

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) カンセイガクインダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) ヤスダゼミ
関西学院大学	商学部	安田ゼミ

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ) オニギリピース	フリガナ) マツムラ トモキ	5	無
おにぎりピース	松村 知紀		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）

イノベーションの民主化による音楽ビジネス ～ 一般人が生み出すスーパースター ～

※必ず「企画シート作成上の注意」を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本プロジェクトは、新興アーティストに有名になるための機会を与えることを目的とする。そのために、まだ世に知られていない新興アーティストの楽曲を集めたプラットフォームを作る。

19世紀後半にレコードや蓄音機が発明されて以来、音楽業界のビジネスモデルは、サプライヤー側である音楽事業者がアーティストを発掘し、企画し、売り出すというものであった。しかし今日では、こうした「**サプライヤー主導のビジネスモデル**」は転換期を迎えている。

対照的に、インターネットの普及、そしてSNSの出現により、ユーザーが発信者となってアーティストを見出し、ユーザーの支持が彼らを有名にする「**ユーザー主導のビジネスモデル**」の可能性が出てきた。私たちは、こうした新ビジネスモデルの出現をフォン・ヒッペルが言う**イノベーションの民主化**の事例ととらえて、ユーザーである私たちが、新興アーティストの名を広めることができると考えた。

こうした仮説を検証し、また、**ユーザー主導のビジネスモデルを実際に企画・実行**した。最初に、音楽のユーザーである大学生対象にアンケート調査を行った。関西学院大学の学生と同大学で楽曲を制作したことのある学生への調査から、「ユーザーが自分たちで新しい音楽を探索するという**イノベーションの民主化**」が起こっていることを確認した。

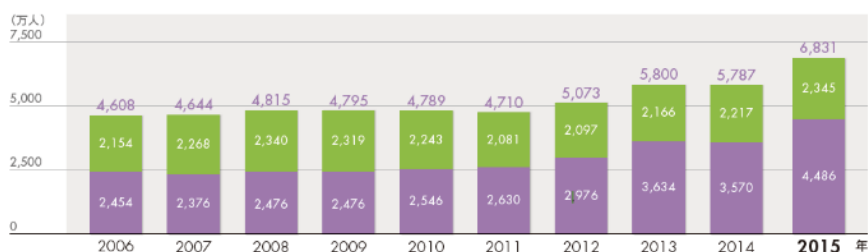
次に、新興アーティストの楽曲を集めて発信するプラットフォームを作成して、ユーザーが新興アーティストのプロデューサーのような存在となって、音楽事業者がこれまで見過ごしてきた新興アーティストの発掘と、彼らに関する情報発信を試みた。

今日の音楽業界は、サプライヤー側は「ヒットが生まれない」という課題を抱えている。その一方で、ユーザーである若者側は「聴きたい音楽が見つからない」という不満を抱えている。本プロジェクトは「イノベーションの民主化」という理論に基づき、プラットフォームを作成して「ユーザー主導のビジネスモデル」を企画・実行した。これにより、サプライヤー側の課題解決と、ユーザー側の不満解消の両方を狙うものである。

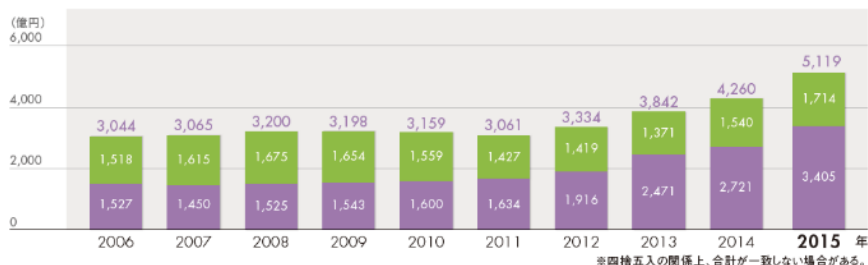
2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

YouTube や音楽アプリの台頭により近年 CD の売り上げは低下傾向にある。そのため、アーティストの収益源はライブが中心となっている。

動員数 音楽とステージのいずれも増加し、特に音楽の伸びが顕著



市場規模 動員数の増加に伴い、4年連続プラス成長



出典：<http://corporate.pia.jp> 「2015年のライブ・エンターテインメント市場」（アクセス日：2017年11月6日）

3. 研究テーマの課題

上の現状分析を通して、私たちは2つの課題を発見した。一つ目はCDが売れないことによりライブがアーティストのコアビジネスになっているのにも関わらず、新興アーティストにはライブに集客するための知名度がないという課題である。ライブは、チケット発売前に（つまり、売上高が確定する前に）会場の予約や様々な手配を行わなければならない。つまり売上高確定前にかかなりの投資を行わなければならない。投資を行う側からすれば、リスクの高い事業である。こうしたことから、知名度の低いアーティストは投資を受けにくく、ライブの機会も少なくなり、結果として知名度は低くなり、さらに投資は減り、知名度も無くなる・・・という悪循環が存在する。

こうした悪循環から抜け出すツールとして、既存の楽曲紹介サービスが活用されているが、これによりまた別の課題（二つ目の課題）が生じている。既存の楽曲紹介サービスは、アプリやサイトを主なプラットフォームとしているため、楽曲紹介サービス自体をユーザーにまず知ってもらわなければ、そこで紹介されるアーティストと出会うこともできないという問題である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

これら2つの課題を解決するために、新興アーティストの楽曲を「著作権フリー」で集めて発信するプラットフォームを YouTube 上に作成する。YouTube という知名度が高く、利用者の多い媒体を活用することで既存の楽曲紹介サービスが持つ、「サービス自体を知ってもらわなければ紹介されているアーティストたちに出会えない」という課題を解決することができる。集めた新興アーティストの楽曲は YouTube を見た聞き手によって SNS を通し拡散され、知名度が上がる。また、提供する側にもされる側にもコストは一切発生しないので、投資を受けにくい新興アーティストにも知名度を上げるチャンスが与えられる。また、新興アーティストに「著作権フリー」で楽曲を提供してもらうことで、自主製作動画を作るクリエイターや YouTuber が自由にその楽曲を使うことができ、より沢山の人がその楽曲を聞いてもらえるのではないかと考えた。

私たちはゼミでイノベーションを学んでおり、本研究にあたりイノベーションの民主化に着目した。イノベーションの民主化とは、製品やサービスの作り手であるメーカーではなく、受け手であるユーザー自身のイノベーションを起こす能力と環境が向上している状態、と定義されている。

ユーザーが主体となる「イノベーションの民主化」(ヒッペル、2006)を取り入れ、ユーザーである私たちが新興アーティストのプロデューサーのような存在となって、供給側であるメーカーができていない、彼らの発掘・発信を行う。

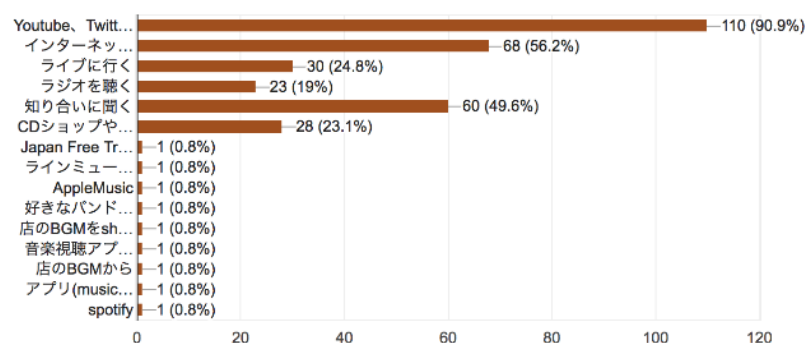
5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

関西学院大学の学生（聞き手側）と、同大学で楽曲を制作したことのある学生へアンケート調査を行った。

アンケート調査の「どのような媒体で楽曲を探していますか」という質問に対し、YouTube や Twitter 等の SNS から楽曲を探す人が全体の 90.9% で一番多かった。

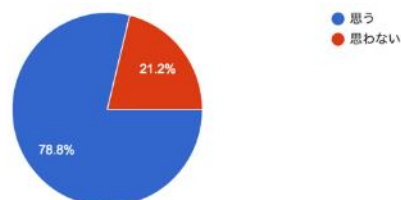
どんな手段で楽曲を探していますか？（複数回答可）

121 件の回答



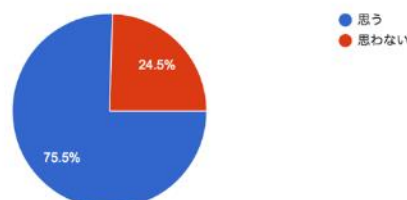
まだ世にあまり知られていない新興アーティストの楽曲を聞いてみたいと思いますか？

151 件の回答



そのようなアーティストの楽曲を集めたYoutubeのチャンネルを使ってみたいと思いますか？

151 件の回答



また、「新興アーティストの楽曲を聴いてみたいと思っている」との回答が 78.8%あり、「そのようなアーティストの楽曲を集めた YouTube のチャンネルを使ってみたい」との回答が 75.5%あったことから、自分たちの YouTube チャンネル「CFM」を開設し、SNS（Twitter や Instagram）を連携させて曲を作っているアーティストに声をかけ、自作曲を提供してもらった。現在もこの活動は継続している。

6. 結果や今後の取り組み

現在楽曲をいくつかアーティストに提供してもらっており、数曲を私たちの YouTube チャンネルに掲載している。今後はさらに楽曲を集め、より充実したプラットフォームを目指す。

7. 参考文献

- ・土井教之、宮田由紀夫(2015)『イノベーション論入門』、中央経済社
- ・柴那典(2016)『ヒットの崩壊』、講談社現代新書
- ・エリック・フォン・ヒッペル（2006）『民主化するイノベーションの時代』、ファーストプレス

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑