

Title	広告収入を主な収益源とするネット・ビジネスのバリュー・ドライバーについて - 韓国のVCの観点に基づいて -
Sub Title	
Author	権章旭(Kuon, Zanuku) 鈴木, 貞彦
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2000
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2000年度経営学 第1591号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1591">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1591</a>

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.

論文要旨

所属ゼミ	鈴木 研究会	学籍番号	89928335	氏名	権 章旭
(論文題名)					
<p>広告収入を主な収益源とするネット・ビジネスのバリュー・ドライバーについて          —韓国の VC の観点に基づいて—</p>					
(内容の要旨)					
<p>ベンチャー・キャピタル間の競争が激しくなるとともに、ネット・ビジネスの収益性に対する懸念が広がるなかで、韓国の VC は今まで大きな利益をもたらしたネット・ビジネスを見極める評価基準を整えることが不可欠となった。特に、韓国の場合、広告収入を主な収益源とするネット・ビジネスが盛んになっており、そこには VC の大量投資がされている。よって本論文は広告収入を主な収益源とするネット・ベンチャー企業の株主資本価値を決める決定変数（バリュー・ドライバー）やそれらの関係を明確にし、定量的評価基準を整えることを目的とする。</p> <p>このバリュー・ドライバーを探り出すために、文献研究を行った。それを基にバリュー・ドライバーとして提案されたのは、「広告主数」、「総ページビュー」、「会員数」、「CPM」、「マーケティング費用の効率性」があった。そして既に確保した資源を基に展開可能なビジネスにおけるバリュー・ドライバーとしては「顧客転換率」、「トラフィック」が提案された。</p> <p>そしてバリュー・ドライバーに関する仮説（主仮説 6、サブ仮説 8）を構築して韓国の企業を対象にアンケート調査を行った。アンケート調査では各バリュー・ドライバーと株主資本価値（アナリストの格付け）との関係を分析したが、サンプル不足で帰無仮説が棄却できたのは総ページビューと株主資本価値との関係（正の関係）に関する仮説 2 に過ぎなかった。すなわち、総ページビューが多いほど、株主資本価値が高いという結果であった。</p> <p>次に、KOSDAQ 市場に公開した企業のデータを基に、総ページビュー・会員数、マーケティング費用に関する仮説を分析した。株主資本価値を時価総額にした分析では、KOSDAQ 指数が下落を示しているために、各仮説を証明することができなかった。それで、KOSDAQ 指数で調整した時価総額を株主資本価値に代替して再び分析を行った。その分析では総ページビューと会員数は株主資本価値と正の関係にあるという結果となった。マーケティング費用の効率性（ページビュー獲得費用、会員獲得費用）においては、株主資本価値と負の関係にある結果となった。</p> <p>最後に、韓国、日本、米国の 3 社のデータを用い、バリュー・ドライバー間の関係を分析した。会員数と総ページビューの関係においては会員数が増加するほど、総ページビューが増加する結果となったが、韓国の iloveschool.co.kr の事例は必ずしも会員数の増加が総ページビューの増加をもたらさないことを示しており、会員数以外に総ページビューを決めるバリュー・ドライバーについて分析を行った。それで、iloveschool.co.kr の現状を「1 ページ当たりページビュー」、「一回訪問当たりページビュー」、「会員一人当たりページビュー」、「最初ページのページビューの割合」のバリュー・ドライバーを用いて分析した。この結果、前者の三つは総ページビューと正の関係にあり、後者は負の関係にあった。総ページビューと売上高の関係においては総ページビューが増加するほど、1 ページビュー当たり売上高が減少する現状が見られた。リーチ率と CPM の関係においてはリーチ率が増加するほど、平均 CPM が上昇する推移を示したが、その帰無仮説は棄却されるほどではなかった。最後に、CPM とインターネット広告市場規模について分析を行った。韓国の Daum の 1 ページビュー当たり売上高は日本の Yahoo! Japan の 45%、米国の Lycos の 20% であり、これは Daum と Yahoo! Japan のマーケティング費用はほぼ同じ金額が投資されていることを勘案すると、総ページビューがもたらす株主資本価値は国によって異なることとなる。1 ページビュー当たり売上高の 3 国における差は CPM の差に原因がある。この CPM は企業の広告効果の保証活動などによって調整されるものの、基本的にはインターネット広告市場規模に左右されるので、CPM を左右するインターネット広告市場規模は株主資本価値に最も大きな影響を及ぼすと思われる。</p>					