

論文審査の結果の要旨

氏名 内 田 真 理 子

本論文は、コンテンツ・ビジネスが社会に提供する便益の特殊性に着目することで複雑なコンテンツのビジネス展開を統一的に捉えるモデルを構築している。6章から構成され、第1章は研究の背景と目的、第2章はコンテンツ・ビジネスの基礎的特徴、第3章はビジネス展開のうち私的便益、第4章はビジネス展開のうち社会的便益、第5章では私的便益と社会的便益を統合して波及効果モデルの構築、第6章は結論について述べている。

第1章では、コンテンツの経済的研究の立ち後れと、情報技術の進歩や生活スタイルの変化によりコンテンツに対するニーズが質量の両面で変わってきたことに触れ、コンテンツは文化的な財であることを明らかにし、物財と異なる複雑なコンテンツのビジネス展開の理論化を目的としている。

第2章では、コンテンツを、「デジタル化可能で、それ自体が目的となるもの」と定義し、コンテンツの財としての特性として「経験財」、「公共財的性格」、「零に近い限界費用」、「消費におけるプラットフォームの必要性」、「価値の嗜好への依存」を抽出し、コンテンツ・ビジネスの特徴づけるものとして「需要が不確実」、「人の知的活動に依存」、「取引の不可逆性」、「文化を背景とした外部性」、「マルチユース」を明らかにしている。

第3章では、コンテンツのビジネス展開において私的便益を生むマルチユースについて、マルチウインドウとバージョニングがコンテンツにもあてはまることを確認し、コンテンツ固有のパターンとしてデリバティブ戦略を抽出し定義している。さらにマルチユースの成因分析を行っている。

第4章ではコンテンツのビジネス展開で発生する社会的便益を外部性として捉え、外部性をコンテンツとの関連が明確な外部性、コンテンツとの関連が不明確な外部性、経済外の外部性の3つに分類し、経済外の外部性については外務省の支援により調査を行い、外部性の発生要因として、補完財との相互関係、公共財的性格、人の心や行動に影響する文化的な財を導き出している。

第5章では、第3章の私的便益と第4章の社会的便益の研究結果を基に、コンテンツのビジネス展開を統一的に把握できる波及効果モデルを構築している。レベル0はオリジナル・コンテンツがバンドワゴン効果により自身に与える効果、レベル1はオリジナル・コンテンツをそのまま別のプラットフォームで販売することで得られる便益でマルチユースのマルチウインドウとバージョニングに対応、レベル2はオリジナル・コンテンツの一部を利用するものでデリバティブ戦略に対応、レベル3はオリジナル・コンテンツが自身と関係が明確な事項に与える外部性、レベル4は、受け手とオリジナル・コンテンツとの関係が不明確な外部性、レベル3、4が経済的な効果であるのに対し、非経済的な効果をレベル5としている。そしてマルチユースの事例およびコンテンツのビジネス展開に関する新聞記事で波及効果モデルの有効性を検証している。

最後に第6章では本研究の整理し、残された課題と今後の発展性について述べている。

したがって、博士（環境学）の学位を授与できると認める。