の戦略と邦楽ソフト制作に強みを持つ新規参入企業(東芝、ソニー)が業界首位となった。すでに述べたように、1967 年前後にはレコード産業では技術や市場、外資提携のあり方に大きな変化が生じた。このような変化が見られる中で戦前から戦後にかけて支配的な地位を占めていた日本ビクターと日本コロムビアの上位 2 社のシェアは 1970 年代前半に低下し、ついには新規参入企業である東芝やソニーに業界首位を譲ることになるのである。

日本ビクターと日本コロムビアがシェアを下げた原因は、戦前から存在していた技術面、洋楽ソフト面、邦楽ソフト面、販売チャンネル面での先行優位性が消滅したからである。新技術の開発の一巡、技術力の向上による外資提携の有効性の低下、市場ニーズの洋楽から邦楽へのシフト、洋楽ソフトや邦楽ソ

フトの制作面での新興勢力の台頭、開放的な販売チャンネルの形成などが背景となり、先行者優位は消滅していった。この中で日本ビクターは、事業転換を志向するようになった。同社は事業の重心をレコード事業からハード事業へ移行させ、音響機器・テレビ・ビデオなどの事業へ注力するようになった。日本コロムビアはこれらに加えて家電事業を重点化するなどした。しかし日本コロムビアは家電事業の失敗により企業そのものの経営が傾くという結果に陥った。さらに資本の自由化を契機に、重要な原盤供給元であったCBSとの提携関係が消滅したことの影響も受け、市場シェアを落としていった。

後者の論文においては、レコード産業において後発企業が新規参入に成功し、首位企業になるプロセスを明らかにした。同産業では参入障壁と先行者優位が強く働いていたものの、新規参入した東芝とソニーは業界トップに成長した。成長を実現するには、邦楽ソフトの獲得と流通チャンネルの確立が重要な焦点となった。また、この時期には音楽テープという新技術を用いて新規参入する企業も存在し、この動向も明らかにした。これらの点についてより詳細に見ていけば、以下ようになる。

レコード産業への参入やその後の成長において、大きな障壁（ボトルネック）となる要因は、大別すれば技術、洋楽ソフト、邦楽ソフト、流通チャンネルの4つであったと考えられる。また、新規参入した企業に関しては「東芝、ソニー」と「パイオニア、キャニオンレコード」の2つに大別できるだろう。

まず、東芝とソニーが4つの障壁をどのようなアプローチで克服していったのか概観する。

技術面について見ると、東芝やソニーは外国企業との技術提携により技術を導入し、比較的容易にこれらの資源を手に入れることができた。当時、レコード関連の既存の技術は成熟しており、新規参入企業にとって基本的な技術の導入は容易であった。

洋楽ソフト面について見ると、洋楽の供給元である欧米のレコード産業において既存企業による市場の独占が崩れたことにより、日本の新規参入企業がこれまでよりも容易に欧米レコード企業と契約を締結することができるようになった。同時に洋楽ソフトの重要性も薄れつつあり、新規参入企業にとって、洋楽ソフトは障壁としての意味合いを失いつつあった。

邦楽ソフトについて見ると、先発企業が多くの人気作詞家・作曲家・歌手と堅固な専属契約を結んで独占しているために、両社ともソフトの獲得に苦勞することになった。東芝はこの障壁をあくまで外部からの資源獲得によって克服した。東芝が成長期にあった時代には、ラジオやテレビの民間放送の開始とともに音楽家の活躍の場が拡大・多様化す

る中で、音楽ソフトの制作を独立して行う原盤制作会社が生まれてきた。この新たなソフトの供給元と連携することで東芝は邦楽ソフトを入手することに成功した。これに対してソニーは、自らこれまでにはない音楽ソフトを積極的に作り出すことによって邦楽ソフトを獲得していった。さらにソニーは先発企業では全く行われてこなかったマーケティングをレコード事業に導入し、それに基づいて時代に合う音楽を制作していったのである。

最後に流通チャンネルに関しては、東芝の果たした役割が大きかった。東芝によって既存の流通チャンネルの障壁が崩されることによって、それ以後流通チャンネルは大きな障壁とはならなかったのである。

次にパイオニアとキャニオンレコードがどのように4つの障壁を克服していったのか概観する。まず技術については、前述の東芝とソニーは外国企業との提携から導入したのに対して、これらの2社は音楽テープという完全に新しい技術、新しいメディア（記録媒体）を利用した。パイオニアの場合は、既存の事業ですでにカー・ステレオを生産しており、音楽テープについても放送局（文化放送）との協力による技術開発で量販体制を整えていたため、技術面での障壁は存在しなかった。キャニオンレコードもニッポン放送との協力により音楽テープの技術面で既存のレコード企業より優位性があった。次にソフト面に関しては、参入当時は音楽テープに関して著作権法に不備があったために容易に獲得することができ、その後独自のソフト制作も行っていた。また、ソニーの場合と同様に流通チャンネルに関する障壁も東芝の貢献によってすでに存在しなかった。「東芝、ソニー」は主にソフトに働きかけたのに対し、「パイオニア、キャニオンレコード」は新しい技術によってレコード事業に参入したと言える。

最後に後発企業によるレコード産業への参入と成長を可能とさせた要因をまとめれば以下の3点が指摘可能である。第一にこの時期には外部環境に大きな変化が生じ、後発企業はそれをうまく活用することに成功した。東芝が参入する際には、邦楽に対して洋楽の人氣が高まり、この洋楽を外部から入手することによって参入と成長が可能になった。さらには、資本の自由化も生じており、提携相手を見つけやすい環境にあった。ソニーが参入した際には、邦楽の流行が流行歌や演歌からポップスへと移行した。既存の各社は、多くの専属歌手を有するもののそれらは流行歌や演歌の歌手であり、ポップスの歌手の獲得や育成は比較的容易だったのである。

第二に、自社の既存資源が新規参入を容易化させる側面もあった。ソニーはマーケティング能力が高く、これを音楽分野にも活用し先進的な音楽を創出しその市場において優位性を獲得することができた。また、パイオ

ニアはカー・ステレオを取り扱っていたが故に、いち早く音楽テープの市場の将来性に気づくことができた。

第三に、技術進歩が既存の競争の枠組みの外で競争を行うことを可能とさせた。高度経済成長期には電機電子分野で目覚ましい進展が見られた。これによりレコードという既存のメディアを用いずに音楽コンテンツ産業へと参入することができるようになった。そして、その領域においては既存のルール（例えば著作権法など）も適応されず、有力な競合企業も存在しなかった。このような条件が新しい企業の参入と成長を可能とさせた側面があったのである。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計5件)

1. 大久保 いづみ (2017) 「レコード産業における後発企業の参入と成長」『一橋商学論叢』第12巻第2号(掲載決定)(査読無).
2. 大久保 いづみ (2017) 「レコード産業の高度成長と企業間競争の変容 - 外部環境と競争戦略の変化(1956~1980年) - 」『一橋大学マネジメント・イノベーション研究センターワーキングペーパーシリーズ』No.210, 1-39頁(査読無).
3. So Hirano, Izumi Okubo (2015)
“Initiatives to Reduce Greenhouse Gas in the Transport Sector (Part)”, *The Japan Journal*, Vol.12 No.8, pp.24-27
(査読無).
4. So Hirano, Izumi Okubo (2015)
“Initiatives to Reduce Greenhouse Gas in the Transport Sector (Part)”, *The Japan Journal*, Vol.12 No.7, pp.24-27
(査読無).
5. 平野 創・大久保 いづみ (2015) 「運輸業における環境問題への対応行動の考察 - 環境自主行動計画・低炭素社会実行計画の評価 - 」『経済研究』第209巻, 77-84頁
(査読無).

6. 研究組織

(1) 研究代表者

大久保 いづみ (OKUBO, Izumi)
一橋大学・大学院商学研究科・特任助教
研究者番号: 90754804