

報道関係各位

平成26年 2月10日
株式会社 クロス・マーケティング

一ヶ月に音楽にかける金額は1000円未満が6割 いまだ約7割がCDを購入 低年代ほど家で聴くより、移動中に聴く

—音楽鑑賞に関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、「音楽鑑賞」または「楽器演奏」が趣味の関東1都3県に居住する15-59歳の男女を対象に、「音楽鑑賞に関する調査」を実施しました。

■調査背景・目的

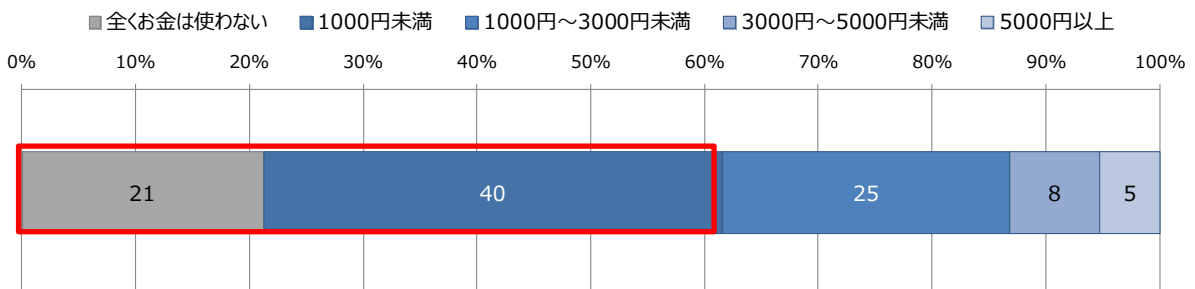
近年、スマートフォンをはじめとするモバイルデバイスの普及により、あらゆる行動の『場』の変化が起きている。かつては『家で疲れをいやすためにリラックスするための音』『自分の時間を充実させるための音』とも言われた音楽。その音楽と人との接し方がどう変遷してきているのか。今回は音楽を聴くことが趣味と答えた人にアンケートを行い、どこから情報を得、どのようなデバイスに保存し、どのような場面・場所で聴いているのか、など音楽鑑賞の「今」を明らかにしました。

■調査結果

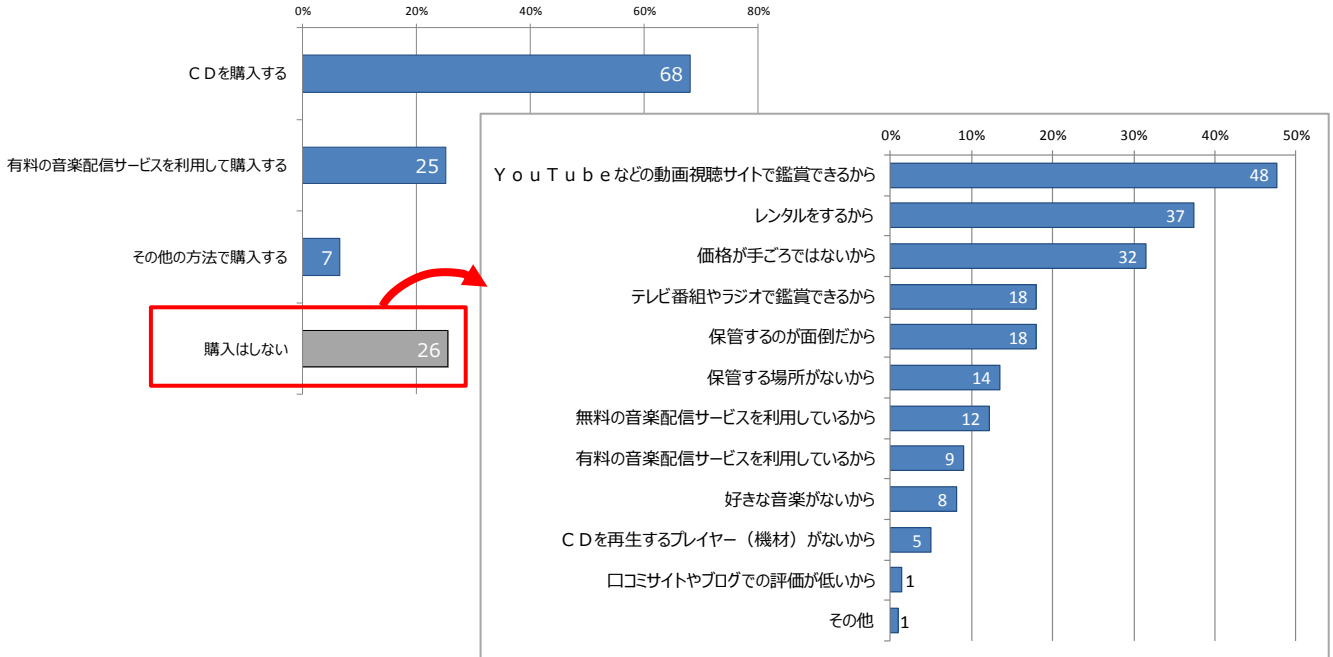
- ✓ 1ヶ月あたりの音楽鑑賞に使用する金額は、「1000円未満」と回答した人が40%で最も高く、「全くお金は使わない」と回答した人は21%という結果に。<図1>
- ✓ 全体の68%がCDを購入すると回答。一方、音楽を購入しない人は26%という結果に。尚、理由はまちまち。<図2>
- ✓ 音楽情報の収集源は若年層ほど「YouTubeなどの動画視聴サイト」「テレビ番組」であり、年代があがるとラジオや友人・知人からの紹介が増える<図3>
- ✓ 年代別で見ると、「電車・バス」「歩きながら」聴くと回答した割合は若年層ほど高く、「自宅」で聴く割合は年齢が高くなるにつれ高くなる。<図4>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ→<http://www.cross-m.co.jp/report/mu20140210/>

<図1> 1か月あたりの音楽鑑賞に使用する金額 (SA) n=694



<図2> 音楽購入状況 n=694



<図3> 音楽の情報入手源 (MA) n=694

		n=	動画視聴サイト YouTubeなどの	テレビ番組	インターネットの音楽情報	CD、レコードショップ	インターネット以外の音楽情報	友人・知人から	テレビCM	ラジオ	映画	音楽情報雑誌	外出先で	スマホのアプリ	その他の雑誌	その他
全体		694	53.5	41.1	38.3	34.7	31.7	29.4	27.1	17.1	15.6	13.0	10.2	7.6	7.5	4.0
性別	男性	344	57.8	36.6	42.2	33.7	39.5	25.9	24.4	19.5	10.5	13.7	9.6	8.1	6.7	2.3
	女性	350	49.1	45.4	34.6	35.7	24.0	32.9	29.7	14.9	20.6	12.3	10.9	7.1	8.3	5.7
年代	15~19歳	118	65.3	43.2	32.2	27.1	27.1	35.6	23.7	11.9	16.9	12.7	7.6	7.6	7.6	3.4
	20~24歳	172	64.5	44.8	39.0	41.9	35.5	36.0	29.1	19.2	19.2	16.9	16.9	11.6	8.1	3.5
	25~29歳	104	51.9	34.6	38.5	34.6	26.0	32.7	24.0	10.6	10.6	10.6	8.7	6.7	7.7	2.9
	30代	100	51.0	39.0	40.0	35.0	34.0	31.0	28.0	18.0	12.0	14.0	13.0	8.0	8.0	7.0
	40代	100	41.0	43.0	40.0	34.0	33.0	14.0	32.0	19.0	12.0	11.0	5.0	3.0	9.0	3.0
50代	100	37.0	39.0	41.0	32.0	33.0	21.0	25.0	24.0	20.0	10.0	6.0	6.0	4.0	5.0	

<図4> 音楽を鑑賞する場所 (MA) n=694

		n=	自宅	電車・バス	歩きながら	ライブ・コンサート	車の中	CD、レコードショップ	カフェやレストランなど外食先	学校	友人・知人の家	勤め先	その他
全体		694	84.3	54.5	47.8	38.3	36.9	16.1	15.1	9.1	7.8	7.2	1.0
性別	男性	344	85.5	54.1	48.3	31.7	36.6	15.7	14.5	9.6	9.3	8.7	0.6
	女性	350	83.1	54.9	47.4	44.9	37.1	16.6	15.7	8.6	6.3	5.7	1.4
年代	15~19歳	118	80.5	66.9	55.1	31.4	28.0	21.2	11.9	32.2	6.8	1.7	0.8
	20~24歳	172	85.5	62.8	61.0	41.9	33.7	20.3	18.0	14.0	11.6	7.6	-
	25~29歳	104	84.6	63.5	55.8	37.5	35.6	13.5	19.2	1.0	6.7	7.7	-
	30代	100	78.0	54.0	47.0	46.0	48.0	16.0	16.0	-	7.0	11.0	1.0
	40代	100	85.0	37.0	30.0	33.0	34.0	13.0	11.0	-	7.0	9.0	1.0
50代	100	92.0	34.0	27.0	39.0	46.0	9.0	13.0	-	5.0	7.0	4.0	

＜図5＞ 年代別の音楽鑑賞実態

年代別	音楽の情報入手源	音楽鑑賞場所			音楽鑑賞媒体				
	YouTubeなどの動画視聴サイト	自宅	歩きながら	電車・バス	パソコン	デジタルオーディオプレイヤー	スマートフォン	CDプレイヤー、MDプレイヤー	自宅のコンポ等のオーディオ
15～19歳	65%	81%	55%	67%	74%	64%	55%	27%	21%
20～24歳	65%	86%	61%	63%	77%	63%	55%	24%	27%
25～29歳	52%	85%	56%	64%	70%	65%	44%	23%	26%
30代	51%	78%	47%	54%	74%	59%	40%	24%	35%
40代	41%	85%	30%	37%	69%	42%	27%	42%	41%
50代	37%	92%	27%	34%	78%	40%	25%	52%	52%

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティングアンケートモニター使用)
 調査地域 : 関東1都3県
 調査対象 : 「音楽鑑賞」または「楽器演奏」が趣味の15才～59才の男女
 調査期間 : 2013年12月20日(金)～2013年12月25日(水)
 有効回答数 : 694サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 渡部 TEL : 03-3549-0230 FAX : 03-3549-0221
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」