



学生番号:14103137	クラス:A	氏名:菊池 浩太	提出日:2007 年 1 月 11 日
論題	インターネット動画配信サービスにおける 市場選択行動に及ぼす影響		

【 キーワード 】インターネット動画配信サービス、インターネット、通信と放送の融合、
市場選択行動に及ぼす 5 つの価値、因子分析、判別分析

【 論文要旨 】

インターネットは誕生からわずか数十年の間に目覚ましい発展を遂げ、こうしている現在も進化を続けている。2000 年のブロードバンド革命以降、音楽配信やブログ、SNS など、多くのサービスが誕生してきた。インターネットの成長の早さは通常の市場の約 7 倍とも言われ、インターネット・イヤー(Internet Year)という言葉で例えられている。近年の目覚ましい成長とブロードバンド環境の整備によって、画像や音声だけでなく、インターネット上で映像をも配信できるようになった。それがインターネット動画配信サービスである。

インターネット動画配信サービスは 2004～2005 年にアメリカ合衆国で生まれた。日本はアメリカ合衆国に次いで、第 2 位のインターネット大国である。2010 年に光ファイバー網が全国に整備され、さらに 2011 年には現在のアナログ放送が終了し、地上デジタル放送が開始される。この 2 つによって、動画配信サービス市場は大きく変わるであろうことが予想される。競争が激化し、大きく変わるであろう市場の中で、競合他社だけでなく、テレビという放送市場とも差別化を図り、新たな価値提案を行っていかねばならない。

本研究では、Jagdish.N.Sheth (1991)による、「市場選択行動に影響を及ぼす 5 つの価値」に着目した。Jagdish.N.Sheth によれば、消費者が市場選択行動、つまり意思決定を行う際、5 つの価値がそれに影響を与えているといわれている。この理論によって消費者の購買意思決定に与えている要因が、消費者にとって製品・サービスがもつどのような価値かを説明することが出来る。その 5 つの価値は「機能的価値」、「社会的価値」、「認識的価値」、「情動的価値」、「条件的価値」からなる。インターネット動画配信サービスを選択する際、消費者がどのような影響を受けて意思決定に至っているのかを調査することで、消費者の視点からみたインターネット動画配信サービスの差別化案、つまり、既存の価値へのさらなる訴求案もしくは新たな価値提案をしていく。