

平成 29 年 6 月 16 日現在

機関番号：33912

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2016

課題番号：25380582

研究課題名(和文) 情報通信技術による流通フローの変化

研究課題名(英文) Changes in distribution industry by ICT

研究代表者

伊藤 昭浩 (ITO, Akihiro)

名古屋学院大学・商学部・教授

研究者番号：30410674

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,700,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、コンテンツ産業へのヒアリング調査とともに、コンテンツビジネスの流通フローについて、消費者選好によって小売をはじめとする流通フローが決定され、産業構造が再編されるというボトムアップ型アプローチを試みるため、Webアンケート調査サービスを活用した音楽流通および出版流通に対する消費者の意識調査およびAHP分析を実施した。

研究成果の概要(英文)：In this research, interviewed the content industry workers, conducted consumer questionnaires on publication distribution and music distribution in order to confirm changes in distribution flow of contents business from the viewpoint of consumers, analyzed using AHP method .

研究分野：経営情報

キーワード：流通・ロジスティクス 経営情報 コンテンツ流通 AHP/ANP

1. 研究開始当初の背景

近年の情報通信技術の発展は、わが国のコンテンツビジネス（音楽・出版等）の制作・流通フロー、とくに小売業の在り方を大きく変えている。例えば音楽産業では市場全体が急激に縮小する中、小売形態として新しく登場した音楽配信プラットフォームは急成長しており、その産業構造の転換へとつながっている。また出版産業においても電子書籍の登場によって、産業構造全体の見直しの議論がすすめられている。

しかし、コンテンツビジネスのデジタル配信市場自体は萌芽的な段階にあることから、直接関連する体系立った理論的・実証的研究はあまり見受けられず、とくに消費者からみたコンテンツ流通（小売）に関する学術的アプローチは乏しい。

例えば、課金・配信などのプラットフォームレイヤーについては Multi-Sided Platform 理論を応用した実証研究（Evans and Schmalensee [2007] Catalyst Code: The Strategies Behind the World's Most Dynamic Companies など）や、音楽産業については勝本雅和、小谷将之[2007]「イノベーションとインスティテューションの相互作用: 音楽産業の計量分析」、出版産業では佐々木俊尚 [2010]『電子書籍の衝撃 本はいかに崩壊し、いかに復活するのか?』などが見られるが、市場、流通についての本格的な研究論文はまだ少ない。

また、コンテンツビジネスのデジタル配信市場への先行研究では、平松綾子、山崎高弘、能勢和夫[2007]「音楽配信サービスにおける購買行動意思決定モデル」、浅井 澄子[2011]「CD と音楽配信の需要の決定要因」などがあるが、現在の流通フローにある小売間を比較検討するアプローチとしては限定的なものとなっている。

2. 研究の目的

近年のデジタル・ネットワーク化という潮流は、わが国のコンテンツビジネスの制作・流通フローの在り方を大きく変えている。とくに音楽産業、出版産業におけるデジタル配信サービスの登場は、独自に発展してきた流通フローを崩壊させ、産業全体を再構築しつつある。

本研究では、流通フローにある小売に対する消費者選好がコンテンツ産業全体の在り方を決めるというボトムアップ型の視点から、萌芽期から成長期へと向かいつつある音楽配信サービスや電子書籍を中心にコンテンツビジネスの流通フローの分析・比較をおこない、デジタル・ネットワーク時代の取引主体の特徴や製品特性等を明らかにすることで、コンテンツビジネスの在り方をみることを目的とする。

3. 研究の方法

本研究では、まず音楽産業・出版産業へのヒアリング調査を経年におこない、最新の業界動向を得ていく。同時に Web アンケート調査を実施して、コンテンツビジネスの流通フローにある小売に対する消費者選好を適時に回収し、AHP 手法を用いて「消費者が小売を選択する際の評価基準」、「各小売への満足度と総合評価」、「価格設定の評価」、「製品のアクセシビリティ」等を分析・評価する。これらの分析結果から、同時点調査での音楽流通と出版流通、店舗型販売とオンライン型販売、パッケージ型販売とデジタル配信販売の比較分析をおこなう。これらからわが国独自に発展してきた従来のコンテンツビジネスの流通フローがデジタル配信サービスによって変容し、産業構造全体についても再編される実際を明らかにする。

4. 研究成果

本研究では、コンテンツビジネスの流通フローにある各小売間を消費者視点でとらえて、消費者選好によって小売をはじめとする流通フローが決定され、産業構造が再編されるというボトムアップ型アプローチを試みるため、Web アンケート調査サービスを活用した音楽流通および出版流通に対する消費者の意識調査・分析を実施した。ここでは「小売を選択する際の評価基準」と、2016 年度頃より定着し始めたコンテンツビジネスの定額制配信サービスを含めた「小売に対する満足度」という2つの大項目および各小項目からなるアンケート設計をおこない、コンテンツ産業において特徴的な出版流通と音楽流通について、10 - 60 代の男女を対象にインターネット調査を実施した（2017 年 3 月実施、出版：559 サンプル、音楽：555 サンプル）。ここから AHP 手法をもちいて消費者が小売を選択する際の各評価基準に対する重要度と各小売に対する満足度を算出し、その流通フローにある小売に対する消費者選好を分析した。

アンケート調査のもと、図1は書籍流通における消費者に選好される小売形態に関する階層構造である。レベル1に最終目標として「消費者に選好される小売形態（書籍）」を置き、クライテリア部分であるレベル2には、評価基準として4項目を置いている。さらにオルタネティブ部分であるレベル3の代替案として、5項目の販売チャンネルを置く。そのうえで、各レベルの要素の評価点から一対比較行列を作成し、正規化した固有ベクトルから最終的なウェイトを算出する。

AHP 算出については、まずレベル2の評価基準を(A)一般的な書籍 - 電子書籍間で発生する辞書・検索、音声読上などの付加的な機能の優位性等に関する「サービス・製品」、(B)新刊本や専門書、ベストセラーなどの取り扱い及び在庫の有無等に関する「品ぞろ

え・在庫」(C)商品の説明や広告、カテゴリー分けによる店舗内検索の容易性に関する「販売促進・広告」(D)同タイトルのものでも一般的な書籍・電子書籍間で発生する価格差の優位性に関する「価格」の4項目についてデータ集計し、最終的なウェイトをもとめる。

次にレベル3の販売チャンネルの代替案を、書店、CVS(コンビニエンスストア)、オンライン書店、電子書籍、定額制配信サービスの5項目としてデータ集計し、最終的なポイントを算出する。

上の結果から、各代替案の総合評価をおこなったものが図1(添字)である。

図1 消費者に選好される小売形態に関する階層構造(書籍)

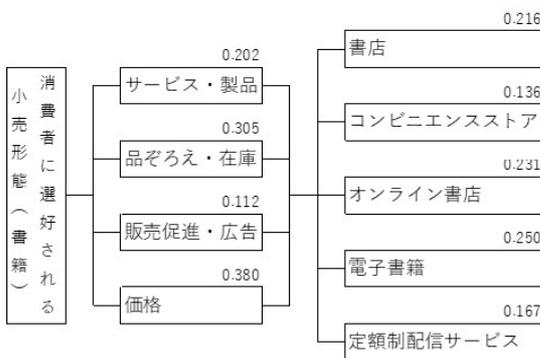
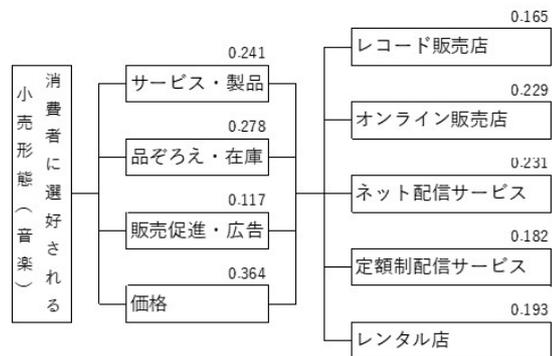


図2はアンケート調査のもと、音楽流通における消費者に選好される小売形態に関する階層構造である。レベル1に最終目標として「消費者に選好される小売形態(音楽)」を置き、レベル2の評価基準について(A)音楽そのものから得られる効用は一定とするが、購入特典など付随的に得られる財・サービスに差異等に関する「サービス・製品」、(B)新曲や定番曲など「聴きたい」と思う音楽の取り扱い及び在庫の有無に関する「品ぞろえ・在庫」、(C)曲の説明や広告、カテゴリー分けによる店舗内検索の容易性に関する「販売促進・広告」、(D)パッケージ販売とネット配信等の間で差の生じる「価格」の4項目としてデータ集計し、最終的なウェイトをもとめる。

次に各販売チャンネルに対する満足度では、本アンケートではパッケージソフトを取り扱うレコード販売店、オンライン販売店、音楽配信サービスを取り扱うネット配信サービス、定額制配信サービス、そしてレコードレンタル店、の5つを主要な販売チャンネルの代替案としておきデータ集計し、最終的なウェイトを算出する。

上の結果から、各代替案の総合評価をおこなったものが図2(添字)である。

図2 消費者に選好される小売形態に関する階層構造(音楽)



本分析結果より、コンテンツ流通における消費者に選好される小売形態として、以下を指摘することができる。

第一に書籍流通においては、現在の小売形態を選択する際の評価基準として、「価格」に対するウェイトが大きいことを明らかにした。伊藤[2011]ではその評価基準として「品ぞろえ・在庫」が最重要であり、物理的制約のある店舗型からロングテール手法をとる無店舗型(オンライン書店)に移行していることをみたが、本調査分析では「価格」を最重要とみることから、ここでは価格差が生じる物理型(書籍)からデジタル・ネットワーク型(電子書籍)への移行を捉えることができる。

次に各代替案の満足度では、「サービス・製品」、「価格」については電子書籍、「品ぞろえ・在庫」についてはオンライン書店、「販売促進・広告」については書店に対するウェイトが大きいことを明らかにした。2016年から本格化した定額制配信サービスについては、消費者の認知度が高まっていないため低い満足度となっているが、今後、無店舗/デジタル・ネットワーク型の特徴をもつ定額制配信サービスが定着すれば、その「価格」の優位性から各代替案間で大きなシェアをもつ可能性を示唆している。

第二に、音楽流通においては、現在の小売形態を選択する際の評価基準としては、書籍流通と同様に「価格」に対するウェイトが大きいことを明らかにした。伊藤[2012]ではその評価基準として「品ぞろえ・在庫」が最重要であり、物理的制約のある店舗型からオンライン販売店(無店舗型)へ移行していることをみたが、本分析では「価格」を最重要とみることから、価格に差が生じる物理型(レコード・CD)からデジタル・ネットワーク型(mp3等)への移行を捉えることができる。

次に各代替案の満足度では、「サービス・製品」「品ぞろえ・在庫」「販売促進・広告」についてはオンライン販売店およびネット配信サービス、「価格」についてはネット配信サービスおよび定額制配信サービスに対するウェイトが大きいことを明らかにした。とくに前者3つの項目では共通して無店舗

型であるものの物理型とデジタル・ネットワーク型の小売形態が並行して評価されており、音楽流通にある小売形態の各特徴が消費者に評価されていることを示唆している。

また各コンテンツ流通の総合評価では、書籍流通では電子書籍がもっともスコアが高く、次いでオンライン書店、書店、定額制配信サービス、CVS の順であることを明らかにした。音楽流通ではネット配信サービスがもっともスコアが高く、次いでオンライン販売店、レンタル店、定額制配信サービス、レコード販売店の順であることを明らかにした。これらのコンテンツ流通を比較してみれば、共通して無店舗/デジタル・ネットワーク型の評価が最も高く、続いて無店舗/物理型となっている。一方、書籍流通における店舗/物理型(書店)は総合評価のなかで中位となっているが、音楽流通における店舗/物理型(レコード店)への魅力はもっとも低いものとなっておりコンテンツ流通での特徴といえる。

本稿では消費者に選好される小売形態という視点からコンテンツ流通の現状をみたが、今後の研究ではサプライサイドの視点からみたコンテンツ流通のあり方の再整理、そして萌芽段階にある定額制配信サービスを中心にコンテンツ産業をみることを今後の研究課題としたい。

5. 主な発表論文等

(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)

伊藤昭浩、情報通信技術による流通フローの変化 -コンテンツ産業の現状と AHP 手法による消費者マインド分析-、名古屋学院大学論集社会科学篇、査読無、第 54 巻、第 1 号、2017 年、印刷中

伊藤昭浩、コンテンツツーリズムをもちいた地域活性化、名古屋学院大学論集社会科学篇、査読無、第 51 巻、第 2 号、2014 年、pp.177-188

伊藤昭浩、コンテンツ開発型 PBL 教育をもちいた地域活性化、名古屋学院大学論集社会科学篇、査読無、第 51 巻、第 1 号、2014 年、pp.69-80、DOI:10.15012/00000119

Toshimasa Ozaki, Kanna Miwa, Akihiro Itoh, Shin Sugiura, Eizo Kinoshita, Gwo-Hsiung Tzeng, DISSOLUTION OF DILEMMA BY NEWLY DEFINING CRITERIA MATRIX IN ANP、Journal of the Operations Research Society of Japan、査読有、Vol.56, No.2、2013 年、pp.93-110、http://www.orsj.or.jp/~archive/pdf/e_ma

g/Vol.56_02_093.pdf

伊藤昭浩、大学 企業間における情報教育連携の一考察 -情報教育政策の視点からみた大学カリキュラムの AHP 分析-、名古屋学院大学論集社会科学篇、査読無、第 50 巻、第 2 号、2013 年、pp.1-11、DOI:10.15012/00000141

[学会発表](計 4 件)

伊藤昭浩・山口翔、地域資源の情報発信とコンテンツツーリズム、情報通信学会、2016 年 6 月 26 日、東京国際大学(埼玉県・川越市)

伊藤昭浩・山口翔、地域資源の情報発信とコンテンツツーリズム、情報通信学会、2015 年 6 月 21 日、青山学院大学(東京都・渋谷区)

伊藤昭浩・山口翔、地域資源の情報発信とコンテンツツーリズム、情報通信学会、2014 年 6 月 29 日、大阪大学中之島センター(大阪府・大阪市)

伊藤昭浩、2025 年の ICT ビジネス、国際公共経済学会、2013 年 12 月 7 日、慶応義塾大学日吉キャンパス(神奈川県・横浜市)

6. 研究組織

(1)研究代表者

伊藤 昭浩 (ITO, Akihiro)
名古屋学院大学・商学部・教授
研究者番号：30410674