

研究種目：基盤研究 (C)

研究期間：2007～2010

課題番号：19530214

研究課題名 (和文) コンテンツの製品差別化に関する経済分析

研究課題名 (英文) Economic Analysis of Differentiation of Content

研究代表者 浅井 澄子 (ASAI SUMIKO)

大妻女子大学・社会情報学部・教授

研究者番号：00329476

研究代表者の専門分野：社会科学

科研費の分科・細目：経済学・応用経済学

キーワード：コンテンツ 多様性

1. 研究計画の概要

本研究では、産業構造やメディア環境の変化のコンテンツの多様性に与える影響を分析することを目的とする。放送を含む映像コンテンツと音楽市場を対象に、それぞれの多様性を複数の指標を用いて計測し、多様性と産業構造や環境変化との関係を計量経済学の手法を使って考察する。また、同一コンテンツを配信する媒体が増加していることを踏まえ、流通媒体間の関係についても、実証分析を行う。

2. 研究の進捗状況

(1) 最初に、多様性についてのサーベイを行い、多様性を計測するための複数の指標を設定した。その指標を使って、映像と音楽市場を対象に、多様性の計測を行った。音楽に関しては、長期間にわたる計測を行い、多様性の時系列変化を把握した。

(2) 次に、コンテンツの流通媒体間の関係を明らかにするため、音楽 CD の販売とレンタル、映像 DVD の販売とレンタルの需要関数を連立方程式体系でそれぞれ推定した。これにより、販売数が多い CD ほど、頻繁にレンタルされていること、レンタル回数が多い CD は、販売数も多いという正の関係が認められた。また、映像 DVD については、小売市場はレンタル市場に正の影響を与えるが、その逆に関しては、明確な関係は見いだせなかった。さらに、音楽 CD と映像 DVD に共通して、小売市場とレンタル市場では、ヒット要因に差異があることも示された。

さらに、携帯電話を介した音楽配信のヒット要因をハザード・モデルにより分析し、パッケージ販売である音楽 CD とネットワーク

配信との関係についても考察を行った。

(3) 消費者がコンテンツを入手するタイミングとその変化を把握するため、音楽市場を対象に、普及モデルを用いて販売パターンを推定した。その結果、インターネットが普及した 2000 年以降、音楽 CD の販売は、発売開始当初の短期間に集中する傾向が強まったこと、とりわけ、既に知名度のあるアーティストの楽曲については、その傾向が顕著であることが示された。

3. 現在までの達成度

② おおむね順調に進展している

(理由) 一定の見通しをつけて当初計画を作成したことによると思われる。

4. 今後の研究の推進方策

地上放送局の番組表データをもとに、多様性を計測するとともに、番組編成方針と放送局の戦略について考察する。また、音楽と映像市場を対象に、多様性の変化と産業構造やメディア環境との関係を考察する。さらに、今年度は最終年度であることから、これまでの研究成果のとりまとめを行う。

5. 代表的な研究成果

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 5 件)

- ① 浅井澄子、Sales Patterns of Hit Music in Japan, Journal of Media Economics, 査読有, 22 (2), 2009 年, pp.81-101.
- ② 浅井澄子、「音楽 CD の販売とレンタルとの関係に関する実証分析」、『InfoCom

- REVIEW』、査読有、47, 2009年, pp.16-28
- ③ 浅井澄子、「映像コンテンツの流通チャンネル間の関係」、『情報通信学会誌』、査読有、27(3), 2009年, pp.75-86
- ④ 浅井澄子、Factors Affecting Hits in Japanese Popular Music, Journal of Media Economics, 査読有、21(3), 2008年, pp.97-113
- ⑤ 浅井澄子、Firm Organization and Marketing Strategy in the Japanese Music Industry, Popular Music, 査読有、27(3), 2008年, pp.473-485.
- 〔学会発表〕(計1件)
- ① 浅井澄子、「広告におけるメディアの選択」情報通信学会 2009年6月28日
桜美林大学

〔その他〕