

本論文では、デジタル化の影響により CD や DVD をはじめとするパッケージ商品の売上が低迷傾向にある音楽市場において、現在もパッケージ商品を主として販売しつづけるリアル店舗に焦点を当て、デジタル化による音楽市場の変遷（第 1 章）、デジタル化によって実店舗が被る影響（第 2 章）について考察し、今後もリアル店舗が生き残りつづけるために行なわれている取り組みを、3 名のレコード販売員へのインタビュー（第 3 章）を基に明らかにする。

音楽市場においてパッケージ商品が衰退した要因として、インターネットの普及にともなう音楽配信サービスの誕生が挙げられる。形のない音楽配信サービスの利用者が増加すると同時に、形あるパッケージ商品の生産数・販売数は減少していく。しかし、リアル店舗の運営には、パッケージ商品の存在が不可欠である。

これからも、音楽市場の構造は変化しつづけることが予測される。リアル店舗の生存戦略は、直接人や物に触れられることでしか得られない体験や感情の提供に重きを置きつつ、変化する音楽市場に対応した新たなサービスでデジタル化と共存することである。