

Title	音楽イベント集客システムの分析によるミュージックプロデュースの開発
Sub Title	Develop a music produce using by analyzed musical events of attract customer system
Author	梅沢, 恭平(Umezawa, Kyohei) 手嶋, 龍一(Teshima, Ryuichi)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2011
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>□現代の音楽業界では、少子高齢化の進行、総人口の減少、長期経済不況、再販売価格維持制度、海賊版の氾濫、ライフスタイル及び消費活動の多様化、消費トレンドの変化、デジタル、テクノロジーの進展により、パッケージビジネスからネット配信ビジネスへと急速に移り変わっている。アーティストはソーシャルネットワーク・システムを通じて、顧客に対し直接楽曲を配信し、自ら宣伝活動もできるようになった。ネット配信ビジネスの発展により、アーティストがレコード会社を頼らず、自身でプロモーションを行い、アーティストが「当事者意識」を持つことが求められるようになった。これからのアーティストは、曲の制作、コンサートといった音楽活動以外に、企業家としてビジネスの運営にも携わらなければならない。つまりアーティストは、より総合的なプロデュース力が求められる。</p> <p>このような時代の背景を持つ音楽業界の中で、コンサート、ライブ、イベントとは、アーティストとオーディエンスを繋ぐ大事な要素の一つである。オーディエンスが自分の足で会場に集まり、多くの人々に触れ、実際に生のアーティストの音を耳にし、その現場を「体感」することができるイベントは、ネット配信システムの時代となった今、人間と人間のコミュニケーションを最もリアルに感じる事の出来る「場」であると言える。</p> <p>本研究の目的は、ミュージックプロデュースという体系の中から、イベントプロデュースに着手し、有名でないアーティストが100人から500人規模のイベントにおいて、イベント成功率(動員数)を向上させることである。オーディエンス(顧客)で溢れる音楽イベントと、そうでないイベントの差は何かという問題意識の中で、イベント集客の複合要因を総合的に分析するツールを考察し、小規模社会科実験による音楽イベントのシステムの構築を試みた。研究方法としては、イベントに関するアンケート、インタビューを実地し、集客に影響を及ぼす要因として、アーティストのコミュニティレベル、日常動員レベル、箱(イベント会場)レベル、イベントレベル(希少性、音楽以外のコンテンツの充実性、異性との出会い性)を洗い出し、自らが携わった5つのイベントの「イベント動員レベル」を決定した。そして、イベント動員レベルと動員数は比例している事が明らかになり、「イベント動員レベルが分かれば動員数を予想できる」という仮説を立て、実証実験として再度2つのイベントを分析した。その結果、100人から500人規模のイベントにおいて、イベント動員レベルの決定により動員数を予想できる事を実証することができた。</p>
Notes	修士学位論文. 2011年度システムデザイン・マネジメント学 第71号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002011-0018

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文

2011 年度

音楽イベント集客システムの分析による
ミュージックプロデュースの開発

梅沢 恭平
(学籍番号：80934521)

指導教員 教授 手嶋 龍一

2012 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザインマネジメント研究科
システムデザインマネジメント専攻

Develop a Music Produce Using by
Analyzed Musical Events of Attract
Customer System.

KYOHEI UMEZAWA

(Student ID Number : 80934521)

Supervisor RYUICHI TESHIMA

March 2012

Graduate School of System Design and Management,
Keio University
Major in System Design and Management

論 文 要 旨

学籍番号	80934521	氏 名	梅沢恭平
論文題目： 音楽イベント集客システムの分析によるミュージックプロデュースの開発			
<p>現代の音楽業界では、少子高齢化の進行、総人口の減少、長期経済不況、再販売価格維持制度、海賊版の氾濫、ライフスタイル及び消費活動の多様化、消費トレンドの変化、デジタル、テクノロジーの進展により、パッケージビジネスからネット配信ビジネスへと急速に移り変わっている。アーティストはソーシャルネットワーク・システムを通じて、顧客に対し直接楽曲を配信し、自ら宣伝活動もできるようになった。ネット配信ビジネスの発展により、アーティストがレコード会社を頼らず、自身でプロモーションを行い、アーティストが「当事者意識」を持つことが求められるようになった。これからのアーティストは、曲の制作、コンサートといった音楽活動以外に、企業家としてビジネスの運営にも携わらなければならない。つまりアーティストは、より総合的なプロデュース力が求められる。</p> <p>このような時代の背景を持つ音楽業界の中で、コンサート、ライブ、イベントとは、アーティストとオーディエンスを繋ぐ大事な要素の一つである。オーディエンスが自分の足で会場に集まり、多くの人々に触れ、実際に生のアーティストの音を耳にし、その現場を「体感」することができるイベントは、ネット配信システムの時代となった今、人間と人間のコミュニケーションを最もリアルに感じる事の出来る「場」と言える。</p> <p>本研究の目的は、ミュージックプロデュースという体系の中から、イベントプロデュースに着手し、有名でないアーティストが100人から500人規模のイベントにおいて、イベント成功率(動員数)を向上させることである。オーディエンス(顧客)で溢れる音楽イベントと、そうでないイベントの差は何かという問題意識の中で、イベント集客の複合要因を総合的に分析するツールを考察し、小規模社会科実験による音楽イベントのシステムの構築を試みた。研究方法としては、イベントに関するアンケート、インタビューを实地し、集客に影響を及ぼす要因として、アーティストのコミュニティレベル、日常動員レベル、箱(イベント会場)レベル、イベントレベル(希少性、音楽以外のコンテンツの充実性、異性との出会い性)を洗い出し、自らが携わった5つのイベントの「イベント動員レベル」を決定した。そして、イベント動員レベルと動員数は比例している事が明らかになり、「イベント動員レベルが分かれば動員数を予想できる」という仮説を立て、実証実験として再度2つのイベントを分析した。その結果、100人から500人規模のイベントにおいて、イベント動員レベルの決定により動員数を予想できる事を実証することができた。</p>			
キーワード (5語) アーティスト、プロデュース、イベント、集客、コミュニティ、			

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Title

Develop a Music Produce Using by Analyzed Musical Events of Attract Customer System.

In the today's music industry, the progress of aging population, a decrease in the total population, economic depression long-term resale price maintenance system, the flood of pirated and diversification of activities and consumer lifestyle, changing consumer trends, digital, technology breakthroughs by the net change from the package delivery business to business. Nowadays, artists can be advertised through social networking system to deliver music directly to customers. Artist do not relying on a record company, make their own promotion and necessary to have "Sense of ownership" by the development of online distribution business, Artists in the future, music production, in addition to concerts and musical activities, we must operate as a business entrepreneur. So artist must do more comprehensive power producer. In the music industry with a background in this era, concerts and live events and is one important element that connects artists and audience.

Venue on their feet towards the audience, touching many people and heard the sound of real live artists, a scene that "experience" events may be, became the era of online distribution system. In other words, could be say "field" is the most of place where can feel communication between human.

The purpose of this study is that the music produced from the system, started the event production, in the event of a scale from 100 to 500 non-famous artists, event success rate (number of mobilization) is to improve. Audience (customers) and full of musical events, the event is not the difference in awareness of what will examine a comprehensive tool for analyzing complex factors attract events, musical events with small-scale social science experiment aims to develop improved systems.

Research methods, questionnaire on events, interviews, attract factors that affect community-level artists, daily mobilization level box (centers) level, event level (scarcity of solid content other than music may encounter with the opposite sex) were extracted.

Then, determined "level of recruitment event" by joined five events worked.

As a result, identified the number of recruitment and mobilization level revealed that the event. Hypothesize "Knowing you can expect the number of recruitment events recruitment levels", analyzed the two events as a trial again.

As a result of this analysis, we can predict the number of recruitment events as determined by the level of mobilization in that demonstrating of scale in the event from 100 to 500 people.

Key Word(5 words)

Artist, produce, event, attract customer, community