

2018年1月発表

クラシック音楽における成長戦略の考察
-BBC Proms を事例に-

経営学部経営学科 石塚ゼミ
B4R11053 菊地 一生

【卒業論文概要】

現代人はより高い精神的充足を得るために余暇活動で音楽を聴くようになり、その目的のために音楽配信業者から音楽を購入したり自らがライブ（音楽祭）を訪れたりする消費活動が活発になっているという考えのもと本論文作成を進めた。その中でどのようにすればクラシック音楽祭の規模やクラシック音楽市場を拡大させることができるのかを経営戦略の視点から検証を行い裏付けている。構成として、まず初めに衰退の一途を辿っているCDの売上と急伸している音楽配信業者の関係性を述べた後に、ライブやクラシック音楽の特性や優位性についてリソース・ベースト・ビューとポジショニング理論の経営戦略のフレームワークを用いて考察を行った。その結果ライブやクラシック音楽の外部環境・内部環境それぞれにおいてビジネスを行う観点から考えて優位に立てるものであると導くことが出来た。

また、先行研究の段階でBBC Proms というイギリスでの世界最大規模のクラシック音楽祭が、本論文のテーマであるクラシック音楽の成長戦略を考える上で理想像になるという認識のもと、BBC Proms の活動について取り上げて日本のクラシック音楽の発展に活かさないか検討した。検証の段階においては、日本で行われている先進的な事例を複数取り上げた。その事例を利用して起業活動構造分析のフレームワークやアンゾフの成長ベクトルを活用し分析を行った。この検証の結果、クラシック音楽は従来のようにホールで聴くだけでなく多角化した取り組みも行うことで事業間のシナジー効果を生み、従来までの収益構造と補完しあうことが出来ると検証に基づき示している。そして、クラシックの負のイメージとして挙げられる「敷居の高さ」についてもクラシック音楽を多角化させた新規のモデルが払拭し、従来の手法と並ぶ軸としてマネジメントを支え機能するという結論に達することが出来た。