

論文審査の結果の要旨および担当者

報告番号	※	第	号
------	---	---	---

氏 名 川崎 綾子

論 文 題 目 芸術的イノベーションの創出
—アーティストと事業化企業をつなぐ境界役割—

論文審査担当者

主 査 名古屋大学大学院経済学研究科 教授 山田 基成

委 員 名古屋大学国際機構 特任教授 加藤 英明

委 員 名古屋大学大学院経済学研究科 准教授 宮崎 正也

論文審査の結果の要旨

1. 論文の概要

(1) 本論文の目的

本論文は、コンテンツ産業の1つである映画産業を研究対象にして、同産業における製品イノベーションの創出プロセスについて考察したものである。これまでのイノベーション研究は、その多くが技術イノベーションの創出に焦点が当てられており、非技術ベースのイノベーションにはあまり関心が払われてこなかった。とりわけ、絵画や音楽のような個人の独創性に基づいた作品に関わるビジネスを対象にしたイノベーション研究は、数が少なかった。こうした中で本研究は、映画、音楽、出版、ゲームなどのコンテンツ産業のイノベーション—ここではこれを芸術的イノベーションと呼ぶ—について探究している。

具体的には、芸術的イノベーションの創出プロセスを、新たなアイデアや企画に基づいて製品を開発する「創始」活動と、その製品から商業的成果を生むための営業や流通などの「事業化」活動の2つの段階から成ると捉え、この両段階を結合するさいの役割や機能の発揮にイノベーションの成否のカギがあることを、日米の映画産業のデータと事例による分析を通じて解明しようとする試みである。

(2) 本論文の構成と内容

本論文は9つの章から構成されている。

第1章「はじめに」では、研究の背景と目的について述べている。

第2章「イノベーションの創始の先行研究」では、まず既存研究におけるイノベーションの概念や定義を整理し、本論文ではイノベーションを創始段階と事業化段階の2つのプロセスから成る活動として捉えること、ならびにイノベーションの中でも製品イノベーションに焦点を当て、その目的を顧客価値の創出、とりわけ独創的価値の創出に置くことについて言及している。その上で、顧客価値を創出するための手段としての「技術」とその所在に関する先行研究のサーベイを通じて、製造業の技術イノベーションと、映画産業などのコンテンツ産業におけるイノベーションとの相違について比較・検討し、イノベーション研究における芸術的イノベーションの位置づけと定義を示している。

続く第3章「イノベーションの事業化の先行研究：他組織との分業」では、イノベーションの事業化に関わる先行研究をレビューし、イノベーションを創出するには組織外部にある補完資産を必要とすることが多く、こうしたケースでは自組織と外部組織とを橋渡しする役割や機能が重要となることを明らかにしている。さらにこのことを踏まえて、複数の組織を連結する「境界連結者」の存在と役割に関する先行研究をサーベイし、境界連結者には単に境界を連結する機能だけでなく、外部組織の脅威から自組織を防衛するための境界維持機能が求められることを示唆している。

論文審査の結果の要旨

第4章「芸術的イノベーションの創出モデルの構築」では、前章における先行研究の整理に基づいて、「芸術的イノベーションのための境界役割チーム」という本研究の核となる枠組を提示している。そして、この枠組を用いて分析する研究対象としての映画産業の芸術的イノベーションを、「専門的顧客の評価が高く、かつ商業的成果も高い映画作品」と定義し、その創出には「芸術家監督と大手配給会社のセットが必要である」こと、境界役割チームは「芸術家プロデューサーとビジネスマン・プロデューサーから成るチームが効果的である」こと、ならびに「境界役割チームは事業化企業からの資源提供を促すと同時に、創始段階への介入を防止するための弱い連結の仕組（フィルター）を構築すべきである」という一連の仮説を設定して、これを「芸術的イノベーションの創出モデル」と称して、以降の章でこれらの仮説に対する検証を試みることにについて述べている。

第5章「分析方法の設計」では、前章で提示した一連の仮説を検証するための準備作業として、研究対象とする産業や企業の選定、分析方法の設計を行っている。具体的には、映画産業におけるデータ分析と事例分析を併用することにし、データ分析は1990年以降に米国で公開された200本の映画を標本として、「芸術的イノベーション度」の指標に利益額、利益率、専門的顧客の評価値を選定した上で、これらの目的変数に対していくつかの説明変数を設定して、次章で重回帰分析を行うことについて説明している。

第6章「映画産業におけるデータ分析を通じた仮説検証」では、まず説明変数として映画作品のプロデューサー・チームの構成に関する指標を検討し、プロデューサー・チームの中に芸術家プロデューサーが含まれているか否かを表す「芸術家Pダミー」という変数を選定した。そして、この芸術家プロデューサーが含まれていることの効果について分析したところ、プロデューサー・チームの中に1名以上の芸術家プロデューサーが含まれていると、作品の利益額・利益率、専門的顧客の評価はいずれも高くなることが判明した。また、「専門的顧客の評価が高い作品は、商業的成果も高い」という芸術的イノベーションの定義に関する仮説についても、専門的顧客の評価値が高い作品は利益額、利益率ともに高くなることが明らかとなった。さらに、「芸術的イノベーションの創出には芸術家監督と大手配給会社のセットが必要である」との仮説に関しても、完全ではないが、概ね支持される結果となった。

続く第7章「米国映画産業の境界役割の事例を通じた仮説検証」では、データ分析では検証が難しい仮説について、事例分析による検証を試みている。具体的には、芸術的イノベーション創出のために「境界役割チームは事業化企業からの資源提供を促すと同時に、創始段階への介入を防止するための弱い連結の仕組（フィルター）を構築すべきである」との仮説について、米国映画産業で特に著しい成果を上げてきたライостоーム・エンタテインメントとピクサーの両社における境界役割を分析した。

論文審査の結果の要旨

その結果、この両事例における境界役割は、映画制作企業と事業化企業間の境界連結を行うと同時に、事業化企業による制作への介入を防ぐための境界維持機能を果たしており、芸術家を資源提供者である事業化企業の脅威から守るためのフィルターとして機能していた。さらに、両社と同様な仕組によって芸術的イノベーションを創出している日本の映画会社であるスタジオジブリの事例を紹介し、これらの事例分析から最後の仮説についても肯定的な結果が得られたとしている。

第8章「考察：芸術的イノベーションを実現する境界役割の特徴」では、前章までのデータ分析や事例分析の結果を踏まえて、「芸術的イノベーションを実現する境界役割」の特徴について検討し、芸術的イノベーションの創出を実現した事例と、米国および日本の失敗事例とを比較した。さらには、その境界役割の特徴をより明確化するために、製造業における境界役割とも比較して考察を深めている。

最後に第9章「結論と残された課題」では、論文全体を総括して本研究で得られた研究成果と残された課題について述べている。

2. 本論文の評価

本論文は、これまでのイノベーション研究では取り上げられる機会が少なかったコンテンツ産業の1つである映画産業を対象に、こうした分野における製品イノベーションを「芸術的イノベーション」と呼び、この創出プロセスを創始と事業化の2つの段階に分けた上で、創始から事業化へのスムーズな移行を可能にする仕組の探究および、これを実現する境界担当者が果たす役割や機能について考察したユニークな研究であり、以下のような点において高く評価できる。

第1に、本論文の最も大きな学術的貢献は、境界担当者に関するこれまでの研究に新たな視点を導入した点である。具体的には、独創的な価値と商業的な成果をもたらす映画の創出にさいして、映画を制作する芸術家監督とこれを事業化する流通企業の両者を連結する「境界役割」の存在と役割を考察することを通じて、自組織が外部組織から必要な資源を獲得すると同時に、外部組織からの過度の介入を防ぐための「明確な分業境界」を設けることの重要性を明らかにした。このことは組織間の連結機能として従来から議論されてきた、自組織に不足する外部資源の獲得や組織間の資源交換の促進に加えて、組織相互の適度な介入関係を保つための境界維持（フィルタリング）機能の存在と役割を明示した点において、イノベーションはもとより組織間関係や連携に関するマネジメント研究に新たな示唆を与えるものである。

第2に、芸術的イノベーションの連続的な創出のためには、独創的な価値を備えた映画を制作できる芸術家の存在が不可欠であり、こうした芸術家の後継者を育成するための仕組が無ければ、事業としての持続的な成功は困難となる。本論文ではこうした課題に対して、芸術的イノベーションを長期間に亘って創出している事例では、将

論文審査の結果の要旨

来の芸術家候補にイノベーションの創始段階の役割を担わせるための支援や配慮を行っていることを検出し、このような取組を通じて将来の芸術家が経験と、受賞実績や商業的成果を蓄積することで、外部組織からの資源獲得の促進や自らが創始段階をコントロールするための交渉力を保持できるようになることを指摘した。

第3に、1970年代以降はブロックバスター映画を生み出すことで復活を遂げた米国映画産業の分析結果に基づいて、長期間に亘り低迷を続ける日本の映画産業に対する処方箋を与えている。とりわけ映画産業を、エンターテインメントとしての娯楽作品を制作するという視点からだけではなく、映画の専門家から独創的な価値を持つと評価される質の高い芸術作品を制作し、同時に商業的な成果を得るべく事業化するためのプロセスと仕組の構築を示した点には、経営学研究としての独創性が認められる。

このように本論文は多くの学術的な価値を有する一方で、研究としての残された課題もいくつか存在する。

まずは、著者自身も指摘しているように、境界役割チームの構成と果たす役割に関して、さらに多くの事例あるいはデータに基づく分析を行い、考察を深める必要がある。とりわけ、ビジネスマン・プロデューサーが果たす役割については、ここでの事例を見ても多様な経歴や特徴があり、そのタイプや役割をより明確にすべきである。

2つめに、境界役割の存在と機能について、本論文ではネットワーク論における議論を援用して弱い連結の仕組が重要であるとの指摘を行っているが、その主張をより確固たるものにするためには、さらに説得力のある説明を可能にする新たな概念を探究し、理論としての精緻化を図る必要がある。

また、ここでの映画産業での議論を、出版やゲームなどの他のコンテンツ産業にも拡張し、製造業におけるイノベーションとは異なるサービス産業のイノベーション創出の普遍的な理論を検討することが望まれる。

ただし、これらの課題の指摘は、あくまでも今後の研究をさらに発展させる可能性を示唆したものであり、本論文の持つ高い学術的価値を損なうものではない。

3. 結語

以上の評価に基づき、我々は本論文が博士（経済学）の学位に値するものであることを認める。

2016年 7月 13日

論文審査の結果の要旨

論文審査担当者

主査	名古屋大学大学院経済学研究科	教授	山田 基成
委員	名古屋大学国際機構	特任教授	加藤 英明
委員	名古屋大学大学院経済学研究科	准教授	宮崎 正也