

2017年度 音楽メディアユーザー実態調査

報告書 - 公表版 -

2018年4月

調査概要①

- 調査目的： 音楽の消費媒体・聴取スタイルが多様化する中、ユーザーの意識・行動の深掘りに重点を置き、音楽メディアの需要構造を世代間比較の視点と、トレンド分析的視点によって総合的に把握する。
- 調査手法： Webアンケート調査
- 調査時期： 【アンケート調査】 2017年8月8日（火）～8月22日（火）
- 調査対象： 【アンケート調査】 全国12～69歳の男女
- 有効回答数： 【アンケート調査】 1,952サンプル

調査概要②

回答者プロフィール

		北海道・東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国・四国・九州地方	計
男性	中学生	3	14	3	5	6	31
	高校生	7	14	14	10	14	60
	大学生	9	26	13	12	14	74
	20代社会人	8	32	15	13	16	83
	30代	20	71	35	31	35	192
	40代	19	65	33	28	32	178
	50代	22	56	31	26	37	172
	60代	22	62	35	31	38	188
女性	中学生	3	14	5	6	6	35
	高校生	8	14	11	8	12	53
	大学生	8	25	12	12	14	70
	20代社会人	8	27	15	14	17	82
	30代	20	66	33	31	36	187
	40代	20	60	31	29	34	175
	50代	23	54	31	27	38	174
	60代	24	64	37	34	41	200
計		225	665	355	318	389	1,952

※本調査分析では、上表のとおり性・年代、地域別に概ね均等に回収した。

また、居住エリアに偏り無く回収するため、各セルについて「都市部」と「それ以外」に分けて、それぞれ等分に回収した。

※集計においては、平成22年度国勢調査を参照し、実際の人口構成比に合わせて補正集計する「ウェイトバック集計」を採用した。

本資料で掲載するN数はウェイトバック集計後のN数を表記している。

【本調査の見方について】

本調査における、アンケート調査の分析結果掲載ページでは、ページ下の枠内に当該分析の基となるアンケート調査の設問を記載している。また、それぞれの設問形式については、以下のラベルで示している。

SA : 単一回答

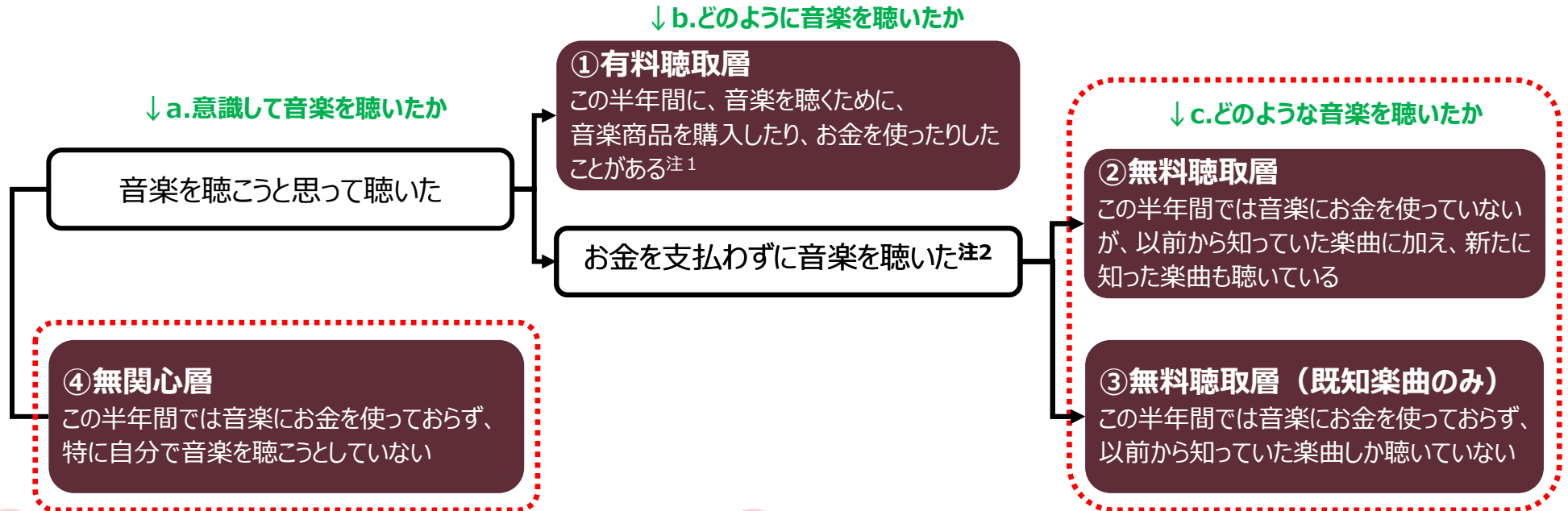
MA : 複数回答

SAMT : 単一回答 (マトリクス形式)

MAMT : 複数回答 (マトリクス形式)

分析における主要なユーザーのセグメント

- 本調査の分析では、下図にカテゴリ化したユーザーセグメント①～④を定義している。
半年間の音楽の聴取状況に係る3つの軸a.～c.から4つのユーザーセグメント①～④を定義



注1

お金を支払う(有料)音楽聴取の対象

- 音楽CD、音楽ビデオ(DVD、Blu-ray Disc等)を購入、あるいはレンタルする
 - ダウンロード型有料音楽配信サービス(レコチョク、iTunes、mora、mu-mo等)で音楽を購入する
 - 定額制音楽配信(LINE MUSIC、AWA、Apple Music、Google Play Music、dヒッツ、うたパス、Rakuten Music、Spotify等)の有料サービスを利用する
 - 有料の音楽チャンネル(MTV、SPACE SHOWER TV、MUSIC ON! TV等)、有料の音楽ラジオ(USENやSTARdigio等)で放送・配信される音楽を聴取
 - 有料のコンサート、ライブやイベント等に参加して音楽を聴取
- ※通信料金、聴取機器、録音メディア(CD-R等)に対する支払いは除く

注2

お金を支払わない(無料)音楽聴取の対象

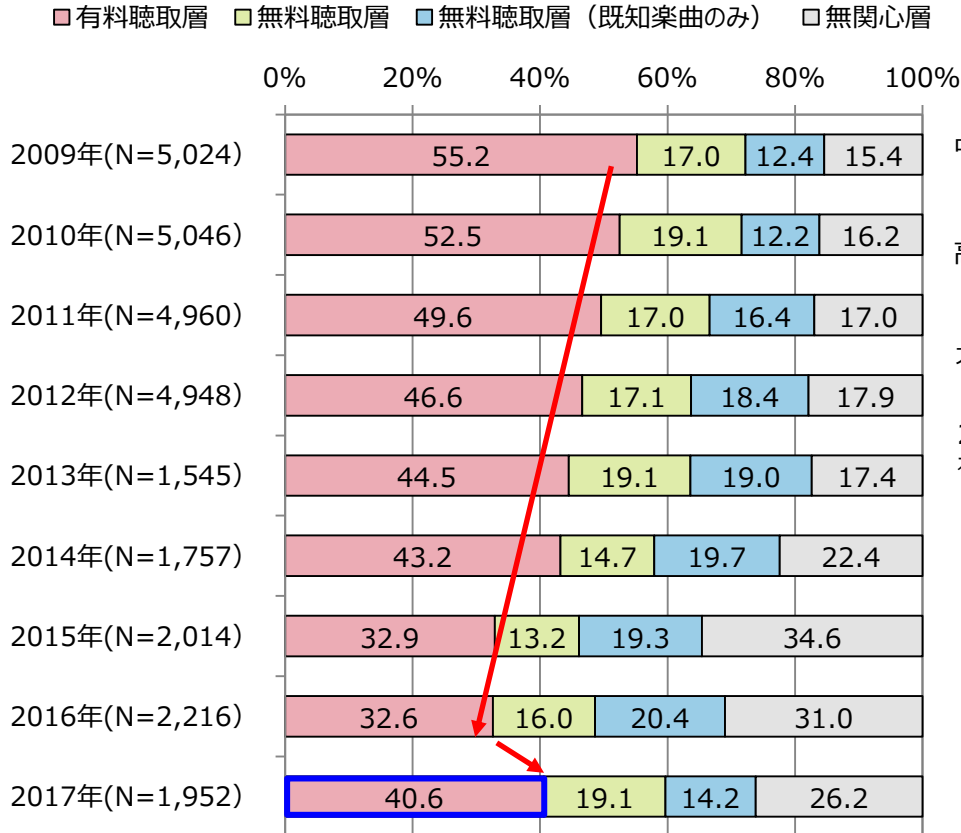
- 友人・知人等から無料で借りた音楽CD、音楽ビデオ(DVD、Blu-ray Disc等)や、コピーしてもらった音楽を聴取
- この半年以前に購入・レンタルした音楽CD、音楽ビデオ(DVD、Blu-ray Disc等)や、それらからPC等にコピーした音楽を聴取
- この半年以前に有料音楽配信サービス(レコチョク、iTunes、mora、mu-mo等)で購入した音楽を聴取
- 無料期間中の定額制音楽配信(LINE MUSIC、AWA、Apple Music、Google Play Music、dヒッツ、うたパス、Rakuten Music、Spotify等)を利用して音楽を聴取
- 無料で聴取できるテレビやラジオで放送される音楽を聴取
- 無料の音楽・動画配信サイト(YouTube等)やアプリ、ファイル共有ソフト(P2P)で音楽を聴取
- 無料のコンサート、ライブやイベント等に参加して音楽を聴取

調査結果

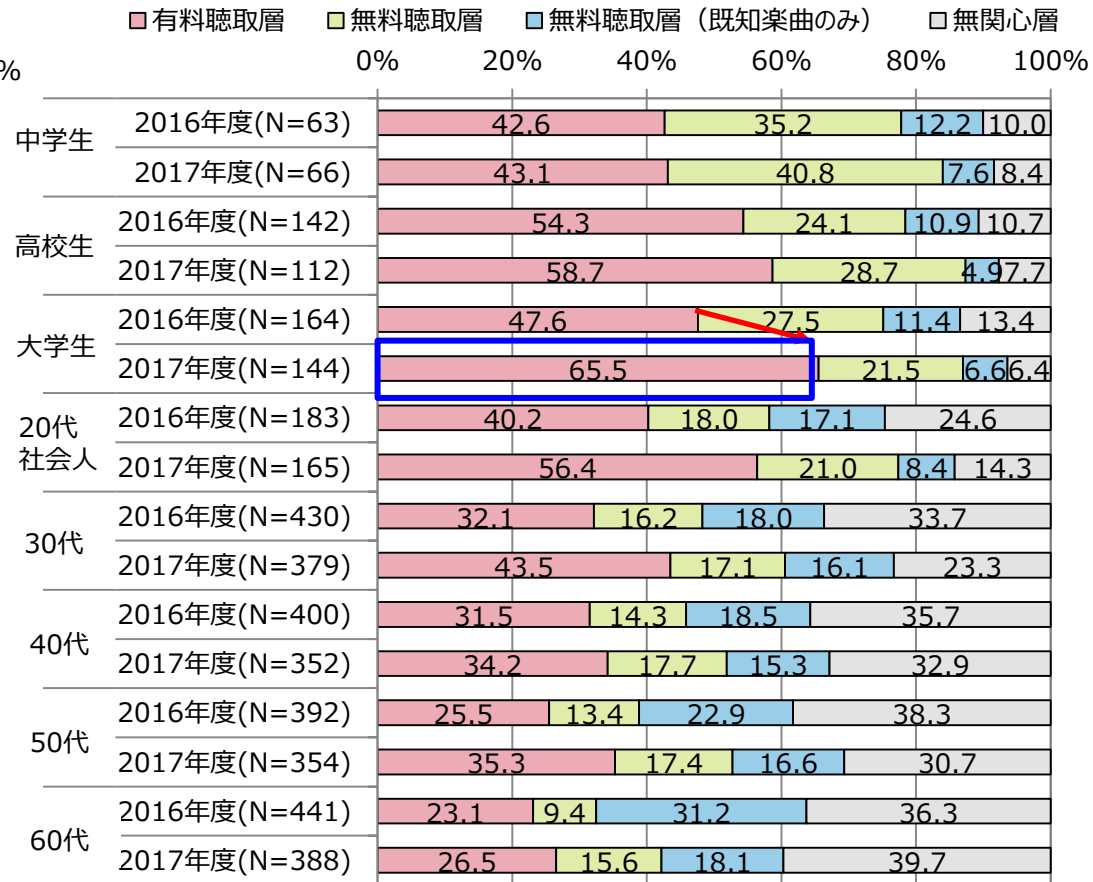
音楽との関わり方は？

- 有料聴取層比率が40%へ上昇し、2014年の構成比に近似する結果となった。無関心層は過去2年で縮小傾向。
- 年代別で見ると、特に大学生・20代社会人の有料聴取層の増加が目立つ。

音楽との関わり方（過去8年間の変化）



年代別の構成比（2016年⇒2017年）



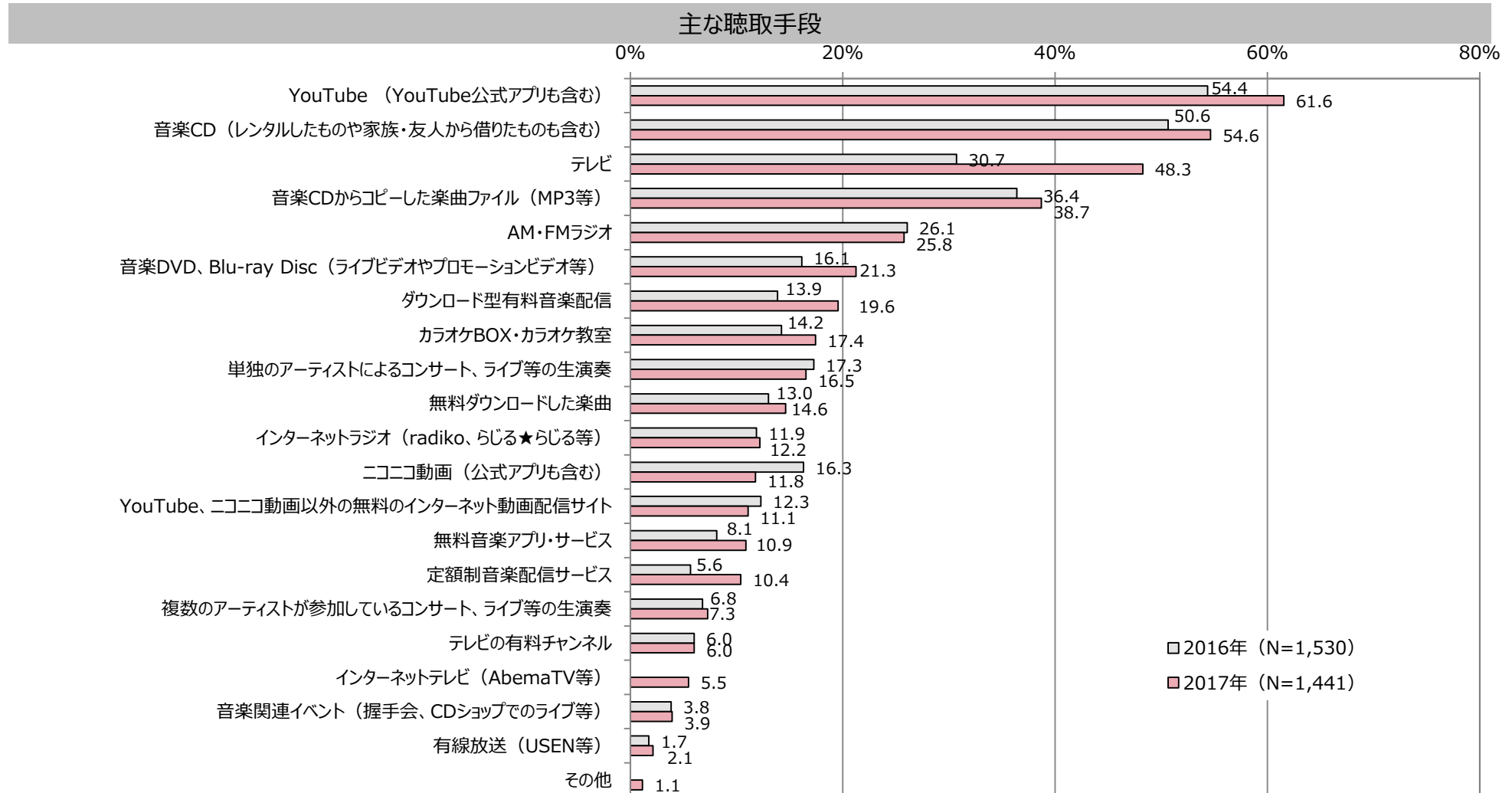
Q この半年間（2017年1月～6月）の、あなたの音楽との関わり方についてあてはまるものを1つ選んでください。

SA

ページ：全員

主な音楽聴取手段

- 一般的に昨年より回答率が上昇。
- 一昨年から昨年度にかけて低減していたYouTubeが再度上昇する一方で、ニコニコ動画の回答率は減少。



Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか？あてはまるものを全てお選びください。

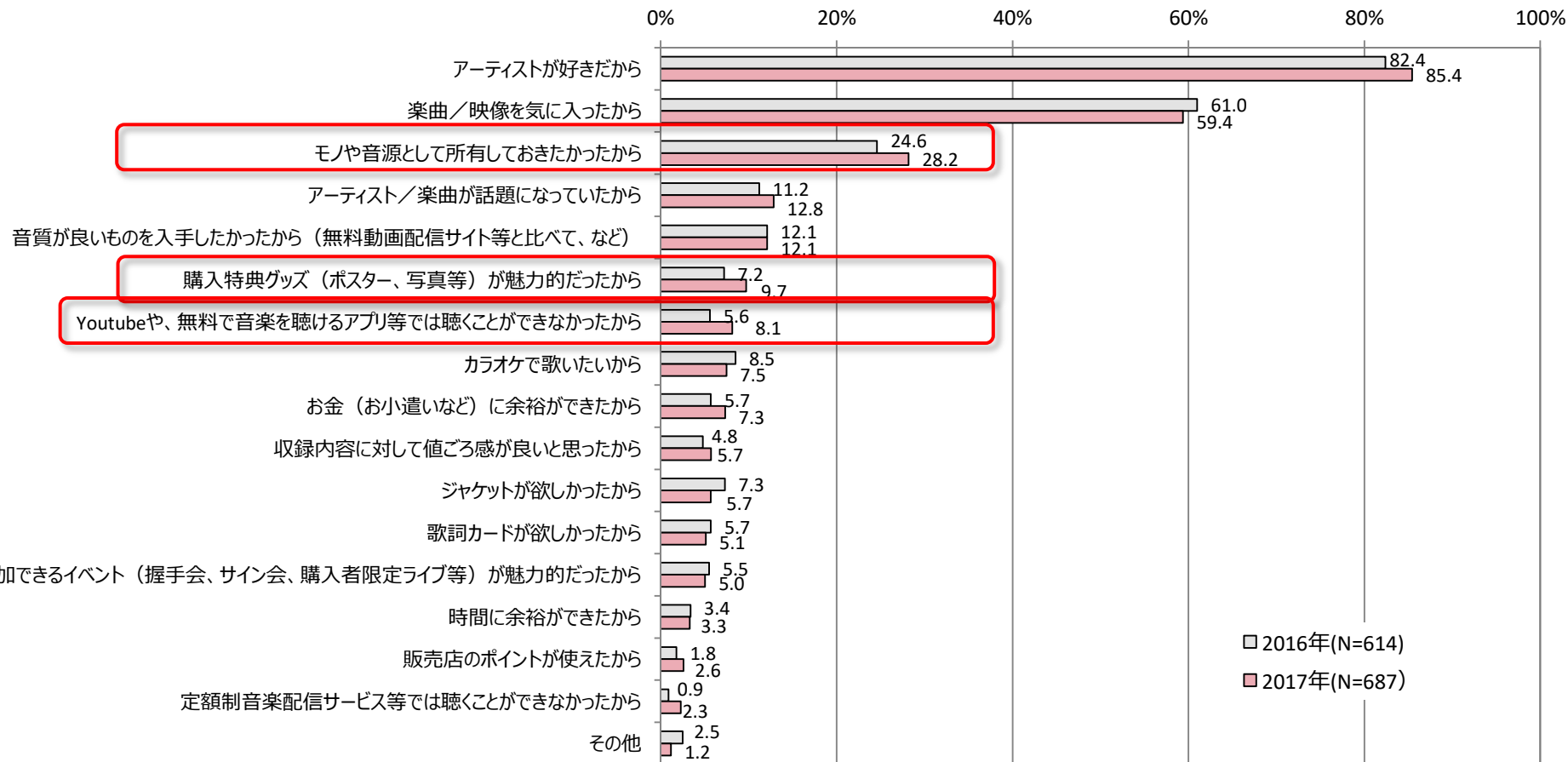
MA

ベース：無関心層以外

CDやダウンロード型音楽配信を購入する理由は？

- CDやダウンロード型音楽配信を購入する理由の、「アーティストが好きだから」「楽曲/映像を気に入ったから」は昨年と同じく、高い水準を占める。
- 「モノや音源として所有しておきたかった」「購入特典グッズが魅力的だった」「YouTubeや、無料で音楽を聴けるアプリ等では聴くことができなかったから」は、それぞれ2ポイント以上の上昇がみられる。

CD及びダウンロード型音楽配信の購入理由



Q この半年間でお金を使って楽曲を所有した人(CD購入、CDレンタル、音楽ビデオ/DVD購入、ダウンロード型有料音楽配信にお金を使った人)にお伺いします。お金を使った理由や目的について、あてはまるものを全てお選びください。

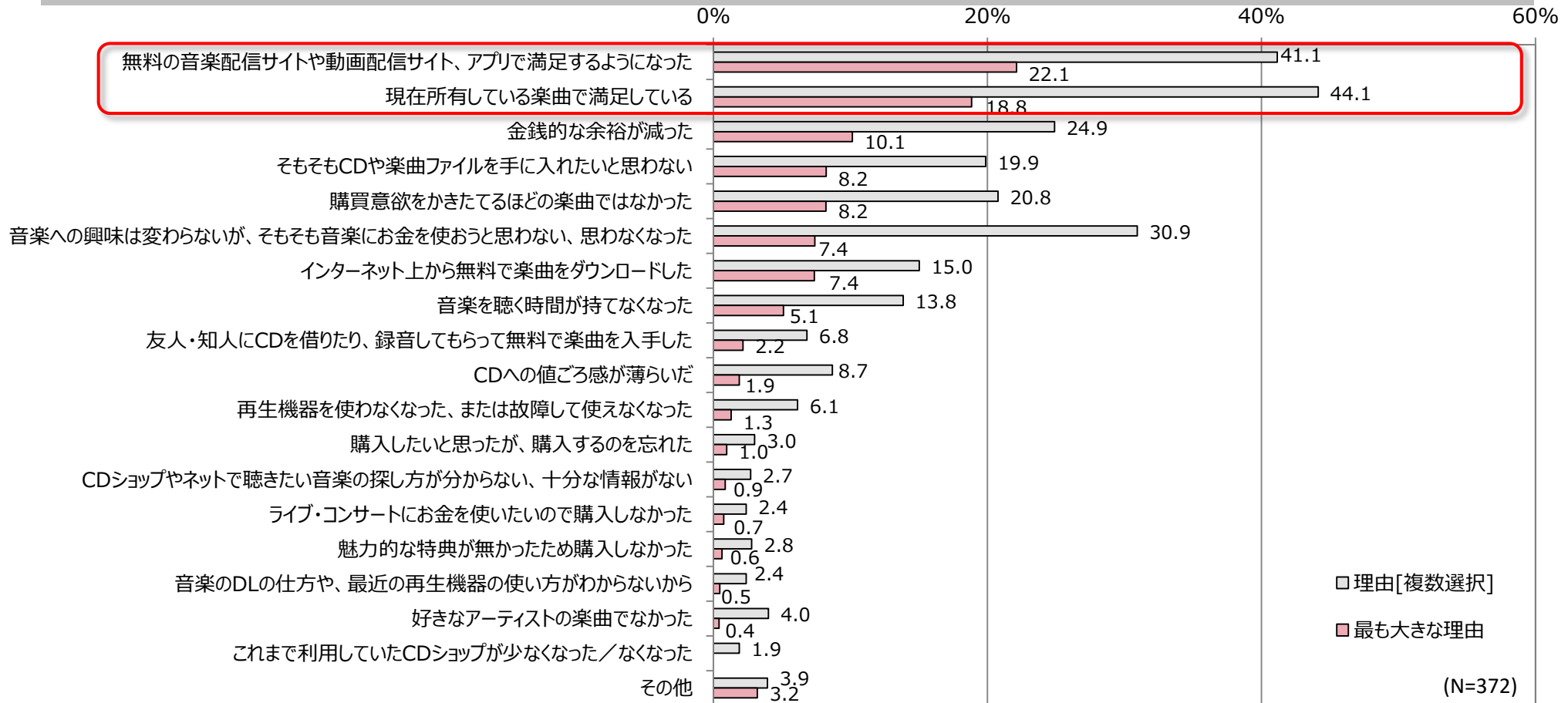
MA

ベース：半年以内に楽曲を購入した人

CDやダウンロード型音楽配信での購入を見送った理由は？

- 楽曲を購入しなかった理由は、「無料の音楽サイト・アプリの利用で満足している」が最も多く、次いで「現在所有している楽曲で満足している」が多くあり、昨年度調査に比べ上位二項目の順位が逆転。無料の音楽・動画配信サイトやアプリの影響が徐々に大きくなっていることがうかがえる。

CD及びダウンロード型音楽配信での購入を見送った理由



Q 楽曲の購入について、この半年間で、新たに知った曲を聴き、気に入ったけれど、楽曲として購入することはなかった方に伺います。

新たに知った曲を購入しなかった理由について、あてはまるものを全てお選びください。

また、そのうち最も大きいと思う理由を一つだけお選びください。

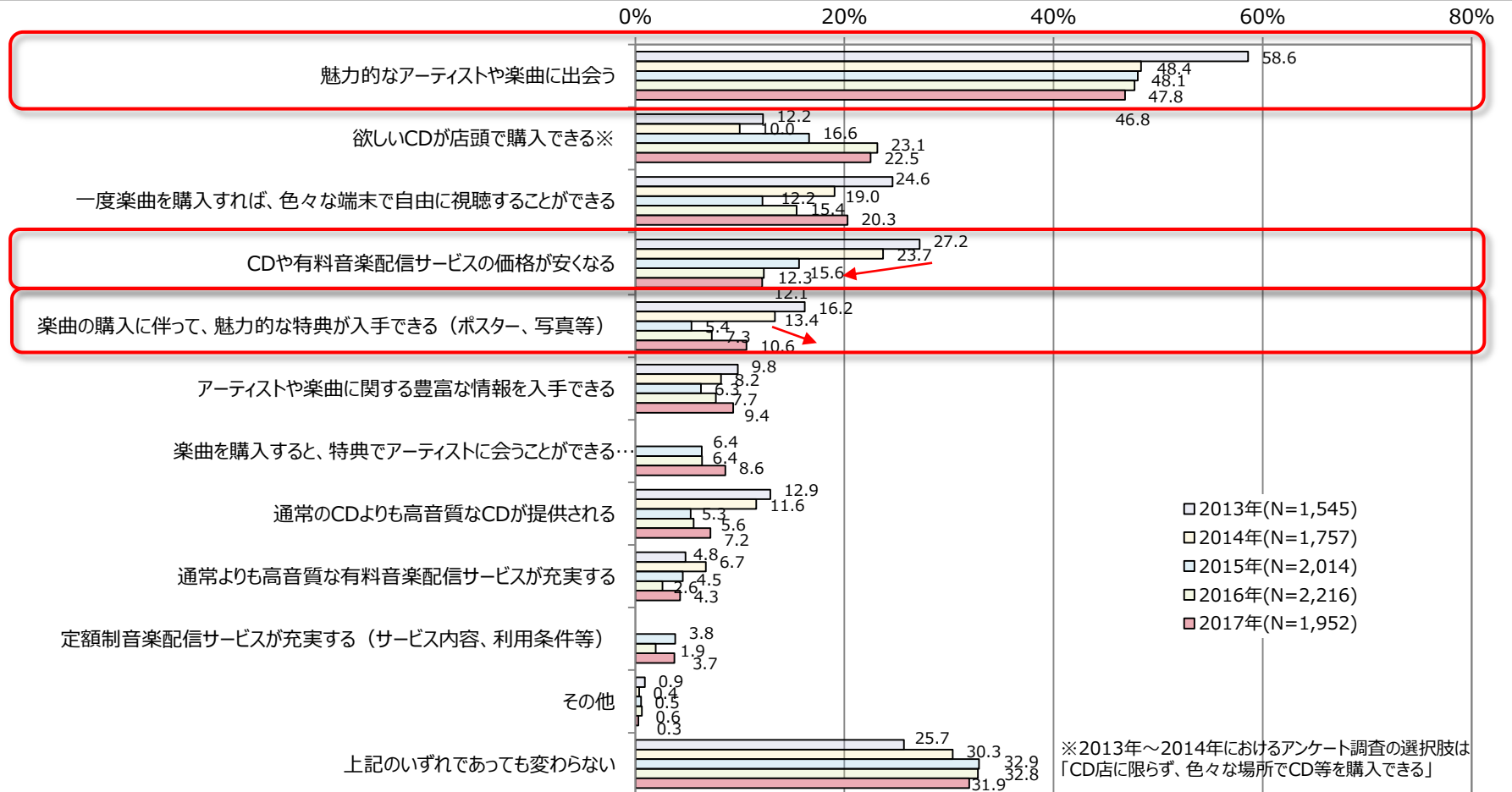
SA/MA

ベース：楽曲を購入しなかったが音楽を聴取した人（無料聴取層）

音楽にお金を支払いたいと思う条件は？

- 「魅力的なアーティストや楽曲に出会うこと」の割合が引き続き最も多い。
- 「CDや有料配信サービスの価格が安くなる」は下降傾向が見られる一方、「楽曲の購入に伴って、魅力的な特典が入手できる」は2015年以降上昇している。

音楽にお金を支払いたいと思う条件



Q あなたが音楽に対してお金を使おうと思う条件は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。

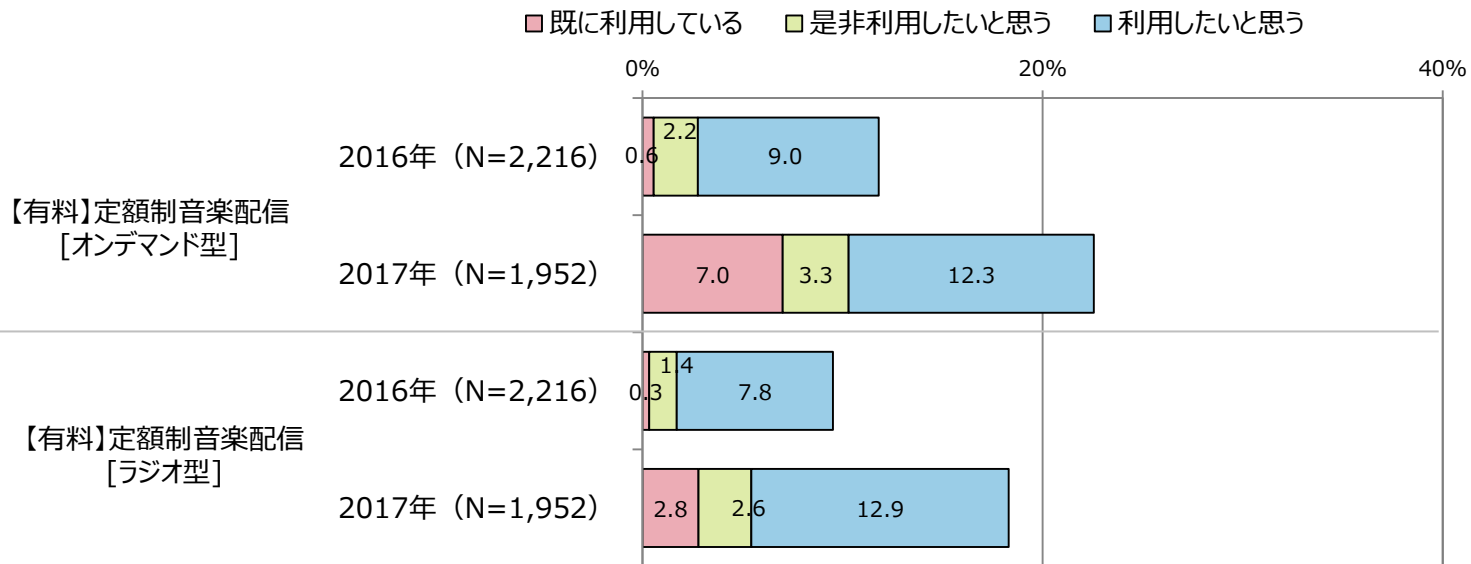
MA

ベース：全員

定額制音楽配信の利用率・利用意向は？

- 定額制音楽配信の利用率は、オンデマンド型・ラジオ型ともに大幅に増加している。
- また、利用意向もオンデマンド型・ラジオ型ともに増加している（既に利用している人を除く）。

定額制音楽配信の利用意向



※オンデマンド型・ラジオ型ともに、2016年では「既に利用している」と回答した人が非常に少なかったため、2016年→2017年の増加率については参考値とする。

Q あなたは、以下に挙げる有料音楽配信サービスについて利用したいと思いますか。それぞれあてはまるものをお選びください。

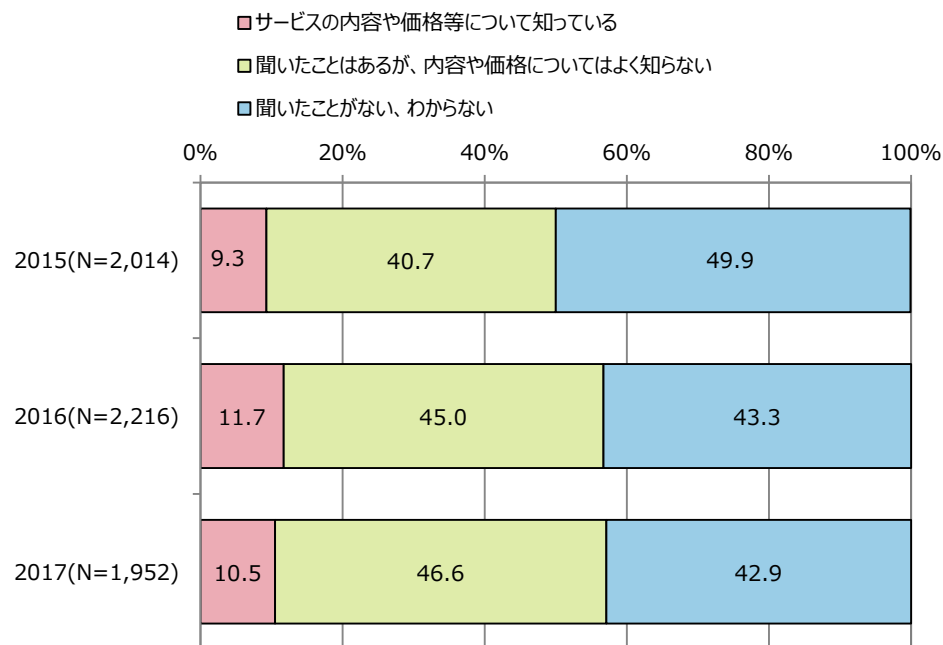
SA

ベース：全員

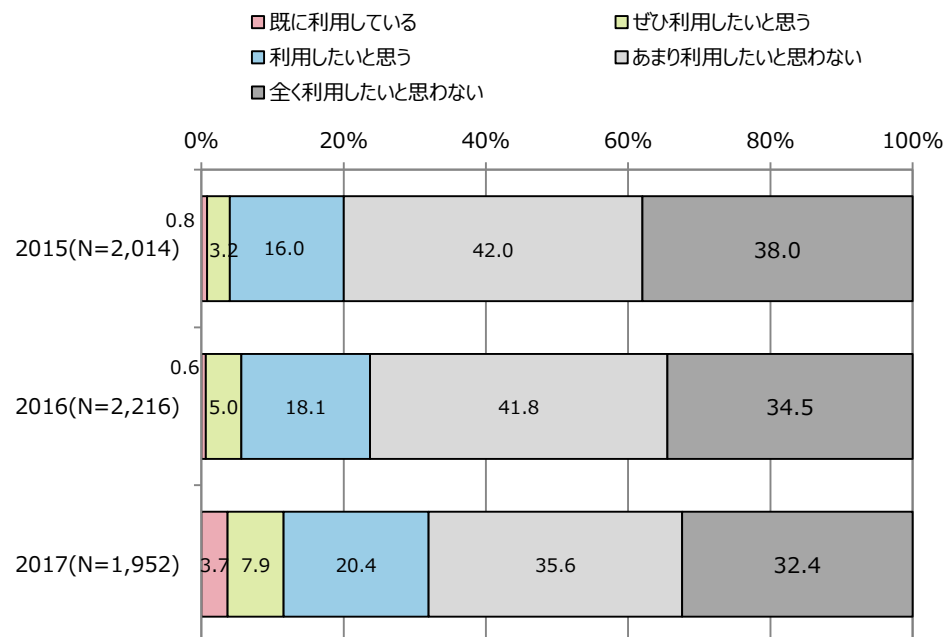
ハイレゾの認知度・利用意向は？

- ハイレゾの認知度は昨年度から微減するも、利用意向は23.1%から28.3%へと上昇。また、既にハイレゾを利用している割合は0.6%から3.7%へと大幅に上昇しており、ハイレゾの認知層が利用層へと徐々に移行していることが窺える。

ハイレゾの認知度



ハイレゾの利用意向



Q あなたは、「ハイレゾ音源」という言葉や「ハイレゾ音源」を提供する音楽配信サービスについて聞いたことがありますか？あてはまるものをお選びください。

SA ベース：全員

Q あなたは、ハイレゾ音源配信サービスについて利用したいと思いますか？あてはまるものをお選びください。

SA ベース：全員