

# 第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

| 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）オオサカショウギョウダイガク | フリガナ）オービーピーコース | フリガナ）ハヤシコウジゼミナール |
| 大阪商業大学              | OBP コース        | 林幸治ゼミナール         |

| 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） |
|------------|-------------|--------------|
| フリガナ）インハルト | フリガナ）イワノダイキ | 4人           |
| Infalt     | 岩野大輝        |              |

## 研究テーマ（発表タイトル）

Assistants of Independent Rock ～空いたその日はライブへGO～

## 1. 研究概要（目的・狙いなど）

### 【目的】

拡大を続ける音楽ライブ市場で盛り上がりを見せている音楽業界だが、その影に隠れているアーティストがいる。インディーズと呼ばれるアーティストたちである。そんなインディーズアーティストたちの収入を増やし、アーティスト活動を支援することを目的としている。インディーズアーティストは、有名なアーティストたちのように多様な収益経路がない。そのため、ライブに来てもらう、CDやグッズを買ってもらう以外の収入経路がない。その収入を増やすために、ライブにお客さんが足を運びやすくなるようなプラットフォームを提供する。

## 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）

近年、音楽産業はCDが売れない現状があり、YouTubeや違法ダウンロードのアプリの登場によりコンテンツの売り上げが伸びない。しかし、ライブ市場は年々増加傾向にあり、ライブ公演回数も増えている。しかし、これは音楽で成功している、いわゆる有名なアーティストの話であり、インディーズアーティストはまだ苦勞している。

これまでインディーズアーティストのライブに行こうとすると、ライブ情報を探さなければいけないが、それがアーティストのSNSやHP、ライブハウスのSNSやHPから探す以外の方法がない。応援しているアーティストがいない場合は、ライブハウスからの情報に限定される。さらに行けるライブが見つかって次は、出ているアーティストがどんなアーティストなのか調べ、自分の好みであるか吟味しないと行けない。このようにライブに行くまでの流れが大変であり、ライブに行こうと思っても気楽に行くことが難しい。

また、現在ではインディーズアーティストを知る機会が少ない。自らSNSやネットサーフィン、YouTubeで発見する方法しかない。そのため、音楽が好きでも新しいアーティストを知ることは難しい。

## 3. 研究テーマの課題

このシステム自体の普及が最も重要な課題で、どれだけ良いシステムであっても、広まり使われなければ意味がない。そのため、広めていく策を練る必要がある。

サーバーの維持費等、サービスを継続して行うための資金をどのようにして集めるのか。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちが提案するビジネスモデルはプラットフォームビジネスである。このプラットフォームは、アーティスト、ライブハウス、利用者の

三者を繋ぐプラットフォームである。まずアーティストが試聴用の楽曲と自己紹介を設定する。次にライブハウスがライブ日程及びアーティストの登録をプラットフォームに行う。ここで登録されたアーティストの自己紹介ページ・楽曲とライブハウスが登録したライブ情報を紐付ける。それを基に利用者は、地域や日程からライブ情報を検索することが可能になる。そこで気になったライブ、アーティストがいれば楽曲を視聴することができる。さらに、ライブチケットの予約を行えるというものである。従来であれば、多数の Web ページやサービスを介してライブ情報の検索を行っていたが、このプラットフォームではライブ情報、アーティスト情報・楽曲を集約しているので、ライブに行くまでの流れを短縮することができる。

加えて、利用者がお気に入りのアーティストを発見し、CD やグッズ以外にもっと応援をしたいと思った際には投げ銭を行える。これにより、アーティストの収入源が少ないという問題点も解決しようと考えている。

このシステムを利用することで、アーティスト側には投げ銭による収益とライブ客の増加が見込め、顧客側には新たなアーティストとの出会いや空いた時間の有効活用などが見込める。

各メリット

[アーティスト]

楽曲を登録することでファンの増加が見込める

投げ銭による収益

[ライブハウス]

来客数の増加

チケット予約の電子管理

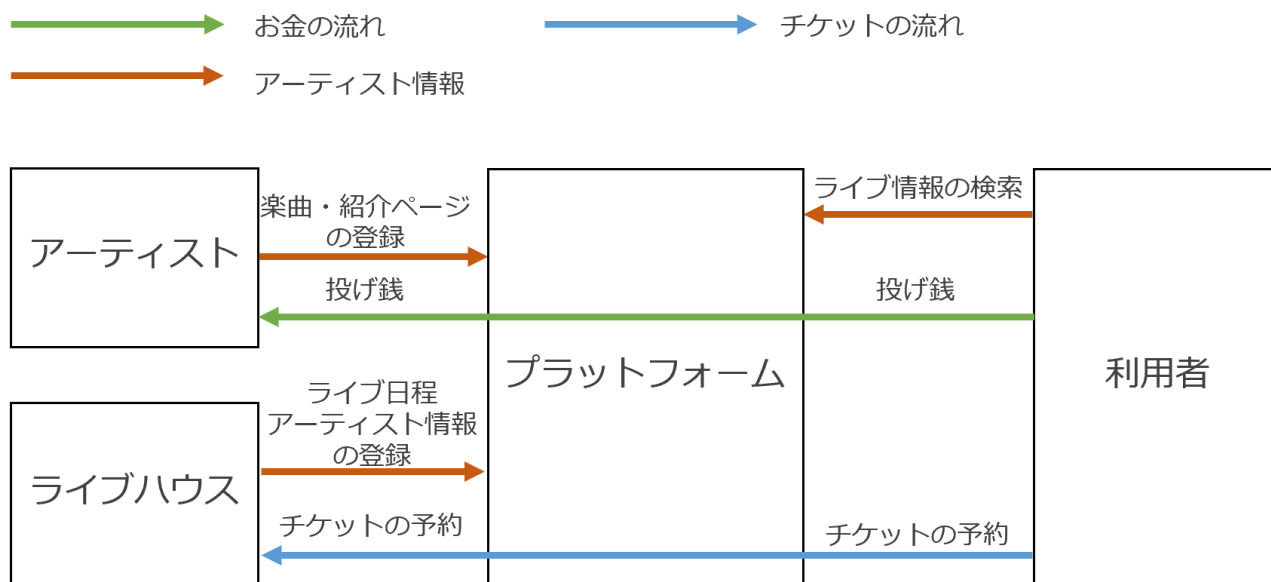
[利用者]

日にち、地域からライブ情報を検索できる。

楽曲を視聴できることで好みのアーティストを発見しやすくなる。

好きなアーティストには投げ銭でさらに応援することができる。

## サービスの流れ



### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・アンケート調査及びインタビュー調査を 11 月 7 日（水）に北堀江 club vijon にて行った。
- ・ライブハウス 北堀江 club vijon 店長にインタビュー調査を実施。
- ・ライブハウス 北堀江 club vijon にて出演アーティスト 7 組、計 25 名に活動内容に関するアンケート調査を実施。
- ・ライブハウス 北堀江 club vijon にてお客様 18 名にインディーズアーティストに関するアンケート調査を実施。

## 6. 結果や今後の取り組み

11月7日に北堀江 club vijon 店長にこのサービスの提案を行った。実際の現場で働いているライブハウスの店長から良いアイデアといってもらえたということは実用性があると考えられる。中でもチケットの予約に関しては、ライブハウス側も問題視していた。これまではライブチケットは、お客さんがアーティストに連絡を行い、アーティストがその連絡を受けライブハウスに伝えるというアーティストを介してチケットの予約を行っていた。そのため、伝達ミスやチケットの予約状況を電子的に管理することが難しいということがあった。

プラットフォームの運営については、初期は外部広告を主な収益とする。外部広告は、音楽関係のものに限定することで、高い効果が望める。さらに、プラットフォームが軌道に乗り始めてからは、外部広告と投げ銭による手数料を取ることを考えている。

## 7. 参考文献

・一般社団法人 日本レコード協会 HP <http://www.riaj.or.jp/> (参照 2018.8.10)

・2017年ライブ・エンターテインメント市場規模びあ総

[http://corporate.pia.jp/news/detail\\_live\\_enta201806.html](http://corporate.pia.jp/news/detail_live_enta201806.html) (参照 2018.10.30)

・一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会 HP <http://www.acpc.or.jp/> (参照 2018.11.05)

・アレックス・モザド、ニコラス・L ジョンソン 藤原朝子訳『プラットフォーム革命：経済を支配するビジネスモデルはどう機能し、どう作られるのか』 英治出版

・『クラウドファンディングに人気 [歌手] [ライブ会場] 参入』日経エンタテインメント 2018年6月号 87ページ 日経BP社

・『スマホの台頭で検索時代へ発見してもらう仕掛けが必要』日経エンタテインメント 2018年6月号 98、99ページ 日経BP社

● パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

なし

● 発表時に使用する成果物 (例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート)

なし

**【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ (合同研究会) 大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。**

・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、著作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。

・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただきます。

・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。