

2023 年度経営専門演習 I

期末レポート

「サブスクリプションにおける市場分析と経営戦略の考察」

淑徳大学経営学部

経営学科

学籍番号 22G047

氏名 神殿 華那

指導教員 雨宮 寛二

1.はじめに

今回レポートのテーマとして選択したのは、サブスクリプションにおける市場分析と経営戦略についてである。特に本レポートにてフォーカスするのは、音楽配信サービスにおける市場分析と経営戦略について述べていこうと考える。

このテーマを選んだ背景としてかつての私たちは、音楽や映画などの映像作品はレンタルや作品を購入することでしか聞くこと、見るができなかった。

しかし、スマートフォンやインターネットサービスが普及したこと、更には、新型コロナウイルスが流行して私たちの生活は一変することとなった。

生活が変化したことにより、今まで音楽や映画などの映像作品はレンタルビデオ店でしか借りることができなかったが、音楽、動画配信・ストリーミングサービスが誕生したことにより、家や移動をしている時間に気軽に作品を見ることが可能となったのだ。

本レポートでは、世界の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスの現状、Apple music と Spotify の比較を論じていく。

2.現代の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスについて

2-1.世界と日本の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスについて

初めに、現在の世界の音楽配信サービスの現状について見ていく。

2020年ディールラボが音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスを提供する会社の2020年もしくは2021年の有料会員を分子に、後述する市場規模を分母にして2020年の音楽配信サービス業界の世界市場シェアを簡易に計算した調査によると、

- 1位 Spotify 31.8%
- 2位 apple music 14.8%
- 3位 テンセントミュージック 13.6%
- 4位 YouTube music 10.3%
- 5位 Amazon music 9.4%

という結果が出た。

3位のテンセントミュージックは、中国を中心に活動をしており、日本ではアプリの配信がされていない為、あまり聞きなじみのない名前かもしれない。

しかしそれ以外のものは日本でも配信されているため聞きなじみのあるアプリばかりであろう。

次に、現在の日本の音楽配信サービスの現状について見ていく。

2021年 Appliv TOPICS が独自に行った利用経験のあるサービスについてのアンケート調査の結果によると

- 1位 apple music 35.3%
- 2位 Spotify 27.9%
- 3位 Amazon music unlimited 23.5%
- 4位 Prime music 22.8%
- 5位 line music 21.7%
- 6位 YouTube music 15.1%

と世界の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスに比べかなりばらつきが見えた。

しかし、1位の apple music と 2位の Spotify は、世界の音楽配信・ストリーミングサービスランキングと同じような結果であることが分かった。

逆に、日本ならではのサービスとして 5位に line music が入っているのも面白いと考える。

一見 3位の Amazon music unlimited と 4位の Prime music は同じように見えるが、どのようなサービスが異なるのかを見て行きたいと考える。

以上、世界の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスと日本の音楽配信・ストリーミングサービスの現状である。

次の章では、世界と日本の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスランキングから多く上がった Apple music と Spotify 2つのサービスについて市場分析と経営戦略について述べていく。

2-2.現在の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスについて

始めに、世界と日本の音楽配信・ストリーミングサービスランキングのTOPを占めている apple music と Spotify について見ていく。

最初に見ていくのは、apple music である。

Apple music について SWOT 分析を行った結果が図表 1 である。

図表 1 apple music の SWOT 分析

	内部要因	外部要因
良い要因	強み <ul style="list-style-type: none"> ・ 楽曲数の豊富さ ・ コンテンツの充実度 ・ 無料体験期間の長さ ・ ラジオ番組が聞くことができる点 ・ iPhone ユーザーにとってはとても使いやすい ・ Apple 製品との相性が良い 	機会 <ul style="list-style-type: none"> ・ Apple のユーザーがいる限りサービスを提供できる点
悪い要因	弱み <ul style="list-style-type: none"> ・ 邦楽の種類が洋楽に比べ少ない点 ・ ダウンロードした曲と手元にある音楽が混在してしまう点 	脅威 <ul style="list-style-type: none"> ・ Spotify や line music などの似たような音楽配信・ストリーミングサービス ・ android ユーザーでもアプリをダウンロードすることができるが使いづらい点 ・ 他の音楽配信・ストリーミングサービスの料金プランの低料金設定

このように Apple music の SWOT 分析を行ってみた結果としては、強みは自社製品との相性が良い点、弱みは、邦楽の種類が少ない点、機会は、Apple のユーザーがいる限りサービスを提供できる点、脅威は、Spotify などの似たような音楽配信・ストリーミングサービスが存在しているという点であることがわかった。

次に、Spotify について SWOT 分析を行った結果が図表 2 である。

図表 2 Spotify の SWOT 分析

	内部要因	外部要因
良い要因	強み <ul style="list-style-type: none"> ・ 様々な料金プラン ・ ユーザー数 (5 億 1500 万人) (2023 年 4 月 26 日時点) ・ スマートフォンやパソコンだけではなくゲーム機の中にもダウンロードができる点 	機会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 無料プランの提供
悪い要因	弱み <ul style="list-style-type: none"> ・ 配信楽曲が多いが邦楽はまだ少ない点 ・ 手持ちの楽曲を Spotify 単体では聞くことができない点 	脅威 <ul style="list-style-type: none"> ・ apple music や line music と似たような音楽配信・ストリーミングサービス ・ 競合の定額音楽配信サー

	・ 30 日間ログインしないとダウンロードした楽曲が消えてしまう点	ビズと比較して音質が低い点
--	-----------------------------------	---------------

このように Spotify の SWOT 分析を行ったところ強みは、様々な料金プランやユーザー数が多い点、弱みは、手持ちの楽曲を Spotify 単体では聞くことができない点、機会は、無料プランの提供、脅威としては、Apple music と同じく似たような音楽配信・ストリーミングサービスが存在している点であることがわかった。

次にポーターの 5 要因分析を行っていく。

図表 3 は、Apple music の 5 要因分析を行った結果である。

図表 3 apple music の 5 要因分析

1. 新規参入業者の脅威	新規参入業者の参入は低いと考えられる。 しかし、海賊版や違法音楽データの横行があるとかなりの脅威となると考えられる。
2. 代替品の脅威	代替品の脅威は高いと考えられる。 現代には、テレビ、ゲーム、旅行などといった様々な娯楽があるため代替品の脅威は高いと考えられる。
3. サプライヤーの交渉力	サプライヤーの交渉力は高いと考えられる。 音楽事務所、または音楽レーベルが許可をしなければ、音楽配信・ストリーミングサービスに楽曲を提供することが困難になるため、サプライヤーの交渉力は高いと考えられる。
4. 買い手の交渉力	買い手の交渉力は高いと考えられる。 音楽配信・ストリーミングサービスにおける買い手というのはサービスを利用する顧客だと考えることができる。 そのため買い手がいないとサービスは成り立たないため買い手の交渉力は高いと考えられる。
5. 競合企業の敵対関係	敵対関係は高いと考えられる。 様々な音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスがこの世には存在しているため、競合他社の敵対関係は高いと言える。 しかし Apple music は Apple のブランド力がある限りはサービスを提供し続けることが可能であると考えられる。

以上が Apple music を 5 要因分析した結果である。

Apple music を 5 要因分析した結果として気になった点は、新規参入業者の脅威と競合他社との敵対関係である。

新規参入業者の脅威としては、低いと考えられるが海賊版や違法音楽アプリ、データの横行が流行してしまうと学生や若者などのある一定の層は流れてしまうのではないかと考えられる。

図表 4. Spotify の 5 要因分析

--	--

1. 新規参入業者の脅威	新規参入業者の参入は低いと考えられる。 しかし、Apple music と同じく海賊版、違法音楽データの横行が流行してしまうと新規参入業者に参入は低いと考えられる。
2. 代替品の脅威	代替品の脅威は高いと考えられる。 理由としては、Apple music と同じように現代には、テレビ、ゲーム、旅行などといった様々な娯楽があるため代替品の脅威は高いと考えられる。
3. サプライヤーの交渉力	サプライヤーの交渉力は高いと考えられる。 音楽事務所、または音楽レーベルが許可をしなければ、音楽配信・ストリーミングサービスに楽曲を提供することが困難になるため、サプライヤーの交渉力は高いと考えられる。
4. 買い手の交渉力	買い手の交渉力は高いと考えられる。 Apple music と同じように音楽配信・ストリーミングサービスにおける買い手というのはサービスを利用する顧客だと考えることができる。 そのため買い手がいないとサービスは成り立たないため買い手の交渉力は高いと考えられる。 しかし、Spotify は無料プランの提供が存在しているため Apple music と比べると低いと考えられる。
5. 競合企業の敵対関係	敵対関係は高いと考えられる。 様々な音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスがこの世には存在しているため競合他社の敵対関係は高いと言える。 しかし、Spotify は音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスにおいてユーザー数が他のサービスに比べ数が多いため Apple music より劣ってしまうかもしれないが競合他社の敵対関係の影響は低いと考えられる。

以上が Spotify を 5 要因分析した結果である。

Spotify を 5 要因分析した結果として気になったのは買い手の交渉力である。基本買い手の交渉力は高いと考えられる。しかし、Spotify は Apple music と比べた際の買い手の交渉力は、Apple music に比べると低いのではないかと考えられる。

なぜなら、Spotify は無料プランの提供を行っているからである。

Apple music では、期間限定で無料プランの提供を行っているが Spotify は常時無料プランの提供を行っているためその点が強みといえるだろう。

3.おわりに

本レポートでは、現代の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスについて注目し、Apple music と Spotify について SWOT 分析と 5 要因分析を用いてそれぞれの音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスの特徴や強み、弱みについて分析することができた。

しかしながら、他の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスについて分析することができなかつたため、この点については今後の課題となる。

また、現代の音楽配信サブスクリプション・ストリーミングサービスに焦点を当てることで、Apple music と Spotify の各サービスの違いなどについても明らかにすることができた。

参考文献

1. 『音楽配信サービス業界の世界市場シェアの分析』
<https://deallab.info/music-streaming/>
2. 『聴き放題！サブスク音楽配信サービス 13 社比較【2023 版】タイプ別おすすめ紹介』
<https://mag.app-liv.jp/archive/35240/>