慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	携帯型専用機の汎用化に対しての考察：音楽・ゲーム・電子書籍・映像市場分野を範囲として
Sub Title	
Author	齋藤, 雄介(Saito, Yusuke) 大林, 厚臣(Obayashi, Atsuomi)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2011
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	本論文は携帯型専用機の汎用化について考察したものである。携帯型専用機の汎用化とは一つの携帯型専用機で複数のコンテンツジャンルを楽しむことができることである。例えば、携帯型オーディオプレーヤーでゲームをすることや電子書籍を読むこと、動画を見ることができることを指す。以前は音楽を聴くことのみの機能しか持たなかった携帯型音楽プレーヤー（カセットテープウォークマン、MDウォークマン、CDウォークマン）は近年、デジタルオーディオプレーヤーに移行し、様々なコンテンツを楽しむことができるようになっている。また、スマートフォンやタブレット端末の市場導入により、携帯型専用機を取り巻く環境は著しく変化している。これらを踏まえた上で、本論文では携帯型専用機のデバイス的側面、プラットフォームにおけるコンテンツ的側面から分析を行った。 中心的論点である携帯型専用機の汎用化要因については、コンテンツのデジタル化が起こり、コンテンツのデジタル化がオンライン配信を普及させ、オンライン配信の普及がデジタルコンテンツプラットフォームの形成を促す。そこからデジタルコンテンツプラットフォームにおけるネットワーク外部性が市場間を超え、波及、拡大することによってプラットフォームが汎用化し、その結果、携帯型専用機が汎用化すると結論付けた。これについての理論的説明としてプラットフォーム理論、ビジネス・エコシステム理論、二面市場理論を用いてネットワークの外部性の発生と重要性について考察した。 また、4市場における携帯型専用機の汎用化の進展に対して、オンライン接続性(コンテンツを汎用化する要因)と市場間におけるコンテンツ差別性(コンテンツを汎用化させない要因)の二つの要因が影響していると結論付けた。携帯型専用機が汎用化するためには携帯型専用機自体がデバイスプラットフォームとして魅力的な流通チャネルとして機能する必要がある。これに対して、コンテンツはオンライン配信を通して運ばれるため、オンライン接続性が高まることがコンテンツホルダーにとっては魅力となる。また、市場間におけるコンテンツ差別性とは他の携帯型専用機にコンテンツを汎用化させない競争優位性であり、市場間において携帯型専用機が一定の競争力を持つ根拠となるものである。例えば、映像コンテンツは携帯型音楽プレーヤーやタブレット端末に動画配信という形で機能を吸収されたが、ゲームコンテンツ(ニンテンドーDSやソニーPSPのソフト)は同じ内容のコンテンツを携帯型音楽プレーヤーやタブレット端末に機能吸収されていない。つまり、携帯型ゲーム機でプレイするゲームコンテンツは他のデバイスが機能吸収することができない差別的なコンテンツであり、携帯型ゲーム機自体が他の携帯型専用機に対して差別化できているため、魅力的なデバイスプラットフォームとなり、様々なコンテンツがそこに集まり、汎用化していくと考えられる。 最後に携帯型専用機の汎用化に対して4市場の中で最も生き残る可能性が高い市場、商品戦略に音楽市場の携帯型音楽プレーヤーの小型化戦略を挙げた。携帯型音楽プレーヤーではデバイスサイズが小さくても音楽コンテンツを楽しむことができる。一方で汎用機はゲーム、電子書籍、映像コンテンツを楽しむために一定の画面サイズを必要とする。その根拠はゲームや電子書籍、映像ではコンテンツを目で見て楽しむ側面があるため、見やすい画面が必要であり、汎用機のデバイスサイズの小型化は一定の範囲でしか起こらないと考えられる。
Notes	修士学位論文. 2011年度経営学 第2651号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002011-2651

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.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文　2011 年度

論文題名

携帯型専用機の汎用化に対しての考察
―音楽・ゲーム・電子書籍・映像市場分野を範囲として―

主　査	大林　厚臣　教授
副　査	井上　哲浩　教授
副　査	岡田　正大　准教授
副　査	

2012 年　　3 月　　2 日　提出

学籍番号	81030549	氏　名	齋藤　雄介

論 文 要 旨

所属ゼミ	大林研究会	学籍番号	81030549	氏名	齋藤　雄介

（論文題名）

携帯型専用機の汎用化に対しての考察―音楽・ゲーム・電子書籍・映像市場分野を範囲として―

（内容の要旨）

本論文は携帯型専用機の汎用化について考察したものである。携帯型専用機の汎用化とは一つの携帯型専用機で複数のコンテンツジャンルを楽しむことができることである。例えば、携帯型オーディオプレーヤーでゲームをすることや電子書籍を読むこと、動画を見ることができることを指す。以前は音楽を聴くことのみの機能しか持たなかった携帯型音楽プレーヤー（カセットテープウォークマン、MD ウォークマン、CD ウォークマン）は近年、デジタルオーディオプレーヤーに移行し、様々なコンテンツを楽しむことができるようになっている。また、スマートフォンやタブレット端末の市場導入により、携帯型専用機を取り巻く環境は著しく変化している。これらを踏まえた上で、本論文では携帯型専用機のデバイス的側面、プラットフォームにおけるコンテンツ的側面から分析を行った。

中心的論点である携帯型専用機の汎用化要因については、コンテンツのデジタル化が起こり、コンテンツのデジタル化がオンライン配信を普及させ、オンライン配信の普及がデジタルコンテンツプラットフォームの形成を促す。そこからデジタルコンテンツプラットフォームにおけるネットワーク外部性が市場間を超え、波及、拡大することによってプラットフォームが汎用化し、その結果、携帯型専用機が汎用化すると結論付けた。これについての理論的説明としてプラットフォーム理論、ビジネス・エコシステム理論、二面市場理論を用いてネットワークの外部性の発生と重要性について考察した。

また、4 市場における携帯型専用機の汎用化の進展に対して、オンライン接続性(コンテンツを汎用化する要因)と市場間におけるコンテンツ差別性(コンテンツを汎用化させない要因)の二つの要因が影響していると結論付けた。携帯型専用機が汎用化するためには携帯型専用機自体がデバイスプラットフォームとして魅力的な流通チャネルとして機能する必要がある。これに対して、コンテンツはオンライン配信を通して運ばれるため、オンライン接続性が高まることがコンテンツホルダーにとっては魅力となる。また、市場間におけるコンテンツ差別性とは他の携帯型専用機にコンテンツを汎用化させない競争優位性であり、市場間において携帯型専用機が一定の競争力を持つ根拠となるものである。例えば、映像コンテンツは携帯型音楽プレーヤーやタブレット端末に動画配信という形で機能を吸収されたが、ゲームコンテンツ(ニンテンドーDS やソニーPSP のソフト)は同じ内容のコンテンツを携帯型音楽プレーヤーやタブレット端末に機能吸収されていない。つまり、携帯型ゲーム機でプレイするゲームコンテンツは他のデバイスが機能吸収することができない差別的なコンテンツであり、携帯型ゲーム機自体が他の携帯型専用機に対して差別化できているため、魅力的なデバイスプラットフォームとなり、様々なコンテンツがそこに集まり、汎用化していくと考えられる。

最後に携帯型専用機の汎用化に対して 4 市場の中で最も生き残る可能性が高い市場、商品戦略に音楽市場の携帯型音楽プレーヤーの小型化戦略を挙げた。携帯型音楽プレーヤーではデバイスサイズが小さくても音楽コンテンツを楽しむことができる。一方で汎用機はゲーム、電子書籍、映像コンテンツを楽しむために一定の画面サイズを必要とする。その根拠はゲームや電子書籍、映像ではコンテンツを目で見て楽しむ側面があるため、見やすい画面が必要であり、汎用機のデバイスサイズの小型化は一定の範囲でしか起こらないと考えられる。