

公 表 版

2002年度 音楽メディアユーザー実態調査

報告書

2003年3月

社団法人 日本レコード協会

目次

調査目的・実施概要	1
1. CDの購入実態	2
2. 音楽に対する意識	6
3. コピーコントロールCDの認知及び支持率	9
4. AV機器の保有実態	11
5. インターネットの普及実態	13

調査目的

音楽CD購入者の実態を把握するとともに、その背景にあるユーザーの意識や関連ハード、インターネット等の環境変化を明らかにすることを目的とする。

実施概要

- 調査対象者 : 12～55才男女(ただし小学生は除く)
- 調査エリア : 東京30km圏
- 抽出方法 : エリアサンプリング法
- 調査方法 : 質問紙による面接留置き自記入式
- 調査日時 : 2002年10月7日(月)～10月21日(月)

サンプル設計

	計	男性	女性
中学生	168	84	84
高校生	168	84	84
大学生	166	83	83
20代	166	83	83
30代	166	83	83
40～55才	166	83	83
合計	1000	500	500

*20代は学生を含まず。

ウェイトバック集計について：

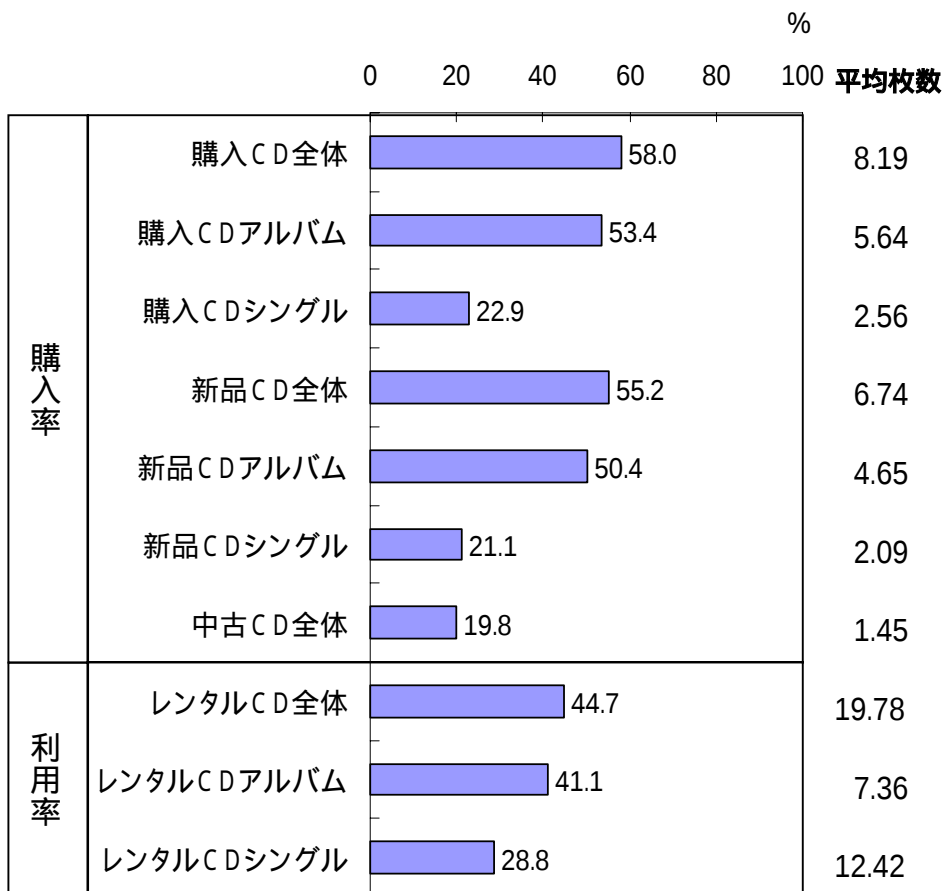
実際の人口構成は年代によってバラつきがあるため人口構成比に合わせるために係数をかける、「ウェイトバック」と呼ばれる統計手法を用いる。

1. CDの購入実態

(1) 過去半年間におけるCDの購入率は58%

- 過去半年間におけるCD全体の購入率は、58%であり、新品CD全体が55.2%、中古CD全体が19.8%である。
- CDアルバムに限ってみると、同購入率は53.4%と全体の購入率よりも5ポイント弱低いだけなのに対し、CDシングルの場合は、22.9%と全体の半分以下の購入率である。

過去半年間のCDの購入率 / 利用率



	購入CD全体	購入CDアルバム	購入CDシングル	新品CD全体	新品CDアルバム	新品CDシングル	中古CD全体
総数	58.0	53.4	22.9	55.2	50.4	21.1	19.8
男性計	58.8	54.9	20.5	56.1	52.0	18.5	20.8
女性計	57.2	51.7	25.3	54.3	48.9	23.7	18.8
中学生	47.3	38.9	33.3	40.2	31.8	28.4	22.7
高校生	67.6	63.6	51.6	62.4	58.8	46.8	32.4
大学・専門学校生	74.9	70.0	40.5	72.8	67.9	36.1	42.3
20代社会人	74.4	67.6	26.2	71.7	67.6	23.6	27.1
30代	56.2	55.3	11.5	52.3	51.2	11.5	16.4
40～55歳	50.0	46.7	10.3	48.9	43.9	9.3	12.5
中学生	63.6	47.6	50.4	57.2	42.8	46.4	25.2
高校生	73.8	62.0	45.2	67.0	56.1	42.2	30.8
大学・専門学校生	73.0	67.7	37.8	70.1	64.9	34.6	26.2
20代社会人	63.7	61.6	22.5	59.4	58.7	19.7	26.0
30代	51.2	48.1	18.3	51.1	46.6	18.3	13.4
40～55歳	50.3	44.8	20.4	47.6	42.0	19.2	14.0

	レンタルCD全体	レンタルCDアルバム	レンタルCDシングル
総数	44.7	41.1	28.8
男性計	49.6	44.4	29.2
女性計	39.7	38.0	28.3
中学生	59.5	46.2	51.5
高校生	71.2	58.8	60.0
大学・専門学校生	74.4	71.7	52.5
20代社会人	57.9	53.8	32.1
30代	50.2	42.3	24.4
40～55歳	33.4	31.3	15.3
中学生	62.8	54.0	58.8
高校生	75.1	67.8	61.1
大学・専門学校生	34.5	63.0	43.0
20代社会人	38.8	40.2	29.7
30代	47.4	45.3	27.5
40～55歳	20.1	19.2	14.2

ベース:全数(N=1,000)

(2) アルバムでは大学生・専門学校生が、シングルでは高校生が市場のメイン顧客

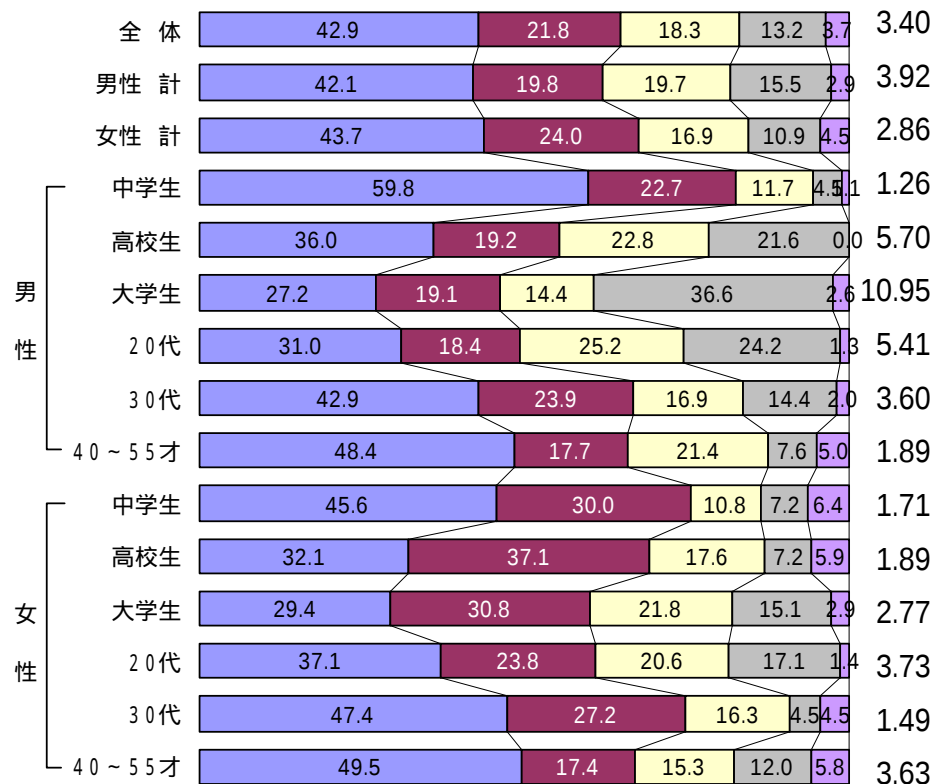
▶アルバム市場のメイン顧客は、大学生・専門学校生である。

▶大学生・専門学校生をピークに、購入経験者が漸減するという市場構造になっている。

▶シングル市場のメイン顧客は、高校生である。ただし、男女別に見ると、男子のピークが高校生であるのに対し、女子の場合は中学生が既にピークになっている。

過去半年間のCDアルバムの購入枚数

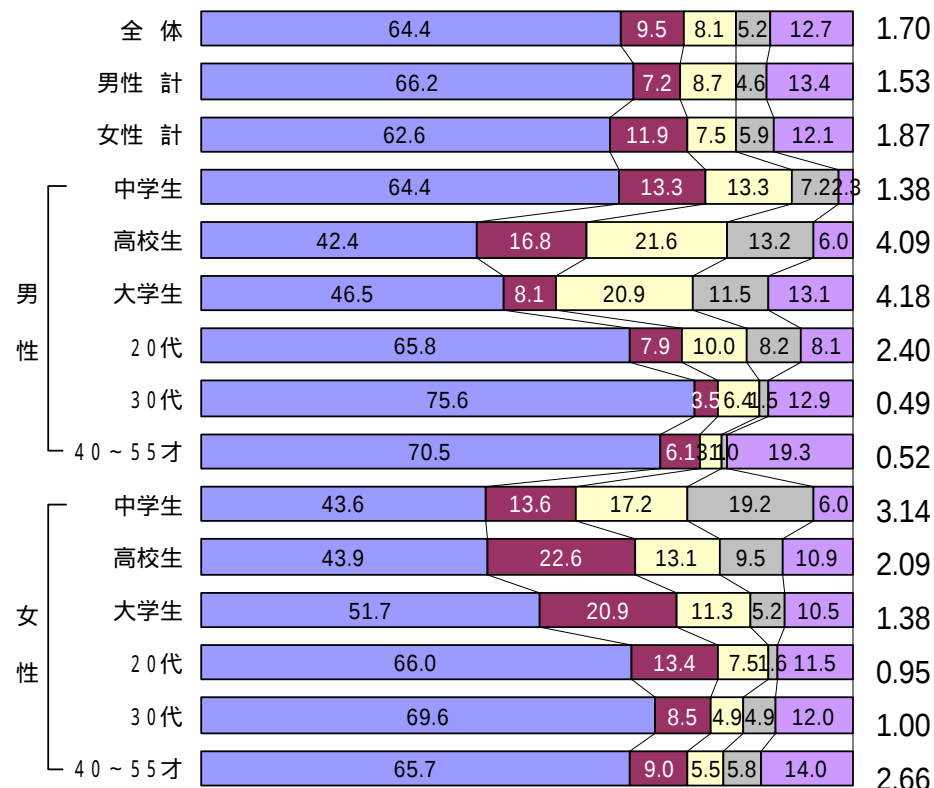
ベース：全数(N=1,000) 2002



■非購入層0枚 ■1~2枚 ■3~5枚 ■6枚以上 ■無回答

過去半年間のCDシングルの購入枚数

ベース：全数(N=1,000) 2002

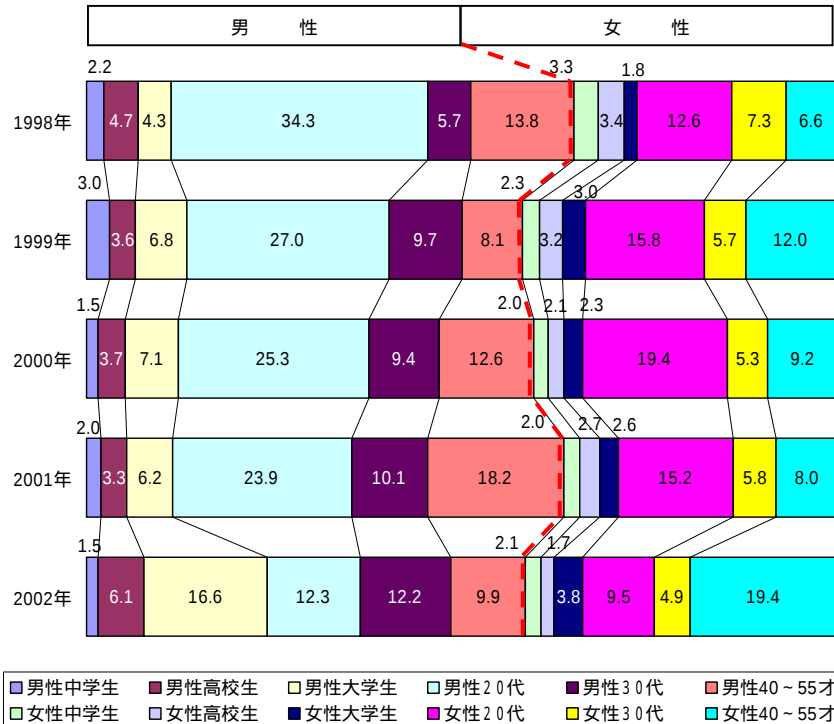


■非購入層0枚 ■1~2枚 ■3~5枚 ■6枚以上 ■無回答

(3) 若年層のマーケットシェアは減少傾向だが、中高年層のシェアは増加傾向にある

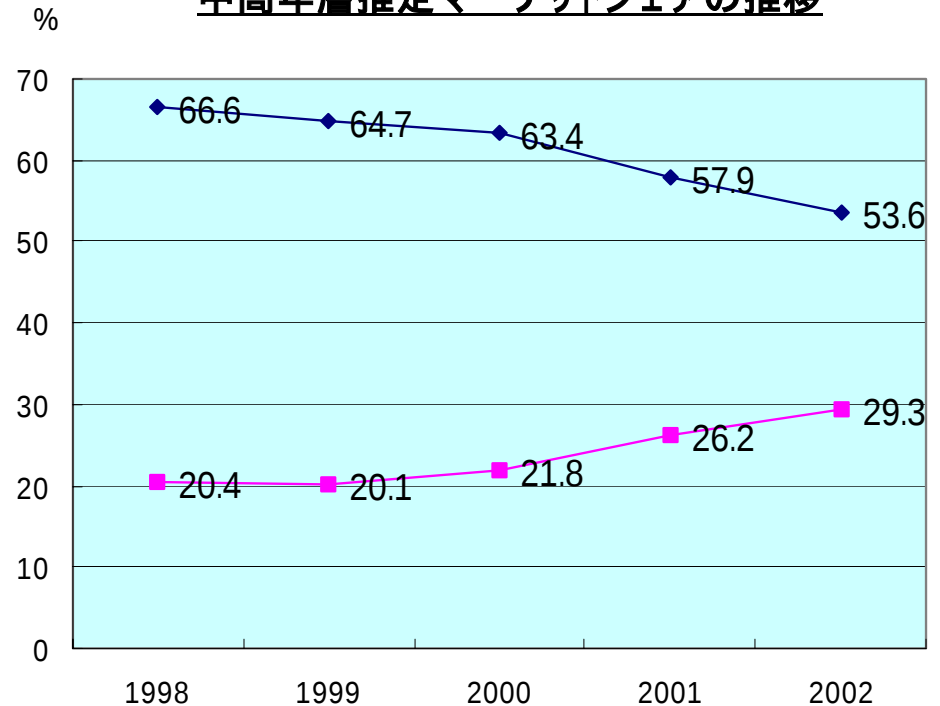
- CDのマーケットシェア全体でみると、概ね若年層のシェアが相対的に低下傾向にあり、逆に40代以降の中高年齢層のシェアが増加しつつある。
- 若年層は依然としてCD購入層の中心であるが、若年人口層が減少しているため、相対的にシェアが低下している。

性・年代別の推定マーケットシェア



推定マーケットシェアの算出方法
 性・年代別のアルバム・シングル年間平均購入枚数(中古盤・輸入盤・インディーズ盤などを含む)をそれぞれ、＜アルバム1枚＝3ポイント、シングル1枚＝1ポイント＞と指数化した上で総計を出し、そこから各性・年代それぞれの全体に対する比率を算出した。
 上記データは人口構成比により大きく左右されるため注意が必要。また東京30km圏という地域特性や12～55才・1000サンプルの調査設計である点にご留意下さい。

中高年層推定マーケットシェアの推移



ベース:2002年(N=1,000)

2001年(N=800)

2000年(N=800)

1999年(N=800)

1998年(N=800)

◆ 中学生～20才代計
 ■ 40～55才

(4) 店内BGM、試聴機等、店頭が購入動機に大きく影響

CD購入の動機

Q. あなたが、現在までにCDを買うとき、「きっかけになった物・事」は何ですか。以下の選択肢のうち、あてはまると思うものを上位3つまでお答え下さい。(3つまで○)

- ◆特に女性でテレビからの認知が購買行動に結びついている傾向が強い。
- ◆男性の20代以上では、ラジオがCD購入のきっかけになっている。
- ◆音楽専門雑誌をあげているのは、男性の大学・専門学校生、20代社会人多い。
- ◆店頭の試聴機で聴いてからCDを購入するのは、男女ともに大学・専門学校生、20代社会人である。
- ◆男性40～55歳は店頭が購入きっかけであることが多い。この世代は他メディアで音楽情報を得ることが少なく、入店後購入商品を決める人が多い。

性年代別

ベース: 全数(N=1,000)

(%)

		テレビCMを見て	テレビ番組(音楽番組等)を見て	ラジオで聴いて	新聞で見えて	音楽専門雑誌で見えて	音楽専門雑誌以外の雑誌で見えて	店頭で現物を見て	店頭の試聴機で聴いて	CD店で流れているBGM、BGVで聴いて	店頭のポスターや案内を見て	CD店にあるフリーペーパーを見て	電車やバスの吊り広告	インターネットで見て	iモード等の携帯電話配信サービス	その他
	総数	41.9	54.9	31.7	4.9	9.5	4.9	23.7	11.9	16.4	7.0	2.1	2.4	6.7	1.6	10.3
	男性計	38.2	49.7	35.9	5.4	12.0	4.3	26.3	11.5	17.6	7.4	2.4	2.4	6.8	1.5	8.8
	女性計	45.7	60.2	27.4	4.4	7.0	5.4	21.0	12.4	15.2	6.6	1.8	2.3	6.6	1.6	11.8
男性	中学生	41.7	63.3	9.5	1.1	5.7	2.3	16.7	8.3	22.3	11.7	7.2	2.3	3.8	4.9	12.9
	高校生	55.6	68.8	24.0	2.4	18.0	2.4	18.0	8.4	22.8	12.0	7.2	3.6	9.6	4.8	7.2
	大学・専門学校生	43.6	49.1	20.1	0.0	26.1	9.1	25.8	26.6	17.8	7.0	2.9	3.7	2.6	1.3	7.0
	20代社会人	49.4	51.6	41.5	3.1	14.4	6.6	21.5	23.7	20.3	3.1	4.4	1.3	10.2	2.6	5.3
	30代	41.3	48.7	37.4	7.5	8.9	5.5	26.3	9.5	19.9	8.4	2.0	2.5	11.9	1.5	8.0
	40～55歳	26.4	43.8	43.9	8.0	9.2	2.2	31.8	4.5	13.3	7.0	0.0	2.4	3.3	0.0	10.8
女性	中学生	54.8	75.6	16.8	0.0	7.2	8.4	19.2	2.4	14.4	8.4	2.4	0.0	6.4	4.8	14.4
	高校生	54.8	66.5	17.6	1.4	11.8	5.9	20.4	14.5	19.0	7.2	3.6	3.6	5.0	5.9	17.6
	大学・専門学校生	53.5	61.0	21.8	0.0	10.5	6.7	22.4	20.3	24.7	8.1	1.5	0.0	5.2	2.3	8.1
	20代社会人	49.8	63.1	31.9	3.7	5.1	8.1	27.3	21.5	12.3	6.5	3.7	3.0	5.1	4.5	13.4
	30代	54.1	63.6	31.5	2.2	2.2	6.0	20.5	10.3	20.1	7.8	1.1	0.0	3.6	0.0	7.8
	40～55歳	34.2	53.0	27.8	8.3	8.9	2.9	18.5	9.0	10.8	5.1	1.1	4.3	9.6	0.0	12.9

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

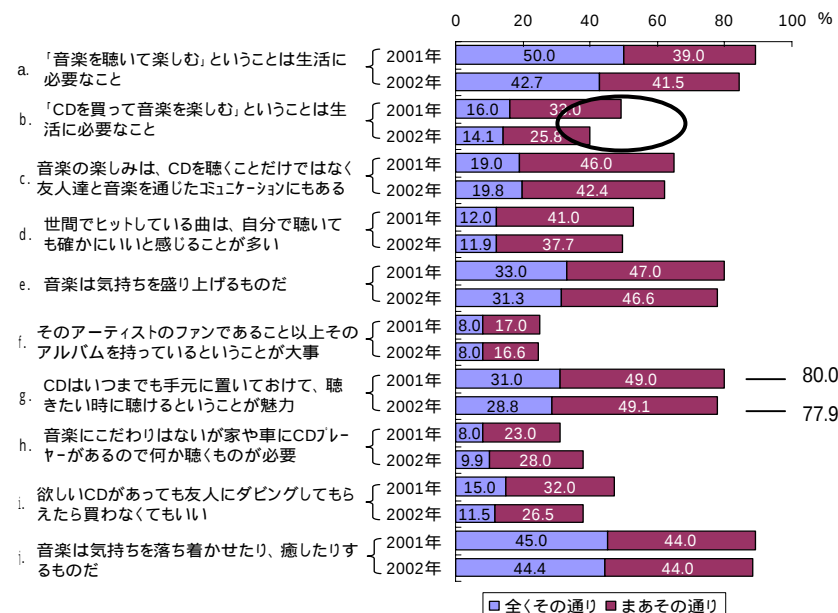
2. 音楽に対する意識

(1) 音楽に対する関心は依然として根強い

- 音楽を楽しむ意識自体は依然として根強い。
- 「CDはいつまでも手元に置いておけて、聴きたいときに聴けるということが魅力」というCDの利便性についても、約78%の対象者が認めており、その機能自体は評価されている。
- 他方、「CDを買って音楽を楽しむということは生活に必要なこと」としている対象者は減少傾向にあり、CDを購入し、保有することには必ずしもこだわらない生活者が、若干ではあるが増加傾向にあることが窺える。

音楽を楽しむ意識

	全くその通り	まあその通り	どちらともいえない	あまりその通りでない	その通りではない
「音楽を聴いて楽しむ」ということは生活に必要なこと	42.7	41.5	12.0	1.5	1.8
「CDを買って音楽を楽しむ」ということは生活に必要なこと	14.1	25.8	41.5	10.8	7.1
音楽の楽しみは、CDを聴くことだけではなく友人達と音楽を通じたコミュニケーションにもある	19.8	42.4	27.1	6.4	3.1
世間でヒットしている曲は、自分で聴いても確かにいいと感じることが多い	11.9	37.7	32.9	11.0	5.9
音楽は気持ちを盛り上げるものだ	31.3	46.6	17.7	2.3	0.7
そのアーティストのファンである以上そのアルバムを持っているということが大事	8.0	16.6	40.2	19.2	15.4
CDはいつまでも手元に置いておけて、聴きたい時に聴けるということが魅力	28.8	49.1	15.7	3.6	2.1
音楽にこだわりはないが家や車にCDプレーヤーがあるので何か聴くものが必要	9.9	28.0	31.1	18.1	11.9
欲しいCDがあっても友人にダビングしてもらえたら買わなくてもいい	11.5	26.5	34.6	14.3	12.4
音楽は気持ちを落ち着かせたり、癒したりするものだ	44.4	44.0	9.6	0.5	1.0



ベース: 2002年 (N=1,000)

2001年 (N=800)

(2) 日本のポップスは幅広い世代に浸透、他ジャンルは性・年代でファン層が大きく変化

現在よく聴くジャンル

Q. 現在あなたがよく聴いているジャンルはどれですか。(いくつでも○)

性年代別

ベース:全数(N=1,000) (%)

	演歌	日本の ポップス	ニュー ミュージック	日本の ロック	海外の ポップス	海外の ロック	ソウル・ R & B	ダンス ミュージック (ディスコ・ハウス・ テクノ)	ラップ・ ヒップ ホップ	ジャズ・ フュージョン	レゲエ	クラシッ ク	映画音 楽	アニメ 音楽	ゲーム 音楽	カラオ ケ	イン ディーズ	その他	無回答
総 数	12.1	67.8	38.8	20.5	31.1	19.0	17.9	10.3	11.8	11.3	4.2	20.7	21.9	13.6	5.2	8.6	6.6	5.0	0.9
男 性 計	11.6	64.6	37.4	24.7	29.2	25.5	19.2	9.4	11.5	14.5	5.1	16.6	18.3	10.5	5.6	5.4	6.9	4.1	1.5
女 性 計	12.7	71.1	40.2	16.3	33.0	12.4	16.5	11.2	12.1	8.1	3.2	24.9	25.6	16.7	4.9	11.9	6.3	5.9	0.4
男 性	中学生	2.3	60.6	38.3	25.0	9.5	13.3	2.3	4.9	20.1	1.1	4.9	8.3	15.5	33.3	25.0	8.3	2.3	2.3
	高校生	1.2	67.6	30.0	34.8	20.4	18.0	12.0	8.4	24.0	4.8	7.2	8.4	12.0	16.8	12.0	13.2	6.0	4.8
	大学・専門学校生	0.8	76.0	28.2	53.8	29.2	49.1	23.8	10.4	31.1	16.7	11.7	8.6	20.4	12.8	10.7	7.6	28.7	1.6
	20代社会人	4.4	67.4	43.7	24.2	29.2	25.3	35.6	22.1	24.2	11.9	8.4	10.5	18.9	8.4	7.4	3.9	6.6	0.0
	30代	8.4	64.6	37.8	29.9	32.3	35.4	17.9	11.5	4.9	13.5	3.5	19.4	16.9	12.9	2.0	4.0	6.4	4.4
	40～55歳	23.0	60.6	38.0	12.2	32.5	17.0	16.0	3.6	1.0	19.8	3.1	22.9	20.5	5.0	0.0	4.7	1.2	6.1
女 性	中学生	1.2	81.6	36.8	11.6	20.8	5.6	4.8	6.8	21.2	1.2	0.0	10.8	16.8	32.8	17.2	16.8	10.4	3.6
	高校生	2.3	84.6	37.1	29.9	38.0	10.9	15.4	10.9	29.9	1.4	3.6	17.6	24.0	17.6	14.5	24.9	16.7	1.4
	大学・専門学校生	0.0	84.3	29.9	32.8	46.5	24.7	29.4	13.4	21.8	7.6	13.4	16.6	33.7	8.1	5.2	12.8	26.5	1.5
	20代社会人	0.0	73.7	35.4	24.0	35.8	26.3	30.5	12.8	12.8	10.3	3.0	13.4	14.2	8.9	0.8	3.1	5.9	3.7
	30代	3.8	73.8	47.4	13.8	22.2	8.1	15.6	9.6	7.1	10.6	3.8	26.2	31.5	30.4	0.0	11.2	0.0	7.4
	40～55歳	30.2	61.3	41.7	9.1	36.0	7.1	9.9	11.7	7.9	8.0	1.0	34.9	27.3	11.2	5.9	13.1	2.9	8.0

特にファンの多いセグメント

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

- ◆ 演歌: 40～55歳
- ◆ 日本のポップス: 全体男性<女性
- ◆ ニューミュージック: 女性30代以上
- ◆ 日本のロック: 高校生～大学生
- ◆ 海外ポップス: 女子高生～大学生
- ◆ 海外ロック: 大学生～20代社会人、30代男性

- ◆ ソウル・R & B: 大学生～20代社会人
- ◆ ダンスミュージック: 男性20代社会人
- ◆ ラップ・ヒップホップ: 中学生～大学生、男性20代社会人
- ◆ ジャズ: 男性大学生以上、女性20代以上
- ◆ レゲエ: 大学生～男性20代社会人

- ◆ クラシック: 女性30代以上
- ◆ 映画音楽: 女性30代以上
- ◆ アニメ音楽: 中学生
- ◆ ゲーム音楽: 中学生～大学生
- ◆ カラオケ: 女子中学生～女子高校生
- ◆ インディーズ: 高校生～大学生

(3) アーティストの支持は高いが、楽曲評価に意見が分かれる

現在のCDについて思うこと

Q. あなたが現在リリースされているCDの内容について思うことで、あてはまると思うものがあればお答え下さい。(いくつでも○)

◆ 才能のある新たなアーティストが出てきて飽きない反面、いい曲が少なく新曲の出し過ぎという厳しい意見も多い。よく聴く音楽ジャンルで意見が大きく異なる。

性年代別

ベース:全数(N=1,000)

(%)

	才能あるアーティストがたくさんいる	才能あるアーティストが少ない	どんどん新しいアーティストが出てきて飽きない	新しいアーティストが出てこないで新鮮さがない	いい曲が多い	いい曲がない	アーティストが短期間に新しい曲を続々と出すので、楽しい	アーティストが短期間に新しい曲を続々と出すので、混乱する	オムニバスなどの企画が面白い	オムニバスやリバイバルなどの企画が面白くない	ベスト盤など、編集内容が評価できる	ベスト盤など、編集し直したばかりで飽きる	音質がいい	ネットでダウンロードして聴くのと変わらない	パッケージや歌詞カード、ブックレット等が充実している	パッケージや歌詞カード、ブックレット等がつまらない	特典がうれしい	特典が少ない	その他
総数	21.4	10.4	14.6	3.7	17.4	21.5	7.7	26.1	10.8	3.4	18.7	10.1	18.1	0.7	6.9	0.8	3.3	2.4	5.4
演歌	14.7	6.0	10.1	1.8	10.9	25.3	4.7	27.2	1.3	0.0	4.4	3.4	24.0	0.0	4.3	2.8	0.7	2.2	3.4
日本のポップス	24.0	8.4	17.6	3.5	20.7	20.5	10.1	27.2	13.3	3.0	22.3	9.0	19.0	0.4	7.3	0.4	3.7	2.5	4.4
ニューミュージック	25.5	9.8	18.6	4.5	21.3	20.2	10.5	27.1	14.2	3.8	27.3	8.0	21.1	0.7	5.6	0.7	2.4	2.1	4.4
日本のロック	27.6	14.9	16.8	6.8	17.9	28.0	7.8	26.5	14.1	6.0	16.2	19.3	18.2	0.2	10.0	1.3	5.8	2.8	5.1
海外のポップス	21.6	9.9	13.6	4.1	15.6	22.0	8.3	31.2	14.6	2.2	26.4	8.5	21.8	1.5	6.5	0.3	2.4	1.5	5.6
海外のロック	21.7	19.1	11.0	6.1	15.7	30.4	4.3	26.4	13.8	6.4	16.7	18.0	18.8	0.8	7.8	1.5	4.1	3.2	5.3
ソウル・R & B	25.3	11.7	18.2	4.4	19.3	26.6	8.5	32.7	18.7	4.2	23.6	11.5	19.0	1.3	10.6	0.6	2.0	0.6	5.8
ダンスミュージック	33.4	9.0	22.9	2.8	20.2	24.6	12.8	25.3	21.3	5.0	12.9	10.7	17.9	0.0	7.5	2.2	2.1	2.2	7.5
ラップ・ヒップホップ	33.0	8.5	27.0	2.3	26.6	18.2	14.6	18.6	14.4	1.8	14.9	7.4	20.2	1.6	15.7	0.3	9.3	0.3	5.1
ジャズ・フュージョン	24.0	10.4	9.3	0.0	15.8	28.3	6.8	26.8	14.1	2.8	18.4	21.8	23.6	0.0	8.6	2.0	1.2	0.9	4.2
レゲエ	37.5	7.9	16.5	2.5	14.9	25.4	16.5	27.6	12.7	12.7	22.2	11.4	25.7	0.0	14.3	2.5	3.5	2.5	3.2
クラシック	22.6	12.0	15.7	4.6	17.2	26.5	4.2	32.8	13.0	5.2	15.8	10.3	25.3	1.2	8.0	0.7	2.9	2.1	4.4
映画音楽	22.6	11.2	16.2	4.1	21.3	22.2	7.8	29.2	14.4	3.6	19.1	7.4	23.6	0.9	9.0	0.8	1.9	3.3	4.7
アニメ音楽	19.3	7.0	23.1	5.9	22.0	18.4	10.5	29.7	7.4	2.7	14.0	9.3	18.3	0.9	10.1	0.6	5.2	2.7	7.9
ゲーム音楽	18.0	13.5	19.0	5.1	24.1	15.7	10.7	21.8	6.1	4.8	6.9	13.2	20.1	1.5	17.3	1.5	8.4	4.3	11.9
カラオケ	25.0	9.2	22.0	6.0	26.0	19.0	9.7	37.3	6.8	1.2	6.8	3.7	21.4	0.9	14.8	0.9	5.7	5.9	6.2
インディーズ	38.8	9.9	21.7	4.2	27.6	32.0	11.3	23.1	19.9	6.2	15.1	14.9	27.6	1.0	17.9	2.2	8.9	4.4	8.0
その他	2.4	8.0	10.7	2.9	16.5	30.4	14.4	9.6	13.9	0.0	14.1	12.8	8.5	0.0	3.2	0.0	0.8	0.8	13.6
無回答	12.9	4.3	12.9	0.0	12.9	4.3	0.0	42.9	0.0	0.0	12.9	0.0	4.3	4.3	4.3	0.0	4.3	7.1	8.6

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

3. コピーコントロールCDの認知及び支持率

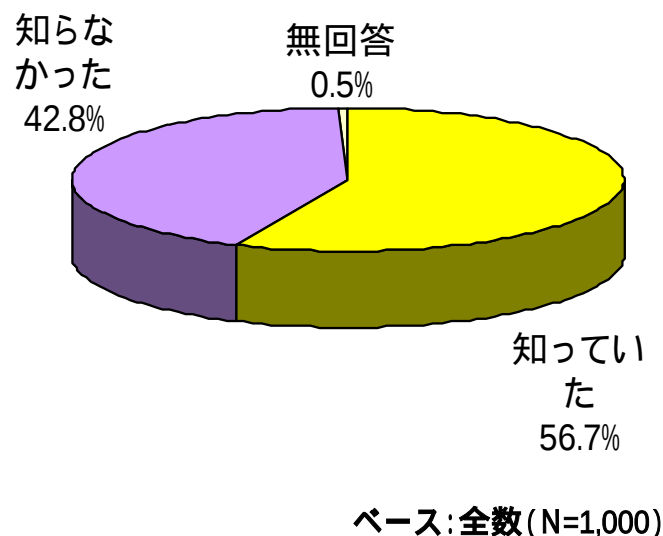
(1) コピーコントロールCDの認知は過半数に達する

コピーコントロールCDの認知

Q. あなたはコピーコントロールCDがあることを、ご存知でしたか。
(○は1つ)

◆コピーコントロールCD(CCCD)が発売されて7ヶ月が経過した時点での調査であるが、認知率は56.7%と過半数に達している。世代別に見ると男女とも高校生、大学・専門学校生、20代社会人の間で広く認知されつつある。

全体



性年代別

ベース: 全数(N=1,000)

(%)

		知っていた	知らなかった
総 数		56.7	42.8
男 性 計		62.4	37.4
女 性 計		50.8	48.3
男 性	中学生	42.8	57.6
	高校生	68.8	30.0
	大学・専門学校生	83.8	15.9
	20代社会人	73.5	25.6
	30代	66.6	33.4
	40～55歳	51.8	48.2
女 性	中学生	52.4	47.6
	高校生	64.3	35.7
	大学・専門学校生	78.2	21.8
	20代社会人	67.1	32.9
	30代	47.4	52.6
	40～55歳	36.7	61.0

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

(2)コピーコントロールCDは消極的賛成も含めると支持が60%近くを占める

コピーコントロールCDについて ベース:全数(N=1,000)

➤コピーコントロールCDに関しては、賛成・消極的賛成が60%近くに達し、概ね理解を得ている。あわせて、著作権保護の重要性、不正コピー問題に対する理解者も拡がりつつある。

➤ただし、若年層を中心に依然として約20%の反対者があり、引き続きコピーコントロールCDの普及促進と啓発活動が重要。

	賛成する	積極的には賛成しないが仕方ないことだと思う	どちらかといえば反対	反対する	よくわからない	その他	(%)
総 数	13.2	45.3	11.3	8.4	20.7	0.6	
男 性 計	16.1	44.2	12.6	11.0	15.4	0.4	
女 性 計	10.2	46.4	9.9	5.8	26.1	0.8	
中学生	9.5	23.9	13.3	15.5	37.1	0.0	
高校生	16.8	36.0	7.2	18.0	19.2	0.0	
大学・専門学校生	12.0	45.2	12.3	22.5	6.8	1.3	
20代社会人	4.8	52.6	15.0	16.0	10.5	0.0	
30代	20.4	38.9	15.9	8.9	14.9	1.1	
40～55歳	20.6	48.8	10.3	5.0	15.4	0.0	
中学生	16.8	28.4	11.2	6.0	37.6	0.0	
高校生	15.4	41.6	8.1	10.9	22.6	1.4	
大学・専門学校生	11.9	43.6	16.6	15.1	12.8	0.0	
20代社会人	14.2	49.7	12.6	5.8	16.2	1.6	
30代	12.0	49.5	11.4	4.9	22.2	0.0	
40～55歳	5.0	47.8	6.2	3.3	34.5	1.1	

コピーコントロールCD評価の理由 ベース:全数(N=1,000)

	著作権者の権利を保護するのは法治国家として当然の義務だから	コピーの氾濫はアーティストの利益や音楽産業を衰退させることになるから	不正にコピーする人が絶えないから	CDを購入している人と、コピーをする人の間に不公平が生じてしまうから	MDにダビングできれば特に問題ないから	オリジナル(マイ)CDを編集・作成できないのは困るから	個人で楽しむためにコピーをするのはかまわないから	わざわざ買うまでもないと思うCDをコピーで済ませたいから	コピーをすることによって、安上がりにCDを手に入れたいから	一部の再生機器では聴くことができないから	(%)
総 数	30.6	30.0	29.9	15.1	11.7	9.6	21.2	18.7	12.2	3.6	
男 性 計	32.5	32.2	29.3	15.0	10.2	12.4	22.1	20.1	12.1	4.5	
女 性 計	28.7	27.7	30.5	15.1	13.2	6.6	20.3	17.3	12.2	2.7	
中学生	16.7	14.0	15.5	15.5	10.6	7.2	13.3	27.3	25.0	7.2	
高校生	22.8	24.0	30.0	19.2	13.2	16.8	21.6	26.4	21.6	9.6	
大学・専門学校生	21.9	28.7	30.8	13.1	21.1	21.1	29.0	27.9	15.1	5.5	
20代社会人	23.2	31.9	29.8	15.3	15.8	20.0	23.9	16.5	13.2	2.3	
30代	31.3	27.4	26.3	25.9	7.5	13.0	23.9	19.3	4.4	3.5	
40～55歳	44.5	40.8	32.8	8.0	5.9	6.6	20.1	17.4	11.3	4.5	
中学生	22.0	14.4	33.6	17.6	18.0	9.6	15.2	12.4	7.6	7.6	
高校生	19.0	24.0	33.5	22.6	22.6	7.2	20.4	20.4	15.4	5.9	
大学・専門学校生	25.6	33.1	28.5	16.6	20.3	15.1	30.8	18.6	15.7	7.6	
20代社会人	29.6	35.0	27.9	14.6	17.9	8.3	19.2	28.8	17.6	1.4	
30代	31.1	27.5	37.4	18.1	16.6	5.3	20.5	19.9	8.1	2.2	
40～55歳	30.3	26.3	27.0	11.7	5.0	4.1	19.1	10.8	11.5	1.1	

4. AV機器の保有実態

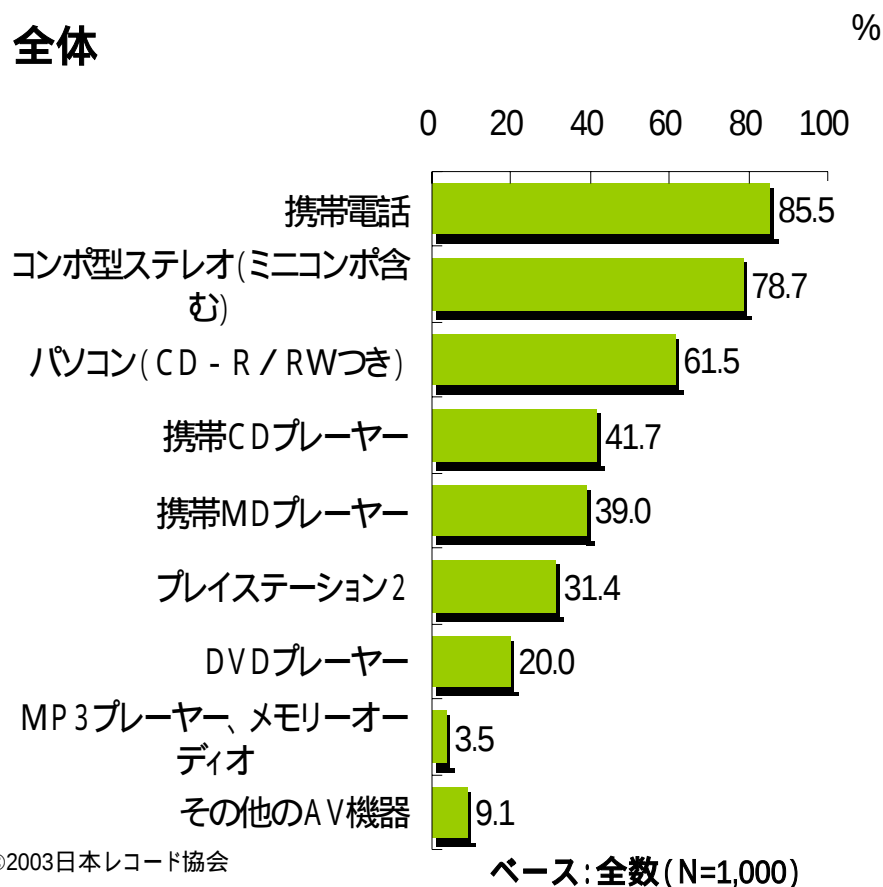
(1) 携帯電話、コンポ型ステレオはほぼ8割の所有率で飽和点に達しつつある

現在自宅にあるAV機器

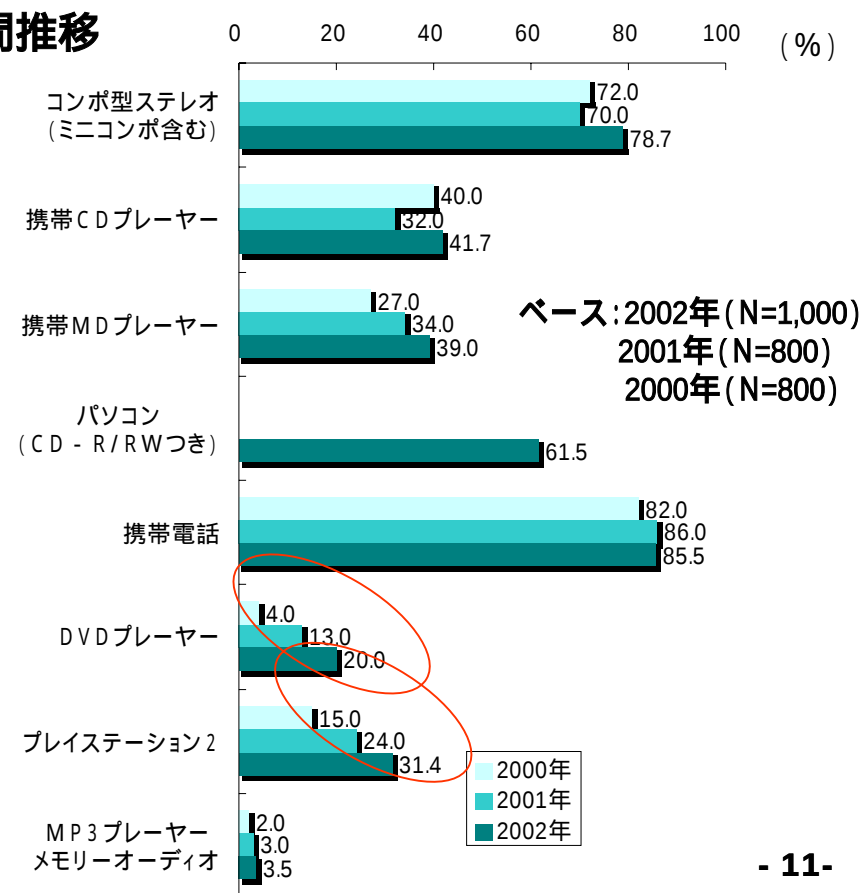
Q.現在ご自宅にある機器は以下のどれですか。(いくつでも○)

- ◆ 各AV機器の世帯保有率は、前回調査と比較して大きな変動はない。
- ◆ DVDプレーヤー、プレイステーション2の所有率が年々大きな増加を遂げている。
- ◆ 携帯電話、コンポ型ステレオはほぼ8割の所有率で飽和点に達しつつある。
- ◆ パソコン(CD - R / RWつき)も60%を上回っている。
- ◆ 新しいAV機器であるMP3プレーヤー、メモリーオーディオはわずかずつではあるが増加している。

全体



3年間推移



(2) CD - R機器保有者は前年比1.5倍、前々年比2.5倍

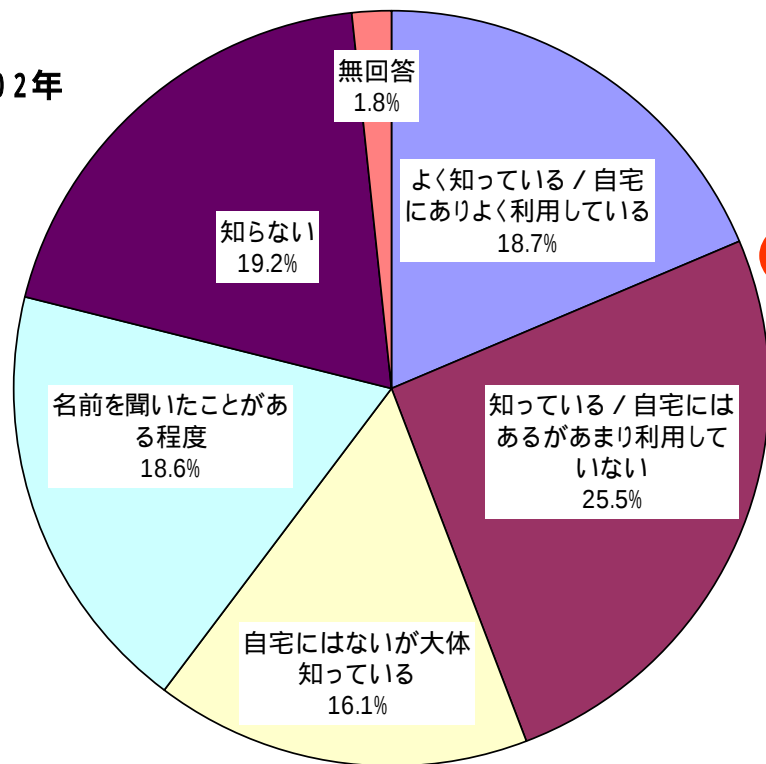
CD - R機器の認知

Q. あなたは「CD - R」(機器)をご存知ですか。(○は1つ)

◆ 2002年におけるCD - R機器は所有率が44.2%にまで拡大してきている。
18% (2000年) 30% (2001年) 44% (2002年)

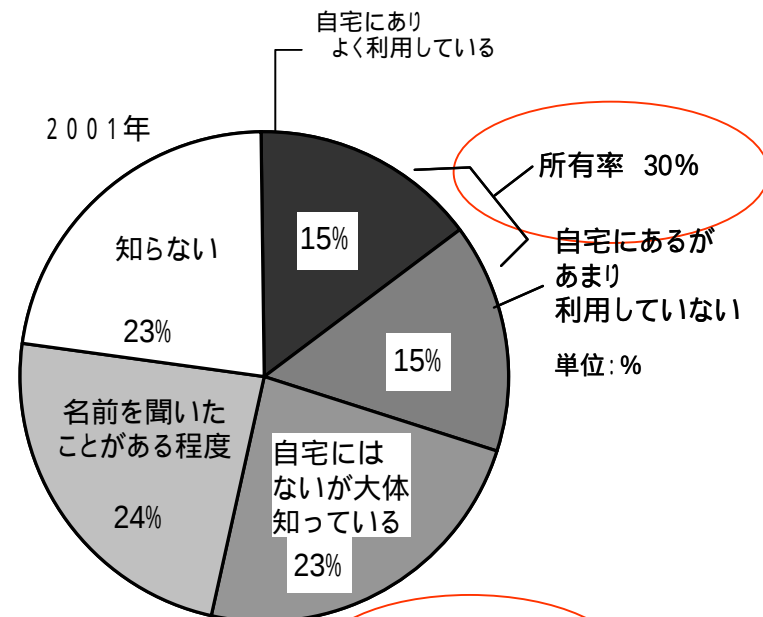
ベース: 2001年 (N=800)
2000年 (N=800)

2002年

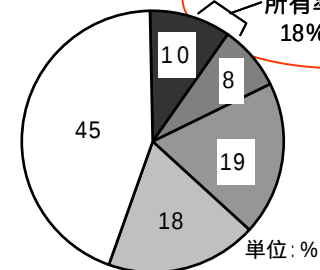


ベース: 全数 (N=1,000)

2001年



所有率 18%



2000年

単位: %

5. インターネットの普及実態

(1) インターネットは老若男女問わず幅広い世代に普及しつつある

インターネット利用の有無

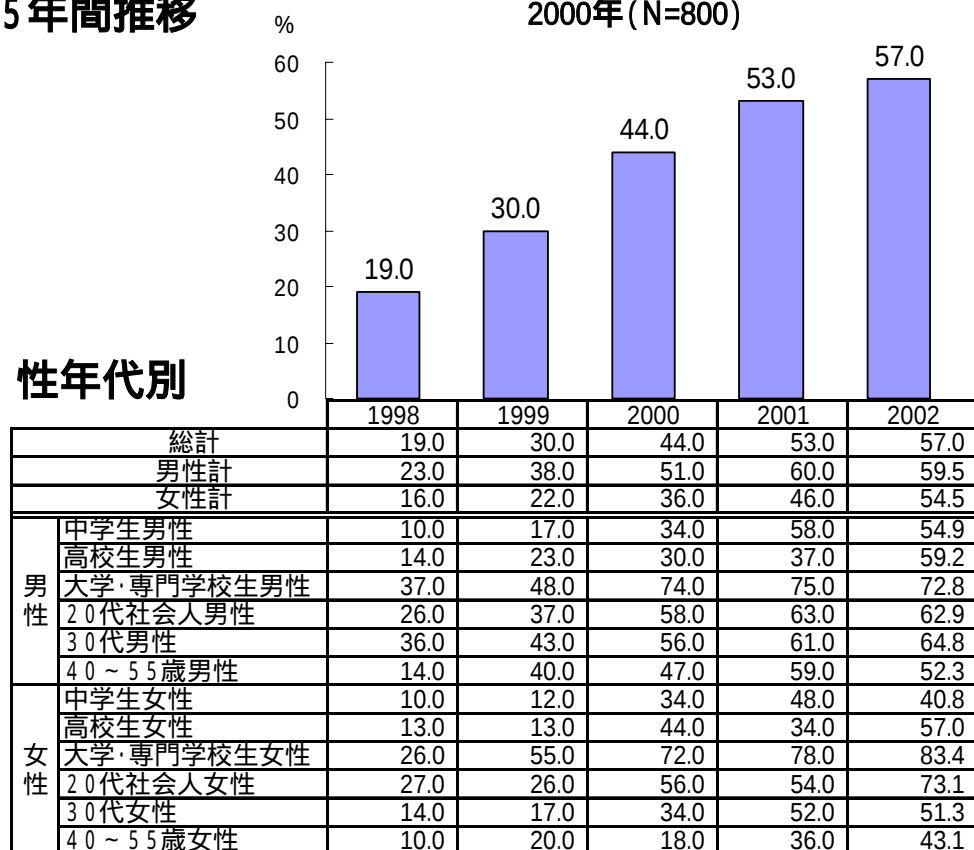
Q. あなたは「インターネット」を利用していますか。(○は1つ)

- ◆ インターネットの急速な普及により、インターネット利用率における性差はほぼなくなったと言える。
- ◆ 但し女性では年代差が依然存在するものの、男性では年代による利用率の差が減少し、中高年層への普及も進んでいることがわかる。

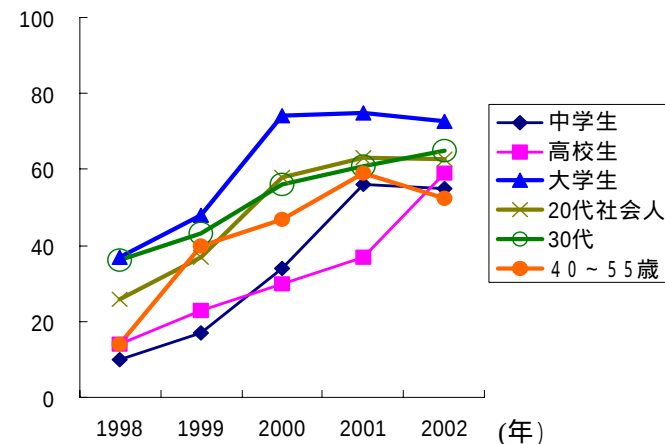
ベース: 2002年 (N=1,000)
2001年 (N=800)
2000年 (N=800)

5年間推移

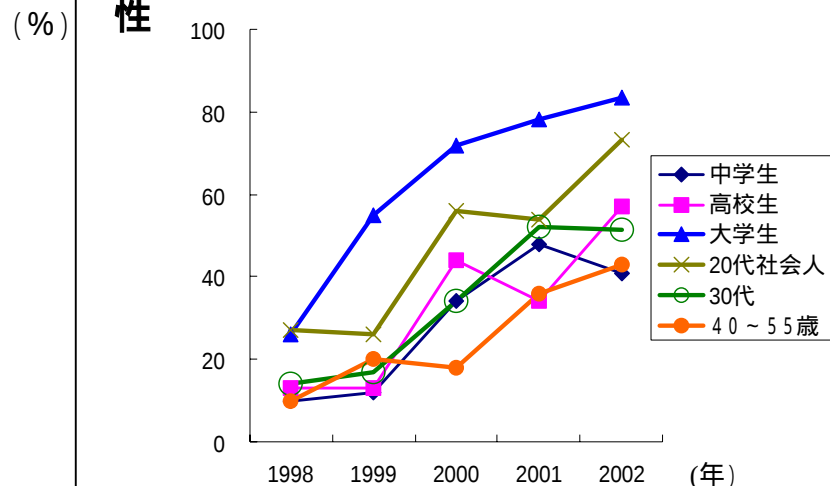
性年代別



男性



女性

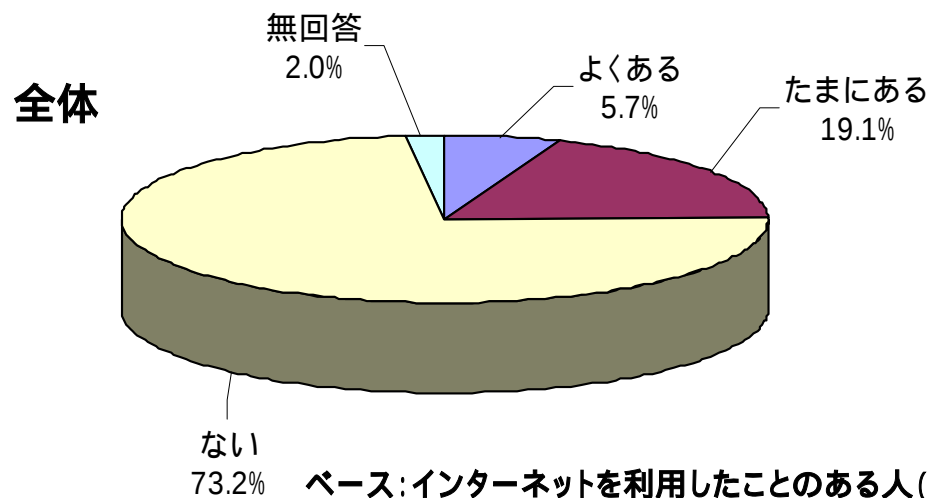


(2) 音楽視聴目的のインターネット利用は主に男子高校生～社会人中心

「音楽を聴く」「音楽関連の映像を見る」ためにインターネットを利用する頻度

- ◆ 音楽視聴目的のインターネット利用が比較的多いのは、男子高校生・男子大学生・男女20代社会人である。

Q. 「音楽を聴くこと」や「音楽関連の映像をみること」を目的に「インターネット」を利用することはありますか。(○は1つ)



性年代別

		よくある	たまにある	ない	無回答
総 数		5.7	19.1	73.2	2.0
男 性 計		5.0	18.0	75.9	1.1
女 性 計		6.5	20.5	70.0	3.0
男 性	中学生	8.3	15.9	75.8	0.0
	高校生	14.0	27.9	58.1	0.0
	大学・専門学校生	13.2	21.4	64.8	1.0
	20代社会人	8.1	28.3	63.6	0.0
	30代	2.1	20.9	73.1	3.9
	40～55歳	0.0	7.4	92.6	0.0
女 性	中学生	2.4	37.0	60.6	0.0
	高校生	9.3	18.6	71.4	0.0
	大学・専門学校生	5.4	13.1	81.8	0.0
	20代社会人	6.1	33.8	58.2	1.9
	30代	7.8	19.4	72.6	0.0
	40～55歳	6.5	11.9	72.8	8.8

(%)

(3) 有料音楽配信の認知度は4割以上、しかし利用率は6%と低いが前年の3倍の伸び

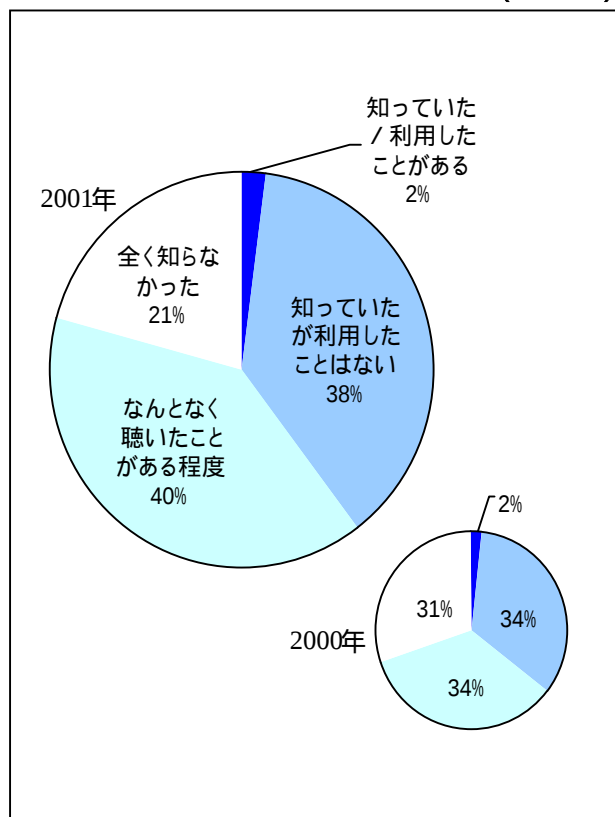
インターネットによる有料音楽配信サービスの認知

◆ 聴いたことがある人までを含めると約8割の人が有料音楽配信を知っている。利用率は5.6%と依然低いが前年に比べ3倍近い伸びを見せており着実に広がりつつある。

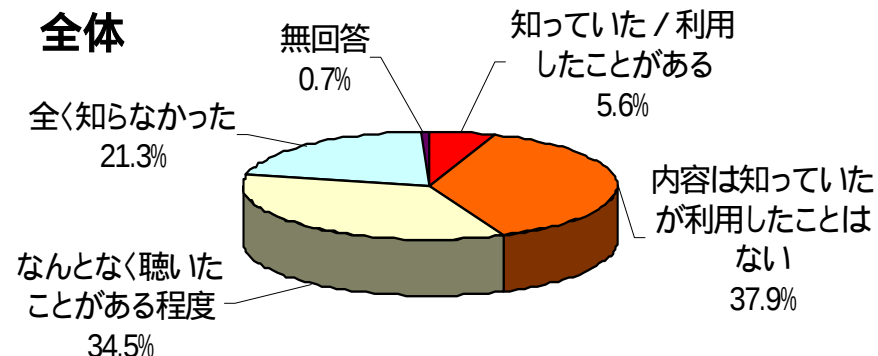
ベース:2001年(N=800)

3年間推移

2000年(N=800)



Q. 「インターネットによる有料音楽配信サービス」をあなたは以前からご存知でしたか。(○は1つ)



性年代別

ベース:全数(N=1,000) (%)

		知っていた/利用したことがある	内容は知っていたが利用したことはない	なんとなく聴いたことがある程度	全く知らなかった
総数		5.6	37.9	34.5	21.3
男性計		5.2	44.3	32.7	17.5
女性計		5.9	31.3	36.4	25.3
男性	中学生	2.3	21.2	32.2	42.8
	高校生	4.8	46.0	31.2	16.8
	大学・専門学校生	8.4	53.0	26.9	11.7
	20代社会人	9.2	48.2	35.2	6.6
	30代	8.0	51.8	30.3	10.0
	40~55歳	1.6	39.8	34.9	23.7
女性	中学生	7.2	23.6	27.6	39.2
	高校生	7.2	32.1	48.9	11.8
	大学・専門学校生	9.0	48.0	31.7	11.3
	20代社会人	10.1	44.5	35.2	10.3
	30代	3.8	26.2	45.9	24.0
	40~55歳	4.0	25.7	32.2	35.9

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所